PROFIL 2019

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

ACPM
Association canadienne des producteurs médiatiques

ACPM
CINÉMA TÉLÉVISION WEB

Canada

TELEFILM CANADA

PROFIL 2019

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

Publié par l'Association canadienne des producteurs médiatiques (ACPM) en collaboration avec l'AQPM, le ministère du Patrimoine canadien et Téléfilm Canada

Données compilées et analysées par le Groupe Nordicité

Profil 2019 est publié par l'Association canadienne des producteurs médiatiques (ACPM) et l'Association québécoise de la production médiatique (AQPM) en collaboration avec le ministère du Patrimoine canadien, Téléfilm Canada et le Groupe Nordicité.

Cette 23e édition du rapport publié par l'ACPM et ses partenaires au fil des ans offre une analyse de l'activité économique de l'industrie canadienne de la production de contenu sur écran entre le 1er avril 2018 et le 31 mars 2019 ainsi que des tendances qui l'ont marquée depuis l'exercice financier 2009-2010.

ACPM
Association canadienne des producteurs médiatiques

Ottawa
251, av. Laurier Ouest, 11e 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

Susanne Vaas
Vice-présidente
Affaires générales et internationales

Nicholas Mills
Directeur, Recherche

Canada

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
CÉ : 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.

André Adams-Robenhymer
Analyste de politiques, Politique et programmes du film et de la vidéo

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

Mounir Khoury
Analyste principal de politiques, Politique et programmes du film et de la vidéo

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

Annick Munezero
Gestionnaire p.i., Politique et programmes du film et de la vidéo

Catherine Rossiter
Analyste principale de politiques, Politique et programmes du film et de la vidéo

TELEFILM CANADA

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

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

Mathieu Perreault
Spécialiste, Analyse économique et performance des programmes

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

AQPM
CINÉMA TÉLÉVISION WEB

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

Nordicity

nordicity.com

Peter Lyman, *partenaire principal*

Dustin Chodorowicz, *partenaire*

Kristian Roberts, *partenaire*

Stephen Hignell, *directeur adjoint*

Jocelyn Pogorbsky, *analyste de recherche*

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

1. Survol du secteur du contenu sur écran au Canada . . 5
Production cinématographique et télévisuelle au Canada . 7
Région 10
Investissement étranger dans la production 10
Apport à l'emploi et à l'économie 12

2. La production de contenu canadien 18
Modes de présentation. 21
Langue. 23
Genre. 24
Œuvres d'animation 26
Financement. 27

3. La production télévisuelle canadienne 28
Type. 30
Langue. 31
Genre. 32
Budget. 36
Œuvres d'animation 37
Répartition selon le contenu canadien. 37
Région 38
Fonds des médias du Canada 39
Financement. 42

4. La production cinématographique canadienne 46
Langue. 48
Budget. 49
Genre. 50
Région 50
Financement. 51

5. Les coproductions audiovisuelles régies par des traités 52
Résultats pour l'ensemble des créneaux de présentation . 54
Télévision 56
Longs métrages. 58

6. La production étrangère et les services de production 59
Production totale et types de productions 61
Région 63
Pays. 63

7. La production interne des télédiffuseurs 64
Volume de production 66
Genre. 67
Région 68

8. Distribution. 69
Revenus 71
Investissement dans la production canadienne. 72

9. La télédiffusion canadienne et les auditoires 73
Revenus 75
Émissions de télévision les plus regardées 77
Part de l'auditoire 78

10. La présentation en salles et l'auditoire. 79
Revenus totaux 81
Festivals de cinéma. 82
Recettes-guichet : tendances nationales 83
Recettes-guichet selon la langue du marché 85
Films les plus populaires selon la langue du marché. . . . 86

11. Les entreprises de distribution de radiodiffusion . . . 88
Abonnés et revenus des EDR 90
Investissement dans la programmation canadienne. 91

Remarques méthodologiques 92

Glossaire. 95

UN COUP D'ŒIL

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

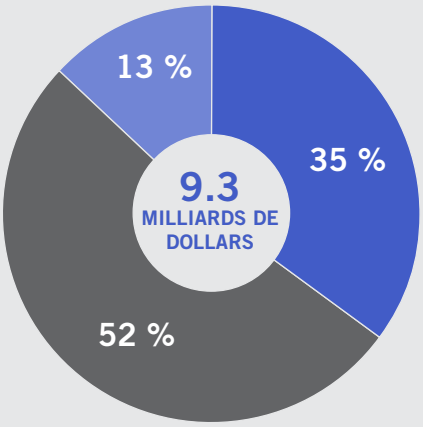
+ 5,8 %[1]
VOLUME
9,3
MILLIARDS DE DOLLARS

+ 2,4 %
EMPLOIS ÉQUIVALENTS TEMPS PLEIN
180 900

+ 5,2 %
PRODUIT INTÉRIEUR BRUT (PIB)
12,8
MILLIARDS DE DOLLARS

+ 4,9 %
INVESTISSEMENT ÉTRANGER DANS LA PRODUCTION
5,7
MILLIARDS DE DOLLARS

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



CONTENU CANADIEN (PRODUCTION CINÉMATOGRAPHIQUE ET TÉLÉVISUELLE)

- ▲ +8 % — Volume **3,22** milliards de dollars
- ▲ +7 % — Production télévisuelle **2,89** milliards de dollars
- ▲ +25 % — Production cinématographique **337** millions de dollars
- ▼ -6 % — Séries télévisées **739**
- ▲ +6 % — Longs métrages destinés aux salles **119**
- ▲ +5 % — Emplois ETP **62 700**

PRODUCTION ÉTRANGÈRE ET SERVICES DE PRODUCTION

- ▲ +3 % — Volume **4,86** milliards de dollars
- ▼ -2 % — Longs métrages destinés aux salles **164**
- ▼ -1 % — Séries télévisées **208**
- ▼ -11 % — Téléfilms, émissions pilotes et autres **93**
- ▶ 0 % — Emplois ETP **94 900**

PRODUCTION INTERNE

- ▲ +11 % — Volume **1,23** milliars de dollars
- ▼ -0.3 % — Services facultatifs et sur demande **586** millions de dollars
- ▲ +23 % — Télévision conventionnelle **648** millions de dollars
- ▲ +8 % — Emplois ETP **24 000**

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 du Canada (CRTC). **Production étrangère et services de production :** Association des agences provinciales de financement (AAPF). **Production interne :** Estimations fondées sur les données du CRTC et de CBC/Radio-Canada.

1. Dans le présent rapport, les termes « volume » ou « volume global » s'entendent de la somme des budgets de production.
2. Avant 2017-2018, les miniséries étaient incluses dans la catégorie *Autres émissions de télévision*. Depuis 2017-2018, les données sur les miniséries sont classées dans la catégorie *Émissions de télévision*. Par conséquent, la croissance du nombre d'émissions de télévision calculée pour 2017-2018 est légèrement surestimée. Il reste que la grande majorité de la production dans la catégorie *Émissions de télévision* se compose d'émissions et non de miniséries.

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* comprend la production télévisuelle qui est principalement l'œuvre de maisons de production indépendantes, quoiqu'elle englobe également les réalisations des maisons affiliées à des télédiffuseurs canadiens. Toutes les réalisations de ce secteur sont des œuvres 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) pour leur contenu canadien.**
2. **La *production cinématographique* comprend les longs métrages réalisés par des maisons de production indépendantes dont le contenu canadien a reçu une certification par le BCPAC.**
3. **La *production étrangère et les 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 étrangers. Dans la majorité des cas, les droits d'auteur de ces œuvres sont détenus par des intérêts étrangers, quoique des producteurs canadiens en détiennent de 5 à 10 %.**
4. **La *production interne* englobe les émissions de télévision produites par les télédiffuseurs canadiens dans leurs propres installations, par opposition à celle qu'ils commandent à des maisons indépendantes ou à des maisons qui leur sont affiliées. Elle se compose essentiellement de bulletins de nouvelles et d'émissions de sport et d'actualités.**

Faits saillants de 2018-2019

- Le volume global de la production cinématographique et télévisuelle au Canada s'est accru de 5,8 % pour s'établir à 9,32 milliards de dollars en 2018-2019.
- Le volume de la production étrangère et des services de production a augmenté de 3,2 % pour atteindre 4,86 milliards de dollars
- Le volume de la production télévisuelle canadienne a augmenté de 6,5 % pour se chiffrer à 2,89 milliards de dollars.
- Le volume de la production cinématographique destinée aux salles a bondi de 24,8 % pour atteindre 337 millions de dollars.
- Le volume de la production interne a augmenté de 10,7 %, et se chiffre à 1,23 milliard de dollars.
- L'investissement étranger dans la production a progressé de 4,9 % et atteint 5,69 milliards de dollars en 2018-2019.
- En tout, la production cinématographique et télévisuelle au Canada a généré 180 900 emplois équivalents temps plein (ETP), directs ou dérivés, soit une hausse de 2,4 %.
- L'apport total de la production cinématographique et télévisuelle au Canada au PIB s'est accru de 5,2 %, passant de 12,14 milliards de dollars à 12,78 milliards en 2018-2019.

- 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) génère approximativement 270 900 emplois ETP, des revenus de travail de 16,16 milliards de dollars et une contribution de 23,66 milliards de dollars au PIB, y compris les retombées directes et secondaires.

Le volume global de la production cinématographique et télévisuelle au Canada a augmenté de 5,8 % pour atteindre 9,32 milliards de dollars, auquel ont contribué toutes les composantes du secteur (figure 1-1). Fait intéressant, c'est la production télévisuelle qui s'est le plus démarquée, avec une hausse de 176 millions de dollars, ou 6,5 %, ce qui l'a portée à 2,89 milliards de dollars. Cette forte croissance résulte davantage de l'augmentation des dépenses consacrées à la production d'émissions de fiction que du nombre d'émissions produites. L'augmentation des budgets (sur une base horaire) dans tous les genres et tous les marchés, sauf dans la catégorie variétés et arts de la scène dans les deux langues, l'anglais et le français, a aussi contribué largement à la hausse.

La production étrangère et les services de production ont continué sur leur lancée et enregistré une hausse de 151 millions de dollars, ou 3,2 %, établissant une nouvelle marque de 4,86 milliards de dollars (figure 1-1). Hors de la Colombie-Britannique, les gains de ce secteur ont eu de larges assises géographiques, les provinces et territoires qui ont accueilli de la production étrangère en 2017-2018 ont enregistré une hausse en 2018-2019 (figure 6-4). En 2017-2018, la production télévisuelle réalisée par le segment de la production étrangère et des services de production au Canada avait battu des records en enregistrant une hausse de 1 milliard de dollars (figure 6-2). En 2018/19, elle s'est stabilisée et a même reculé de 1,8 %, mais la production cinématographique s'est fortement accentuée grâce à une hausse de 245 millions de dollars représentant 15,7 %.

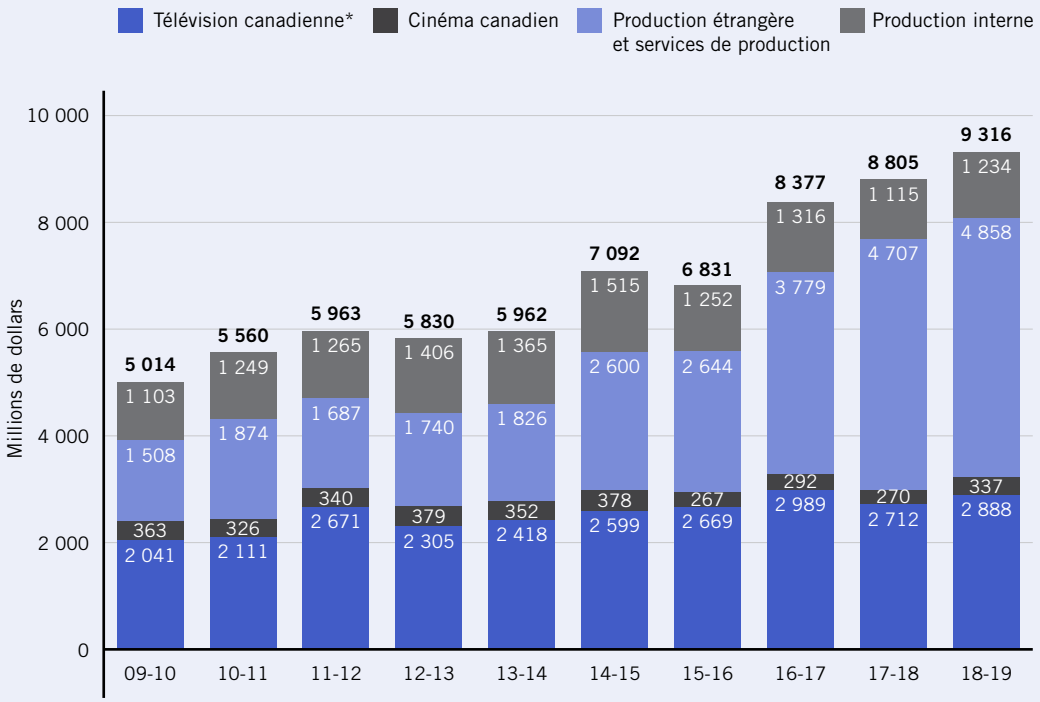
Le volume de la production de longs métrages destinés aux salles a connu sa meilleure année de la décennie au Canada. Le volume de production a progressé de 67 millions de dollars, ou 24,8 %, sous l'effet de la hausse du budget moyen des productions de langue française et de l'augmentation du nombre d'oeuvres en langue anglaise produites (figure 4-1 et figure 4-2).

La production interne a progressé de 119 millions de dollars, ou 10,7 %. Les deux-tiers environ de la croissance sont attribuables à l'augmentation des dépenses consacrées aux émissions de sports par CBC/Radio-Canada, qui était le diffuseur hôte des Jeux olympiques d'hiver de PyeongChang en 2018 en plus de présenter les matchs de la Coupe du monde de la FIFA, disputés en Russie. Le lancement du Fonds pour les nouvelles locales indépendantes (FNLI) par le CRTC en septembre 2017 a dynamisé la production d'émissions d'information, qui a représenté le dernier tiers de la croissance de l'assiette des dépenses.

Même si la croissance du secteur de la production télévisuelle et cinématographique au Canada a eu des assises très diversifiées dans tous ces segments en 2018-2019, la tendance à long terme s'avère moins équilibrée. Si on compare aux cinq ou dix dernières années, on voit clairement que le segment de la production étrangère et des services de production a été le moteur de la croissance du secteur (figure 1-3). Sur cinq ans (entre 2013 et 2018), ce segment a engendré 88 % de la croissance du secteur (3,03 milliards de dollars sur 3,46 milliards de dollars). Sur dix ans (entre 2009 et 2019), sa part de la croissance enregistrée s'est élevée à 76 % (3,35 milliards de dollars sur 4,40 milliards de dollars).

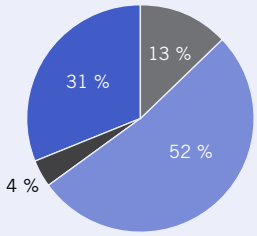
PRODUCTION CINÉMATOGRAPHIQUE ET TÉLÉVISUELLE AU CANADA

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



Part

18-19

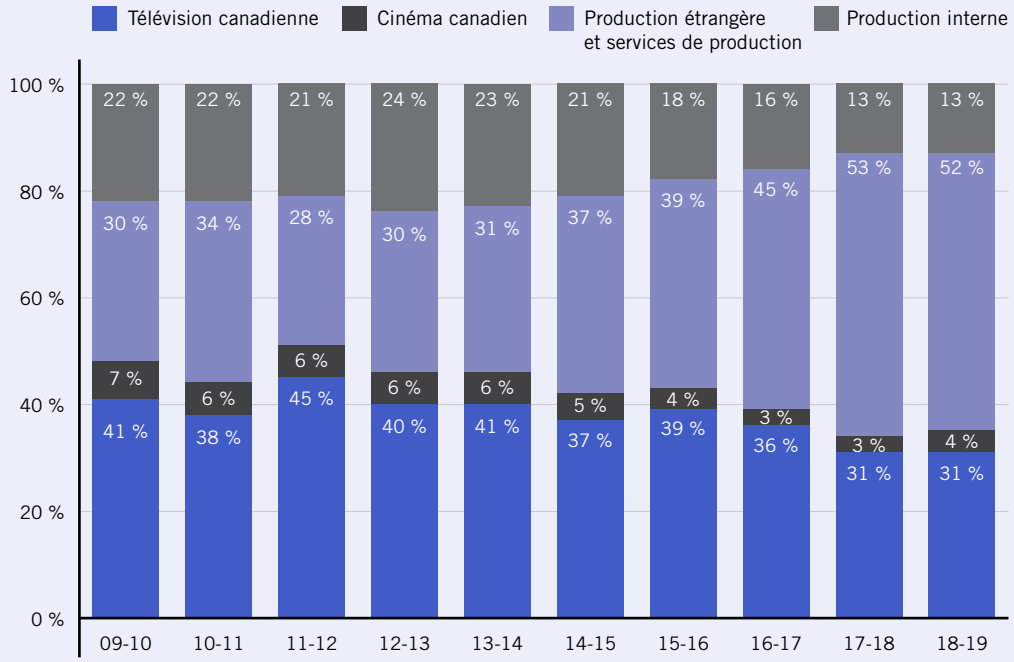


Taux de croissance annuel moyen

Secteur	18-19	09-10 – 18-19
Télévision canadienne*	6,5 %	3,9 %
Cinéma canadien	24,8 %	(0,8 %)
Production étrangère et services de production	3,2 %	13,9 %
Production interne	10,7 %	1,3 %
Moyenne : tous secteurs confondus	**5,8 %**	**7,1 %**

Sources : Estimations fondées sur les données du Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens (BCPAC), du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications du Canada (CRTC), de CBC/Radio-Canada et de l'Association des agences provinciales de financement (AAPF).
Note : Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis.
* Inclut le contenu audiovisuel linéaire destiné principalement à une exploitation en ligne, mais qui est aussi offert sur des plateformes plus traditionnelles, comme des chaînes de télévision conventionnelle, et le contenu audiovisuel pour « diffusion en ligne exclusivement » qui, au cours de la période de deux ans qui commence dès que la production est achevée et qu'elle devient exploitable commercialement, est diffusé exclusivement sur les services en ligne reconnus par le BCPAC dans l'Avis public du BCPAC 2017-01. Selon les données publiées par le BCPAC pour 2018-2019, le volume global de la production audiovisuelle pour *première exploitation en ligne* s'est chiffré à 100 millions de dollars.

Figure 1-2 Volume de production cinématographique et télévisuelle, part selon le secteur



Sources : Estimations fondées sur les données du BCPAC, du CRTC, de CBC/Radio-Canada, de l'Association des agences provinciales de financement.
Note : Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis.

Figure 1-3 Sources de croissance d'accroissement du volume de production cinématographique et télévisuelle au Canada

Sources : Estimations fondées sur les données du BCPAC, du CRTC, de CBC/Radio-Canada, de l'Association des agences provinciales de financement
Note : Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis.

RÉGION

Figure 1-4 Volume de production cinématographique et télévisuelle, par province ou territoire

(Millions de dollars)	09-10	10-11	11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	17-18	18-19	Part 18-19
Colombie-Britannique*	1 399	1 729	1 578	1 605	1 618	2 243	2 133	2 958	3 577	3 406	37 %
Ontario	1 910	2 077	2 586	2 439	2 439	2 769	2 750	3 036	2 855	3 174	34 %
Québec	1 274	1 321	1 316	1 351	1 280	1 582	1 429	1 757	1 781	2 044	22 %
Alberta	153	148	167	155	274	254	231	248	223	256	3 %
Manitoba	72	69	79	76	100	84	92	130	157	253	3 %
Nouvelle-Écosse	107	99	104	98	124	69	102	138	101	100	1 %
Saskatchewan	33	49	54	35	47	30	30	28	27	27	<1 %
Terre-Neuve–et–Labrador	40	43	42	42	46	31	40	39	64	21	<1 %
Nouveau-Brunswick	19	19	27	21	24	19	13	15	14	19	<1 %
Territoires**	4	5	6	6	8	9	8	25	5	15	<1 %
Île-du-Prince-Édouard	1	2	4	2	2	2	2	2	1	1	<1 %
Total	**5 014**	**5 560**	**5 963**	**5 830**	**5 962**	**7 092**	**6 831**	**8 377**	**8 805**	**9 316**	**100 %**

Sources : Estimations fondées sur les données du BCPAC, du CRTC, de CBC/Radio-Canada et de l'Association des agences provinciales de financement.
Note : Les statistiques publiées par les agences provinciales de financement peuvent différer de celles qui figurent ici. Se reporter aux *Remarques méthodologiques*, à la fin du rapport, pour plus de détails. Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis.
* La production enregistrée en 2018-2019 se compare à celle de 2017-2018, comme l'indiquent les statistiques publiées par Creative BC, qui sont fondées sur l'exercice financier au cours duquel un projet reçoit sa certification au crédit d'impôt et non sur l'exercice au cours duquel le travail de prise de vue a principalement lieu. Pour de plus amples renseignements, voir la section 6 ainsi que la rubrique *Rapprochement avec les statistiques publiées par les agences provinciales de financement* dans les *Remarques méthodologiques*.
** Yukon, Nunavut et Territoires du Nord-Ouest.

INVESTISSEMENT ÉTRANGER DANS LA PRODUCTION

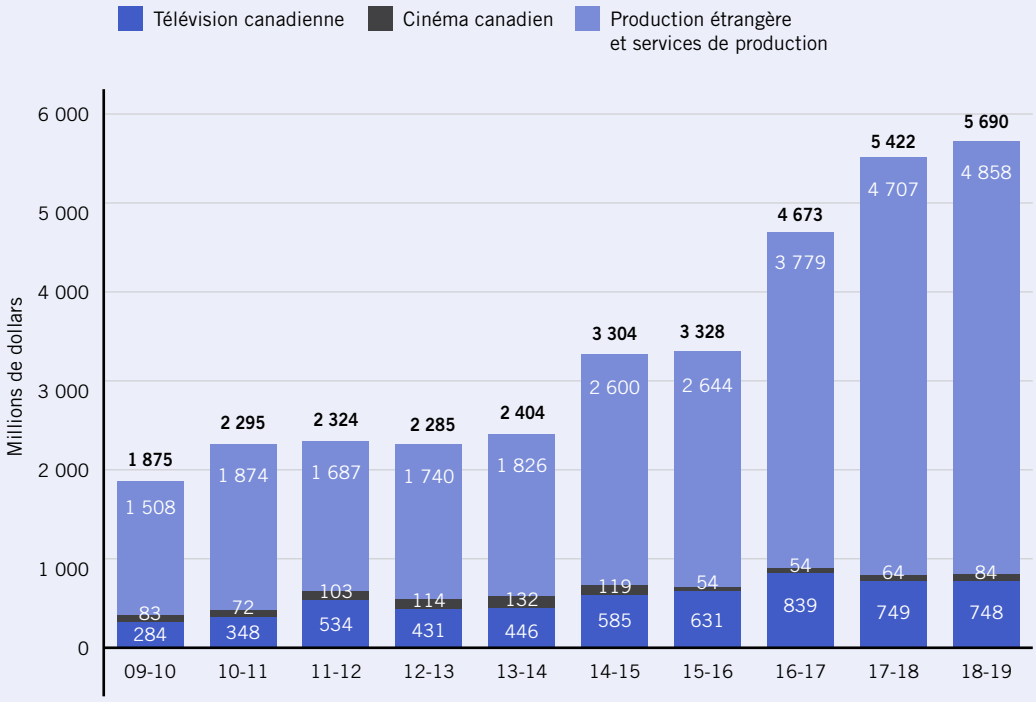
L'investissement étranger dans la production (IEP) mesure l'apport financier étranger à l'industrie canadienne de la production cinématographique et télévisuelle. Il se compose des préventes et des avances de distribution à l'étranger de toutes les productions qui sont certifiées par le BCPAC, d'une estimation des préventes et avances de distribution de celles qui ne le sont pas ainsi que de la valeur globale des productions étrangères réalisées au Canada et de celles qui font appel à des services de production canadiens[1].

En 2018-2019, l'IEP au Canada s'est accru de 268 millions de dollars pour atteindre 5,69 milliards de dollars, un sommet inégalé.

L'IEP ne tient pas compte des revenus tirés de la distribution d'œuvres cinématographiques et télévisuelles canadiennes à des diffuseurs et distributeurs étrangers. Selon les données publiées par Statistique Canada présentées à la section 8, la distribution de contenu canadien a produit 174 millions de dollars de plus en 2017 (figure 8-2).

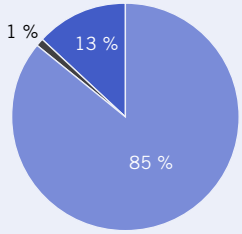
[1] Dans le cas des coproductions audiovisuelles régies par des traités, les données employées pour estimer l'investissement étranger dans la production ne comprennent que la participation canadienne. La participation étrangère au budget de ces œuvres ne contribue pas directement à l'IEP. Les coproductions audiovisuelles régies par des traités n'ajoutent à l'IEP que si la participation canadienne s'y rapportant comprend des préventes ou des avances de distribution à l'étranger.

Figure 1-5 Investissement étranger dans la production au Canada



Part

18-19



Taux de croissance annuel moyen

Secteur	18-19	09-10 – 18-19
Télévision canadienne	(0,1 %)	11,4 %
Cinéma canadien	32,8 %	0,1 %
Production étrangère et services de production	3,2 %	13,9 %
Moyenne : tous secteurs confondus	**4,9 %**	**13,1 %**

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

APPORT À L'EMPLOI ET À L'ÉCONOMIE

Figure 1-6 Emplois ETP attribuables à la production cinématographique et télévisuelle au Canada

	09-10	10-11	11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	17-18	18-19
Production télévisuelle										
Directs	19 900	20 200	24 600	21 200	22 500	24 200	26 000	28 700	25 600	26 400
Dérivés	28 700	29 000	35 400	29 400	29 200	29 500	29 500	32 600	28 800	29 700
Total	**48 600**	**49 200**	**60 000**	**50 600**	**51 700**	**53 700**	**55 500**	**61 300**	**54 400**	**56 100**
Production cinématographique										
Directs	3 500	3 100	3 100	3 500	3 300	3 600	2 600	2 800	2 600	3 100
Dérivés	5 100	4 500	4 500	4 800	4 300	4 400	2 900	3 200	2 900	3 500
Total	**8 600**	**7 600**	**7 600**	**8 300**	**7 600**	**8 000**	**5 500**	**6 000**	**5 500**	**6 600**
Production étrangère et services de production										
Directs	14 700	17 900	15 600	16 000	17 000	24 600	25 700	36 200	44 400	44 400
Dérivés	21 200	25 700	22 400	22 200	22 100	30 000	29 200	41 200	50 000	50 000
Total	**35 900**	**43 600**	**38 000**	**38 200**	**39 100**	**54 600**	**54 900**	**77 400**	**94 400**	**94 400**
Production interne										
Directs	10 800	11 900	11 700	12 900	12 700	14 400	12 200	12 600	10 500	11 300
Dérivés	15 500	17 100	16 800	17 900	16 500	17 500	13 800	14 400	11 800	12 700
Total	**26 300**	**29 000**	**28 500**	**30 800**	**29 200**	**31 900**	**26 000**	**27 000**	**22 300**	**24 000**
Total global										
Directs	49 000	53 200	55 000	53 600	55 500	67 200	66 400	80 300	83 100	85 100
Dérivés	70 400	76 300	79 100	74 400	72 100	81 800	75 500	91 400	93 500	95 800
Total	**119 400**	**129 500**	**134 100**	**128 000**	**127 600**	**149 000**	**141 900**	**171 700**	**176 600**	**180 900**

Sources : Estimations fondées sur les données du BCPAC, du CRTC, de CBC/Radio-Canada, de l'Association des agences provinciales de financement, de Statistique Canada et du Conference Board du Canada.
Note : Se reporter aux *Remarques méthodologiques* pour la description de la méthode d'estimation des emplois soutenus.

Figure 1-7 Emplois ETP directs attribuables à la production cinématographique et télévisuelle, par province ou territoire

	09-10	10-11	11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	17-18	18-19
Colombie-Britannique*	13 480	16 540	14 770	14 800	15 110	21 280	20 700	28 380	33 620	30 840
Ontario	18 810	19 840	23 840	22 600	22 980	26 690	27 190	29 220	27 220	29 310
Québec	12 660	13 000	12 500	12 790	12 300	15 390	14 260	17 330	17 070	18 900
Manitoba	750	710	770	730	1 010	850	950	1 310	1 530	2 420
Alberta	1 330	1 260	1 370	1 270	2 240	2 140	1 960	2 170	1 940	2 150
Nouvelle-Écosse	1 210	1 050	1 060	990	1 280	720	1 100	1 460	1 050	1 030
Saskatchewan	320	460	480	310	410	270	270	260	240	240
Nouveau-Brunswick	210	200	270	210	250	200	150	160	150	190
Terre-Neuve–et–Labrador	410	420	400	380	420	290	370	370	580	180
Territoires**	30	40	50	50	60	70	60	200	40	110
Île-du-Prince-Édouard	10	20	50	20	20	20	20	20	10	20
Total	**49 000**	**53 200**	**55 000**	**53 600**	**55 500**	**67 200**	**66 400**	**80 300**	**83 100**	**85 100**

Sources : Estimations fondées sur les données du BCPAC, du CRTC, de CBC/Radio-Canada, de l'Association des agences provinciales de financement et de Statistique Canada.
* La production enregistrée en 2018-2019 se compare à celle de 2017-2018, comme l'indiquent les statistiques publiées par Creative BC, qui sont fondées sur l'exercice financier au cours duquel un projet reçoit sa certification au crédit d'impôt et non sur l'exercice au cours duquel le travail de prise de vue a principalement lieu. Pour de plus amples renseignements, voir la section 6 ainsi que la rubrique *Rapprochement avec les statistiques publiées par les agences provinciales de financement* dans les *Remarques méthodologiques*.
** Yukon, Nunavut et Territoires du Nord-Ouest.
Note : Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis.

Figure 1-8 Total des emplois ETP directs et dérivés en production cinématographique et télévisuelle, par province ou territoire

	09-10	10-11	11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	17-18	18-19
Colombie-Britannique*	32 530	39 870	35 940	35 130	34 610	46 760	44 100	60 330	71 130	65 270
Ontario	40 530	42 710	51 750	47 980	47 210	52 800	52 300	56 110	52 040	56 050
Québec	36 890	37 840	36 760	36 610	33 810	40 360	36 100	43 770	42 870	47 480
Alberta	3 650	3 460	3 800	3 430	5 820	5 310	4 690	5 200	4 620	5 110
Manitoba	1 300	1 230	1 340	1 250	1 680	1 380	1 510	2 070	2 410	3 810
Nouvelle-Écosse	2 790	2 410	2 460	2 250	2 810	1 520	2 250	2 990	2 130	2 100
Saskatchewan	730	1 050	1 100	690	880	570	550	530	480	480
Nouveau-Brunswick	420	400	550	420	490	370	270	290	270	350
Terre-Neuve–et–Labrador	680	710	680	630	680	460	580	580	890	280
Territoires**	60	90	100	90	120	130	110	360	80	190
Île-du-Prince-Édouard	40	80	190	80	80	70	70	70	30	70
Total	**119 400**	**129 500**	**134 100**	**128 000**	**127 600**	**149 000**	**141 900**	**171 700**	**176 600**	**180 900**

Sources : Estimations fondées sur les données du BCPAC, du CRTC, de CBC/Radio-Canada, de l'Association des agences provinciales de financement, de Statistique Canada et du Conference Board du Canada.
* La production enregistrée en 2018-2019 se compare à celle de 2017-2018, comme l'indiquent les statistiques publiées par Creative BC, qui sont fondées sur l'exercice financier au cours duquel un projet reçoit sa certification au crédit d'impôt et non sur l'exercice au cours duquel le travail de prise de vue a principalement lieu. Pour de plus amples renseignements, voir la section 6 ainsi que la rubrique *Rapprochement avec les statistiques publiées par les agences provinciales de financement* dans les *Remarques méthodologiques*.
** Yukon, Nunavut et Territoires du Nord-Ouest.
Note : 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 la méthode d'estimation des emplois soutenus.

FIgure 1-9 Incidence économique de la production cinématographique et télévisuelle, 2018-2019

	Directe	Secondaire	Total
Revenu du travail (millions de dollars)			
Production de contenu canadien			
Production télévisuelle	1 646	1 517	3 163
Production cinématographique	192	179	371
Total partiel	**1 838**	**1 696**	**3 534**
Production étrangère et services de production	2 869	2 553	5 422
Production interne	703	603	1 306
Total	**5 410**	**4 852**	**10 262**
PIB (millions de dollars)			
Production de contenu canadien			
Production télévisuelle	1 704	2 260	3 964
Production cinématographique	199	266	465
Total partiel	**1 903**	**2 526**	**4 429**
Production étrangère et services de production	2 866	3 804	6 670
Production interne	728	952	1 680
Total	**5 497**	**7 282**	**12 779**

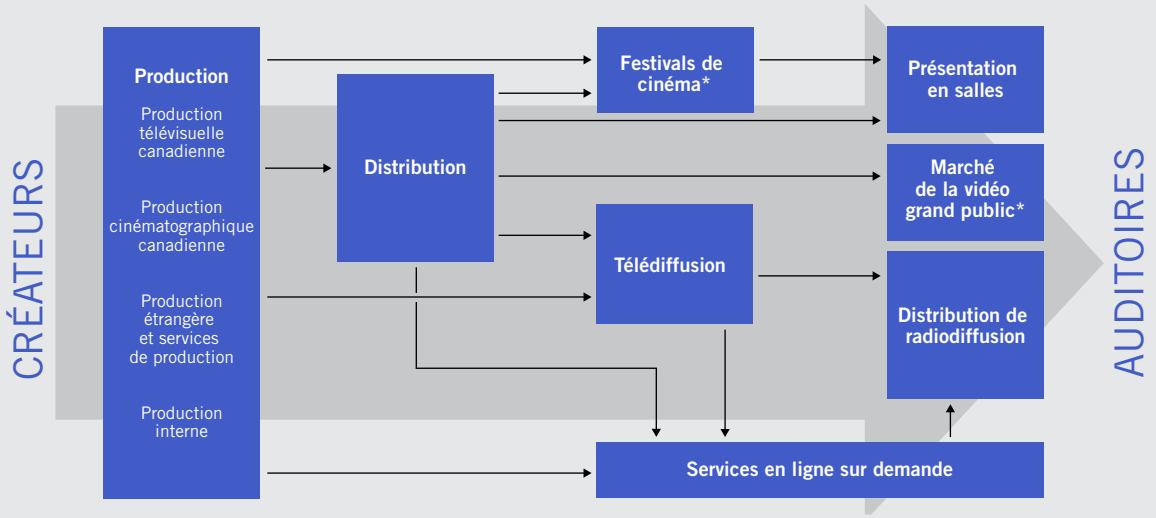
Sources : Estimations fondées sur les données du BCPAC, du CRTC, de CBC/Radio-Canada, de l'Association des agences provinciales de financement, de Statistique Canada et du Conference Board du Canada.
Note : Se reporter aux *Remarques méthodologiques* pour la description de la méthode d'estimation utilisée.

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 8 160 emplois ETP, 438 millions de dollars de revenus de travail et ajouté 1,09 milliard de dollars au PIB en 2017.
- Le secteur de la présentation en salles a généré 17 560 emplois ETP, des revenus de travail de 712 millions de dollars et un apport de plus de 1,29 milliard de dollars au PIB en 2018.
- Le secteur de la télédiffusion a généré 15 250 emplois ETP, des revenus de travail de 1,31 milliard de dollars et une contribution de 2,8 milliards de dollars au PIB en 2018.
- Le secteur de la distribution de radiodiffusion a généré 49 030 emplois ETP, des revenus de travail de près de 3,44 milliards de dollars et plus de 5,70 milliards de dollars en apport au PIB en 2018.

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 marché de la vidéo grand public 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 action réelle 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 de diffusion des films et des émissions de télévision, et planifient et mettent à exécution la sortie des films ou des 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 conventionnels, les chaînes spécialisées et les services de télévision payante autorisés au Canada, 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 en ligne sur demande** comme les services de vidéo sur demande (VSD), de VSD par abonnement (VSDA), de VSD transactionnelle (VSDT) ou de VSD gratuite financée par la publicité (VSDFP). 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 en ligne sur demande. 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 présentation en salles.

Dans l'analyse du secteur canadien du contenu sur écran, il faut aussi reconnaître le rôle important de la câblodistribution, des services de distribution par satellite (SRD) et de la télé IP et des autres services de distribution multipoint (SDM). Ces entités qui forment le secteur de la **distribution de services de radiodiffusion** sont regroupées sous le terme « entreprises de distribution de radiodiffusion » (EDR) dans le présent rapport. 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. La plupart de ces services diffusent toutefois le contenu directement aux consommateurs au moyen d'une connexion Internet à large bande, court-circuitant ainsi les EDR canadiennes.

L'analyse comparative des estimations des retombées économiques pour 2018-2019 et celles de 2018 (ou l'année la plus récente pour laquelle nous disposions de données publiées) montre que la chaîne de valeur du secteur du contenu sur écran au Canada a généré plus de 270 900 emplois ETP, des revenus de travail de 16,16 milliards de dollars et un apport au PIB de 23,66 milliards de dollars.

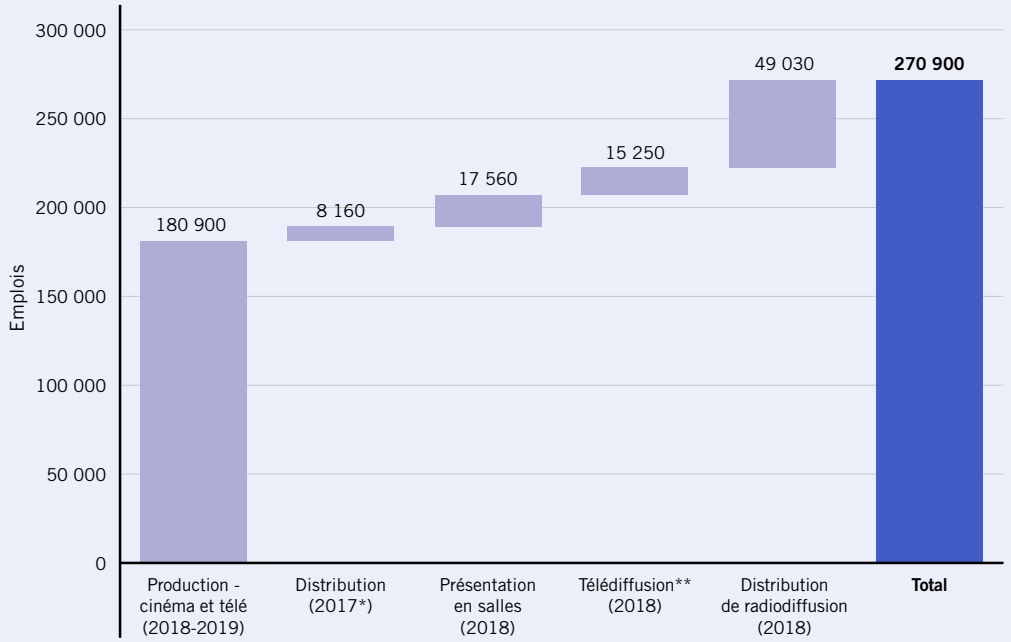
Figure 1-10 Incidence économique de la chaîne de valeur du contenu sur écran

	Directe	Secondaire	Total
Emplois ETP			
Production - cinéma et télé (2018-2019)	85 100	95 800	180 900
Distribution (2017*)	1 200	6 960	8 160
Présentation en salles (2018)	7 630	9 930	17 560
Télédiffusion** (2018)	2 100	13 150	15 250
Distribution de radiodiffusion (2018)	25 940	23 090	49 030
Total	**121 970**	**148 930**	**270 900**
Revenu du travail (millions de dollars)			
Production - cinéma et télé (2018-2019)	5 410	4 852	10 262
Distribution (2017*)	105	333	438
Présentation en salles (2018)	226	486	712
Télédiffusion** (2018)	564	749	1 313
Distribution de radiodiffusion (2018)	2 198	1 238	3 436
Total	**8 503**	**7 658**	**16 161**
PIB (millions de dollars)			
Production - cinéma et télé (2018-2019)	5 497	7 282	12 779
Distribution (2017*)	508	584	1 092
Présentation en salles (2018)	415	873	1 288
Télédiffusion** (2018)	1 604	1 193	2 797
Distribution de radiodiffusion (2018)	3 485	2 219	5 704
Total	**11 509**	**12 151**	**23 660**

Sources : Estimations fondées sur les données du BCPAC, du CRTC, de CBC/Radio-Canada, de l'Association des agences provinciales de financement, de Statistique Canada, du Conference Board du Canada, de l'Association des cinémas du Canada et de Cineplex Divertissement.
* Date de publication des données les plus récentes.
** Exclut la production interne, dont les statistiques sont incluses dans la production cinématographique et télévisuelle.

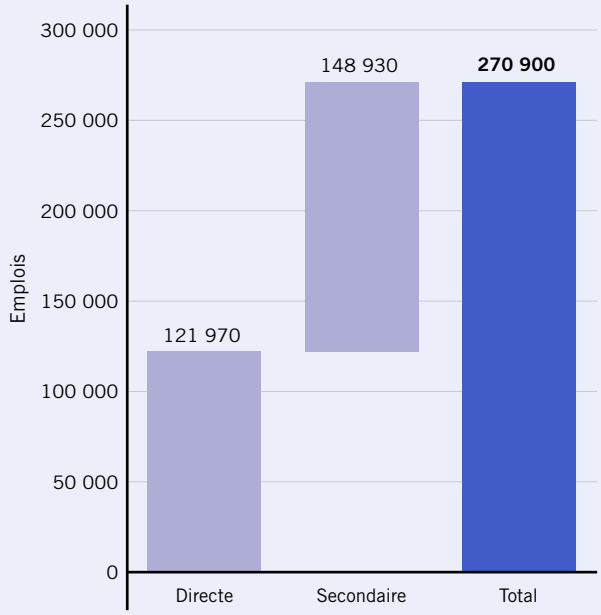
SOMMAIRE DES RETOMBÉES SUR L'EMPLOI ET SUR LE PIB

Figure 1-11 Incidence sur l'emploi de la chaîne de valeur du contenu sur écran



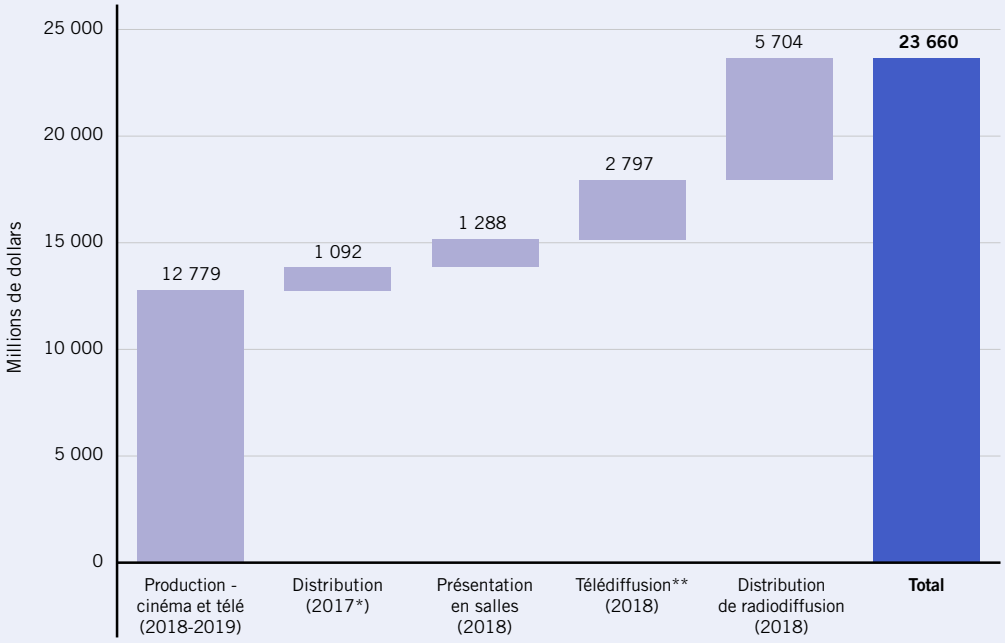
Sources : Estimations fondées sur les données du BCPAC, du CRTC, de CBC/Radio-Canada, de l'Association des agences provinciales de financement, de Statistique Canada, du Conference Board du Canada, de l'Association des cinémas du Canada et de Cineplex Divertissement.
* Date de publication des données les plus récentes.
** Exclut la production interne, dont les statistiques sont incluses dans la production cinématographique et télévisuelle.

Figure 1-12 Incidence directe et secondaire sur l'emploi de la chaîne de valeur du contenu sur écran



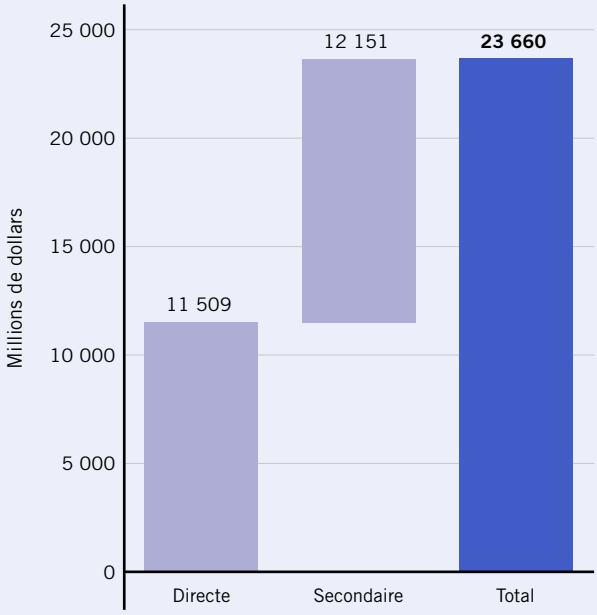
Sources : Estimations fondées sur les données du BCPAC, du CRTC, de CBC/Radio-Canada, de l'Association des agences provinciales de financement, de Statistique Canada, du Conference Board du Canada, de l'Association des cinémas du Canada et de Cineplex Divertissement.

Figure 1-13 Incidence globale sur le PIB de la chaîne de valeur du contenu sur écran



Sources : Estimations fondées sur les données du BCPAC, du CRTC, de CBC/Radio-Canada, de l'Association des agences provinciales de financement, de Statistique Canada, du Conference Board du Canada, de l'Association des cinémas du Canada et de Cineplex Divertissement.
* Date de publication des données les plus récentes.
** Exclut la production interne, dont les statistiques sont incluses dans la production cinématographique et télévisuelle.

FIgure 1-14 Incidence directe et secondaire sur le PIB de la chaîne de valeur du contenu sur écran



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

2. La 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), et le contenu audiovisuel pour première exploitation en ligne. La plus grande partie de cette production est l'œuvre de maisons de production indépendantes, même si les maisons affiliées à un télédiffuseur[2] participent également à la production de ce secteur.

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

Faits saillants de 2018-2019

- Le volume de la production de contenu canadien a augmenté de 8,1 % et s'est établi à 3,22 milliards de dollars.
- La production de langue anglaise a augmenté de 6,0 %, pour atteindre 2,35 milliards de dollars.
- La production de langue française a aussi bondi de 13,6 %, passant à 843 millions de dollars.
- La production d'œuvres bilingues et dans d'autres langues a bondi de 45,4 % pour s'établir à 27 millions de dollars.
- Le volume des œuvres de fiction produites a augmenté de 13,4 %, à 1,69 milliard de dollars.
- Le volume des œuvres pour enfants et jeunes a augmenté de 8 %, pour un total de 575 millions de dollars.
- Le volume de documentaires produits s'est légèrement accru de 1,8 % pour passer à 275 millions de dollars.
- Le volume de la production d'œuvres consacrées au mode de vie et à l'intérêt général[3] a fait un bond de 6,9 % et s'établit à 563 millions de dollars.
- Le volume de production d'animation a augmenté de 7,5 % à 344 millions de dollars.

- Le volume de la production dans la catégorie des variétés et des arts de la scène a diminué de 27,3 % pour atteindre 117 millions de dollars.

[2] 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.

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

Après avoir plongé en 2017-2018, le volume global de la production de contenu canadien a rebondi de 8,1 % en 2018-2019 pour atteindre 3,22 milliards de dollars (figure 2-1). Les trois secteurs (télévision, longs métrages destinés aux salles et plateforme en ligne) ont contribué à cette augmentation en 2018-2019 qui a aussi touché tous les marchés linguistiques et tous les genres sauf celui des variétés et des arts de la scène.

Sur le plan du volume (en dollars), le secteur le plus important (la télévision canadienne) a montré la voie à suivre avec une augmentation de 176 millions de dollars, soit 6,5 % (figure 2-1). Comme nous l'indiquons à la section 3, cette augmentation du volume découle en grande partie de celle des dépenses consacrées à la production de séries télévisées de fiction plutôt que d'une augmentation du nombre de séries produites. L'augmentation des budgets horaires de production dans tous les genres et sur tous les marchés linguistiques, sauf le genre des variétés et des arts de la scène en langue anglaise et en langue française, a aussi fortement contribué à l'augmentation de la production.

L'année 2018-2019 a aussi été excellente dans le secteur canadien des longs métrages présentés en salles. Le volume de la production a augmenté de 67 millions de dollars, soit de 24,8 %. L'augmentation du budget moyen sur le marché de langue française et l'augmentation du nombre de longs métrages produits sur le marché de langue anglaise expliquent cette augmentation (figure 4-1 et figure 4-4). L'augmentation des tournages d'œuvres bilingues et dans d'autres langues explique aussi en partie la croissance dans ce secteur. Le volume de la production dans cette catégorie linguistique a atteint son sommet des 10 dernières années et représente 11 des 67 millions de dollars d'augmentation du volume de la production canadienne de longs métrages destinés aux salles en 2018-2019.

Comme nous le mentionnions précédemment, tous les genres, sauf celui des variétés et des arts de la scène, ont contribué à l'augmentation annuelle de la production canadienne de contenu (figure 2-3).

- La plus importante contribution est venue des **œuvres de fiction**, où la production canadienne a augmenté de 13,4 % ou de 200 millions de dollars.
- Dans le genre des œuvres pour **enfants et jeunes**, la production canadienne a augmenté de 43 millions de dollars et atteint 575 millions de dollars. La croissance de la production d'œuvres pour enfants et jeunes s'explique par le volume accru de la production d'œuvres en action réelle et d'œuvres d'animation. La production d'œuvres en action réelle a augmenté de 6 millions de dollars, tandis que celle d'œuvres d'animation a augmenté de 36 millions de dollars (figure 2-6). Dans l'ensemble, la production canadienne d'œuvres d'animation, tous genres confondus, a augmenté de 7,5 % pour atteindre un sommet historique de 344 millions de dollars (figure 2-7).
- La production de **documentaires** a augmenté de 4 millions de dollars, ou de 1,8 %.
- Le volume de la production dans le créneau **mode de vie et intérêt général** a augmenté de 36 millions de dollars, ou de 6,9 %, pour atteindre un nouveau sommet historique en 2018-2019.
- Dans la catégorie des **variétés et arts de la scène**, toutefois, la production a diminué de 44 millions de dollars, ou de 27,3 %.

Un des principaux moteurs de l'investissement dans la production de contenu canadien ces dernières années est l'augmentation mondiale de la demande de contenu télévisuel et cinématographique. Ce financement est le plus souvent issu de la « prévente » des droits de distribution et de diffusion à des acheteurs internationaux, ce qui se traduit par la croissance du financement destiné à la production canadienne de contenu provenant non seulement de sources étrangères, mais aussi des distributeurs canadiens. De 2014-2015 à 2018-2019, le financement global de la production canadienne de contenu venant de distributeurs canadiens et de sources étrangères a augmenté de 18,2 %, passant de 704 millions de dollars à 832 millions de dollars (figure 2-9). En fait, le financement global issu de ces sources a atteint un sommet de 894 millions de dollars en 2016-2017, qui a aussi été une année record pour le volume global de la production canadienne de contenu.

Cette tendance est accentuée par la forte baisse du financement des télédiffuseurs privés canadiens. En fait, il est de plus en plus difficile de convaincre les télédiffuseurs privés canadiens de financer des productions. De 2014-2015 à 2018-2019, la valeur totale des droits de diffusion payés par les télédiffuseurs privés canadiens pour des œuvres cinématographiques et télévisuelles canadiennes a chuté de 516 millions de dollars à 376 millions de dollars, une diminution de 27,1 % (figure 2-9). Souvent, le financement des télédiffuseurs est fortement tributaire de la capacité du producteur de réaliser d'abord une prévente auprès d'un télédiffuseur étranger, souvent américain. Cette tendance incite souvent les producteurs canadiens d'œuvres télévisuelles à obtenir le financement initial et la validation de leurs projets en effectuant des préventes auprès de télédiffuseurs étrangers avant même d'approcher des investisseurs canadiens.

Les distributeurs canadiens constituent aussi un important canal pour les cruciales préventes à des télédiffuseurs sur les marchés internationaux. Si l'expression « distributeurs canadiens » semble indiquer que ce genre de financement renvoie à des ventes sur le marché intérieur dans le cadre de relations avec une entreprise tierce, il importe de comprendre que ce financement englobe aussi, dans certains cas, les avances versées par la division de distribution des sociétés canadiennes qui produiront le contenu. Les distributeurs locaux, affiliés ou non à des sociétés de production, sont surtout un « conduit » qu'utilisent les producteurs pour vendre leur contenu sur les marchés internationaux. Il s'ensuit que les attentes d'une demande sur les marchés d'exportation expliquent souvent l'augmentation du financement de cette catégorie.

Selon une étude commandée par l'ACPM (en partenariat avec Téléfilm Canada, le Fonds des médias du Canada [FMC] et l'Association québécoise de la production médiatique [AQPM]) pour la période de 2005-2006 à 2015-2016, les longs métrages canadiens financés par Téléfilm Canada ont généré des ventes à l'international totales de 670 millions de dollars[4]. Plus de la moitié de cette somme, en l'occurrence 370 millions de dollars, a été tirée de préventes qui ont directement financé les coûts de production[5]. Les statistiques de la période de 2012-2013 à 2014-2015 semblent aussi indiquer qu'environ la moitié du financement issu de la prévente sur les marchés internationaux de longs métrages canadiens est venue de télédiffuseurs étrangers[6].

Selon une étude parallèle analysant les œuvres télévisuelles financées par le FMC, de 2006 2007 à 2015-2016, ces productions canadiennes ont généré sur le marché international des préventes de 314 millions de dollars[7], soit plus de 16 % du financement total de 1,95 milliard de dollars mobilisés pour la production d'œuvres télévisuelles ayant fait l'objet de préventes sur les marchés d'exportation. De manière générale, ces préventes portaient sur des droits de télédiffusion sur toutes les plateformes, dont la télévision, la VSD et les plateformes en ligne.

[4] MDR Communications (2017a), *Exporter les longs métrages canadiens sur les marchés mondiaux : tendances, possibilités et orientations futures*. Préparé pour l'ACPM, l'AQPM, le FCM et Téléfilm Canada, p. 22.

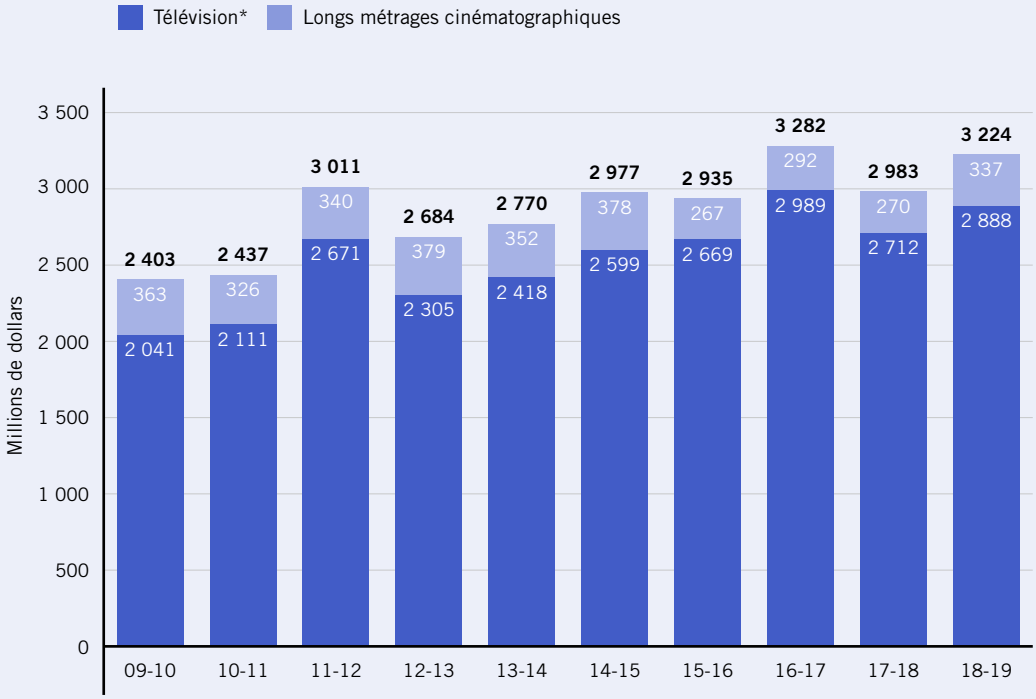
[5] MDR Communications (2017a), p. 22.

[6] MDR Communications (2017a), p. 33.

[7] MDR Communications (2017b), *Exportation de la télévision canadienne à l'échelle mondiale : tendances, occasions et futures orientations*. Préparé pour l'ACPM, L'AQPM, le FCM et Téléfilm Canada, p. 33.

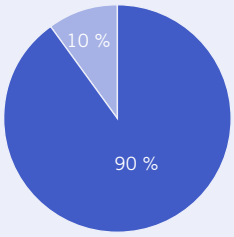
MODES DE PRÉSENTATION

Figure 2-1 Volume de production canadienne, par mode de présentation



Part

18-19



Taux de croissance annuel moyen

Secteur	18-19	09-10 – 18-19
Télévision	6,5 %	3,9 %
Longs métrages cinématographiques	24,5 %	(0,8 %)
Moyenne : tous secteurs confondus	**8,1 %**	**3,3 %**

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.
Note : Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis.
* La production pour première exploitation en ligne comprend le contenu audiovisuel linéaire destiné principalement à une exploitation en ligne, mais qui est aussi offert sur des plateformes plus traditionnelles, comme des chaînes de télévision conventionnelle. Elle englobe aussi 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 et qu'elle devient exploitable commercialement est diffusé exclusivement sur l'un des nombreux services en ligne reconnus par le BCPAC dans l'Avis public du BCPAC 2017-01. Selon les données publiées par le BCPAC pour 2018-2019, le volume global de la production audiovisuelle pour *première exploitation en ligne* s'est chiffré à 100 millions de dollars.

Encadré 2 Production pour première exploitation 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. Depuis l'explosion du secteur 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 primeur les longs métrages et émissions de télévision qu'ils produisent.

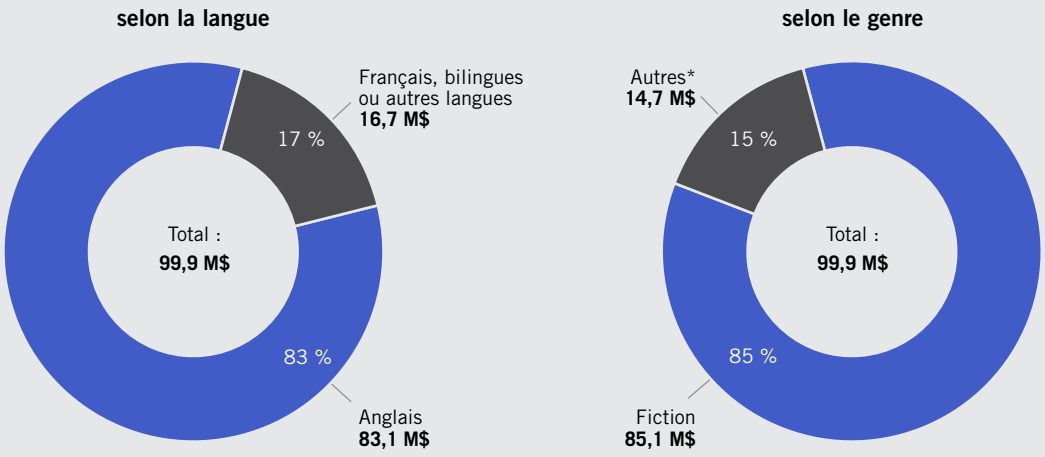
Pour les besoins de la cause, nous utilisons l'appellation « contenu audiovisuel pour première exploitation en ligne » pour faire référence à ce type de production. Il s'agit en fait d'une subdivision de la catégorie « productions pour première exploitation en ligne » qui comprend le contenu audiovisuel qui au cours de la période de deux ans qui commence dès que la production est achevée et qu'elle devient exploitable commercialement est diffusée exclusivement au Canada sur l'un des nombreux services en ligne reconnus par le BCPAC dans l'Avis public du BCPAC 2017-01. Depuis le 26 septembre 2019, la liste inclut 16 sites Web de diffuseurs autorisés (p. ex. CBC Gem, ICI Tou.tv, aptn.ca et VRAK.tv), deux services hybrides de vidéos sur demande (Club illico et CraveTV) et 27 autres services de vidéo en ligne (dont Netflix Canada et 11 chaînes YouTube approuvées par le BCPAC).

Volume et nombre de productions audiovisuelles pour première exploitation en ligne

	17-18	18-19
Volume (M$)	55,5	99,9
Nombre de projets	95	108
Budget moyen (en milliers de dollars)	583	**925**

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

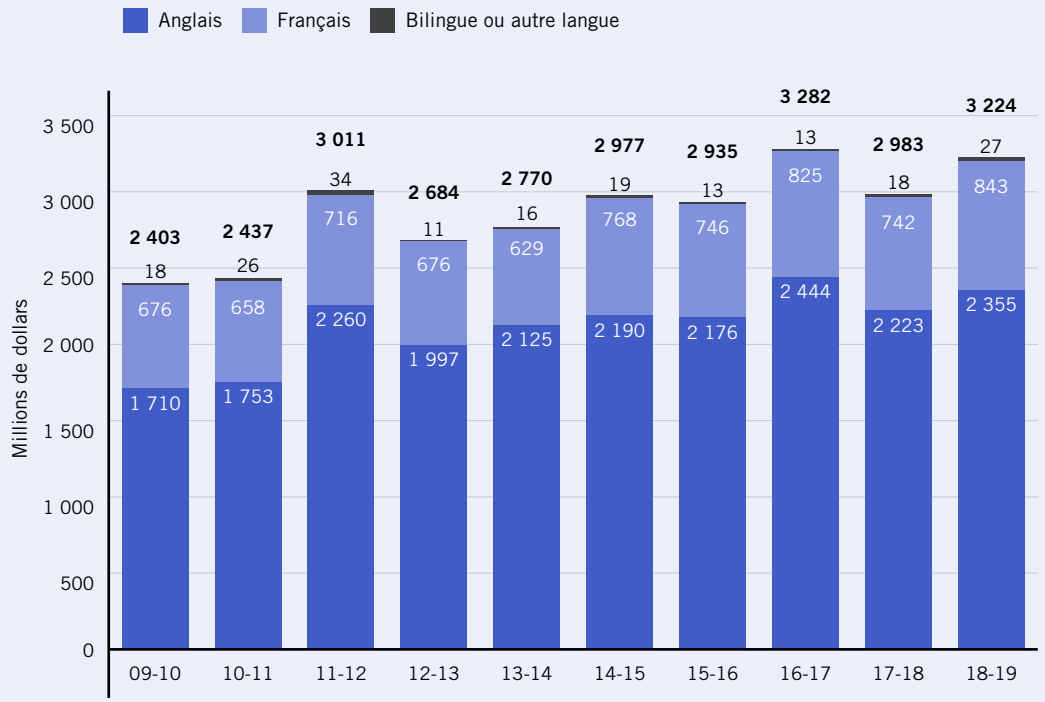
Volume de productions audiovisuelles pour première exploitation en ligne au Canada, 2018-2019



Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.
* Les données sur les productions d'autres genres ont été combinées par souci de ne pas divulguer les montants propres aux différents projets.

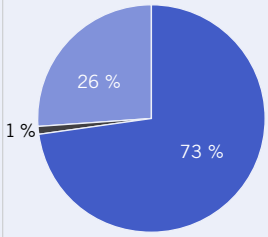
LANGUE

Figure 2-2 Volume de production canadienne selon la langue



Part

18-19



Taux de croissance annuel moyen

Langue	18-19	09-10 – 18-19
Anglais	6,0 %	3.6 %
Français	13,6 %	2.5 %
Bilingue ou autre langue	45,4 %	4.7 %
Moyenne : toutes langues confondues	**8,1 %**	**3.3 %**

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.
Note : Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis.

GENRE

Figure 2-3 Volume de production canadienne, selon le genre et le type

(Millions de dollars)	09-10	10-11	11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	17-18	18-19
Fiction										
Télévision	879	890	1,225	1 096	1 093	1 226	1 188	1 569	1 289	1 417
Longs métrages	305	291	277	357	314	295	179	248	205	277
Total	**1 183**	**1 181**	**1 502**	**1 453**	**1 407**	**1 521**	**1 366**	**1 817**	**1 494**	**1 694**
Enfants et jeunes										
Télévision	379	348	438	322	419	467	552	494	482	535
Longs métrages	40	22	45	14	29	74	76	29	50	40
Total	**419**	**370**	**483**	**336**	**448**	**541**	**628**	**523**	**532**	**575**
Documentaire										
Télévision	345	335	373	370	311	248	274	249	256	258
Longs métrages	18	9	14	7	8	7	10	15	15	17
Total	**363**	**344**	**387**	**377**	**319**	**255**	**284**	**264**	**271**	**275**
Mode de vie et intérêt général*										
Total	**282**	**369**	**478**	**395**	**478**	**542**	**553**	**556**	**527**	**563**
Variétés et arts de la scène										
Total	**157**	**173**	**161**	**122**	**118**	**118**	**104**	**122**	**160**	**117**
Total global	**2 404**	**2 436**	**3 011**	**2 683**	**2 769**	**2 976**	**2 935**	**3 282**	**2 983**	**3 224**

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.
Note : 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 2-4 Nombre de productions, selon le genre et le mode de présentation, 2018-2019

	Fiction	Enfants et jeunes	Documentaire	Mode de vie et intérêt général*	Variétés et arts de la scène	Tous les genres
Nombre						
Émissions de télévision	260	177	348	379	67	1 231
Longs métrages cinématographiques	94	9	11	0	5	119
Total	**354**	**186**	**359**	**379**	**72**	**1 350**
Part du total						
Émissions de télévision	73 %	95 %	97 %	100 %	93 %	91 %
Longs métrages cinématographiques	27 %	5 %	3 %	0 %	7 %	9 %
Total	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.
Note : 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 production canadienne, selon le genre et la langue, 2018-2019

	Fiction	Enfants et jeunes	Documentaire	Mode de vie et intérêt général*	Variétés et arts de la scène	Tous les genres
Millions de dollars						
Anglais	1 340	433	213	306	64	2 355
Français	350	139	53	254	47	843
Bilingue ou autre langue	5	3	11	3	4	27
Total	**1 695**	**575**	**277**	**563**	**115**	**3 224**
Part du total						
Anglais	79 %	75 %	77 %	54 %	56 %	73 %
Français	21 %	24 %	19 %	45 %	41 %	26 %
Bilingue ou autre langue	<1 %	<1 %	4 %	<1 %	3 %	1 %
Total	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.
* Comprend les magazines et une faible proportion d'émissions auparavant considérées comme étant de nature pédagogique ou informative.
Note : 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.

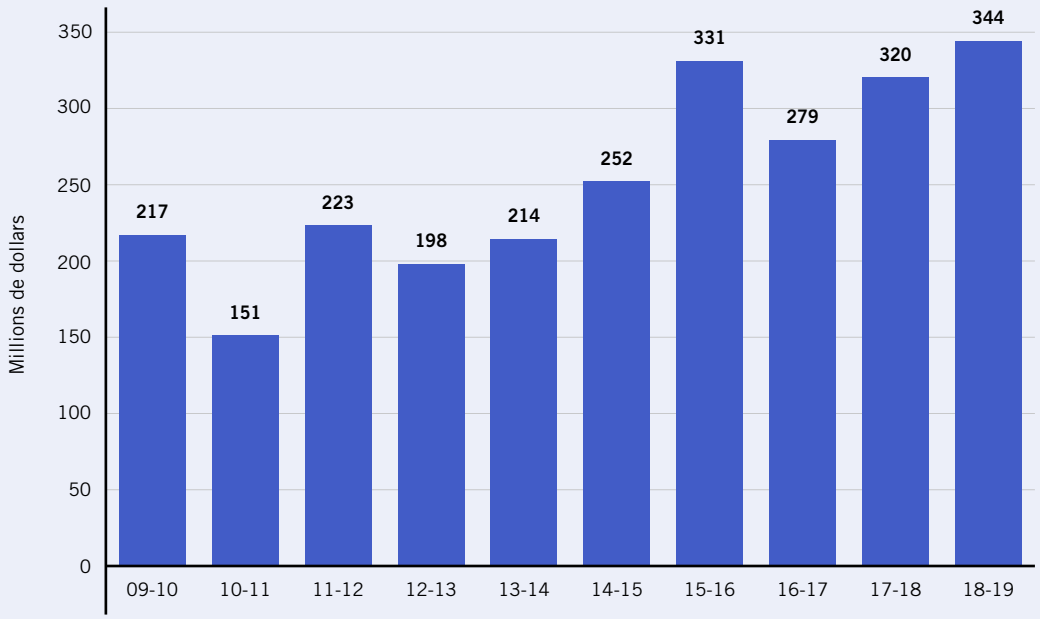
Figure 2-6 Volume de production pour enfants et jeunes, selon la langue et le mode de création

(Millions de dollars)	17-18 Action réelle	17-18 Animation	17-18 Total	18-19 Action réelle	18-19 Animation	18-19 Total
Anglais	151	260	411	145	288	433
Français	91	29	120	104	35	139
Bilingue ou autre langue	1	1	2	0	3	3
Total	**243**	**290**	**532**	**249**	**326**	**575**

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.
Note : 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.

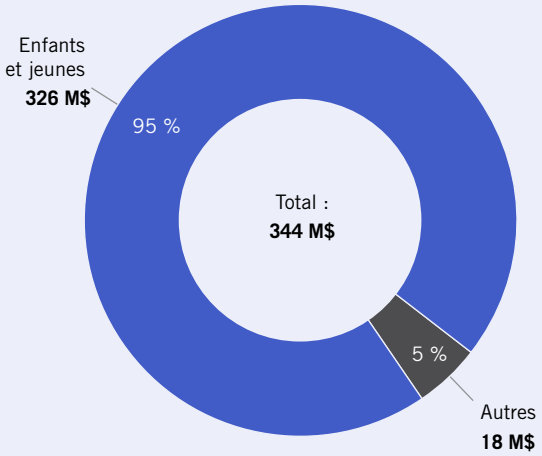
ŒUVRES D'ANIMATION

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



Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.
Note : Les données ci-dessus comprennent une estimation de la production d'émissions certifiées par le CRTC.
* Productions télévisuelles et films pour présentation en salles.

Figure 2-8 Volume d'oeuvres d'animation canadiennes selon le genre, 2018-2019*



Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.
Note : Les données ci-dessus comprennent une estimation de la production d'émissions certifiées par le CRTC.
* Productions télévisuelles et films pour présentation en salles.

FINANCEMENT

Figure 2-9 Financement de la production canadienne

	14-15		15-16		16-17		17-18		18-19	
	Millions de dollars	%	Millions de dollars	%	Millions de dollars	%	Millions de dollars	%	Millions de dollars	%
Droits de diffusion des télédiffuseurs privés	516	17 %	525	18 %	458	14 %	366	12 %	376	12 %
Droits de diffusion des télédiffuseurs publics	236	8 %	247	8 %	320	10 %	358	12 %	386	12 %
Crédit d'impôt fédéral[1]	298	10 %	298	10 %	333	10 %	305	10 %	318	10 %
Crédits d'impôt provinciaux[1]	572	19 %	540	18 %	580	18 %	540	18 %	576	18 %
Distributeurs canadiens[2]	348	12 %	336	11 %	507	15 %	350	12 %	421	13 %
Financement de provenance étrangère[3]	356	12 %	348	12 %	387	12 %	462	16 %	411	13 %
Fonds des médias du Canada	286	10 %	286	10 %	278	8 %	260	9 %	262	8 %
Téléfilm Canada	58	2 %	54	2 %	69	2 %	67	2 %	70	2 %
Autre financement public[4]	92	3 %	84	3 %	140	4 %	116	4 %	207	6 %
Autre financement privé[5]	215	7 %	217	7 %	209	6 %	158	5 %	198	6 %
Total	**2 977**	**100 %**	**2 936**	**100 %**	**3 282**	**100 %**	**2 983**	**100 %**	**3 224**	**100 %**

Sources: Estimations fondées sur les données du BCPAC, du FMC et de Téléfilm Canada.
Notes : 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 la tranche de leurs dépenses de main-d'œuvre admissibles et, dans la majorité des cas, ils investissent directement ces sommes dans les projets qu'ils mènent pour en compléter le financement.

[2] Le financement versé par les distributeurs canadiens comprend les garanties minimales et les avances consenties aux projets d'émissions de télévision et aux longs métrages destinés aux salles en contrepartie de droits de mise en marché, de licence et de présentation en salles de productions audiovisuelles au Canada, dans des territoires invendus au Canada ou sur des plateformes de distribution mondiale.

[3] Le financement étranger 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 établis à l'étranger.

[4] Financement provenant d'administrations publiques provinciales et de 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] 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 que celles-ci entreprennent afin d'en compléter le montage financier.

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 global 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 norme » 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 subséquent de leur emprise sur le marché de la commande de contenu télévisuel contribuent en partie à l'installation de cette nouvelle norme.

3. La production télévisuelle canadienne

La production télévisuelle canadienne comprend les séries télévisées, les miniséries, les téléfilms, les émissions uniques 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) quant à leur teneur en contenu canadien.

La production télévisuelle se compose d'œuvres appartenant, entre autres, aux genres suivants : fiction (dramatiques et comédies), enfants et jeunes, documentaires, mode de vie et intérêt général, et variétés et arts de la scène. La production interne, qui englobe les bulletins de nouvelles et les émissions de sport et d'affaires publiques réalisés par les télédiffuseurs canadiens eux-mêmes en est exclue[8].

Faits saillants de 2018-2019

- Le volume de la production télévisuelle canadienne a augmenté de 6,5 % pour atteindre 2,89 milliards de dollars.
- Le volume de la production de séries de télévision canadiennes a augmenté de 8,8 % à 2,52 milliards de dollars, même si le nombre de séries produites est passé de 786 à 739.
- Le volume de la production télévisuelle de langue anglaise a augmenté de 5,2 %, et celui de langue française, de 10,8 %.
- Le volume de la production télévisuelle canadienne a augmenté dans de multiples genres : œuvres de fiction (10,0 %), émissions pour enfants et jeunes (10,9 %), documentaires (1,1 %) et émissions de mode de vie et d'intérêt général (6,9 %).
- Sur les deux marchés linguistiques, le budget horaire moyen des œuvres de fiction, des documentaires et des émissions pour enfants et jeunes, et de mode de vie et d'intérêt général a augmenté.
- Le volume de production télévisuelle d'œuvres d'animation a augmenté à 333 millions de dollars, soit de 20,2 %.
- Les contributions du Fonds des médias du Canada à la production télévisuelle canadienne s'établissent à 262 millions de dollars et ont servi financer un volume de production équivalent à 1,27 milliard de dollars.

- Le volume de la production télévisuelle canadienne dans le genre des variétés et des arts de la scène a diminué de 28,1 %.
- L'effet de levier financier des contributions du FMC a diminué pour s'établir à 3,84 dollars en contributions de tiers par dollar versé par le FMC.

[8] Les statistiques relatives à la production interne sont présentées plus loin à la section 7 du présent rapport.

Après un plongeon en 2017-2018, la production télévisuelle canadienne a rebondi en 2018-2019. Globalement, la production télévisuelle canadienne a augmenté de 6,5 % à 2,89 milliards de dollars, soit à peine 102 millions de dollars de moins sous le record historique de 2,99 milliards de dollars atteint en 2016-2017 (figure 3-1).

Ce rebond de la production télévisuelle canadienne est entièrement attribuable à la production de séries de télévision à gros budgets. Même si le nombre de séries a diminué de 6 %, de 786 à 739 (figure 3-2), le volume global a augmenté de 8,8 % pour se fixer à 2,52 milliards de dollars, soit légèrement moins que le sommet de 2,57 milliards de dollars atteint en 2016-2017. Malgré le nombre de projets et le volume de la production qui ont évolué dans des directions opposées en 2018-2019, le budget moyen des projets télévisuels canadiens a augmenté de 15,7 %, passant de 2,9 millions de dollars à un record de 3,4 millions de dollars.

Un examen plus attentif des données révèle que même si la plus grande partie de cette augmentation du volume de la production télévisuelle canadienne était concentrée dans les œuvres de fiction de langues anglaise et française, l'augmentation des dépenses consacrées à la production d'œuvres pour enfants et pour jeunes et de séries consacrées au mode de vie et d'intérêt général a aussi contribué à l'accroissement du volume de la production (figure 3-8).

- La production d'œuvres **de fiction** de langue anglaise a augmenté de 5,9 %, ou de 64 millions de dollars. La production d'œuvres de fiction de langue française a augmenté encore plus, soit de 67 millions de dollars ou 34,3 %.
- La production d'émissions pour **enfants et jeunes** a augmenté de 53 millions de dollars, ou 10,9 %. Environ 60 % de cette augmentation est attribuable au marché de langue anglaise, le marché de langue française ayant fourni la majeure partie de l'autre tranche (40 %). En fait, le volume de la production d'émissions pour enfants et jeunes de langue française a augmenté pour la cinquième année consécutive et atteint son sommet des 10 dernières années, soit 125 millions de dollars.
- La baisse de 4 millions de dollars du volume de la production de **documentaires** de langue anglaise et celle de 2 millions de dollars au titre des documentaires bilingues et dans d'autres langues ont été contrebalancées par une augmentation de 8 millions de dollars de la production de documentaires de langue française en 2018-2019. Par conséquent, la production de documentaires n'a augmenté que de 3 millions de dollars, soit 1,1 %.
- Dans le genre **mode de vie et intérêt général**, le volume de la production de langue anglaise a augmenté de 8,4 % alors que celui de la production de langue française augmentait de 4,3 %. En tout, le volume de la production dans ce genre a augmenté de 6,9 % pour atteindre une valeur record de 563 millions de dollars.
- Le genre **variétés et arts de la scène** a été le seul à enregistrer une baisse en 2018-2019. Le volume de la production dans ce genre a chuté de 45 millions de dollars, ou 28,1 % par rapport à 2017-2018. Environ les trois quarts de cette baisse sont imputables au marché de langue française. Comme le budget horaire moyen est demeuré pratiquement inchangé sur le marché de langue française (–0,4 %), la baisse globale du volume de la production est imputable à une diminution du nombre d'heures d'émissions produites dans ce genre. Sur le marché de langue anglaise, la diminution du budget horaire moyen (6,2 %) combinée à celle du nombre d'heures de production (6,5 %) a entraîné une baisse globale du volume.

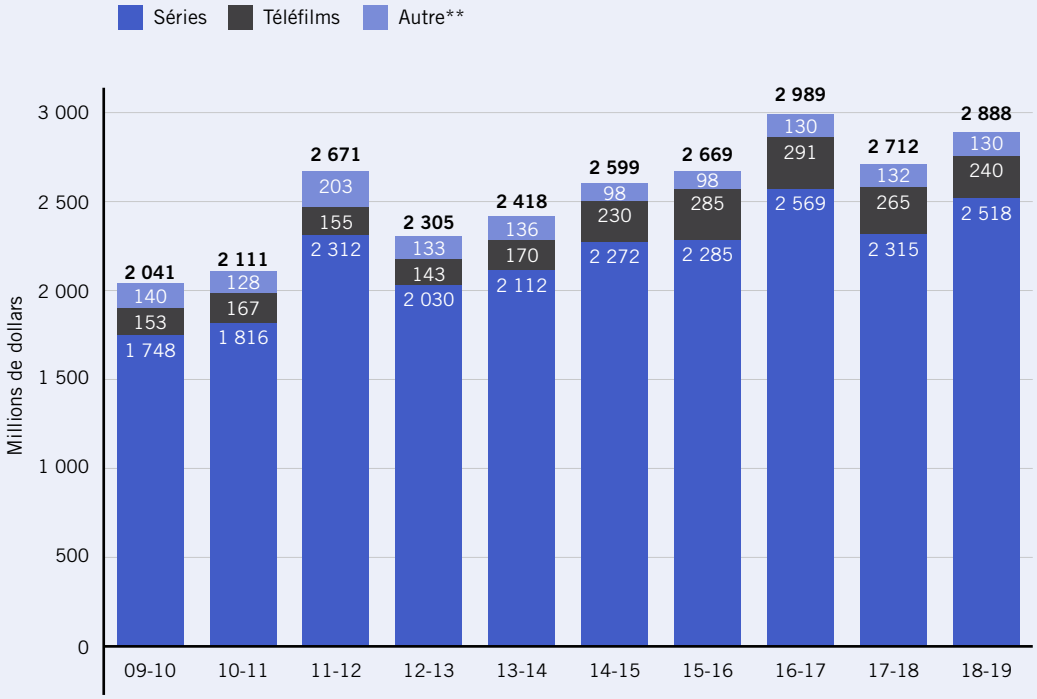
Non seulement les projets de séries télévisuelles ont-ils été plus importants sur le plan des dépenses (c. à d. du volume) en 2018-2019, mais exclusion faite du genre des variétés et des arts de la scène, les budgets horaires moyens ont été aussi plus élevés dans tous les genres et sur les deux marchés linguistiques (figure 3-9). Pour ce qui est des fictions de langue anglaise, le budget moyen est passé à 1 471 000 $ de l'heure (4,5 %). Du côté français, le budget moyen des fictions a augmenté de 10,7 %, pour atteindre 571 000 $ de l'heure. Les autres augmentations du budget moyen dignes de mention se trouvent dans la catégorie des émissions de mode de vie et d'intérêt général de langue anglaise, où une augmentation de 35,9 % a poussé le budget horaire moyen à un niveau record de 405 000 $. Sur le marché de langue française, le budget horaire moyen des émissions pour enfants et jeunes a augmenté de 34,1 % pour culminer à 330 000 $, un niveau record.

Comme les œuvres d'animation représentent une forte proportion de la production pour enfants et jeunes, il n'est pas étonnant que la hausse constatée dans ce genre ait été accompagnée par une croissance de la production d'œuvres d'animation télévisuelles. La production a augmenté de 20,2 % pour atteindre son sommet des 10 dernières années : 333 millions de dollars en 2018-2019 (figure 3-10).

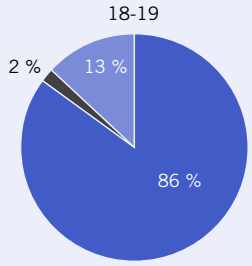
Le Fonds des médias du Canada demeure un acteur important du secteur de la télévision au Canada. Même si les contributions au Fonds provenant des entreprises de distribution de télédiffusion sont en déclin, le gouvernement fédéral s'est engagé à pallier le manque à gagner. Grâce à l'apport du gouvernement fédéral, le FMC a été en mesure d'accroître ses contributions aux projets du secteur de la télévision en 2018-2019 à 262 millions de dollars, renversant ainsi la tendance à la baisse des deux dernières années. Avec cet apport, le FMC a soutenu un volume global de production de 1,27 milliard de dollars (figure 3 - 13). En d'autres mots, le FMC a été un bailleur de fonds important pour plus de 40 % de toute la production télévisuelle canadienne en 2018-2019.

TYPE

Figure 3-1 Volume de production télévisuelle* selon le type



Part



Taux de croissance annuel moyen

Type	18-19	09-10 – 18-19
Séries	8,8 %	4,1 %
Téléfilms	(9,5 %)	5,1 %
Autre**	(1,8 %)	(0,8 %)
Moyenne : tous types confondus	**6,5 %**	**3,9 %**

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.
Note : 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.
* La production pour première exploitation en ligne comprend le contenu audiovisuel linéaire destiné principalement à une exploitation en ligne, mais qui est aussi offert sur des plateformes plus traditionnelles, comme des chaînes de télévision conventionnelle. Elle englobe aussi 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 et qu'elle devient exploitable commercialement, est diffusé exclusivement sur l'un des nombreux services en ligne reconnus par le BCPAC dans l'Avis public du BCPAC 2017-01. Selon les données publiées par le BCPAC pour 2018-2019, le volume global de la production audiovisuelle pour première exploitation en ligne s'est chiffré à 100 millions de dollars.
** Émissions uniques et émissions pilotes.

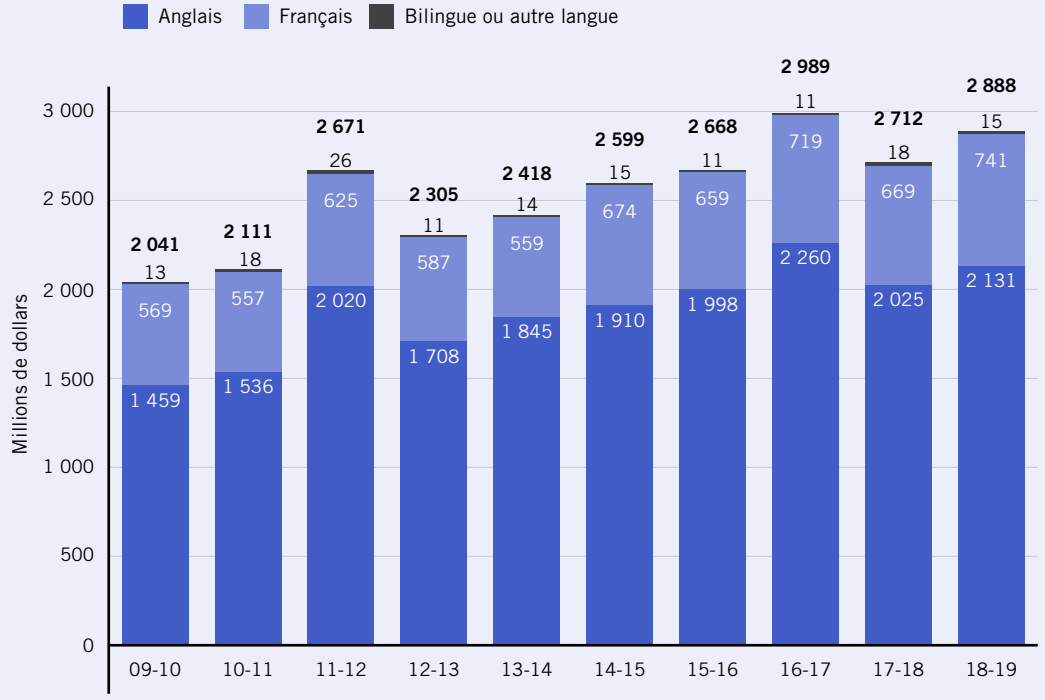
Figure 3-2 Nombre d'oeuvres télévisuelles selon le type

	09-10	10-11	11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	17-18	18-19
Séries	690	693	786	751	725	813	836	826	786	739
Téléfilms	109	116	103	102	127	151	170	154	129	118
Autre*	372	306	385	330	339	300	297	316	291	241
Total	**1 171**	**1 115**	**1 274**	**1 183**	**1 191**	**1 264**	**1 303**	**1 296**	**1 206**	**1 098**

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.
Note : Les données ci-dessus comprennent une estimation de la production d'émissions certifiées par le CRTC.
* Émissions uniques et émissions pilotes.

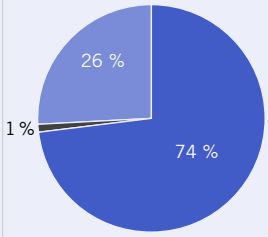
LANGUE

Figure 3-3 Volume de production télévisuelle selon la langue



Part

18-19



Taux de croissance annuel moyen

Langue	18-19	09-10 – 18-19
Anglais	5,2 %	4,3 %
Français	10,8 %	3,0 %
Bilingue ou autre langue	(14,8 %)	2,1 %
Moyenne : toutes langues confondues	**6,5 %**	**3,9 %**

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.
Note : 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.

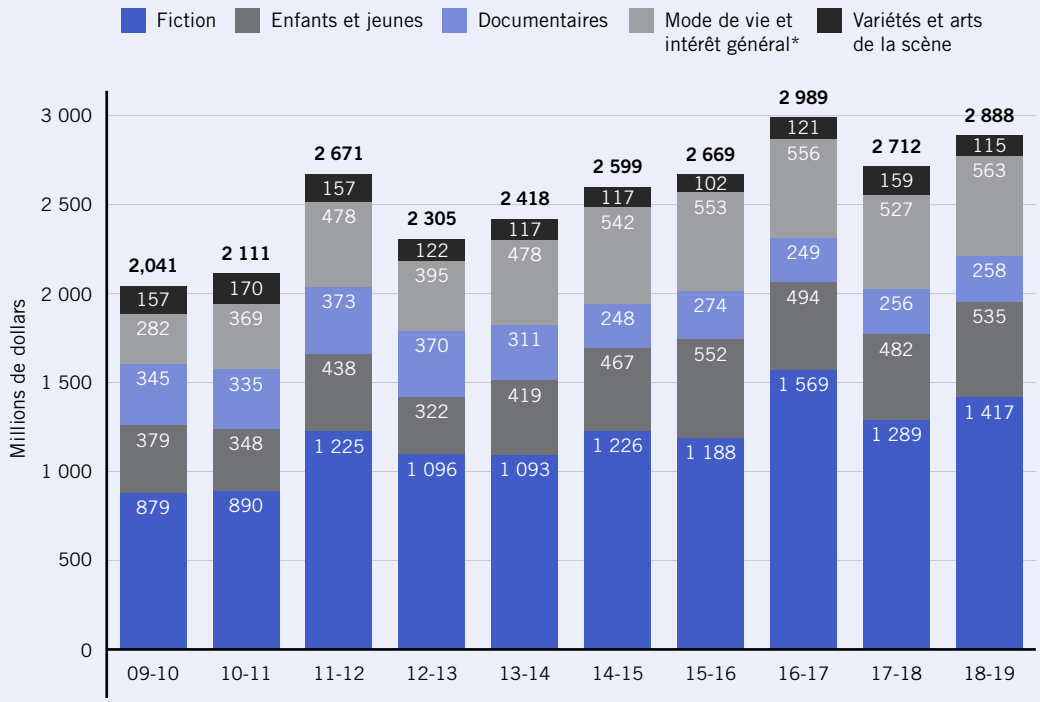
Figure 3-4 Volume de production télévisuelle selon la langue

	09-10	10-11	11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	17-18	18-19
Anglais	685	660	721	665	689	661	706	682	644	548
Français	469	440	535	499	485	587	583	605	550	537
Bilingue ou autre langue	17	15	18	19	17	15	15	9	12	13
Total	**1 171**	**1 115**	**1 274**	**1 183**	**1 191**	**1 263**	**1 304**	**1 296**	**1 206**	**1 098**

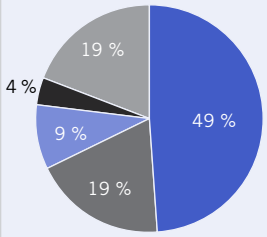
Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

GENRE

Figure 3-5 Volume de production télévisuelle selon le genre



Part
18-19

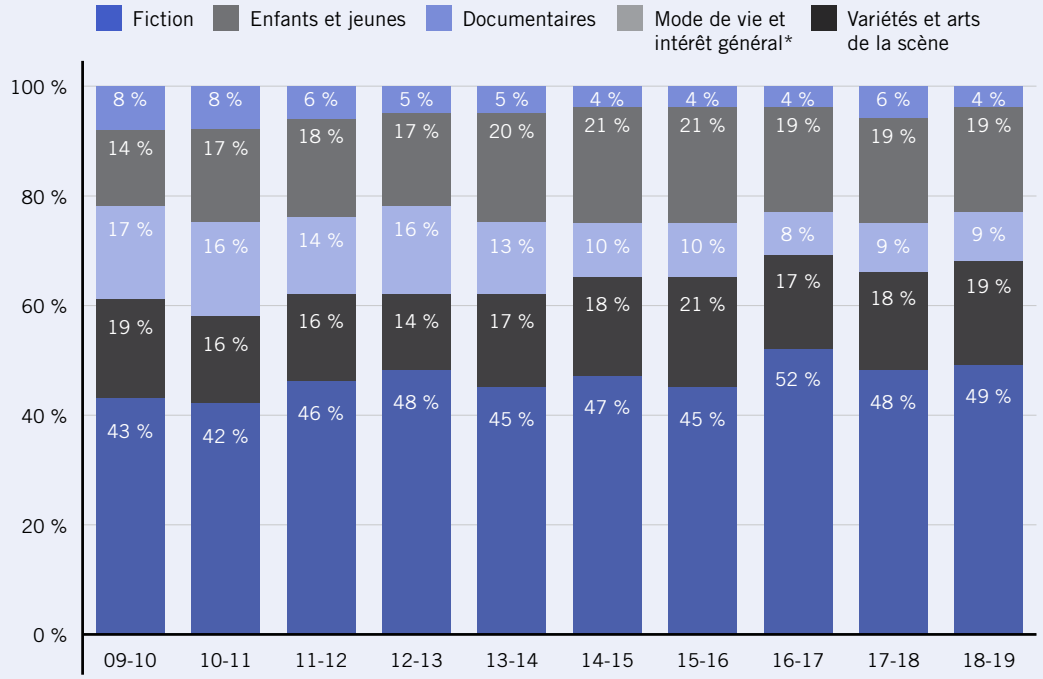


Taux de croissance annuel moyen

Genre	18-19	09-10 – 18-19
Fiction	10,0 %	5,5 %
Enfants et jeunes	10,9 %	3,9 %
Documentaires	1,1 %	(3,1 %)
Mode de vie et intérêt général*	6,9 %	8,0 %
Variétés et arts de la scène	(28,1 %)	(3,4 %)
Moyenne : tous genres confondus	**6,5 %**	**3,9 %**

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.
Note : 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.

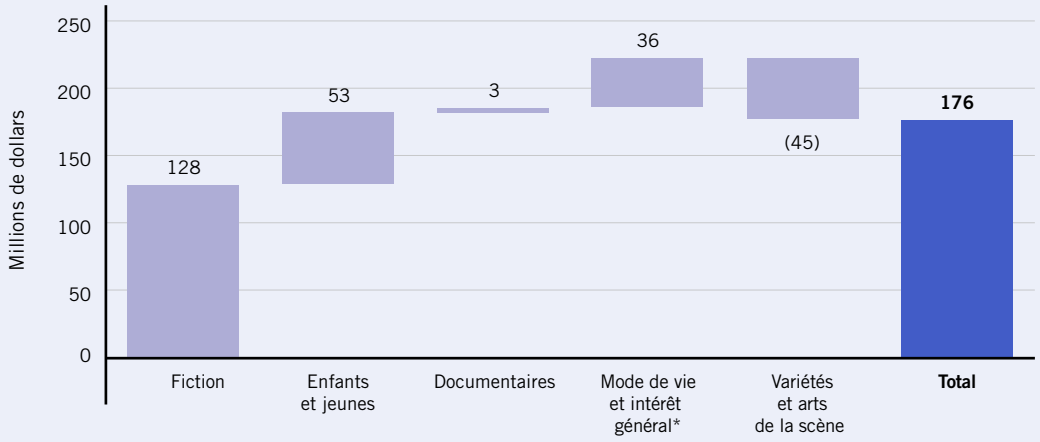
Figure 3-6 Volume de production télévisuelle selon le genre



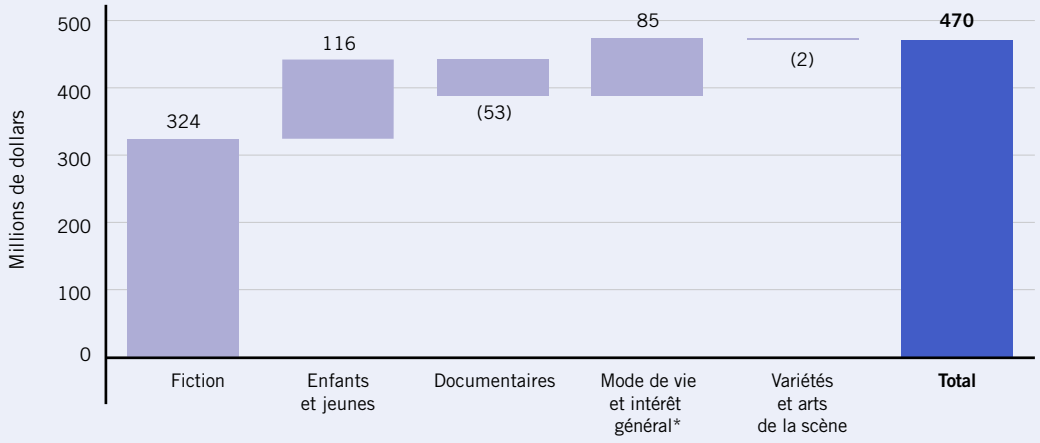
Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.
Note : Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis. Les données ci-dessus comprennent une estimation de la production d'émissions certifiées par le CRTC.
* Comprend les magazines et une faible proportion d'émissions auparavant considérées comme étant de nature pédagogique ou informative.

Figure 3-7 Incidence sur la croissance du volume de production, selon le genre

Un an (2017-2018 à 2018-2019)



Cinq ans (2013-2014 à 2018-2019)



Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.
Note : 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 production télévisuelle selon le genre et la langue

(Millions de dollars)	09-10	10-11	11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	17-18	18-19
Fiction										
Anglais	695	690	1 035	896	903	996	987	1 312	1 084	1 148
Français	183	198	190	195	184	223	200	256	196	264
Bilingue ou autre langue	1	1	1	5	6	7	1	2	8	5
Total	**879**	**890**	**1 225**	**1 096**	**1 093**	**1 226**	**1 188**	**1 569**	**1 289**	**1 417**
Enfants et jeunes										
Anglais	299	294	331	247	348	385	463	402	376	408
Français	76	52	97	74	65	78	84	90	104	125
Bilingue ou autre langue	4	2	10	2	6	5	5	2	1	2
Total	**379**	**348**	**438**	**322**	**419**	**467**	**552**	**494**	**482**	**535**
Documentaires										
Anglais	252	248	286	278	235	159	194	179	210	206
Français	90	85	84	89	73	85	79	67	43	51
Bilingue ou autre langue	2	1	4	3	3	3	1	2	3	1
Total	**345**	**335**	**373**	**370**	**311**	**248**	**274**	**249**	**256**	**258**
Mode de vie et intérêt général*										
Anglais	136	230	297	246	327	333	328	314	282	306
Français	146	130	174	149	151	209	224	242	244	254
Bilingue ou autre langue	0	9	7	0	0	0	1	0	1	3
Total	**282**	**369**	**478**	**395**	**478**	**542**	**553**	**556**	**527**	**563**
Variétés et arts de la scène										
Anglais	76	74	72	42	32	37	26	52	73	64
Français	75	91	80	81	85	79	73	64	81	47
Bilingue ou autre langue	6	5	4	0	0	0	3	5	5	4
Total	**157**	**170**	**157**	**122**	**117**	**117**	**102**	**121**	**159**	**115**

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.
Note : 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.

BUDGET

Figure 3-9 Budgets de production moyens selon le genre

Langue anglaise

Milliers de dollars/heure	09-10	10-11	11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	17-18	18-19
Fiction										
Moyen	1 323	1 232	1 700	1 304	1 220	1 240	1 298	1 470	1 408	1 471
Médian	1 367	1 207	1 470	1 308	1 150	1 231	1 269	1 478	1 488	1 495
Enfants et jeunes										
Moyen	788	863	854	711	867	855	1 073	1 292	1 055	1 146
Médian	653	500	583	512	656	764	817	741	526	859
Documentaires										
Moyen	410	347	367	321	312	307	333	356	344	385
Médian	263	286	277	292	249	253	260	322	301	300
Mode de vie et intérêt général*										
Moyen	n.d.	266	308	265	322	265	273	313	298	405
Médian	n.d.	288	305	277	286	223	232	246	224	277
Variétés et arts de la scène										
Moyen	367	529	556	386	461	363	424	648	694	651
Médian	262	231	360	197	267	248	258	383	523	425

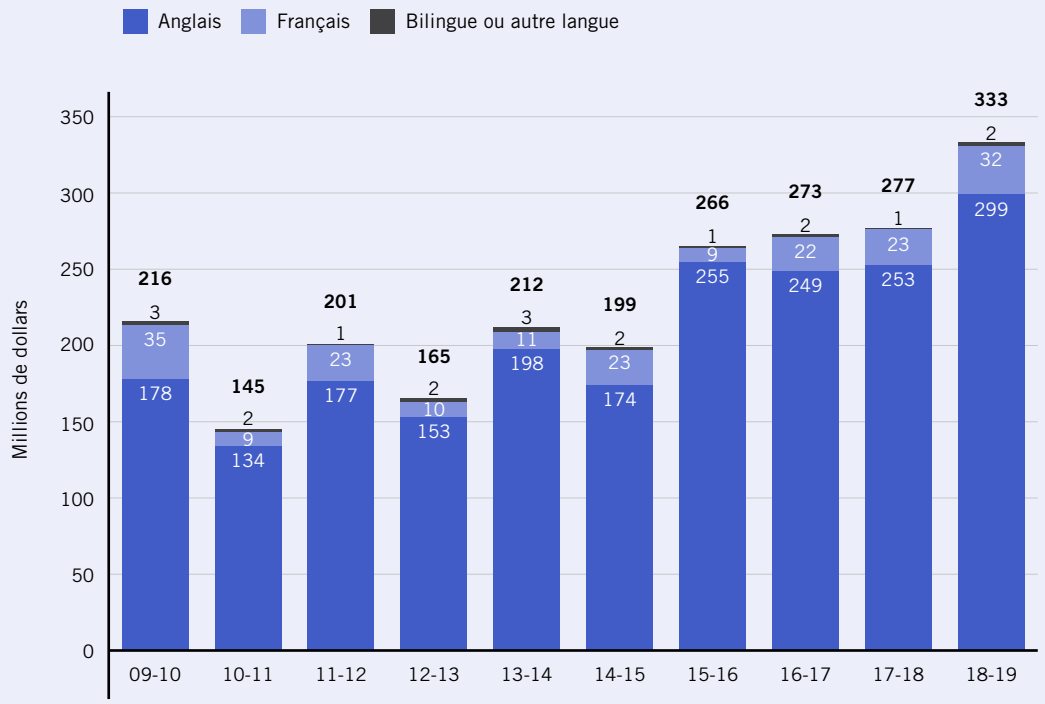
Langue française et autres langues

Milliers de dollars/heure	09-10	10-11	11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	17-18	18-19
Fiction										
Moyen	520	621	517	427	402	450	553	584	516	571
Médian	376	467	504	327	342	417	564	539	483	540
Enfants et jeunes										
Moyen	243	233	206	313	187	220	186	203	246	330
Médian	179	163	150	167	143	159	142	139	143	186
Documentaires										
Moyen	234	228	252	212	204	222	196	181	200	213
Médian	189	197	211	173	179	190	168	166	176	170
Mode de vie et intérêt général*										
Moyen	n.d.	n.d.	113	104	119	73	93	97	111	112
Médian	n.d.	n.d.	83	79	63	69	84	97	94	107
Variétés et arts de la scène										
Moyen	311	212	220	205	229	261	226	240	281	280
Médian	168	161	163	148	166	201	150	135	197	176

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.
À noter que les données ci-dessus ne comprennent pas d'estimation des émissions certifiées par le CRTC seulement, comme le font celles des autres figures. Étant donné le faible nombre de productions réalisées simultanément en anglais et en français ou dans une autre langue, les données de cette catégorie ont été combinées aux données de la production en langue française.
n.d. : Non disponible.
* 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'oeuvres d'animation télévisuelles selon la langue



Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.
Note : 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.

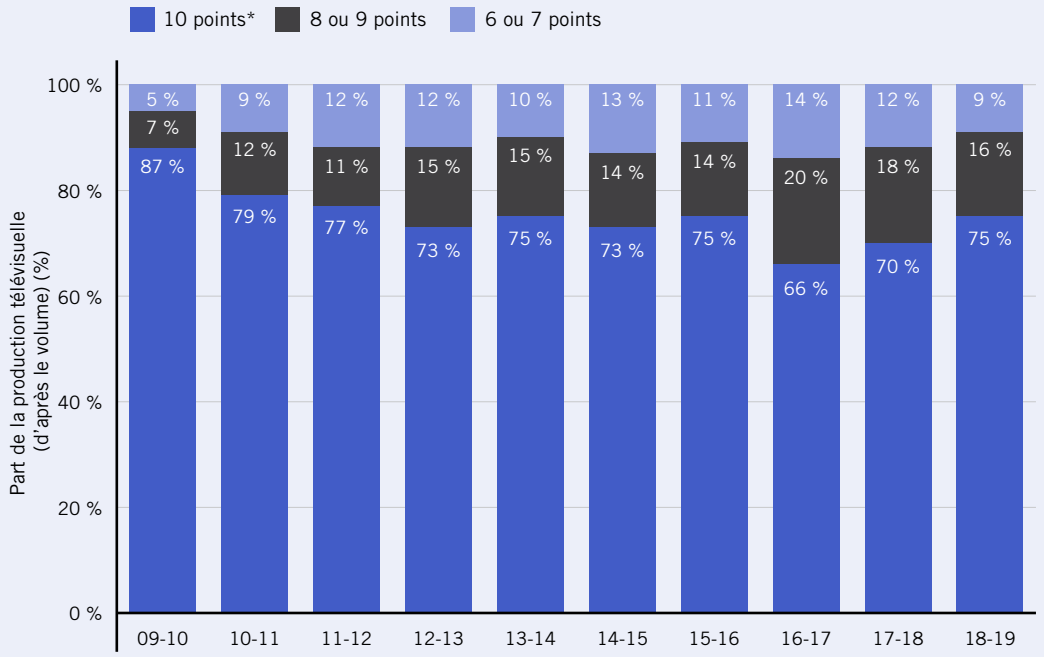
RÉPARTITION SELON LE CONTENU CANADIEN

Afin de 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 semblables pour attribuer des points aux œuvres en regard des fonctions clés de la création. 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 FMC[9]. 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 dix[10].

[9] Pour plus de renseignements sur le barème qu'emploie le BCPAC, se reporter aux Lignes directrices du CIPC.

[10] Un documentaire peut être certifié même s'il obtient moins de six points. Toutes les fonctions clés de création doivent cependant avoir été confiées à des Canadiens.

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



Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.
* Comprend toutes les productions (autres que les coproductions audiovisuelles régies par des traités) dont toutes les fonctions clés de création, selon les définitions du BCPAC, ont été confiées à des Canadiens, même si ces productions ne comportaient pas toutes les fonctions reconnues dans le barème. Par exemple, une émission de télévision n'ayant qu'un interprète principal peut obtenir un maximum de neuf points. Pour les besoins de la figure ci-dessus, on a transposé sur une échelle de 10 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. Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis.

RÉGION

Figure 3-12 Volume de production télévisuelle canadienne par province ou territoire

(Millions de dollars)	09-10	10-11	11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	17-18	18-19	Part 18-19
Ontario	944	993	1 299	1 056	1 094	1 216	1 263	1 346	1 257	1 352	47 %
Québec	678	711	772	701	664	774	762	892	725	831	29 %
Colombie-Britannique	196	231	367	387	417	426	429	513	441	482	17 %
Alberta	80	63	67	59	91	67	100	100	111	80	3 %
Nouvelle-Écosse	44	29	52	35	74	42	62	74	73	54	2 %
Manitoba	44	25	40	22	30	41	15	20	38	52	2 %
Terre-Neuve–et–Labrador	31	33	32	31	33	21	29	31	55	13	<1 %
Nouveau-Brunswick	13	8	15	7	9	7	2	5	6	10	<1 %
Saskatchewan	11	16	21	5	4	3	4	4	5	6	<1 %
Territoires*	2	1	1	2	3	3	3	6	3	7	<1 %
Île-du-Prince-Édouard	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0 %
Total	**2 041**	**2 111**	**2 671**	**2 305**	**2 418**	**2 599**	**2 669**	**2 989**	**2 712**	**2 888**	**100 %**

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.
* Yukon, Nunavut et Territoires du Nord-Ouest.
Note : 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 2019*. 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. 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.

FONDS DES MÉDIAS DU CANADA

Le Fonds des médias du Canada (FMC) est issu d'un partenariat entre 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 favorise, promeut, développe et finance la production de contenus canadiens et d'applications pertinentes pour toutes les plateformes audiovisuelles.

Le Fonds administre un budget d'ensemble supérieur à 350 millions de dollars couvrant deux volets voués au contenu sur écran : le Volet convergent et le Volet expérimental. Le premier volet soutient des projets combinant du contenu télévisuel à un contenu ou à des applications destinés à au moins une autre plateforme numérique. Le second subventionne la création de contenu pour médias numériques et de logiciels d'application interactifs novateurs. La présente section donne un aperçu de la production de contenu sur écran soutenue par le Volet convergent du FMC.

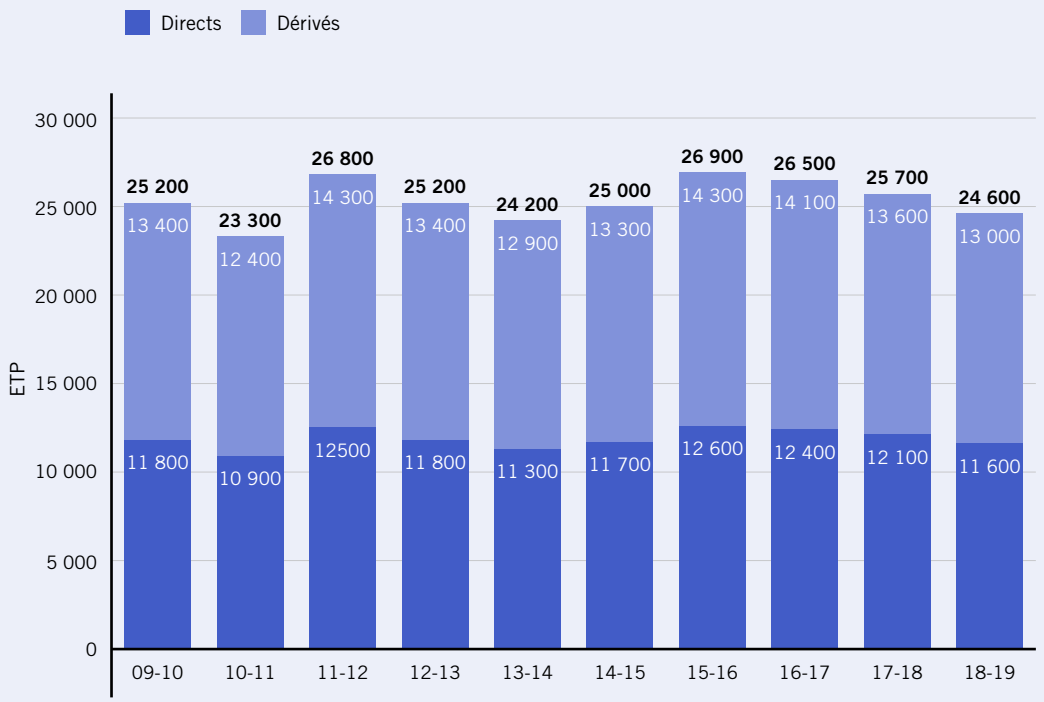
En 2018-2019, le financement consenti par le FMC s'est établi à 262 millions de dollars. Il a contribué à la production d'œuvres télévisuelles d'une valeur globale de 1,27 milliard de dollars[11] et soutenu 24 600 emplois équivalents temps plein (ETP). Même si la valeur totale du financement du FMC a augmenté de 2 millions de dollars en 2018-2019, le FMC doit depuis plusieurs années composer avec des pressions à la baisse sur ses revenus en raison de la contraction des revenus du secteur canadien des EDR. De 2009-2010 à 2018-2019, la valeur totale du financement du FMC a reculé de 14,7 %, passant de 307 millions de dollars à 262 millions de dollars. Malgré tout, le levier financier exercé par les contributions du FMC a augmenté au cours des dernières années. En 2018-2019, pour chaque dollar versé par le FMC afin d'aider des projets, ceux-ci ont attiré un financement additionnel de 3,84 $. Ce résultat est tout juste inférieur au sommet de 3,92 $ des 10 dernières années atteint en 2017-2018.

Figure 3-13 Volume de production télévisuelle canadienne soutenue par le FMC

Source : FMC.
* Comprend les apports de maisons de production, de télédiffuseurs, d'autres organismes gouvernementaux et de distributeurs.

[11] D'après les calculs du Fonds des médias du Canada. Les statistiques de financement et de production portent seulement sur la composante télévisuelle des projets ayant reçu un soutien financier dans le cadre du Volet convergent.

Figure 3-14 Emplois ETP attribuables à la production soutenue par le FMC



Source : Estimations fondées sur les données du FMC, de Statistique Canada et du Conference Board du Canada.
Note : Se reporter aux *Remarques méthodologiques* pour une description de la méthode d'estimation des emplois.

Figure 3-15 Heures de programmation soutenue par le FMC selon le genre

	09-10	10-11	11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	17-18	18-19
Documentaires	821	715	828	828	886	925	1 041	1 045	831	959
Enfants et jeunes	639	695	812	785	712	799	763	688	697	516
Dramatiques (fiction)	610	659	613	671	661	700	757	728	724	727
Variétés et arts de la scène	352	422	549	404	321	354	398	418	452	393
Total	**2 422**	**2 491**	**2 801**	**2 688**	**2 580**	**2 778**	**2 959**	**2 878**	**2 704**	**2 595**

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

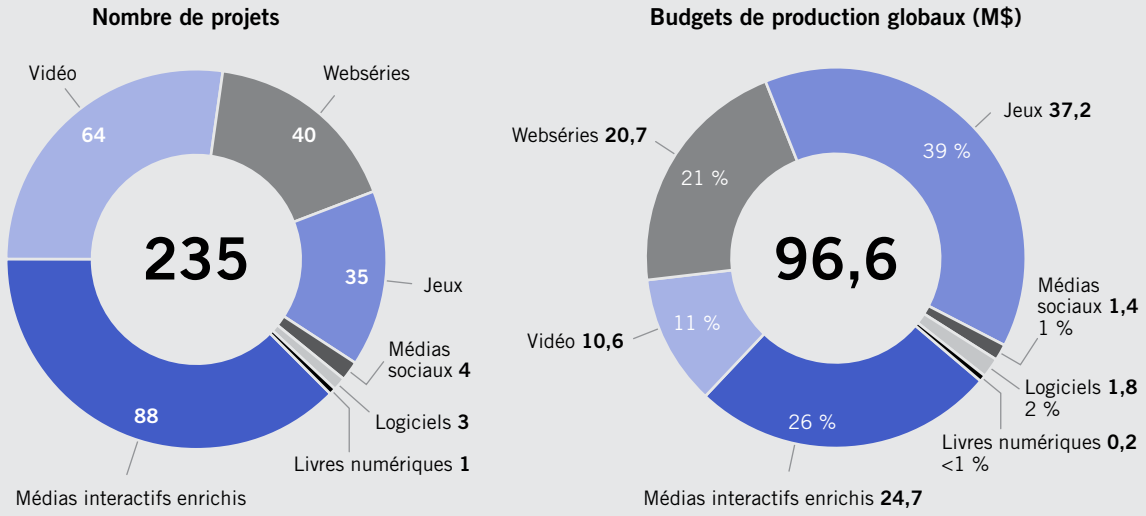
Figure 3-16 Participation du FMC au financement de la production télévisuelle selon le genre

	09-10	10-11	11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	17-18	18-19
(Millions de dollars)										
Documentaires	61	56	64	58	57	59	65	69	58	64
Enfants et jeunes	55	54	57	56	56	56	54	39	37	33
Dramatiques (fiction)	178	160	159	166	152	158	153	151	151	153
Variétés et arts de la scène	13	13	23	18	16	13	13	19	15	13
Total	**307**	**282**	**303**	**300**	**282**	**286**	**286**	**278**	**260**	**262**
Part du financement										
Documentaires	20 %	20 %	21 %	19 %	20 %	21 %	23 %	25 %	22 %	24 %
Enfants et jeunes	18 %	19 %	19 %	19 %	20 %	20 %	19 %	14 %	14 %	13 %
Dramatiques (fiction)	58 %	57 %	53 %	55 %	54 %	55 %	53 %	54 %	58 %	58 %
Variétés et arts de la scène	4 %	5 %	8 %	6 %	6 %	5 %	5 %	7 %	6 %	5 %
Total	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**99 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**

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

Encadré 3 Production pour médias numériques financée par le FMC

Le FMC compte deux volets de financement pour la production numérique : le Volet convergent et le Volet expérimental. Le Volet convergent soutient des projets conjuguant un contenu télévisuel à un contenu ou à des applications destinés à au moins une autre plateforme numérique. Le Volet expérimental subventionne la création de contenu pour médias numériques et de logiciels d'application interactifs à la fine pointe de l'innovation. En 2018-2019, les deux volets du FMC ont versé 53,4 millions de dollars à 235 projets de production pour médias numériques convergents. Le budget global de ces projets s'élevait à 96,6 millions de dollars.



Source : FMC

FINANCEMENT

Figure 3-17 Financement de la production télévisuelle canadienne

	14-15		15-16		16-17		17-18		18-19	
Production télévisuelle canadienne	Millions de dollars	%	Millions de dollars	%	Millions de dollars	%	Millions de dollars	%	Millions de dollars	%
Droits de diffusion des télédiffuseurs privés	513	20 %	524	20 %	457	15 %	365	13 %	375	13 %
Droits de diffusion des télédiffuseurs publics	235	9 %	243	9 %	318	11 %	355	13 %	381	13 %
Crédit d'impôt fédéral[1]	272	10 %	281	11 %	315	11 %	289	11 %	299	10 %
Crédits d'impôt provinciaux[1]	493	19 %	483	18 %	526	18 %	489	18 %	516	18 %
Distributeurs canadiens[2]	316	12 %	315	12 %	466	16 %	315	12 %	394	14 %
Financement de provenance étrangère[3]	269	10 %	317	12 %	373	12 %	434	16 %	354	12 %
Fonds des médias du Canada[4]	286	11 %	286	11 %	278	9 %	260	10 %	262	9 %
Autre financement public[5]	38	1 %	59	2 %	106	4 %	87	3 %	154	5 %
Autre financement privé[6]	177	7 %	162	6 %	151	5 %	119	4 %	154	5 %
Total	**2 599**	**100 %**	**2 669**	**100 %**	**2 989**	**100 %**	**2 712**	**100 %**	**2 888**	**100 %**

	14-15		15-16		16-17		17-18		18-19	
Production télévisuelle en langue anglaise	Millions de dollars	%	Millions de dollars	%	Millions de dollars	%	Millions de dollars	%	Millions de dollars	%
Droits de diffusion des télédiffuseurs privés	456	17 %	327	16 %	276	12 %	213	11 %	212	10 %
Droits de diffusion des télédiffuseurs publics	124	5 %	108	5 %	159	7 %	172	9 %	184	9 %
Crédit d'impôt fédéral[1]	176	10 %	204	10 %	233	10 %	210	10 %	214	10 %
Crédits d'impôt provinciaux[1]	329	20 %	378	19 %	409	18 %	384	19 %	400	19 %
Distributeurs canadiens[2]	244	16 %	308	15 %	457	20 %	308	15 %	385	18 %
Financement de provenance étrangère[3]	187	14 %	311	16 %	367	16 %	424	21 %	344	16 %
Fonds des médias du Canada[4]	183	10 %	185	9 %	176	8 %	168	8 %	168	8 %
Autre financement public[5]	3	1 %	50	3 %	72	3 %	79	4 %	124	6 %
Autre financement privé[6]	142	7 %	127	6 %	110	5 %	67	3 %	100	5 %
Total	**1 845**	**100 %**	**1 998**	**100 %**	**2 260**	**100 %**	**2 025**	**100 %**	**2 131**	**100 %**

	14-15		15-16		16-17		17-18		18-19	
Production télévisuelle en langue française	Millions de dollars	%	Millions de dollars	%	Millions de dollars	%	Millions de dollars	%	Millions de dollars	%
Droits de diffusion des télédiffuseurs privés	132	24 %	196	30 %	182	25 %	150	22 %	161	22 %
Droits de diffusion des télédiffuseurs publics	125	22 %	137	21 %	160	22 %	181	27 %	196	27 %
Crédit d'impôt fédéral[1]	61	11 %	75	11 %	81	11 %	77	12 %	83	11 %
Crédits d'impôt provinciaux[1]	91	16 %	102	15 %	115	16 %	102	15 %	113	15 %
Distributeurs canadiens[2]	2	<1 %	3	<1 %	4	1 %	5	1 %	6	1 %
Financement de provenance étrangère[3]	1	<1 %	2	<1 %	2	<1 %	6	1 %	7	1 %
Fonds des médias du Canada[4]	92	16 %	93	14 %	93	13 %	83	12 %	83	11 %
Autre financement public[5]	11	2 %	16	2 %	42	6 %	14	2 %	39	5 %
Autre financement privé[6]	44	8 %	35	5 %	40	6 %	51	8 %	53	7 %
Total	**559**	**100 %**	**659**	**100 %**	**719**	**100 %**	**669**	**100 %**	**741**	**100 %**

Sources : Estimations fondées sur les données du BCPAC et du FMC.
Note : 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 la tranche de leurs dépenses de main-d'œuvre admissibles et, dans la majorité des cas, ils investissent directement ces sommes dans les projets qu'ils mènent pour en compléter le financement.

[2] Le financement versé par les distributeurs canadiens comprend les garanties minimales et les avances consenties aux projets d'émissions de télévision et aux longs métrages destinés aux salles en contrepartie de droits de mise en marché, de licence et de présentation en salles de productions audiovisuelles au Canada, dans des territoires invendus au Canada ou sur des plateformes de distribution mondiale.

[3] Le financement étranger 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 établis à l'étranger.

[4] Seuls les émissions de fiction, pour enfants et jeunes, les documentaires et les émissions de variétés et vouées aux arts de la scène sont admissibles au financement par le FMC.

[5] Financement provenant d'administrations publiques provinciales et de 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.

[6] 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 selon le genre, 2018-2019

Toutes langues confondues	Fiction	Enfants et jeunes	Documentaire	Mode de vie et intérêt général[1]	Variétés et arts de la scène	Tous les genres
Montant (en millions de dollars)						
Droits de diffusion des télédiffuseurs privés	74	41	31	205	23	375
Droits de diffusion des télédiffuseurs publics	184	46	23	94	34	381
Crédit d'impôt fédéral[2]	144	54	25	63	12	299
Crédits d'impôt provinciaux[2]	244	127	42	86	16	516
Distributeurs canadiens[3]	246	90	26	29	1	394
Financement de provenance étrangère[4]	220	84	32	16	1	354
Fonds des médias du Canada[5]	153	33	64	0	13	262
Autre financement public[6]	107	13	2	29	9	154
Autre financement privé[7]	45	47	14	42	4	154
Total	**1 417**	**535**	**258**	**563**	**115**	**2 888**
Part du financement total						
Droits de diffusion des télédiffuseurs privés	5 %	8 %	12 %	36 %	20 %	13 %
Droits de diffusion des télédiffuseurs publics	13 %	9 %	9 %	17 %	30 %	13 %
Crédit d'impôt fédéral[2]	10 %	10 %	10 %	11 %	11 %	10 %
Crédits d'impôt provinciaux[2]	17 %	24 %	16 %	15 %	14 %	18 %
Distributeurs canadiens[3]	17 %	17 %	10 %	5 %	1 %	14 %
Financement de provenance étrangère[4]	16 %	16 %	12 %	3 %	1 %	12 %
Fonds des médias du Canada[5]	11 %	6 %	25 %	0 %	11 %	9 %
Autre financement public[6]	8 %	2 %	1 %	5 %	8 %	5 %
Autre financement privé[7]	3 %	9 %	5 %	7 %	4 %	5 %
Total	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**

Production de langue anglaise	Fiction	Enfants et jeunes	Documentaire	Mode de vie et intérêt général[1]	Variétés et arts de la scène	Tous les genres
Montant (en millions de dollars)						
Droits de diffusion des télédiffuseurs privés	43	25	22	110	10	212
Droits de diffusion des télédiffuseurs publics	104	16	14	29	21	184
Crédit d'impôt fédéral[2]	115	41	21	31	6	214
Crédits d'impôt provinciaux[2]	202	103	35	53	7	400
Distributeurs canadiens[3]	241	88	26	28	<1	385
Financement de provenance étrangère[4]	218	78	32	15	1	344
Fonds des médias du Canada[5]	103	18	40	0	7	168
Autre financement public[6]	89	1	2	24	8	124
Autre financement privé[7]	32	37	14	15	2	100
Total	**1 148**	**408**	**206**	**306**	**64**	**2 131**
Part du financement total						
Droits de diffusion des télédiffuseurs privés	4 %	6 %	11 %	36 %	16 %	10 %
Droits de diffusion des télédiffuseurs publics	9 %	4 %	7 %	10 %	33 %	9 %
Crédit d'impôt fédéral[2]	10 %	10 %	10 %	10 %	10 %	10 %
Crédits d'impôt provinciaux[2]	18 %	25 %	17 %	17 %	12 %	19 %
Distributeurs canadiens[3]	21 %	22 %	13 %	9 %	<1 %	18 %
Financement de provenance étrangère[4]	19 %	19 %	15 %	5 %	2 %	16 %
Fonds des médias du Canada[5]	9 %	4 %	19 %	0 %	11 %	8 %
Autre financement public[6]	8 %	<1 %	1 %	8 %	13 %	6 %
Autre financement privé[7]	3 %	9 %	7 %	5 %	3 %	5 %
Total	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**

(Suite à la page suivante)

Figure 3-18 Financement de la production télévisuelle canadienne selon le genre, 2018-2019 *(suite)*

Production de langue français	Fiction	Enfants et jeunes	Documentaire	Mode de vie et intérêt général[1]	Variétés et arts de la scène	Tous les genres
Montant (en millions de dollars)						
Droits de diffusion des télédiffuseurs privés	31	15	10	92	12	161
Droits de diffusion des télédiffuseurs publics	81	30	9	64	12	196
Crédit d'impôt fédéral[2]	29	13	6	30	5	83
Crédits d'impôt provinciaux[2]	41	23	9	32	8	113
Distributeurs canadiens[3]	3	2	<1	1	<1	6
Financement de provenance étrangère[4]	0	6	1	<1	0	7
Fonds des médias du Canada[5]	49	13	16	0	6	83
Autre financement public[6]	19	13	1	6	1	41
Autre financement privé[7]	13	10	1	27	2	53
Total	**264**	**125**	**51**	**252**	**47**	**741**
Part du financement total						
Droits de diffusion des télédiffuseurs privés	12 %	12 %	19 %	36 %	25 %	22 %
Droits de diffusion des télédiffuseurs publics	31 %	24 %	17 %	25 %	26 %	27 %
Crédit d'impôt fédéral[2]	11 %	11 %	11 %	12 %	12 %	11 %
Crédits d'impôt provinciaux[2]	15 %	19 %	16 %	13 %	17 %	15 %
Distributeurs canadiens[3]	1 %	1 %	1 %	<1 %	1 %	1 %
Financement de provenance étrangère[4]	0 %	5 %	2 %	<1 %	0 %	<1 %
Fonds des médias du Canada[5]	19 %	10 %	31 %	0 %	13 %	11 %
Autre financement public[6]	7 %	10 %	2 %	2 %	2 %	5 %
Autre financement privé[7]	5 %	8 %	2 %	11 %	4 %	7 %
Total	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**

Sources : Estimations fondées sur les données du BCPAC et du FMC.
Note : 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 la tranche de leurs dépenses de main-d'œuvre admissibles et, dans la majorité des cas, ils investissent directement ces sommes dans les projets qu'ils mènent pour en compléter le financement.

[3] Le financement versé par les distributeurs canadiens comprend les garanties minimales et les avances consenties aux projets d'émissions de télévision et aux longs métrages destinés aux salles en contrepartie de droits de mise en marché, de licence et de présentation en salles de productions audiovisuelles au Canada, dans des territoires invendus au Canada ou sur des plateformes de distribution mondiale.

[4] Le financement étranger 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 établis à l'étranger.

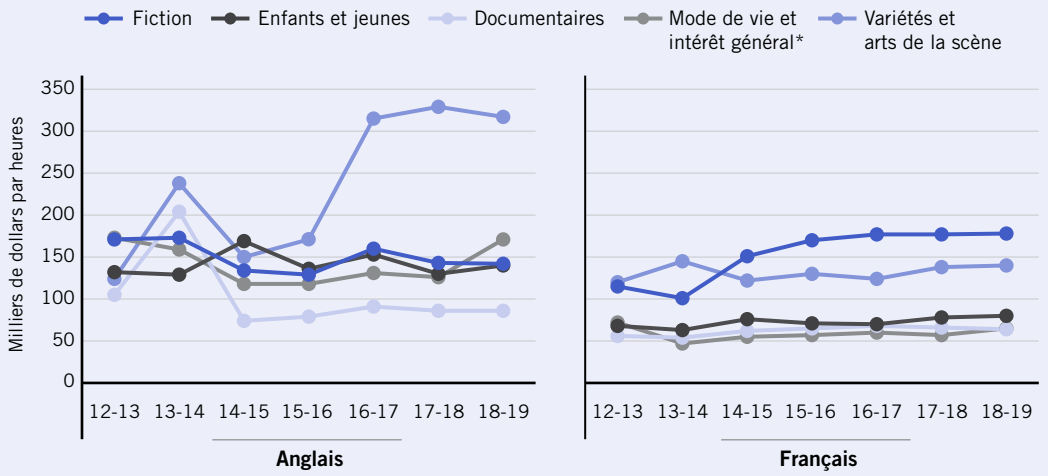
[5] Seuls les émissions de fiction, pour enfants et jeunes, les documentaires et les émissions de variétés et vouées aux arts de la scène sont admissibles au financement par le FMC.

[6] Financement provenant d'administrations publiques provinciales et de 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.

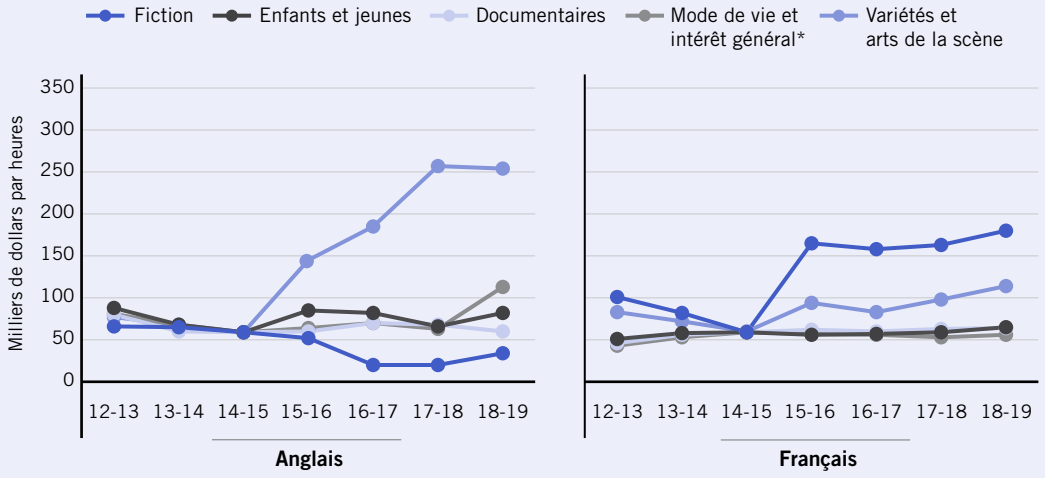
[7] Financement provenant de maisons de production (à l'exclusion des crédits d'impôt obtenus), de fonds de production indépendants, de télédiffuseurs fournissant une participation au capital et d'autres bailleurs de fonds canadiens du secteur privé.

Figure 3-19 Droits de diffusion horaires moyens et médians versés par les télédiffuseurs canadiens pour de la programmation canadienne

Moyen



Médian



	Fiction				Enfants et jeunes				Documentaires				Mode de vie et intérêt général*				Variétés et arts de la scène			
	Moyen		Médian		Moyen		Médian		Moyen		Médian		Moyen		Médian		Moyen		Médian	
	Angl	Fr	Angl	Fr	Angl	Fr	Angl	Fr	Angl	Fr	Angl	Fr	Angl	Fr	Angl	Fr	Angl	Fr	Angl	Fr
12-13	171	115	66	101	132	68	88	51	105	56	80	46	173	72	81	43	124	120	77	83
13-14	173	101	65	82	129	63	68	58	204	54	60	56	159	47	67	53	238	145	68	72
14-15	134	151	59	59	169	76	59	59	74	62	59	59	118	55	59	59	150	122	59	60
15-16	129	170	52	165	136	71	85	56	79	65	60	62	118	57	64	57	171	130	145	94
16-17	160	177	20	158	153	70	82	57	91	68	70	60	131	60	70	56	315	124	185	83
17-18	143	177	20	163	130	78	66	59	86	66	68	63	126	57	63	53	329	138	257	98
18-19	142	178	34	180	140	80	82	65	86	64	60	64	171	65	113	56	317	140	254	114

Sources : Estimations fondées sur les données du BCPAC portant sur un échantillon de projets.
Note : Les statistiques sur les droits de diffusion moyens et médians reflètent exclusivement les projets certifiés par le BCPAC pour lesquels des droits de diffusion ont été reçus. Les statistiques présentées n'ont pas été modifiées pour tenir compte des émissions de télévision qui ont uniquement reçu la certification du CRTC.
* Comprend les magazines et une faible proportion d'émissions auparavant considérées comme étant de nature pédagogique ou informative.

4. La production cinématographique canadienne

La production cinématographique canadienne se compose principalement de longs métrages d'abord destinés aux salles de cinéma[12]. Les productions *Menteur*, *The Grizzlies* et *Antigone* figurent au nombre des œuvres qui se sont distinguées récemment.

Faits saillants de 2018-2019

- La production cinématographique canadienne a augmenté de 24,8 % pour atteindre 337 millions de dollars
- Les producteurs canadiens ont produit 119 longs métrages destinés aux salles, une hausse par rapport aux 112 produits en 2017-2018.
- La production cinématographique de langue anglaise a augmenté de 13,4 % et est passée à 224 millions de dollars.
- La production cinématographique de langue française a augmenté de 39,4 % pour atteindre 102 millions de dollars.
- La production cinématographique en langue autre que l'anglais ou le français a atteint 11 millions de dollars, son sommet des dix dernières années.
- Le budget moyen des longs métrages canadiens est en hausse et se chiffre à 3 millions de dollars.
- Le budget moyen des longs métrages destinés aux salles en langue française a grimpé à 3,6 millions de dollars.
- Le volume total de longs métrages de fiction destinés aux salles a augmenté de 35,2 % et s'établit à 277 millions de dollars.
- Le nombre de longs métrages de fiction destinés aux salles est passé de 76 à 94.
- Le financement étranger de la production cinématographique canadienne destinée aux salles a augmenté, passant de 28 millions de dollars à 57 millions de dollars, soit 17 % du financement total.

- La proportion de longs métrages dotés d'un budget de plus de 10 millions de dollars a diminué de 5 %.
- Le budget moyen des longs métrages de fiction en langue anglaise a reculé à 2,8 millions de dollars.

[12] Dans le contexte du présent rapport, « long métrage » s'entend de tout film d'une durée minimale de 75 minutes.

Après un creux à 270 millions de dollars en 2017-2018, la production globale de longs métrages de fiction destinés aux salles a rebondi de 24,8 % à 337 millions de dollars en 2018-2019 (figure 4-1). À 337 millions de dollars, la production globale en 2018-2019 a été tout juste supérieure à la moyenne annuelle de 330 millions de dollars des 10 dernières années, mais inférieure aux 379 millions et 378 millions de dollars comptabilisés en 2012-2013 et 2014-2015, respectivement. Le rebond de 67 millions de dollars de la production en 2018-2019 s'explique par des gains sur les trois marchés linguistiques.

Sur le marché de langue française, la production de longs métrages à gros budget explique 39,4 % de l'augmentation du volume global de production, chiffré à 102 millions de dollars (figure 4-1). Le budget moyen des longs métrages canadiens de langue française est passé de 2,1 millions de dollars à 3,6 millions de dollars en 2018-2019 (figure 4-4). En fait, le budget moyen des longs métrages de langue française a dépassé celui des projets de langue anglaise (2,8 millions de dollars), une augmentation attribuable à un petit nombre de longs métrages dotés d'un budget très généreux en 2018-2019, ce qui a contribué à hausser la moyenne. L'effet de cette poignée de projets à gros budget a été amplifié par la baisse effective du nombre total de longs métrages de langue française (et dans les deux langues simultanément ou en d'autres langues), qui est passé à 33 en 2018-2019, son plus bas niveau des 10 dernières années (figure 4-2).

Inversement, sur le marché de langue anglaise, le nombre de longs métrages produits a augmenté en 2018-2019, ce qui a gonflé la production globale (figure 4-2). Même si le budget moyen est passé de 3 millions de dollars à 2,8 millions de dollars, l'augmentation du nombre de longs métrages (de 72 à 86) a eu pour effet d'accroître la production globale de longs métrages de fiction en langue anglaise de 13,7 % à 224 millions de dollars (figure 4-1).

Par ailleurs, la production globale de films bilingues ou en d'autres langues, qui était moins d'un million de dollars en 2017-2018, a atteint 11 millions de dollars en 2018-2019, soit la plus forte production des 10 dernières années dans cette catégorie (figure 4-1). Les statistiques limitées sur le nombre de projets réalisés sur ce marché linguistique empêchent toutefois tout complément d'analyse susceptible d'expliquer si ce bond de la production est attribuable à plusieurs projets ou uniquement à un petit nombre de projets disposant d'un budget plus important.

Le financement public a continué de jouer un rôle important dans la production de longs métrages destinés aux salles en 2018-2019. En tout, les sources publiques de financement, notamment Téléfilm Canada, les gouvernements provinciaux et les crédits d'impôt fédéral et provinciaux ont représenté 61 % du financement de la production cinématographique canadienne en 2018-2019 (figure 4-7). Ce pourcentage est le même qu'en 2017-2018 et est légèrement supérieur à la moyenne annuelle pondérée sur 5 ans de 59 % observée de 2014-2015 à 2018-2019.

Téléfilm Canada

Téléfilm Canada est une société d'État créée en 1967 par le Gouvernement du Canada canadien pour soutenir financièrement la production de films canadiens. La mission de Téléfilm Canada est de favoriser et de promouvoir le développement de l'industrie audiovisuelle au Canada. 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 au succès commercial, culturel et industriel du secteur.

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.

L'aide financière apportée au secteur de la production audiovisuelle par Téléfilm Canada en 2018-2019 s'est chiffrée à 108,7 millions de dollars[13]. Ce montant comprend 83,9 millions de dollars en soutien au développement du continuum de la production audiovisuelle, incluant notamment les programmes d'aide voués à la production, au développement, au long métrage documentaire, et 24,8 millions de dollars au soutien promotionnel[14].

Même si Téléfilm Canada et les autres sources publiques de financement assurent une base solide à la production cinématographique canadienne, ce sont les fonds tirés des préventes (en l'occurrence le financement venant des distributeurs canadiens et de sources étrangères) qui engendrent habituellement les fluctuations annuelles du volume de

[13] Téléfilm Canada (2019), *Voir plus grand, nouveaux horizons : rapport annuel 2018-2019*, p. 9.

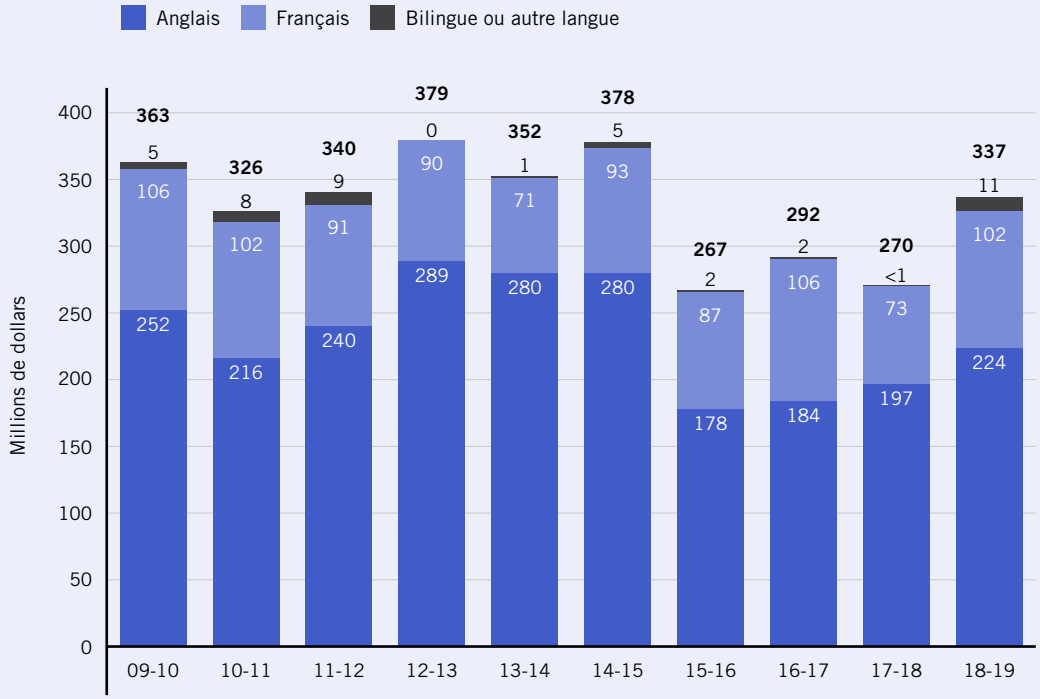
[14] Téléfilm Canada (2019), p. 9.

la production de longs métrages destinés aux salles. En 2018-2019, le financement provenant de distributeurs canadiens a chuté de 7 millions de dollars ou 20,9 % (figure 4-7). Le financement étranger, en revanche, s'est redressé pour une deuxième année consécutive, doublant pratiquement de 28 millions de dollars à 57 millions de dollars.

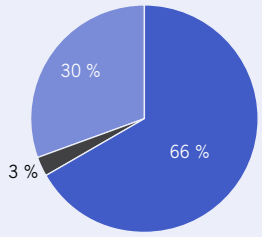
Dans une perspective historique, les mouvements à la hausse ou à la baisse du financement étranger de la production canadienne de longs métrages de fiction se produisent presque exclusivement sur le marché de langue anglaise. En 2018-2019, toutefois, le financement étranger s'est accru sur les deux marchés linguistiques. Le marché de langue anglaise a généré légèrement plus que la moitié de la croissance globale du financement étranger en 2018-2019, croissance qui a atteint sur ce marché 16 millions de dollars ou 56 % (figure 4-7). Le marché de langue française a fourni le reste de la croissance globale du financement étranger des longs métrages destinés aux salles au Canada. Sur ce marché, le financement étranger est passé de moins de 1 million de dollars en 2017-2018 à 13 millions de dollars en 2018-2019.

LANGUE

Figure 4-1 Volume de production cinématographique selon la langue



Part
18-19



Taux de croissance annuel moyen

Langue	18-19	09-10 – 18-19
Anglais	13,4 %	(1,3 %)
Français	39,4 %	(0,5 %)
Bilingue ou autre langue	55,5 x*	9,8 %
Moyenne : toutes langues confondues	**24,5 %**	**(0,8 %)**

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.
Note : Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis.
* De 2017-2018 à 2018-2019, le volume de la production bilingue et dans d'autres langues a augmenté, passant de 200 000 dollars à 11,2 millions de dollars.

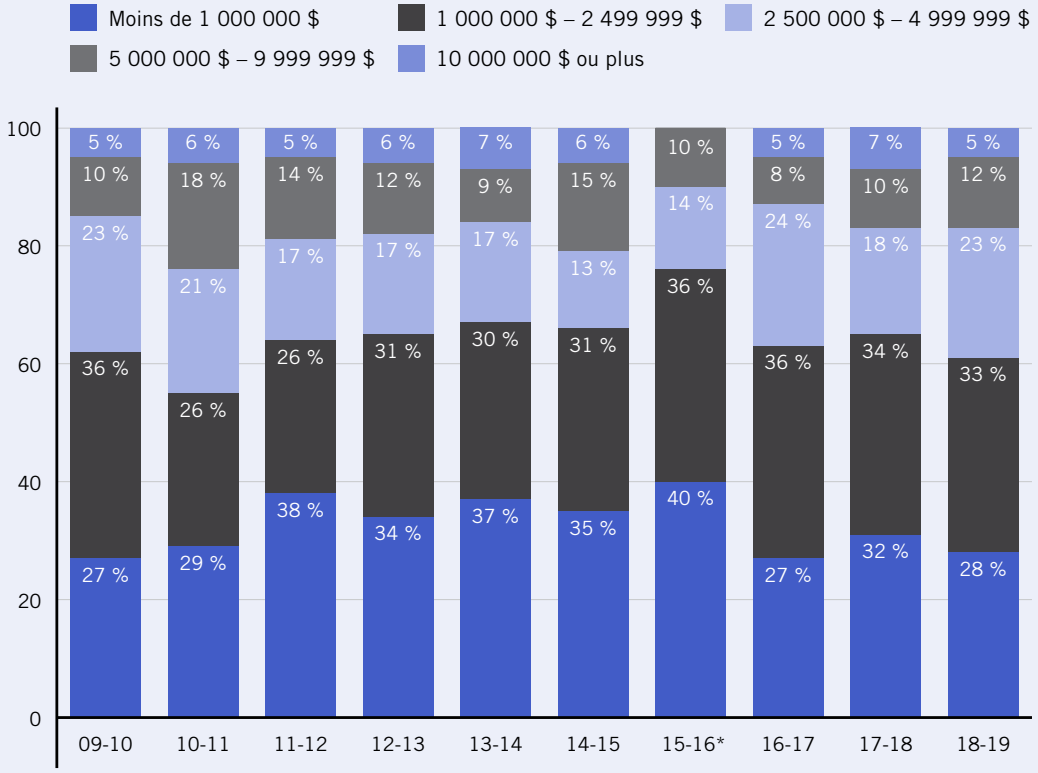
Figure 4-2 Nombre de longs métrages canadiens destinés aux salles produits au Canada sur une base annuelle

	09-10	10-11	11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	17-18	18-19
Anglais	70	66	75	90	75	89	84	76	72	86
Français / Bilingue ou autre langue*	41	50	39	38	42	42	38	45	40	33
Total	**111**	**116**	**114**	**128**	**117**	**131**	**122**	**121**	**112**	**119**

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.
* Vu le petit nombre de films tournés en français et en anglais simultanément ou dans une autre langue, les données s'y rapportant ont été ajoutées à celles du marché de langue française.

BUDGET

Figure 4-3 Longs métrages de fiction destinés aux salles, selon le budget



Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.
Note : Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis. Par ailleurs, les calculs excluent la participation étrangère aux budgets des coproductions audiovisuelles régies par des traités.
* Les données reflétant les œuvres dotées d'un budget de 10 millions de dollars ou plus ont été combinées avec celles de la fourchette inférieure, qui s'étale de 5 000 000 à 9 999 999 dollars.

Figure 4-4 Budgets des longs métrages de fiction destinés aux salles

	09-10	10-11	11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	17-18	18-19
Anglais										
Moyenne	4.2	3.8	3.5	3.6	3.9	3.5	1.8	2.7	3.0	2.8
Médiane	1.4	1.8	1.2	1.3	1.3	1.4	1.0	1.6	1.8	1.7
Français										
Moyenne	2.6	2.9	3.3	2.7	2.5	2.4	2.2	3.3	2.1	3.6
Médiane	1.9	2.2	2.4	1.8	1.9	1.3	1.8	2.3	1.6	4.0
Toutes les langues*										
Moyenne	3.6	3.4	3.4	3.4	3.5	3.1	2.0	2.9	2.7	3.0
Médiane	1.5	2.0	1.5	1.4	1.4	1.3	1.3	1.8	2.3	1.8

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.
Note : 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 que le français ou l'anglais.

GENRE

Figure 4-5 Volume de production cinématographique canadienne, selon le genre

	09-10	10-11	11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	17-18	18-19
Volume (en millions de dollars)										
Fiction	305	291	277	357	314	295	179	248	205	277
Autre*	58	35	63	21	38	83	88	45	65	59
Total	**363**	**326**	**340**	**379**	**352**	**378**	**267**	**292**	**270**	**337**
Nombre de longs										
Fiction	84	85	81	107	89	94	91	85	76	94
Autre*	27	31	33	21	28	37	31	36	36	25
Total	**111**	**116**	**114**	**128**	**117**	**131**	**122**	**121**	**112**	**119**

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.
Note : Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis.
* Documentaires, enfants et jeunes, et variétés et arts de la scène.

RÉGION

Figure 4-6 Volume de production cinématographique, par province ou territoire

(Millions de dollars)	09-10	10-11	11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	17-18	18-19	Part 18-19
Ontario	91	121	176	173	131	124	113	79	117	152	45 %
Québec	229	127	136	145	178	203	107	155	133	145	43 %
Colombie-Britannique	25	41	8	37	18	44	34	37	10	21	6 %
Manitoba	1	14	10	7	0	3	5	12	5	8	2 %
Alberta	3	2	0	1	3	4	3	6	1	6	<1 %
Nouvelle-Écosse	9	11	2	8	2	0	3	3	1	3	<1 %
Terre-Neuve–et–Labrador	0	0	1	2	3	0	2	0	2	1	<1 %
Saskatchewan	3	11	7	4	15	0	0	0	1	0	0 %
Territoires*	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0 %
Nouveau-Brunswick	1	0	0	1	2	0	0	0	0	0	0 %
Île-du-Prince-Édouard	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0 %
Total	**363**	**326**	**340**	**379**	**352**	**378**	**267**	**292**	**270**	**337**	**100 %**

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.
Note : Les statistiques publiées par les agences provinciales de financement peuvent différer de celles de *Profil 2019*. Se reporter aux *Remarques méthodologiques* pour plus de détails. Les données d'exercices précédents de certaines provinces et certains territoires 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 celles d'autres provinces ou territoires. Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis.
* Yukon, Nunavut et Territoires du Nord-Ouest.

FINANCEMENT

Figure 4-7 Financement de la production cinématographique canadienne

Toute la production	14-15 Millions de dollars	14-15 %	15-16 Millions de dollars	15-16 %	16-17 Millions de dollars	16-17 %	17-18 Millions de dollars	17-18 %	18-19 Millions de dollars	18-19 %
Droits de diffusion des télédiffuseurs privés	3	1 %	1	1 %	1	1 %	1	<1 %	1	<1 %
Droits de diffusion des télédiffuseurs publics	1	<1 %	4	1 %	2	1 %	3	1 %	5	1 %
Crédit d'impôt fédéral[1]	26	7 %	17	7 %	17	6 %	16	6 %	19	6 %
Crédits d'impôt provinciaux[1]	79	21 %	57	21 %	54	19 %	51	19 %	61	18 %
Distributeurs canadiens[2]	33	9 %	22	8 %	41	14 %	35	13 %	28	8 %
Financement de provenance étrangère[3]	86	23 %	32	12 %	14	5 %	28	11 %	57	17 %
Téléfilm Canada	58	15 %	54	20 %	69	24 %	67	25 %	70	21 %
Autre financement public[5]	54	14 %	25	9 %	35	12 %	30	11 %	54	16 %
Autre financement privé[5]	38	10 %	55	21 %	59	20 %	39	14 %	43	13 %
Total	**378**	**100 %**	**267**	**100 %**	**292**	**100 %**	**270**	**100 %**	**337**	**100 %**

	Anglais						Français					
Selon la langue	16-17 Millions de dollars	16-17 %	17-18 Millions de dollars	17-18 %	18-19 Millions de dollars	18-19 %	16-17 Millions de dollars	16-17 %	17-18 Millions de dollars	17-18 %	18-19 Millions de dollars	18-19 %
Droits de diffusion des télédiffuseurs privés	1	1 %	1	<1 %	1	1 %	<1	<1 %	<1	<1 %	<1	<1 %
Droits de diffusion des télédiffuseurs publics	2	1 %	2	1 %	4	2 %	1	1 %	1	1 %	1	1 %
Crédit d'impôt fédéral[1]	14	7 %	14	7 %	14	6 %	4	3 %	3	4 %	4	4 %
Crédits d'impôt provinciaux[1]	33	18 %	37	19 %	40	18 %	21	19 %	14	19 %	21	19 %
Distributeurs canadiens[2]	33	18 %	30	15 %	21	9 %	8	7 %	5	6 %	7	6 %
Financement de provenance étrangère[3]	13	7 %	28	14 %	44	19 %	1	1 %	<1	1 %	13	11 %
Téléfilm Canada	47	26 %	46	23 %	47	21 %	21	19 %	21	29 %	23	20 %
Autre financement public[4]	8	4 %	11	6 %	22	10 %	39	36 %	18	25 %	33	29 %
Autre financement privé[5]	33	18 %	28	14 %	32	14 %	15	14 %	11	15 %	12	10 %
Total	**184**	**100 %**	**197**	**100 %**	**224**	**100 %**	**108**	**100 %**	**73**	**100 %**	**113**	**100 %**

Sources : Estimations fondées sur les données du BCPAC et de Téléfilm Canada.
Note : Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis.

[1] Les producteurs canadiens touchent des crédits d'impôt fédéral et provinciaux sur la tranche de leurs dépenses de main d'œuvre admissibles; dans la majorité des cas, ils investissent directement ces sommes dans les projets qu'ils mènent pour en compléter le financement.

[2] Le financement versé par les distributeurs canadiens comprend les garanties minimales et les avances consenties aux projets de longs métrages destinés aux salles en contrepartie de droits de mise en marché, de diffusion et de présentation en salles de productions audiovisuelles au Canada, dans des territoires invendus au Canada ou sur des plateformes de distribution mondiale.

[3] Le financement étranger comprend les droits de diffusion, les garanties minimales, les avances et d'autres types de financement provenant d'entreprises de diffusion, de distribution et d'autres secteurs établis à l'étranger.

[4] Financement provenant d'administrations publiques provinciales et de ministères et organismes publics fédéraux, à l'exclusion des crédits d'impôt fédéral et provinciaux, des droits de diffusion versés par les diffuseurs publics au Canada et de l'aide financière accordée par Téléfilm Canada.

[5] 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. Les 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 partenaires[15]. Ces traités permettent à des producteurs canadiens et étrangers de mettre en commun leurs ressources créatrices, artistiques, techniques et financières dans la réalisation de coproductions audiovisuelles reconnues comme des œuvres d'origine nationale dans leurs pays respectifs.

Pour les coproductions audiovisuelles constituant une œuvre d'origine nationale, les producteurs canadiens peuvent se prévaloir des incitatifs offerts au Canada ainsi que des quotas de présentation. Les producteurs étrangers peuvent également profiter des mesures semblables existant dans 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.

Note : Les statistiques concernant les coproductions audiovisuelles sont désormais présentées par exercice dans *Profil* contrairement aux éditions précédentes où elles l'étaient en fonction de l'année civile. En raison de ce changement, les données du trimestre de janvier à mars 2018, qui n'ont pas été couvertes dans *Profil 2018*, sont incluses dans les données de l'exercice 2017-2018 dans cette édition.

Faits saillants de 2018-2019

- Le nombre total de coproductions télévisuelles régies par des traités a augmenté, passant de 20 à 34 œuvres.
- Le budget médian des coproductions télévisuelles régies par des traités est passé de 1,3 million à 2,7 millions de dollars.
- Le budget total des coproductions cinématographiques régies par des traités s'établit à 208 millions de dollars, soit une hausse de 80,9 %.
- Le budget total des coproductions canadiennes régies par des traités a progressé et s'établit à 51,4 %, comparativement à tout juste 35 % 2017-2018.

- Comme en 2017-2018, le Canada a participé à 57 coproductions régies par des traités.
- La France et le Royaume-Uni ont été les principaux partenaires du Canada pour les coproductions régies par des traités entre 2009-2010 et 2018-2019. Le Royaume-Uni a été le principal partenaire des coproductions télévisuelles, alors que la France a été le principal partenaire des coproductions cinématographiques.
- Le Canada détenait une participation majoritaire (ou égale) dans 43,9 % des coproductions régies par des traités, pratiquement la même proportion que l'année précédente (42,1%).

- Le budget total des coproductions canadiennes régies par des traités s'est contracté de 12,9 % pour s'établir à 364 millions de dollars.
- Le nombre de coproductions télévisuelles régies par des traités a diminué, passant de 37 à 23.
- Le budget médian des coproductions télévisuelles régies par des traités a diminué de 48,8 % et s'établit à 155 millions de dollars.

[15] La liste de ces ententes se trouve sur le site Web de Téléfilm Canada, à l'adresse https:/telefilm.ca/fr/coproduction/traites-internationaux-et-protocoles-dententes.

Le volume des coproductions audiovisuelles régies par des traités au Canada a chuté à son plus bas niveau des 10 dernières années en 2018-2019, malgré un essor des coproductions cinématographiques. Le volume global des coproductions audiovisuelles régies par des traités ayant une participation canadienne a reculé de 12,9 %, glissant de 418 millions de dollars à 364 millions de dollars (figure 5-1). La baisse est entièrement attribuable à une amputation de près de 50 % du volume des coproductions télévisuelles régies par des traités. Dans ce segment, le nombre de productions est passé de 37 à 23 en 2018-2019 (figure 5-5), et le volume, de 303 millions de dollars à 155 millions de dollars, soit une baisse de 48,8 %. La participation canadienne aux coproductions télévisuelles dans ce segment s'est aussi contractée, quoique dans une moindre mesure, marquant une baisse de 18,6 %.

Les chiffres pour 2018-2019 montrent que la quasi-totalité de la baisse du volume des coproductions audiovisuelle régies par des traités s'est produite dans le marché de langue anglaise. La baisse de 51,2 % résulte d'une dégression de 285 millions de dollars à 139 millions de dollars (figure 5-5). Le volume des participations canadiennes a aussi fondu, passant de 90 millions de dollars à 76 millions de dollars, ou une perte de 15,6 %. Le nombre de coproductions de langue anglaise régies par des traités est quant à lui passé de 21 à 17.

La baisse du volume des coproductions audiovisuelles régies par des traités au Canada en 2018-2019 est surtout le résultat d'un déclin abrupt de la production de fictions dramatiques de langue anglaise avec des partenaires en vertu de traité. Alors que le volume de coproductions de documentaires et d'émissions pour enfants et jeunes régies par des traités a augmenté en 2018-2019, celui des fictions dramatiques s'est contracté pratiquement des trois-quarts, passant de 224 millions de dollars à 52 millions de dollars, du jamais vu en dix ans (figure 5-6). Tandis que le nombre de projets d'émissions dramatiques a été coupé de moitié, de quatre à deux, le nombre de documentaires produits pour la télévision est passé de 27 à 16; et celui des émissions pour enfants et jeunes, de 6 à 5. Globalement, le budget moyen des projets sur le marché de langue anglaise a reculé de 8,2 millions à 6,7 millions de dollars, ce qui indique que les coproductions à haut budget régies par des traités destinées à la télévision ont été moins nombreuses qu'en 2017-2018.

Exprimée en pourcentage, la participation canadienne dans le volume total de coproductions régies par des traités au pays, qui se chiffre à 187 millions de dollars, représente 51,4 % des 364 millions de dollars inscrits en 2018-2019 (figure 5-1). C'est donc une remontée du seuil plancher de 35 % des dix dernières années atteint en 2017-2018, qui a gonflé la participation canadienne aux projets au-dessus de la moyenne pondérée (45,2 %) des neuf années précédentes (2009-2010 à 2017-2018).

La remontée de la participation canadienne montre bien la nature cyclique du secteur de la coproduction, dans lequel le nombre de projets et les budgets globaux varient grandement d'une année à l'autre.

La part du financement canadien majoritaire dans le volume des coproductions régies par des traités (soit le budget global) a également augmenté en 2018-2019. Les coproductions à participation canadienne majoritaire ont représenté 59,3 % du volume global des coproductions régies par des traités, contre 26,6 % en 2017-2018 (figure 5-2). Le volume des coproductions à participation canadienne majoritaire est passé de 111 millions de dollars à 216 millions de dollars. En fait, l'année 2018-2019 a aussi été la première en cinq ans où le budget des projets à participation canadienne majoritaire a dépassé celui des participations minoritaires et renversé une tendance récente en émergence voulant que la participation majoritaire dans les coproductions régies par traité soit principalement étrangère.

Cela étant dit, la contraction de la coproduction télévisuelle régie par des traités en 2018-2019 a été compensé par un mouvement contraire de la coproduction cinématographique.

- Dans le marché de langue anglaise, les producteurs canadiens ont pris part à 28 coproductions régies par des traités, soit pratiquement le double qu'en 2018-2019 (figure 5-8). Cette progression s'est accompagnée d'une augmentation de 132 % du volume des productions cinématographiques de langue anglaise (de 78 millions de dollars à 181 millions de dollars) et d'une hausse de 127,3 % de la participation canadienne (de 44 millions à 100 millions de dollars) sur 12 mois.
- Dans le marché de langue française, le nombre de coproductions s'est aussi accru, passant de 5 à 6 en 2018-2019, tout comme la participation canadienne aux budgets qui s'établit à 7 millions de dollars par rapport à 6 millions de dollars en 2017-2018 (figure 5-8). Le volume s'est cependant contracté de 24,3 %, de 37 millions de dollars il a glissé à 28 millions de dollars.

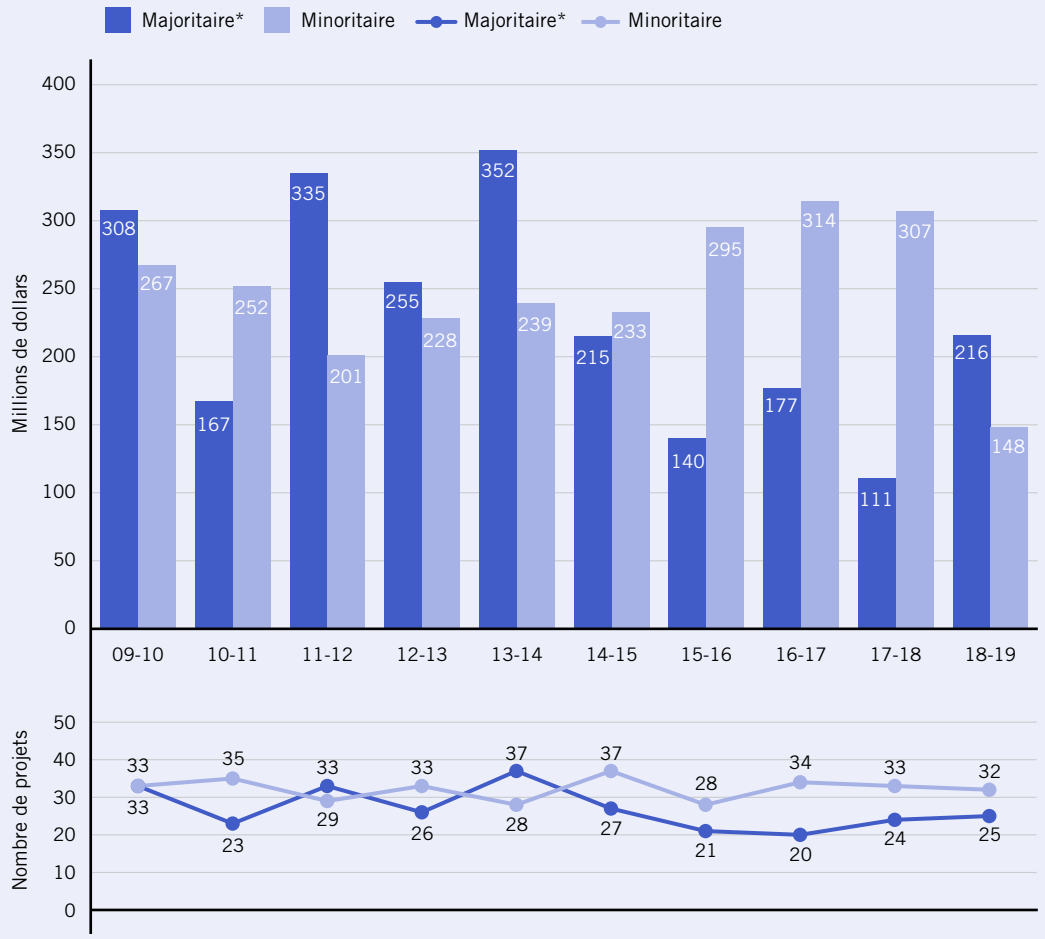
RÉSULTATS POUR L'ENSEMBLE DES CRÉNEAUX DE PRÉSENTATION

Figure 5-1 Volume* et nombre de coproductions régies par des traités

	09-10	10-11	11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	17-18	18-19
Langue anglaise										
Participation canadienne (M$)	257	162	265	192	304	182	141	186	134	176
Participation étrangère (M$)	249	216	215	195	260	225	214	251	228	144
Total (M$)	**506**	**377**	**480**	**387**	**564**	**407**	**355**	**437**	**362**	**320**
Nombre de coproductions	46	48	46	42	58	50	32	44	36	45
Langue française										
Participation canadienne (M$)	32	21	25	31	9	21	33	11	12	11
Participation étrangère (M$)	37	20	31	65	17	20	47	43	43	33
Total (M$)	**69**	**41**	**56**	**96**	**26**	**41**	**80**	**54**	**56**	**44**
Nombre de coproductions	20	10	16	17	7	14	17	10	21	12
Toutes langues confondues										
Participation canadienne (M$)	289	183	291	222	313	202	173	197	146	187
Participation étrangère (M$)	286	237	246	228	221	274	299	306	247	177
Total (M$)	**575**	**419**	**536**	**483**	**590**	**448**	**435**	**491**	**418**	**364**
Nombre de coproductions	66	58	62	59	65	64	49	54	57	57

Source : Téléfilm Canada.
Note : D'après les statistiques disponibles en août 2019. Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis.
* Dans le contexte des coproductions, « volume global » s'entend de la somme des budgets des œuvres, à savoir des participations canadiennes et étrangères combinées.

Figure 5-2 Coproductions régies par des traités, selon la participation canadienne



Source : Téléfilm Canada.
Note : D'après les statistiques disponibles en août 2019.
* Les coproductions à participation canadienne majoritaire sont des coproductions régies par des traités dans lesquelles le financement d'origine canadienne représente au moins 50 % du budget global.

Figure 5-3 Budgets médians des coproductions audiovisuelles régies par des traités, en millions de dollars

	09-10	10-11	11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	17-18	18-19
Selon la langue										
Anglais	5,5	3,6	4,6	2,7	4,6	2,7	3,6	4,4	2,7	3,8
Français	1,1	2,6	1,6	2,5	2,4	1,7	3,5	1,7	1,3	2,9
Selon le créneau										
Télévision	3,1	2,8	3,0	1,9	2,8	2,0	1,6	1,7	1,3	2,7
Longs métrages	5,8	3,6	4,6	4,9	10,2	5,7	5,1	6,4	3,8	3,8
Tous productions confondues	**3,5**	**3,5**	**3,4**	**2,6**	**3,8**	**2,6**	**3,5**	**3,3**	**1,8**	**3,7**

Source : Téléfilm Canada.
Note : D'après les statistiques disponibles en août 2019.

Figure 5-4 Partenaires du Canada dans des coproductions cinématographiques régies par des traités, 2009-2010 à 2018-2019

			Part du Canada	
	Œuvres	Volume (millions de dollars)	Volume (millions de dollars)	%
Royaume-Uni	164	841	463	55 %
France	157	1 242	611	49 %
Allemagne	38	640	348	54 %
Irlande	27	783	212	27 %
Australie	20	122	72	59 %
Afrique du Sud	14	74	37	50 %
Belgique	14	15	8	50 %
Brésil	13	87	42	49 %
Israël	10	54	29	53 %
Espagne	8	98	43	44 %
Singapour	8	46	28	61 %
Suisse	8	16	7	40 %
Autres coproductions bipartites	74	384	201	52 %
Coproductions multipartites*	36	357	101	28 %
Total	**591**	**4 758**	**2 202**	**46 %**

Source : Téléfilm Canada.
Note : D'après les statistiques disponibles en août 2019. Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis.
* « Coproductions multipartites » s'entend des coproductions où le Canada avait deux partenaires ou plus.

TÉLÉVISION

Figure 5-5 Volume* et nombre de coproductions télévisuelles régies par des traités

	09-10	10-11	11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	17-18	18-19
Langue anglaise										
Participation canadienne (M$)	116	92	148	99	122	104	107	98	90	76
Participation étrangère (M$)	183	151	159	123	124	170	175	172	194	63
Total (M$)	**299**	**243**	**307**	**222**	**246**	**274**	**282**	**271**	**285**	**139**
Nombre de coproductions	33	29	33	31	38	35	23	26	21	17
Langue française										
Participation canadienne (M$)	14	2	3	6	2	5	2	7	6	4
Participation étrangère (M$)	16	2	4	11	5	7	3	19	12	12
Total (M$)	**30**	**5**	**7**	**18**	**7**	**12**	**4**	**26**	**18**	**16**
Nombre de coproductions	15	4	8	10	3	7	4	8	16	6
Toutes langues confondues										
Participation canadienne (M$)	131	95	151	105	124	109	108	105	97	80
Participation étrangère (M$)	198	153	162	135	129	177	179	191	206	75
Total (M$)	**329**	**248**	**313**	**240**	**253**	**286**	**287**	**296**	**303**	**155**
Nombre de coproductions	48	33	41	41	41	42	27	34	37	23

Source: Téléfilm Canada.
Note : D'après les statistiques disponibles en août 2019. Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis.
* Dans le contexte des coproductions, « volume global » s'entend de la somme des budgets des œuvres, à savoir des participations canadiennes et étrangères combinées.

Figure 5-6 Volume* et nombre de coproductions télévisuelles régies par des traités, selon le genre

	09-10	10-11	11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	17-18	18-19
Budget total (M$)										
Dramatiques	147	165	186	151	134	184	185	222	224	52
Documentaires	53	26	42	52	36	63	23	35	33	49
Émissions pour enfants et jeunes	130	57	86	37	83	39	78	39	46	54
Total	**329**	**248**	**313**	**240**	**253**	**286**	**286**	**296**	**303**	**155**
Nombre de coproductions										
Dramatiques	6	10	5	6	11	8	5	7	4	2
Documentaires	25	16	22	27	19	27	16	21	27	16
Émissions pour enfants et jeunes	17	7	14	8	11	7	6	6	6	5
Total	**48**	**33**	**41**	**41**	**41**	**42**	**27**	**34**	**37**	**23**
Budgets moyens par coproduction (M$)										
Dramatiques	24,4	16,5	37,1	25,2	12,2	23,0	37,1	31,7	55,9	26,1
Documentaires	2,1	1,6	1,9	1,9	1,9	2,3	1,5	1,7	1,2	3,1
Émissions pour enfants et jeunes	7,6	8,1	6,1	4,6	7,6	5,5	13,0	6,5	7,7	10,8
Tous genres confondus	**6,9**	**7,5**	**7,6**	**5,8**	**6,2**	**6,8**	**10,6**	**8,7**	**8,2**	**6,7**

Source: Téléfilm Canada.
Note : D'après les statistiques disponibles en août 2019. Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis.
* Dans le contexte des coproductions, « volume global » s'entend de la somme des budgets des œuvres, à savoir des participations canadiennes et étrangères combinées.

Figure 5-7 Partenaires du Canada dans des coproductions télévisuelles régies par des traités, 2009-10 à 2018-19

			Part du Canada	
	Œuvres	Volume (millions de dollars)	Volume (millions de dollars)	%
Royaume-Uni	142	689	377	55 %
France	98	525	248	47 %
Allemagne	16	136	36	27 %
Australie	16	112	67	60 %
Irlande	12	680	149	22 %
Brésil	9	49	26	53 %
Israël	9	9	5	56 %
Singapour	8	46	28	61 %
Afrique du Sud	5	31	20	64 %
Hongrie	5	125	59	48 %
Autres coproductions bipartites	27	80	32	40 %
Coproductions multipartites	20	229	56	25 %
Total	**367**	**2 709**	**1 104**	**41 %**

Source : Téléfilm Canada.
Note : D'après les statistiques disponibles en août 2019. Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis.
* « Coproductions multipartites » s'entend des coproductions où le Canada avait deux partenaires ou plus.

LONGS MÉTRAGES

Figure 5-8 Volume* et nombre de coproductions cinématographiques régies par des traités

	09-10	10-11	11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	17-18	18-19
Langue anglais										
Participation canadienne (M$)	140	70	117	93	182	77	34	87	44	100
Participation étrangère (M$)	66	65	56	72	136	55	39	79	34	81
Total (M$)	**207**	**135**	**173**	**165**	**318**	**133**	**73**	**166**	**78**	**181**
Nombre de coproductions	13	19	13	11	20	15	9	18	15	28
Langue française										
Participation canadienne (M$)	18	18	22	24	6	16	31	4	6	7
Participation étrangère (M$)	21	18	28	54	12	13	45	24	32	21
Total (M$)	**39**	**36**	**50**	**78**	**19**	**29**	**76**	**29**	**37**	**28**
Nombre de coproductions	5	6	8	7	4	7	13	2	5	6
Toutes langues confondues										
Participation canadienne (M$)	158	88	140	117	189	93	65	92	50	107
Participation étrangère (M$)	87	83	84	127	148	69	83	103	66	101
Total (M$)	**246**	**171**	**223**	**244**	**337**	**161**	**149**	**195**	**115**	**208**
Nombre de coproductions	18	25	21	18	24	22	22	20	20	34

Source: Téléfilm Canada.
Note : D'après les statistiques disponibles en août 2019. Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis.
* Dans le contexte des coproductions, « volume global » s'entend de la somme des budgets des œuvres, à savoir des participations canadiennes et étrangères combinées.

Figure 5-9 Partenaires du Canada dans les coproductions audiovisuelle régies par des traités, 2009-10 à 2018-19

			Part du Canada	
	Œuvres	Volume (millions de dollars)	Volume (millions de dollars)	%
France	59	717	364	51 %
Allemagne	22	504	312	62 %
Royaume-Uni	22	152	86	56 %
Irlande	15	103	62	61 %
Belgique	13	87	42	49 %
Afrique du Sud	9	44	18	41 %
Espagne	7	72	37	51 %
Suisse	7	16	6	39 %
Italie	5	57	45	78 %
Danemark	5	34	15	46 %
Australie	5	10	4	44 %
Cuba	5	15	11	74 %
Autres coproductions bipartites	34	111	51	46 %
Coproductions multipartites*	16	128	45	35 %
Total	**224**	**2 049**	**1 098**	**54 %**

Source : Téléfilm Canada.
Note : D'après les statistiques disponibles en août 2019. Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis.
* « Coproductions multipartites » s'entend des coproductions où le Canada avait deux partenaires ou plus.

6. La production étrangère et les services de production

Le secteur de la production étrangère et des services de production englobe surtout les longs métrages et les émissions de télévision réalisés au Canada principalement par des producteurs étrangers avec la participation de producteurs installés au Canada. Il comprend aussi les effets visuels créés par des studios canadiens pour des productions étrangères. Dans la majorité des cas, les droits d'auteur afférents appartiennent aux producteurs étrangers. Néanmoins, environ 5 % à 10 % des droits d'auteurs des œuvres produites appartiennent à des Canadiens.

Ces dernières années, le secteur a participé à la réalisation de nombreux films qui ont connu du succès dans les salles de cinéma du monde. Parmi les productions hollywoodiennes qui ont été tournées au Canada ou dont les effets visuels ont été créés ici, mentionnons *It: Chapter Two*, *Midway*, *Pet Sematary*, *Murder Mystery* et *X-Men: Dark Phoenix*. Le Canada est aussi devenu une destination de choix pour le tournage de nombreuses séries et miniséries télévisées américaines comme *See*, *The Handmaid's Tale*, *Star Trek: Discovery*, *The Man in the High Castle* et *Tom Clancy's Jack Ryan*, qui ont été commandées par des réseaux américains ou des services de diffusion vidéo en continu.

Faits saillants de 2018-2019

- Le volume total de la production étrangère et des services de production a bondi de 3,2 % et atteint un sommet historique 4,86 milliards de dollars.
- Le volume total de la production étrangère et des services de production dans le secteur cinématographique a augmenté de 15,7 % pour s'établir à 1,80 milliard de dollars.
- Dans 78 % des cas, les droits d'auteur des projets de production étrangère et de services de production sont détenus par des intérêts américains, une légère augmentation par rapport à 2017-2018, où la proportion était de 76 %.

- Le volume total de la production étrangère et des services de production dans le secteur de la télévision a diminué de 1,8 % et se chiffre à 2,74 milliards de dollars.
- Le nombre de productions étrangères tournées au Canada a diminué de 480 à 465.
- Le nombre de séries télévisées étrangères tournées au Canada a reculé légèrement, passant de 209 à 208.
- Le nombre de longs métrages étrangers tournés au Canada a reculé de 167 à 164.

La production de contenu par les plateformes mondiales de vidéo sur demande par abonnement (VSDA) comme Netflix, Amazon Prime Video, CBS All Access et Hulu ainsi que par les nouvelles plateformes comme Disney+, AppleTV+ et HBO Max a continué de nourrir la croissance du secteur de la production étrangère et des services de production au Canada en 2018-2019. Toutefois, la croissance a ralenti en 2018-2019 comparativement à 2017-2018, car la production de séries télévisées a plafonné après avoir atteint un sommet record en 2017-2018.

Globalement, le volume de la production étrangère et des services de production au Canada a augmenté de 3,2 % pour atteindre un niveau record de 4,86 milliards de dollars (figure 6-1). Cette augmentation est entièrement attribuable à l'augmentation de 245 millions de dollars du volume de la production de longs métrages. Même si le nombre de longs métrages étrangers tournés[16] au Canada a diminué de 167 à 164 (figure 6-2), le budget supérieur des longs métrages produits a gonflé la production de 15,7 %, soit de 1,56 milliard de dollars à 1,80 milliard de dollars.

Cette augmentation de la production de longs métrages a contrebalancé la baisse de 1,8 % de la production de séries télévisées (figure 6-1). Le nombre de séries télévisées étrangères tournées au Canada a diminué légèrement, de 209 à 208, tandis que la production globale a diminué de 2,79 milliards de dollars à 2,74 milliards de dollars. Le nombre d'émissions de télévision d'autres catégories, y compris d'émissions pilotes et de téléfilms, a aussi chuté en 2018-2019, passant de 104 à 93, d'où une baisse de 12 % de la production globale de 358 millions de dollars à 315 millions de dollars.

L'Ontario, le Québec, le Manitoba, l'Alberta, la Nouvelle-Écosse et les territoires ont tous bénéficié de l'augmentation de la production étrangère et des services de production en 2018-2019 (figure 6-4). Le volume de la production étrangère et des services de production en Ontario et au Québec a augmenté de plus de 100 millions de dollars en 2018-2019.

Selon les statistiques d'Ontario Créatif, l'augmentation de 51 à 57 du nombre de séries télévisées produites est le principal facteur qui explique l'augmentation sur un an du volume de la production étrangère et des services de production en Ontario. Les statistiques fournies par la Société de développement des entreprises culturelles (SODEC) indiquent qu'au Québec, l'augmentation de la production de longs métrages et de téléfilms, de pilotes et d'émissions de télévision autres que des séries est le principal facteur expliquant la croissance globale de la production. Le nombre de longs métrages du secteur de la production étrangère et des services de production tournés dans la province a plus particulièrement augmenté, passant de 48 à 57 en 2018-2019.

En 2018-2019, la production du secteur de la production étrangère et des services de production a aussi augmenté dans les plus petites provinces. En fait, en pourcentage, l'augmentation du volume de la production du secteur de la production étrangère et des services de production a été nettement supérieure dans ces petites provinces à celle enregistrée en Ontario et au Québec.

- En **Nouvelle-Écosse**, l'augmentation de la production de séries télévisées et de longs métrages américains et brésiliens a gonflé la production du secteur de la production étrangère et des services de production dans la province qui a plus que doublé pour atteindre 26 millions de dollars en 2018-2019. Cette croissance a aussi été favorisée par la décision du gouvernement de la Nouvelle-Écosse d'augmenter l'enveloppe budgétaire du Film and Television Production Incentive Fund de 20 millions de dollars à 26 millions de dollars en 2018-2019[17].
- Au **Manitoba**, l'augmentation des dépenses consacrées à la production de longs métrages, de séries télévisées, et plus particulièrement de téléfilms, a contribué à faire grimper de 87,2 % le volume provincial du secteur de la production étrangère et des services de production, qui a ainsi atteint son sommet des 10 dernières années, soit 167 millions de dollars. La chaîne américaine Hallmark Channel a tourné six téléfilms au Manitoba en 2018-2019 dont *A Shoe Addict's Christmas*, *Love in Design* et *Once Upon a Christmas Miracle*[18].
- En **Alberta**, la création d'une subvention à la production de films destinés aux salles (en remplacement du Alberta Production Fund) dont le financement maximal par projet est plus élevé (7,5 millions de dollars plutôt que 5 millions de dollars) a contribué à l'augmentation de 57,5 % de la production étrangère et des services de production de la province qui a ainsi atteint 86 millions de dollars en 2018-2019.
- Dans les **territoires**, la production du secteur de la production étrangère et des services de production a rebondi, passant de 1 million de dollars en 2017-2018 à 7 millions de dollars en 2018-2019. À ce niveau, elle est néanmoins nettement inférieure au sommet des 10 dernières années de 18 millions de dollars enregistré en 2016-2017.

[16] Peut comprendre également les longs métrages dont les effets visuels ou l'animation numérique ont été réalisés au Canada.

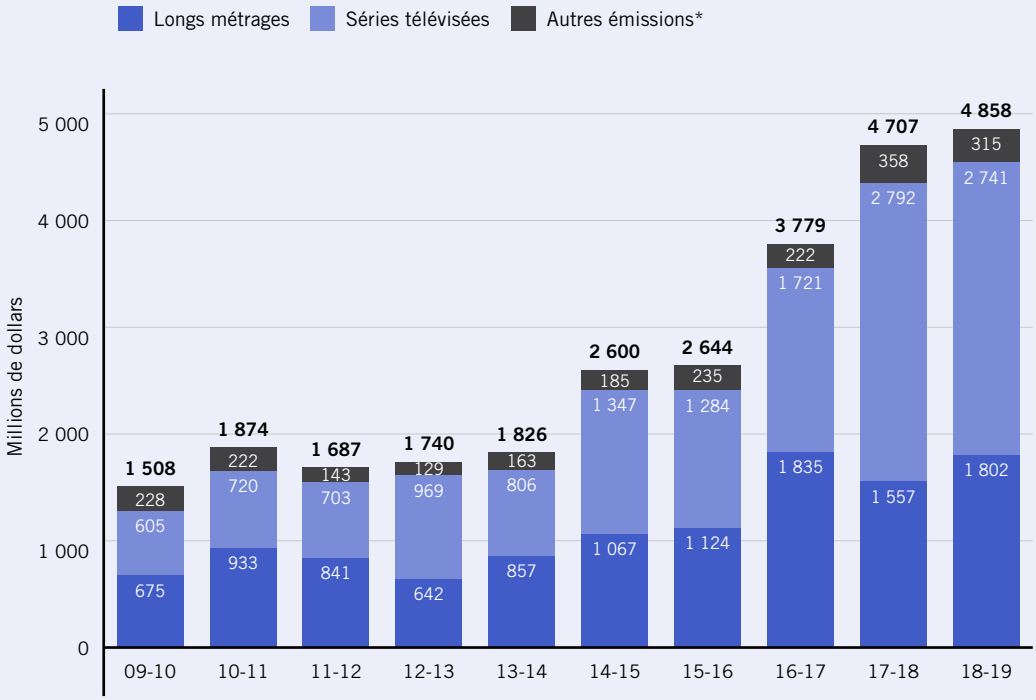
[17] Jordan Pinto (2018), "Nova Scotia ups Incentive Fund to $26M for 2018-2019," *Playback*, 8 novembre 2018.

[18] Lauren Malyk (2018), "Manitoba hits $210M in production volume," *Playback*, 18 décembre 2018.

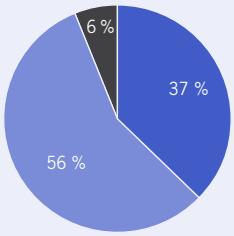
Selon les statistiques publiées par Creative BC et incluses au *Profil 2019*, la production globale du secteur de la production étrangère et des services de production en Colombie-Britannique a reculé de 7,4 % en 2018-2019 (figure 6-4). Il importe cependant de souligner que ces statistiques sont fondées sur l'exercice financier au cours duquel un projet reçoit sa certification au crédit d'impôt provincial et qui peut, dans les faits, être différent de l'exercice financier au cours duquel le tournage d'un projet a véritablement lieu[19]. Selon Creative BC, le niveau réel d'activité dans le secteur de la production étrangère et des services de production en Colombie-Britannique en 2018-2019 était probablement équivalent à celui de 2017-2018 plutôt que de lui être inférieur comme semblent l'indiquer les statistiques s'appuyant sur les certificats de crédit d'impôt. Pour plus de renseignements sur les méthodologies de production de rapports utilisées par Creative BC et sur la manière d'interpréter les statistiques de production cinématographique et télévisuelle de la province, prière de consulter le document intitulé Film and Television Tax Credit Certification/ Explanation of Reporting Methodology sur le site web de Creative BC.

PRODUCTION TOTALE ET TYPES DE PRODUCTIONS

Figure 6-1 Volume de production étrangère et services de production selon le type



Part
18-19



Taux de croissance annuel moyen

Type	18-19	09-10 – 18-19
Longs métrages	15,7 %	11,5 %
Séries télévisées	(1,8 %)	18,3 %
Autres émissions*	(12,0 %)	3,7
Moyenne : tous types confondus	**3,2 %**	**13,9 %**

Source : Association des agences provinciales de financement.
Note : Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis.
* Avant 2017-2018, les miniséries étaient incluses dans la catégorie *Autres émissions*. Depuis 2017-2018, les données sur les miniséries sont incluses dans la catégorie *Séries télévisées*. Par conséquent, la croissance annuelle du nombre d'émissions de télévision calculée pour 2017-2018 est légèrement surestimée. Il reste que la grande majorité de la production dans la catégorie Séries télévisées se compose d'émissions et non de miniséries.

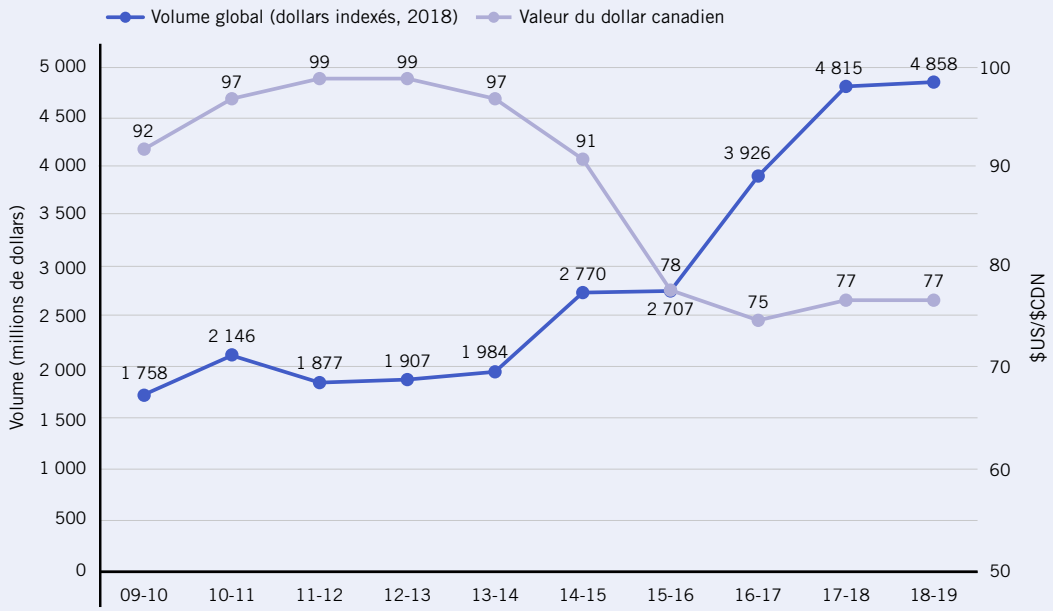
[19] Creative BC (2019), "Film and Television Tax Credit Certification/ Explanation of Reporting Methodology."

Figure 6-2 Productions étrangères et œuvres faisant appel à des services de production selon le type

	09-10	10-11	11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	17-18	18-19
Longs métrages	53	66	99	93	91	111	128	186	167	164
Séries télévisées	61	76	78	85	92	115	156	137	209	208
Autres émissions*	67	81	58	42	51	53	71	77	104	93
Total	**181**	**223**	**235**	**220**	**234**	**279**	**355**	**400**	**480**	**465**

Source : Association des agences provinciales de financement.
Note : Les totaux sont fondés sur les données disponibles et ne tiennent nullement compte des données non disponibles.
* Avant 2017-2018, les miniséries étaient incluses dans la catégorie *Autres émissions*. Depuis 2017-2018, les données sur les miniséries sont incluses dans la catégorie *Séries télévisées*. Par conséquent, la croissance annuelle du nombre d'émissions de télévision calculée pour 2017-2018 est légèrement surestimée. Il reste que la grande majorité de la production dans la catégorie Séries télévisées se compose d'émissions et non 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 Association des agences provinciales de financement.

RÉGION

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

(Millions de dollars)	09-10	10-11	11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	17-18	18-19	Part 18-19
Colombie-Britannique	1 092	1 364	1 102	1 076	1 080	1 672	1 574	2 311	3 040	2 816	58,0 %
Ontario	225	224	382	399	446	545	698	882	869	985	20,3 %
Québec	122	240	157	212	147	275	282	404	666	771	15,9 %
Manitoba	15	11	8	23	47	11	42	70	89	167	3,4 %
Alberta	7	4	13	4	88	92	34	54	31	86	1,8 %
Nouvelle-Écosse	43	31	22	25	17	n.d.	12	39	12	26	<1 %
Territoires*	0	1	3	2	2	3	3	18	1	7	<1 %
Saskatchewan	n.d.	0	1	0	0	0	0	0	0	1	<1 %
Nouveau-Brunswick	0	n.d.	n.d.	0	0	1	0	0	0	0	0,0 %
Île-du-Prince-Édouard	n.d.	n.d.	n.d.	0	0	<1	0	0	0	0	0,0 %
Terre-Neuve–et–Labrador	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,0 %
Total	**1 508**	**1 874**	**1 687**	**1 740**	**1 826**	**2 600**	**2 644**	**3 779**	**4 707**	**4 858**	**100,0 %**

Source : Association des agences provinciales de financement.
Note : Les statistiques publiées par les agences provinciales de financement peuvent différer de celles de *Profil 2019*. 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.
n.d. – Données non disponibles ou supprimées pour des raisons de confidentialité.
* Les statistiques publiées par Creative BC pour la Colombie-Britannique reposent sur l'exercice au cours duquel la certification aux fins du crédit d'impôt provincial est obtenue, qui peut différer de l'exercice où le travail de prise de vue a lieu. Les statistiques fondées sur les certifications au titre des crédits d'impôt sont un bon indicateur de l'activité et du volume de production, cependant, les tendances qui se dessinent dans les chiffres d'une année à l'autre peuvent finir par s'écarter de la situation réelle lorsqu'un grand nombre de projets ont obtenu leur certification dans les exercices antérieurs au travail de prise de vue ou dans l'exercice qui suit. Pour cette raison, Creative BC estime que le volume réel d'activité de production étrangère et de services de production en Colombie-Britannique en 2018-2019 devrait en fait être proche de celui enregistré en 2017-2018, et que le recul qui ressort des statistiques publiées sur la base de la certification est un artéfact.
** 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

	09-10	10-11	11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	17-18	18-19
Œuvres										
É.-U.	139	194	185	171	177	197	261	304	364,5	365
Autres pays	27	13	23	22	31	57	67	72,5	77,5	69
Canada*	15	16	27	27	26	25	27	23,5	38	31
Total	**181**	**223**	**235**	**220**	**234**	**279**	**355**	**400**	**480**	**465**
Pourcentage du total										
É.-U.	77 %	87 %	79 %	78 %	76 %	71 %	74 %	76 %	76 %	78 %
Autres pays	15 %	6 %	10 %	10 %	13 %	20 %	19 %	18 %	16 %	15 %
Canada*	8 %	7 %	11 %	12 %	11 %	9 %	8 %	6 %	8 %	7 %
Total	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**

Source : Association des agences provinciales de financement.
* Les projets canadiens appartenant au secteur de la production étrangère et des services de production sont des œuvres de producteurs canadiens ciblant avant tout un auditoire étranger ou s'inscrivant dans le cadre de coentreprises internationales. Il s'agit, dans ce dernier cas, de films ou d'émissions de télévision constituant des coproductions internationales, mais non des coproductions audiovisuelles régies par des traités.

7. La production interne des télédiffuseurs

La production interne des télédiffuseurs (ou plus simplement « production interne ») englobe des émissions réalisées par les télédiffuseurs conventionnels privés, les télédiffuseurs publics et les chaînes de télévision spécialisées et payantes dans leurs propres installations. Elle est constituée surtout d'émissions de nouvelles et de sport, mais peut comprendre des émissions d'autres genres.

Faits saillants

- Le volume total de la production interne a augmenté de 10,7 %, et se chiffre à 1,23 milliard de dollars.
- Les dépenses que les télédiffuseurs généralistes privés ont consacrées à la production interne s'établissent à 648 millions de dollars, une hausse de 22,9 %.
- Les dépenses consacrées à la production interne par les services d'information en continu ont augmenté de 5,7 % et se situent à 710 millions de dollars.
- Les dépenses consacrées à la production interne d'émissions de sport ont progressé de 31,3 % et représentent 343 millions de dollars.

- Les dépenses consacrées à la production interne par les services facultatifs et sur demande ont légèrement fléchi, d'à peine 0,3 %, pour glisser à 586 milliards de dollars.

Après avoir plongé en 2017, le volume total de production interne au Canada a augmenté de 10,7 %, pour se hisser à 1,23 milliard de dollars en 2018 (figure 7-1). La hausse est entièrement attribuable à l'augmentation des dépenses des télédiffuseurs conventionnels canadiens. Dans ce segment, les dépenses en production interne ont augmenté de 121 millions de dollars, ou 22,9 %, et s'établissent à 648 millions de dollars. Dans le segment des services facultatifs et sur demande, les dépenses ont toutefois reculé de 2 millions de dollars (ou -0,3 %), pour terminer à 586 millions de dollars.

La hausse globale de la production interne résulte de l'accroissement des dépenses vouées aux émissions d'information et de sports, ce dernier créneau représentant à lui seul pratiquement les deux tiers de la hausse (figure 7-2). Les dépenses consacrées aux émissions d'information ont augmenté de 38 millions de dollars ou 5,7 %. Les statistiques publiées par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) indiquent que plus de 90 % de l'augmentation provient du segment de la télévision conventionnelle[20]. Environ 60 % de la hausse dans ce segment est attribuable à CBC/Radio-Canada, les services de télévision conventionnels privés se partageant le reste.

L'accroissement des dépenses dans la production interne d'émissions d'information s'explique en partie par le nouveau Fonds des nouvelles locales indépendantes (FNLI) lancé le 1er septembre 2017 par le CRTC. Seuls les télédiffuseurs conventionnels qui ne sont pas détenus par un groupe de propriété média intégré verticalement[21] sont admissibles au financement offert par ce fonds. En 2018, le FNLI, qui est financé par une contribution obligatoire des entreprises de radiodiffusion (EDR)[22] équivalant à 0,3 % de leurs revenus, disposait de 21,7 millions de dollars pour financer des projets de télévision[23].

Le volume de production interne d'émissions de sports s'est accru de 82 millions de dollars en 2018. Selon les statistiques publiées par le CRTC, plus de 95 % de la hausse est attribuable au segment de la télévision conventionnelle, et presque entièrement à CBC/Radio-Canada[24], qui en 2018 a été le diffuseur hôte des Jeux olympiques d'hiver de PyeongChang en plus de présenter les matchs de la Coupe du monde de la FIFA, disputés en Russie. La diffusion de cette programmation a hissé les dépenses consacrées à la production interne encore plus haut qu'en 2018.

[20] Calculs fondés sur les données tirées des publications suivantes CRTC (2019a), *Télévision traditionnelle : relevés statistiques et financiers 2014-2018*; CRTC (2018a), *Télévision traditionnelle : relevés statistiques et financiers*; CRTC (2019b), *Services facultatifs et sur demande : relevés statistiques et financiers 2014-2018*; CRTC (2018b), *Services facultatifs et sur demande : relevés statistiques et financiers 2013-2017*.

[21] CRTC (2016), *Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2016-224*.

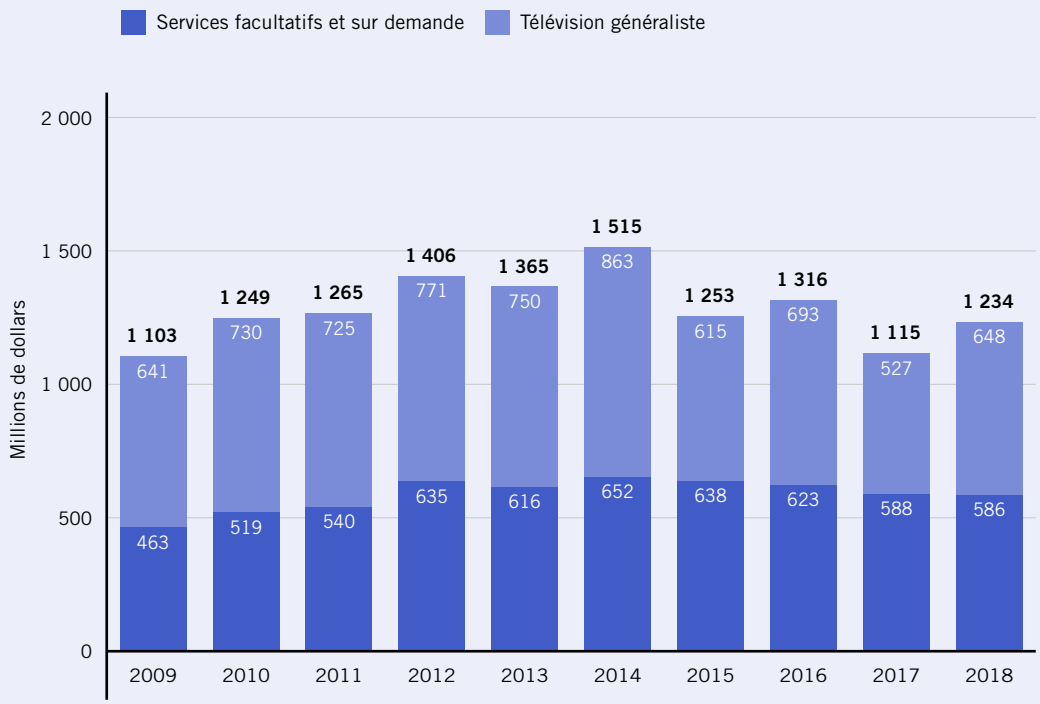
[22] CRTC (2016), *Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2016-224*.

[23] CRTC (2019d), *Distribution de radiodiffusion : relevés statistiques et financiers 2014-2018*.

[24] Calculs fondés sur les données tirées des publications suivantes : CRTC (2019a), CRTC (2018a), CRTC (2019b) et CRTC (2018b).

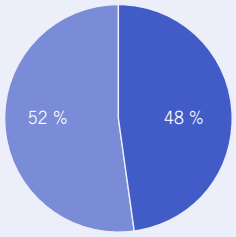
VOLUME DE PRODUCTION

Figure 7-1 Volume de production interne par secteur



Part

2018



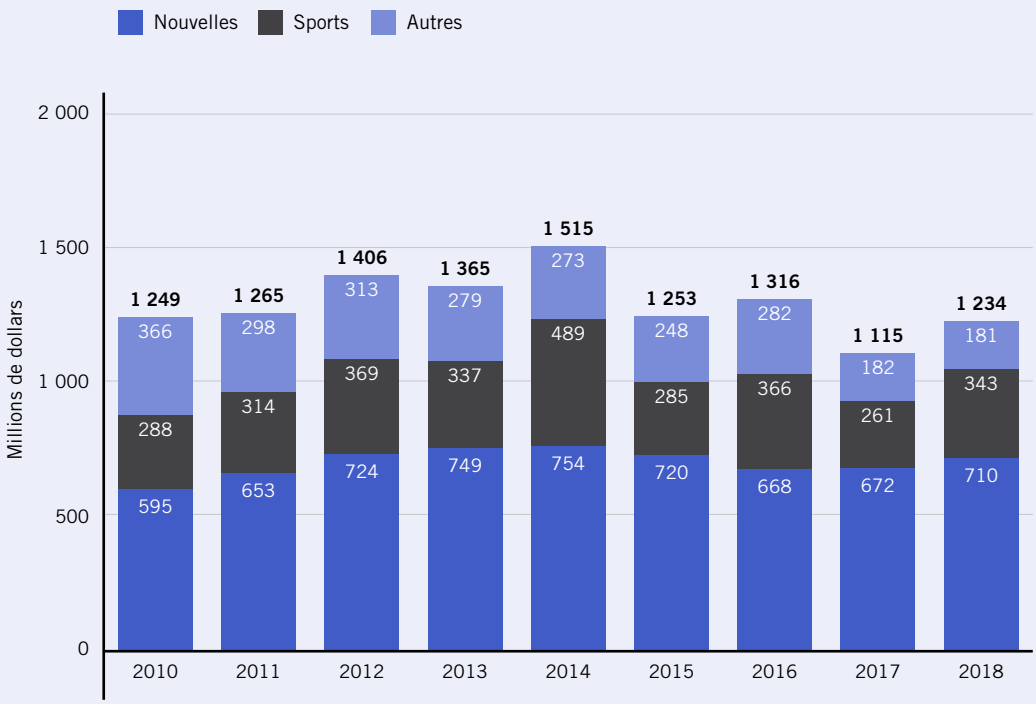
Taux de croissance annuel moyen

Sous-secteur	2018	2009 – 2018
Services facultatifs et sur demande	(0,3 %)	2,7 %
Télévision généraliste	22,9 %	0,1 %
Moyenne : tous sous-secteurs confondus	**10,7 %**	**1,3 %**

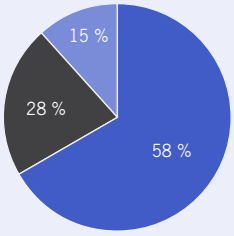
Sources : Estimations fondées sur des données du CRTC et de CBC/Radio-Canada.
Note : Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis.

GENRE

Figure 7-2 Volume de production interne selon le genre



Part
2018



Taux de croissance annuel moyen

Genre	2018	2009 – 2018
Nouvelles	5,7 %	2,6 %
Sports	31,3 %	2,5 %
Autres	(0,6 %)	(9,6 %)
Moyenne : tous genres confondus	**10,7 %**	**(0,2 %)**

Sources : Estimations fondées sur des données du CRTC et de CBC/Radio-Canada.
Note : Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis.

RÉGION

Figure 7-3 Volume de production interne par province ou territoire

(Millions de dollars)	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Part 2018
Ontario	649	739	729	811	767	885	677	729	612	686	56 %
Québec	245	242	252	293	291	331	279	307	258	296	24 %
Colombie-Britannique	86	93	100	104	103	101	97	96	87	87	7 %
Alberta	64	79	86	92	92	91	94	88	80	83	7 %
Manitoba	12	19	21	23	24	29	30	28	25	26	2 %
Saskatchewan	16	22	24	26	28	27	27	24	20	20	2 %
Nouvelle-Écosse	12	29	28	31	32	27	26	23	16	17	1 %
Nouveau-Brunswick	5	11	11	12	13	11	11	10	8	9	1 %
Terre-Neuve–et–Labrador	9	9	9	10	11	10	9	8	7	7	1 %
Île-du-Prince-Édouard	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	<1 %
Territoires*	2	3	3	3	3	3	2	1	1	1	<1 %
Total	**1 103**	**1 249**	**1 265**	**1 406**	**1 365**	**1 515**	**1 253**	**1 316**	**1 115**	**1 234**	**100 %**

Sources : Estimations fondées sur des données du CRTC, de CBC/Radio-Canada et de Statistique Canada.
Note : Les statistiques publiées par les agences provinciales de financement peuvent différer de celles de *Profil 2019*. 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.
* Yukon, Nunavut et Territoires du Nord-Ouest.

8. Distribution

L'industrie canadienne de la distribution se compose de sociétés contrôlées par des intérêts canadiens et d'autres contrôlées par des intérêts étrangers, qui distribuent du contenu cinématographique et télévisuel sur les chaînes de télévision, dans les salles de cinéma, par la vente en gros de DVD et de disques Blu-ray, et sur d'autres plateformes de distribution de vidéos.

Mongrel Media, eOne Distribution et Metropole Films Distribution, ainsi que les sociétés de distribution de maisons de production indépendantes, comme WildBrain Ltd (anciennement DHX Media Ltd.), Cineflix Media et Thunderbird Entertainment, figurent au nombre des sociétés de distribution canadiennes les plus importantes dans l'écosystème canadien, qui abrite aussi des représentants d'intérêts étrangers, dont les sociétés de distribution des grands studios hollywoodiens.

Faits saillants

- Les revenus de distribution ont augmenté de 7,6 % entre 2015 et 2017, pour atteindre un total de 2,18 milliards de dollars.
- Les revenus générés par la distribution d'œuvres cinématographiques et télévisuelles canadiennes ont augmenté de 4,4 % comparativement à 2015 et atteint un total de 285 millions de dollars.
- Les ventes d'œuvres cinématographiques et télévisuelles canadiennes sur les marchés étrangers ont augmenté de 17,6 % en 2017 par rapport à 2015 et se chiffrent à 174 millions de dollars.
- L'investissement des distributeurs canadiens dans les œuvres cinématographiques et télévisuelles canadiennes en 2018-2019 s'est augmenté de 20,5 % par rapport à 2017-2018, et se chiffre à 421 millions de dollars.

Le total des revenus du secteur canadien de la distribution audiovisuelle s'est chiffré à 2,18 milliards de dollars en 2017 (figure 8-1), ce qui représente une augmentation de 7,6 % depuis 2015, année de comparaison, les statistiques étant publiées tous les deux ans. Ainsi, malgré la baisse des revenus tirés de la vente en gros de vidéos préenregistrées (p. ex., de DVD), due à l'affaiblissement de la demande des consommateurs pour ce support, il semble que les distributeurs canadiens soient parvenus à compenser la perte grâce à la croissance vigoureuse des revenus de leur activité principale : la vente de droits de diffusion d'émissions de télévision et de films.

Qui plus est, les sociétés de distribution canadiennes ont réussi à augmenter les revenus qu'elles tirent des ventes de contenu canadien. En 2017, elles ont en effet tiré 285 millions de dollars de cette activité, contre 273 millions de dollars en 2015 (figure 8-2).

La hausse des revenus tirés de la vente de contenu canadien en 2017, en fait la tendance à la hausse enregistrée depuis 2013, résulte en grande partie de l'accroissement du volume des ventes sur les marchés étrangers. De 2013 à 2017, la valeur de ce segment s'est accrue de 62 millions de dollars (55,4 %). Sans l'impulsion donnée par ce segment, les revenus de distribution auraient diminué de 8 millions de dollars au cours de cette période.

Les distributeurs canadiens investissent dans des œuvres cinématographiques et télévisuelles, au moyen de garanties minimales et d'avances sur les revenus de distribution anticipés. Les sommes investies proviennent de partenaires d'affaires ou de la filiale de distribution de la société de production qui réalise le contenu. Entre 2009-2010 et 2016-2017, l'apport annuel des distributeurs canadiens a augmenté graduellement. En 2009-2010, le financement qu'ils ont injecté dans les œuvres cinématographiques et télévisuelles s'est chiffré à 155 millions de dollars; après avoir atteint 348 millions de dollars en 2014-2015, il s'est hissé en 2016-2017 à son sommet des dix dernières années – possiblement son record absolu –, soit 507 millions de dollars (figure 8-3).

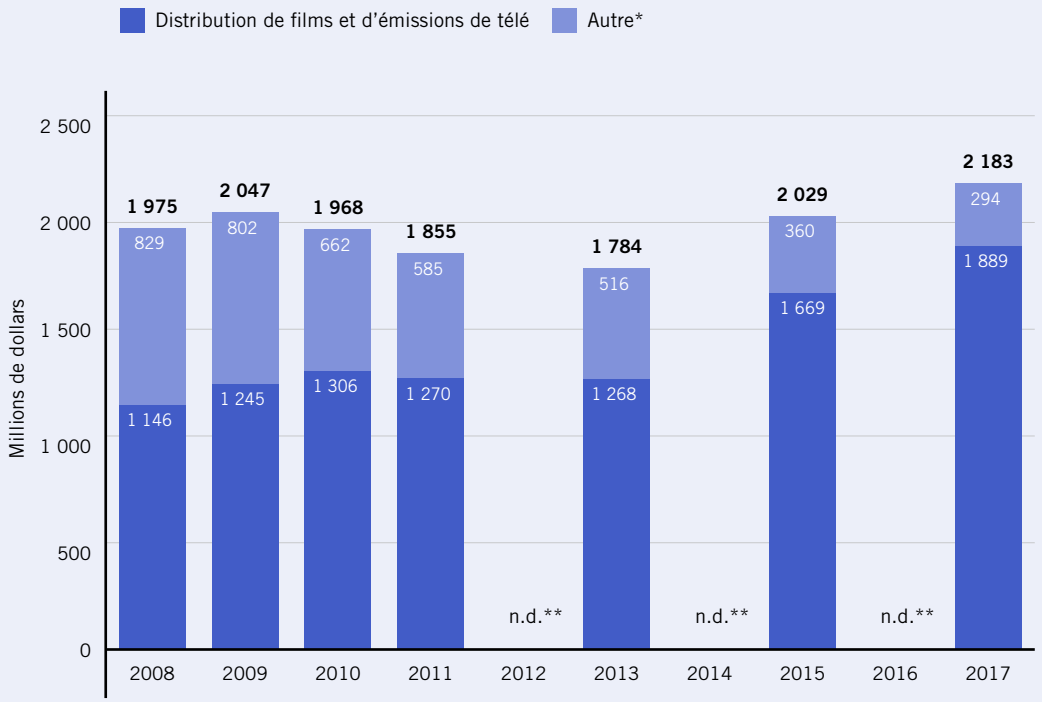
Après neuf années de croissance soutenue, le financement provenant des distributeurs canadiens est tombé à 350 millions de dollars en 2017-2018, une chute représentant pratiquement le tiers du total. Il s'est malgré tout accru de 71 millions de dollars en 2018-2019, ou 20,5 %, ce qui a compensé près de la moitié de la perte survenue en 2017-2018.

Ainsi donc, l'expansion du financement de la production par les distributeurs canadiens en 2018-2019 est entièrement attribuable à l'augmentation du financement versé aux émissions de télévision. Cette partie du financement a augmenté de 79 millions de dollars ou 25,1 % (figure 8-3). La quasi-totalité de la hausse, soit 77 millions sur 79 millions de dollars, s'est produite sur le marché de langue anglaise (figure 3-v17b), étant donné le rôle limité que jouent les distributeurs canadiens dans le soutien de la télévision de langue française (figure 3-17c). De plus, la hausse enregistrée sur le marché de langue anglaise était concentrée dans les œuvres de fiction et dans une moindre mesure, dans les documentaires et les émissions pour enfants et pour jeunes.

Par ailleurs, le financement de la production de longs métrages canadiens destinés aux salles par les distributeurs canadiens a diminué de 7 millions de dollars (figure 8-3), ou 20,5 %, même si le volume total de ce segment a augmenté de 24,8 % et atteint 337 millions de dollars en 2018-2019 (figure 4-1).

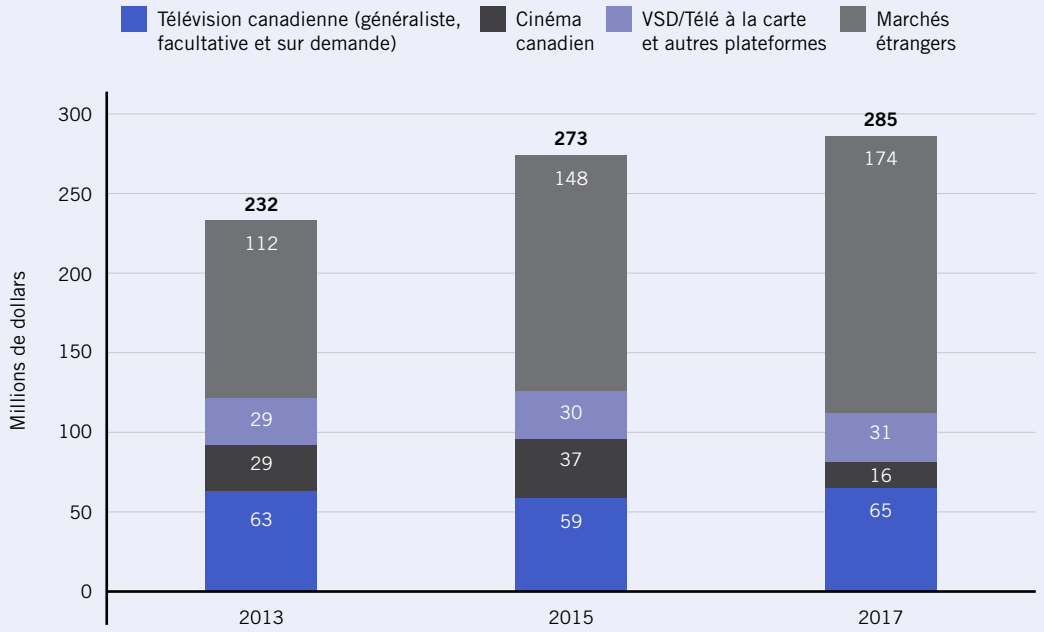
REVENUS

Figure 8-1 Revenus de la distribution



Source : Statistique Canada, *Tableau 21-10-0075-01*.
n.d. – Non disponible.
Note : Depuis 2013, Statistique Canada applique une nouvelle méthodologie pour mesurer les revenus totaux de l'industrie de la distribution des longs métrages et des vidéos. Pour cette raison, les chiffres indiqués avant et après 2012 peuvent ne pas être directement comparables aux fins d'analyses de séries temporelles.
* Revenus de la vente en gros de vidéos préenregistrées, de la production d'œuvres audiovisuelles destinées à la vente, de la production contractuelle de contenu audiovisuel et d'autre provenance.
** Depuis 2011, Statistique Canada ne publie ses données que tous les deux ans. Il n'y a donc aucune donnée pour 2012, 2014 et 2016.

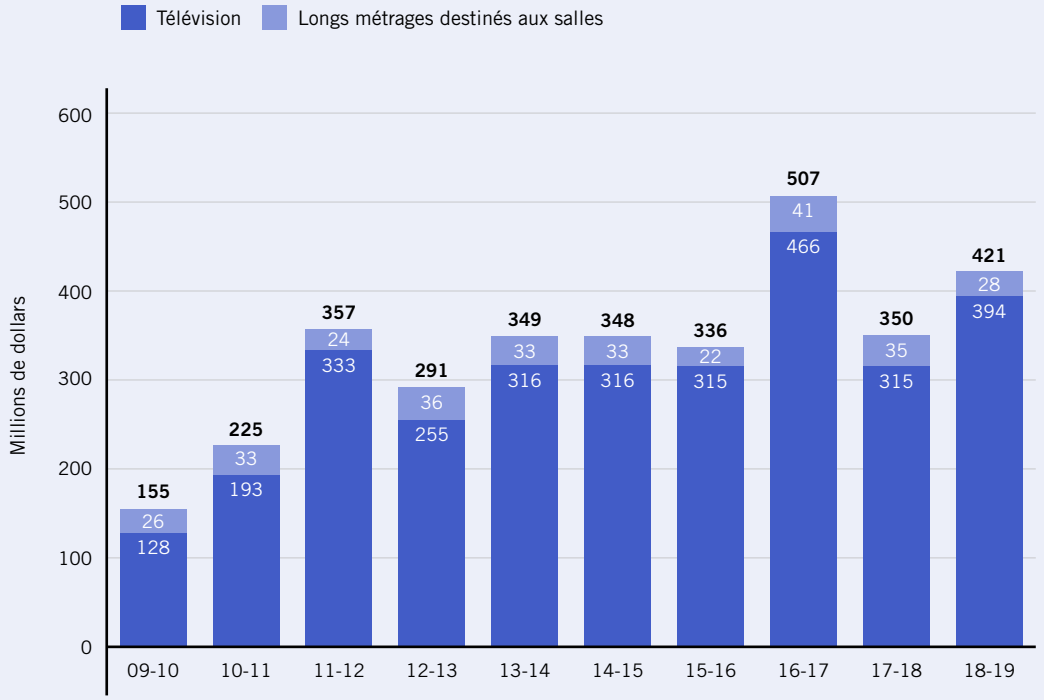
Figure 8-2 Revenus de la distribution d'œuvres cinématographiques et télévisuelles selon le marché



Source : Statistique Canada, *Tableau 21-10-0075-01*.
Note : Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis.

INVESTISSEMENT DANS LA PRODUCTION CANADIENNE

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



Source : Estimations fondées sur des données du BCPAC.
Note : Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis.

9. La télédiffusion canadienne et les auditoires

L'industrie de la télédiffusion canadienne se répartit en quatre grands secteurs :

- **La *télévision conventionnelle privée*, segment formé des télédiffuseurs privés qui exploitent des émetteurs hertziens pour transmettre leur programmation directement aux foyers des téléspectateurs[25].**
- **Les chaînes de *télévision conventionnelle* de CBC/Radio-Canada, qui exploite aussi un réseau hertzien pancanadien et diffuse des émissions en français et en anglais[26] partout au pays.**
- ***Les télédiffuseurs éducatifs* provinciaux du Québec, de l'Ontario et de la Colombie-Britannique.**
- **Les services de télévision *facultatifs et sur demande*, qui ne sont accessibles que par l'intermédiaire de câblodistributeurs ou d'entreprises de distribution par satellite. Les services facultatifs sont thématiques et peuvent, par exemple, se spécialiser dans les sports, l'information en continu, le cinéma ou les arts. Les exploitants tirent leurs revenus de droits d'abonnement, auxquels s'ajoute une certaine proportion de recettes publicitaires. Les services sur demande comprennent les services de télévision à la carte et de vidéo sur demande (VSD) qui misent sur les droits d'abonnement et la facturation à l'utilisation plutôt que sur la publicité pour se financer.**

Faits saillants

- Les revenus des services conventionnels de CBC/Radio-Canada ont augmenté de 12,6 %.
- Les revenus des télédiffuseurs éducatifs provinciaux ont connu une hausse de 2,7 %.
- Neuf des dix émissions canadiennes les plus regardées pendant la saison de diffusion 2018-2019 étaient des émissions en langue française (la proportion était de huit sur dix en 2017-2018).

- Les revenus de l'ensemble de l'industrie de la télédiffusion ont diminué de 0,9 % et se chiffrent à 7,04 milliards de dollars.
- Les revenus des télédiffuseurs conventionnels privés ont diminué de 4,2 %.
- Les revenus des services facultatifs et sur demande ont diminué de 2,7 %.
- Sur le marché de langue anglaise, la part d'auditoire des émissions canadiennes a glissé de 24 % à 18 % durant la saison de diffusion 2017-2018[27].
- Sur le marché de langue française, la part d'auditoire des émissions canadiennes s'est chiffrée à 62 % en 2017, comparativement à 66 % en 2016-2017.

[25] Aujourd'hui, la plupart des diffuseurs canadiens passent par des intermédiaires, comme des câblodistributeurs ou des sociétés de distribution par satellite, pour accéder à cette infrastructure.

[26] La grande majorité des foyers canadiens reçoivent aujourd'hui ces signaux par l'intermédiaire de câblodistributeurs ou d'entreprises de distribution par satellite.

[27] Les statistiques consolidées sur la part de l'auditoire des émissions canadiennes selon le pays d'origine et le genre sont publiées avec un décalage d'un an en raison du temps nécessaire au codage des productions.

En 2018, les services de télévision conventionnels de CBC/Radio-Canada et les télédiffuseurs éducatifs provinciaux ont vu leurs revenus augmenter, alors que les télédiffuseurs conventionnels privés et les services facultatifs et sur demande ont tous enregistré une baisse (figure 9-1). Les revenus des services conventionnels de CBC/Radio-Canada ont augmenté de 119 millions de dollars, ou 12,6 %, en 2018. Un peu plus de la moitié de cette hausse est attribuable à l'augmentation de 66 millions de dollars des crédits parlementaires accordés au diffuseur public pour financer ses services de télévision[28]. Le reste, un peu moins de la moitié, de la hausse globale des revenus du diffuseur public national résulte d'une augmentation de 56 millions de dollars des revenus publicitaires, qui a été largement attribuable à la présentation des Jeux olympiques d'hiver de PyeongChang et de la Coupe du monde de la FIFA en 2018[29].

Les revenus des télédiffuseurs éducatifs provinciaux, soit Télé-Québec, TVO, TFO et Knowledge Network BC, ont atteint un sommet des 5 dernières années à 187 millions de dollars en 2018, qui représente une hausse de 5 millions de dollars ou 2,7 % (figure 9-1). Les revenus de ce secteur ont profité de l'augmentation des revenus de la syndication d'émissions et des subventions des gouvernements provinciaux[30].

Les revenus globaux du segment des services facultatifs et sur demande ont diminué de 118 millions de dollars, ou 2,7 %, en 2018 (figure 9-1). Un peu plus de la moitié de la baisse est attribuable à la perte de revenus publicitaires de 60 millions de dollars en 2018[31]. L'autre moitié découle d'une baisse des revenus d'abonnement de 55 millions de dollars.

Une analyse plus fine des statistiques publiées par le CRTC révèle que le secteur des services sur demande[32] était responsable d'environ les trois quarts de la baisse des revenus d'abonnement. Les revenus d'abonnement de 21 des services sur demande au Canada [services autorisés à distribuer du contenu par une entreprise de distribution de radiodiffusion canadienne (EDR)] ont en effet reculé de 42 millions de dollars, ou 13,6 %, en 2018[33].

Les revenus globaux tirés des droits d'abonnement enregistrés par les services facultatifs ont reculé d'à peine 0,5 %[34] en 2018, mais les revenus publicitaires ont chuté de 60 millions de dollars, ou 4,5 %[35]. Soulignons toutefois que le quart de la baisse est attribuable aux services de sports et d'information continue d'intérêt général (selon les définitions du CRTC).

Les dix services facultatifs ayant enregistré les plus grandes pertes de revenus publicitaires (exclusion faite des chaînes d'information continue et de sports d'intérêt général)

Nom de service	Variation de 2017 à 2018 (en dollars)
1. Food Network	(9 964 214)
2. Discovery Channel	(6 330 891)
3. Canal Vie	(5 773 878)
4. CMT	(4 235 560)
5. Canal D	(3 376 639)
6. YTV	(2 715 421)
7. Teletoon	(2 524 784)
8. OWN: The Oprah Winfrey Network	(2 143 231)
9. HGTV Canada	(2 123 990)
10. E!	(1 870 653)

Source : Calculs de Nordicité fondés sur les données tirées du rapport d'analyse publié par le CRTC intitulé *Services individuels facultatifs et sur demande : relevés statistiques et financiers 2014-2018 [CRTC (2019d)].*

[28] CRTC (2019a).
[29] CRTC (2019a).
[30] CRTC (2019a).
[31] CRTC (2019b).
[32] CRTC (2019b).
[33] CRTC (2019b).
[34] CRTC (2019b).
[35] CRTC (2019b).

Comme par les années précédentes, l'écoute des émissions canadiennes sur les deux marchés linguistiques demeure aux antipodes. Malgré tout, les propositions canadiennes dans les genres soutenus par le Fonds des médias du Canada (FMC) ont perdu des plumes dans les deux marchés au profit des acquisitions étrangères au cours de la saison 2017-2018, malgré un rebond enregistré par les émissions pour enfants et jeunes et les documentaires sur le marché de langue française (figure 9-6 et figure 9-7).

La part d'auditoire des émissions canadiennes de langue française aux heures de grande écoute est passée de 66 % en 2017-2018 à 62 % pour l'année de diffusion 2018 (figure 9-7). La baisse est en grande partie attribuable aux fictions, dont la part est passée de 53 % à 49 %.

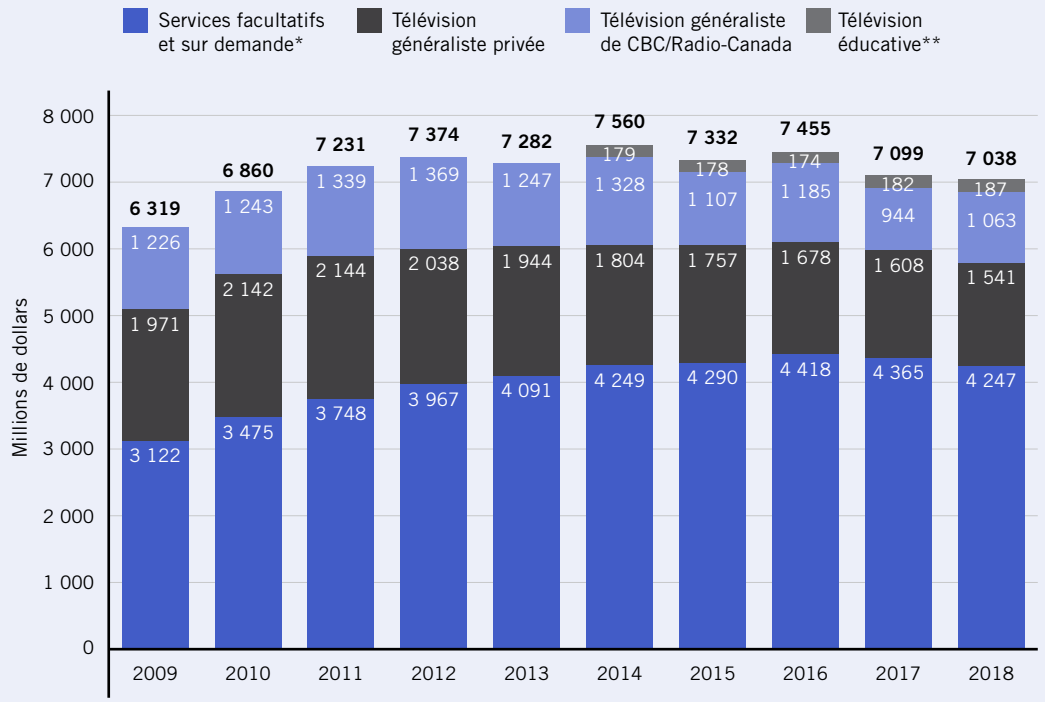
Sur le marché de langue anglaise, la part d'auditoire des émissions canadiennes aux heures de grande écoute a reculé à 18 % (figure 9-6). La baisse a été généralisée dans tous les genres les plus touchés ayant été les dramatiques de fiction (de 16 % à 12 %) et les émissions de variétés et des arts de la scène (de 22 % à 9 %).

Les productions en langue française ont continué de dominer la liste des dix séries canadiennes les plus populaires (sans égard au marché linguistique) en 2018-2019, avec neuf émissions sur cette liste (figure 9-3). Sur le marché de langue française, l'émission musicale *La Voix* (figure 9-5) a dominé les cotes d'écoute.

Sur le marché de langue anglaise, seulement deux émissions, soit *Private Eyes* et *Coroner*, ont obtenu un AMM de plus de un million de téléspectateurs au cours de la saison de diffusion 2018-2019 (figure 9-4).

REVENUS

Figure 9-1 Revenus de la distribution, par secteur



Source : Estimations de Nordicité fondées sur des données du CRTC.
* Comprend les revenus gagnés par les services facultatifs et sur demande 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 qui suit présente des statistiques sur les émissions qui ont été les plus populaires au Canada. Les listes de classement se fondent sur les statistiques audiométriques de Numeris pour la saison de diffusion 2018-2019 (soit du 1er septembre 2018 au 31 août 2019), et englobent les émissions dans les genres soutenus par le FMC : dramatiques, enfants et jeunes, documentaires et variétés et arts de la scène. Lorsqu'une émission figurait dans plusieurs catégories, on n'a retenu que l'auditoire moyen par minute le plus élevé.

ÉMISSIONS LES PLUS POPULAIRES

Figure 9-2 Séries les plus populaires au Canada, saison de diffusion 2018-2019*

Émission (provenance)	Auditoire moyen par minute (milliers)
1. *The Big Bang Theory* (É.U.)	2 430
2. *The Good Doctor* (É.U.)	2 394
3. *New Amsterdam* (É.U.)	2 082
4. *La Voix* (CA)	1 984
5. *Young Sheldon* (É.U.)	1 944
6. *The Conners* (É.U.)	1 857
7. *FBI* (É.U.)	1 803
8. *Station 19* (É.U.)	1 784
9. *The Rookie* (É.U.)	1 750
10. *NCIS* (É.U.)	1 728

Source : Direction de la recherche du FMC (Numeris), 2019.
* Sont considérées comme des séries télévisées les émissions dont plus de trois épisodes sont présentés au cours d'une même saison de diffusion..

Figure 9-3 Séries canadiennes les plus populaires, saison de diffusion 2018-2019*

Émission	Auditoire moyen par minute (milliers)
1. *La Voix*	1 984
2. *District 31*	1 611
3. *Unité 9*	1 466
4. *Révolution*	1 306
5. *L'Échappée*	1 222
6. *Les pays d'en haut*	1 208
7. *O'*	1 136
8. *L'heure bleue*	1 103
9. *Private Eyes*	1 097
10. *5e rang*	1 068

Source : Direction de la recherche du FMC (Numeris), 2019.
* Sont considérées comme des séries télévisées les émissions dont plus de trois épisodes sont présentés au cours d'une même saison de diffusion.

MARCHÉ DE LANGUE ANGLAISE

Figure 9-4 Séries canadiennes les plus populaires dans le marché de langue anglaise, saison de diffusion 2018-2019*

Émission	Auditoire moyen par minute (milliers)
1. *Private Eyes*	1 097
2. *Coroner*	1 025
3. *Murdoch Mysteries*	959
4. *Jann*	863
5. *Cardinal*	827
6. *Still Standing*	694
7. *Ransom*	617
8. *Kim's Convenience*	613
9. *Burden of Truth*	576
10. *Frankie Drake Mysteries*	575

Source : Direction de la recherche du FMC (Numeris), 2019.
* Sont considérées comme des séries télévisées les émissions dont plus de trois épisodes sont présentés au cours d'une même saison de diffusion.

MARCHÉ DE LANGUE FRANÇAISE

Figure 9-5 Séries canadiennes les plus populaires dans le marché de langue française, saison de diffusion 2018-2019*

Émission	Auditoire moyen par minute (milliers)
1. *La Voix*	1 984
2. *District 31*	1 611
3. *Unité 9*	1 466
4. *Révolution*	1 306
5. *L'Échappée*	1 222
6. *Les pays d'en haut*	1 208
7. *O'*	1 136
8. *L'heure bleue*	1 103
9. *5e rang*	1 068
10. *Un zoo pas comme les autres*	1 008

Source : Direction de la recherche du FMC (Numeris), 2019.
* Sont considérées comme des séries télévisées les émissions dont plus de trois épisodes sont présentés au cours d'une même saison de diffusion.

PART DE L'AUDITOIRE

La présente section comprend des statistiques consolidées sur la part de l'auditoire des émissions canadiennes dans chacun des genres soutenus par le Fonds des médias du Canada (FMC). Ces statistiques sont publiées avec un décalage d'un an et par conséquent, elles font état de la part de l'auditoire pour la saison de diffusion 2016-2017 (1e septembre 2017 au 31 août 2018).

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

Année de diffusion	08-09	09-10	10-11	11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	17-18
Dramatiques (fiction)	13 %	16 %	15 %	16 %	17 %	17 %	16 %	15 %	16 %	12 %
Enfants et jeunes	45 %	46 %	44 %	46 %	49 %	49 %	50 %	56 %	52 %	48 %
Documentaires	49 %	35 %	35 %	45 %	49 %	48 %	49 %	50 %	52 %	47 %
Variétés et arts de la scène	29 %	20 %	19 %	22 %	13 %	13 %	18 %	20 %	22 %	9 %
Tous genres soutenus par le FMC confondus	**34 %**	**22 %**	**22 %**	**23 %**	**24 %**	**24 %**	**23 %**	**23 %**	**24 %**	**18 %**

Source : Direction de la recherche du FMC (Numeris), 2019.

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

Année de diffusion	08-09	09-10	10-11	11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	17-18
Dramatiques (fiction)	55 %	52 %	48 %	46 %	48 %	49 %	52 %	51 %	53 %	49 %
Enfants et jeunes	75 %	81 %	76 %	73 %	74 %	66 %	66 %	62 %	54 %	63 %
Documentaires	77 %	74 %	76 %	72 %	72 %	73 %	73 %	72 %	74 %	76 %
Variétés et arts de la scène	84 %	85 %	87 %	92 %	91 %	94 %	95 %	96 %	97 %	91 %
Tous genres soutenus par le FMC confondus	**67 %**	**63 %**	**62 %**	**61 %**	**62 %**	**62 %**	**64 %**	**64 %**	**66 %**	**62 %**

Source : Direction de la recherche du FMC (Numeris), 2019.

10. La présentation en salles et l'auditoire

L'industrie de la présentation en salles englobe les chaînes de cinéma, les cinémas indépendants et les salles IMAX qui présentent des longs métrages. Malgré l'essor des plateformes de distribution numériques en ligne, ce secteur demeure un débouché important pour les longs métrages au Canada. En 2018 (l'année la plus récente pour laquelle nous disposons de statistiques), on recensait 2 687 salles de cinéma au Canada et plus de 96 millions de droits d'entrée payés[36].

Faits saillants de 2019

- La part des recettes-guichet au Canada générées par des films américains est stable à 91,3 %.

- Les revenus de la présentation en salles se sont chiffrés à 1,87 milliard de dollars, une baisse de 0,4 %.
- Le total de 1,01 milliard de dollars des recettes-guichet traduit une baisse de 0,4 %.
- Les recettes-guichet des longs métrages canadiens au Canada ont reculé de 15 %, pour un total de 17 millions de dollars.
- La part des recettes-guichet générées au Canada par des films canadiens s'est chiffrée à 1,7 %.
- Le nombre de longs métrages canadiens présentés en salles au pays est passé de 148 à 145[37] en 2019.
- Dans le marché de langue française, la part des recettes-guichet des films canadiens a reculé à 11,7 %, pour des revenus de 14 millions de dollars.
- À 3,1 millions de dollars, les recettes-guichet des longs métrages canadiens dans le marché de langue anglaise sont aussi en baisse et représentent une part de 0,3 %.

[36] Statistique Canada (2016), T*ableau 21-10-0180-01*.

[37] Prière de prendre note que le nombre de nouveaux longs métrages canadiens présentés en salles en 2018 (148) est différent du nombre de longs métrages canadiens produits pendant l'exercice 2018-2019 (119 [voir section 4.1]), puisque certains des longs métrages présentés ont été produits au cours d'années antérieures.

Malgré l'intensification de la concurrence livrée par Netflix et les autres plateformes de vidéo sur demande par abonnement, les salles de cinéma au Canada n'ont rien perdu de leur résilience au cours des dernières années. En fait, en 2018, la valeur totale des recettes-guichet au Canada a augmenté de 2,2 % pour s'établir à 1,02 milliard de dollars (figure 10-4). En 2019 toutefois, les recettes guichet ont enregistré une baisse de 4 millions de dollars. La hausse survenue en 2018 est venue mettre un terme à trois années consécutives de stabilité. Soulignons également qu'avec cette hausse, les recettes-guichet ont dépassé le cap du milliard de dollars pour la première fois depuis 2013.

Le succès au guichet de longs métrages comme *Avengers: Infinity War* (avant-dernier opus de la franchise Avengers) et *Black Panther* (premier titre d'une nouvelle série) a donné une impulsion aux recettes-guichet globales enregistrées au Canada, qui ont franchi la barre le milliard de dollars en 2018, les deux productions ayant engrangé largement plus que 50 millions de dollars chacune au Canada au cours de l'année civile 2018 (figure 10-10). En 2019, *Avengers: End Game* et *The Lion King* ont été les moteurs qui ont maintenu les recettes-guichet au-dessus de la barre du milliard de dollars.

La vigueur des recettes-guichet en 2018 et 2019 masque toutefois les effets de la cannibalisation de la présentation en salle au Canada par les services de vidéo sur demande et transactionnels. Selon Statistique Canada, le nombre d'entrées payées (soit l'assistance) comptabilisées par les salles au Canada est passé de 100,3 millions en 2016 à 96 millions en 2018[38]. Dans le même ordre d'idée, le plus grand exploitant de salles au Canada, Cineplex Inc., a déclaré une baisse des droits d'entrée dans ses salles, qui de 74,6 millions en 2016 sont passés à 69,3 millions en 2018[39]. En 2017, le résultat se chiffrait à 70,4 millions[40].

La baisse de fréquentation des salles, tant en comparaison annuelle qu'à long terme, a été compensée dans une certaine mesure par la hausse du prix moyen des billets et les ventes des concessions. Cineplex Inc. a enregistré une hausse de son revenu par client au guichet de 3,3 % en 2018 (10,46 $)[41] et dans les concessions, de 6 % (6,36 $)[42]. La capacité de Cineplex, et de l'industrie en général, d'augmenter le revenu moyen plus rapidement que l'indice des prix à la consommation (IPC) (2018 : 2,3 %) a permis aux salles de cinéma de maintenir les recettes au guichet et même d'accroître leur revenu global en dépit de la baisse de fréquentation. Selon Statistique Canada, les revenus globaux de la présentation en salles au Canada ont atteint 1,88 milliard de dollars en 2018 (figure 10-1). Il s'agit d'un écart favorable de 5,7 % par rapport aux résultats compilés par Statistique Canada pour 2016, et de 6 % si on compare aux prévisions de revenus de 2017. Somme toute, les revenus totaux de la présentation en salle au Canada semblent stables en 2019.

Il faut toutefois préciser que 2018 et 2019 n'ont pas été de grandes années au guichet pour les longs métrages canadiens. En 2017, la production canadienne avait rapporté 32 millions de dollars, un de ses meilleurs résultats depuis 2010 (figure 10-4). En 2018 toutefois, les recettes-guichet des longs métrages canadiens au pays ont reculé de 37,5 % pour se chiffrer à 20 millions de dollars, ce qui a rabaissé la part du marché global à à peine 2 % (figure 10-4 et figure 10-5). Les recettes-guichet des longs métrages canadiens ont encore reculé en 2019, de 15 %, pour atteindre 17 millions de dollars, le résultat le plus faible des 10 dernières années, et une part de 1,7 %.

Si les recettes au guichet des longs métrages canadiens ont baissé sur les deux marchés linguistiques en 2018, plusieurs longs métrages ont connu un beau succès sur le marché de langue française : *1991* (3,06 millions de dollars), *La Bolduc* (2,77 millions de dollars) et *La Chute de l'empire américain* (2,70 millions de dollars). Ces succès n'ont toutefois pas réussi à effacer le manque à gagner de 7,8 millions de dollars des œuvres canadiennes au guichet, les recettes étant passées de 23,6 millions de dollars à 15,8 millions de dollars (figure 10-7). En 2019, le film *Menteur* a connu une carrière très lucrative (6,3 millions de dollars), mais son succès n'a pas suffi à compenser la baisse générale de 11,4 % des recettes-guichet de son marché.

Du côté anglais, deux longs métrages canadiens – *Indian Horse* (1,59 million de dollars) et *Little Italy* (1,23 million de dollars) – ont franchi le cap du million de dollars au guichet durant l'année civile 2018 (figure 10-9). En 2019, aucune production canadienne n'a répété cet exploit sur ce marché. Les recettes-guichet totales pour l'ensemble des films canadiens sur le marché de langue anglaise ont fondu, passant de 8,6 millions de dollars en 2017 à 4,6 millions de dollars en 2018. En 2019, la baisse a été encore plus abrupte, le ressac ayant donné le résultat le plus faible des 10 dernières années : 3,1 millions de dollars (figure 10-7). La part du marché revenant aux longs métrages canadiens a connu un sort similaire, passant de 1 % à 0,5 %, puis à 0,3 %.

[38] Statistique Canada (2019), *Tableau 21-10-0180-01*.

[39] Cineplex Inc. (2019), *Cineplex Inc. 2018 Annual Report*, p. 18. (en anglais)

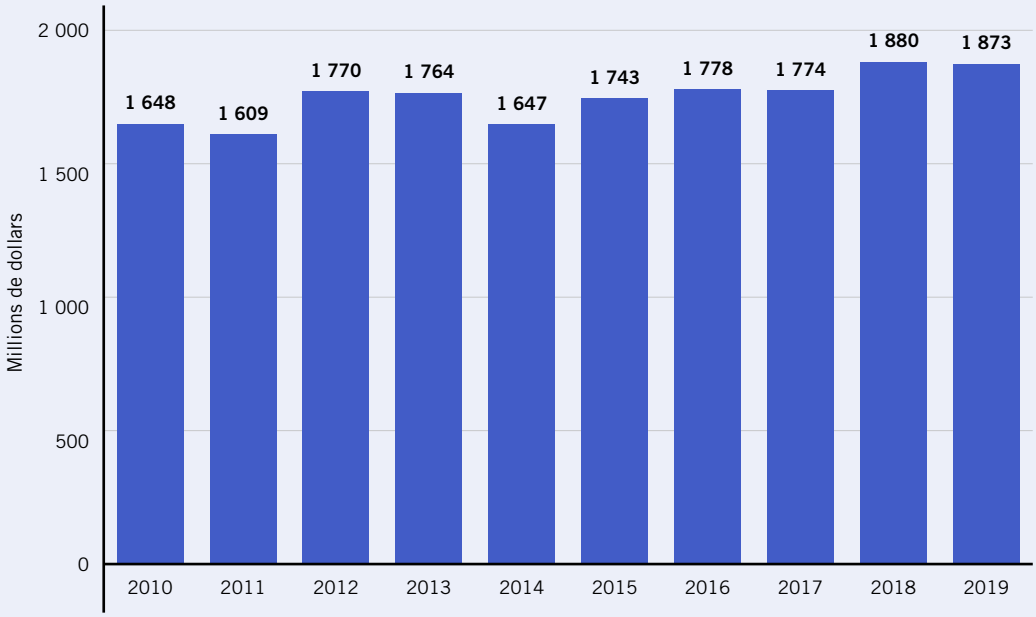
[40] Cineplex Inc. (2019), p. 18.

[41] Cineplex Inc. (2019), p. 18.

[42] Cineplex Inc. (2019), p. 19.

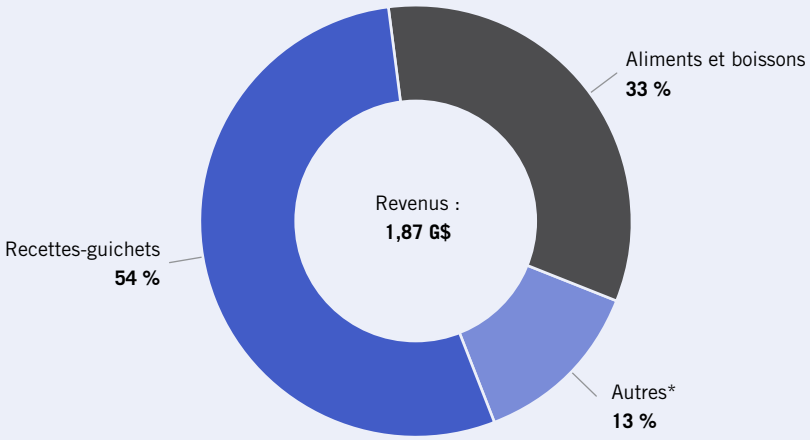
REVENUS TOTAUX

Figure 10-1 Revenus de la présentation en salles au Canada



Sources : Estimations de Nordicité d'après les données de l'Association des cinémas du Canada, de Cineplex Inc., du bulletin de service no 87F0009X et du *Tableau 21-10-0178-01* de Statistique Canada.
Note : Se reporter au rapport intitulé *Rapport économique du secteur cinématographique et télévisuel au Canada*, publié en 2013 par l'Association cinématographique-Canada et l'ACPM pour une description de la méthode d'estimation des revenus de l'industrie.

Figure 10-2 Composition des revenus de la présentation en salles au Canada, 2019



Sources : Estimations de Nordicité d'après les données de l'Association des cinémas du Canada, de Cineplex Inc., du bulletin de service no 87F0009X et du *Tableau 21-10-0178-01* de Statistique Canada.
Note : Se reporter au rapport intitulé *Rapport économique du secteur cinématographique et télévisuel* au Canada, publié en 2013 par l'Association cinématographique-Canada et l'ACPM pour une description de la méthode d'estimation des revenus de l'industrie.
* Comprend les revenus tirés de la vente de publicité présentée dans les cinémas et ailleurs, de la vente de produits dérivés, de séances de projection privées et d'activités organisées par des entreprises.

FESTIVALS DE CINÉMA

Au cours des dernières années, de nombreux festivals de cinéma qui traditionnellement servaient de véhicules de promotion et de vente des films indépendants aux distributeurs sont devenus des outils de marketing et de vente beaucoup plus pointus. Bien des festivals ont désormais comme mission de susciter une rumeur favorable au sujet d'un nouveau film et de piquer l'intérêt des auditoires avant la sortie en salles, en plus de favoriser les échanges entre les professionnels de l'industrie et les cinéastes.

Dans la chaîne de valeur du secteur du contenu cinématographique et télévisuel, les festivals de cinéma jouent un rôle d'intermédiaires pour les transactions entre cinéastes indépendants, d'une part, et distributeurs et diffuseurs, d'autre part. Ces retombées économiques appréciables rejaillissent le plus souvent dans les maillons de la distribution et de la télédiffusion de la chaîne de valeur.

Les festivals de cinéma continuent de faire partie intégrante de l'écosystème cinématographique. Il y en a des centaines un peu partout au Canada, couvrant un large éventail de genres. Il y a d'abord les festivals d'envergure internationale comme le Festival international du film de Toronto (TIFF), qui se compare aux festivals de Cannes, de Venise et de Sundance. Il y a aussi des festivals de cinéma spécialisé qui font autorité à l'échelle mondiale, comme le Festival international du film d'animation d'Ottawa, le Festival international du documentaire canadien Hot Docs et imagineNative Film + Media Arts Festival. Il y a aussi des festivals de genre populaires comme le Festival international de film Fantasia de Montréal, qui continue de faire courir les foules.

Téléfilm Canada a versé une aide financière globale à 71 festivals et à 88 événements et initiatives au sein de l'industrie au Canada en 2018-2019[43]. Les festivals en question sont les plus importants au pays. De nombreux festivals locaux de moins grande envergure fonctionnent toutefois sans financement de Téléfilm Canada. L'indice de réussite de Téléfilm Canada[44] suit la reconnaissance que reçoivent les films canadiens (p. ex., sélections, mises en nomination à des prix et prix) dans 14 festivals de cinéma canadiens pour quantifier le rendement global des œuvres sur trois plans : commercial, culturel et industriel.

Figure 10-3 Festivals de cinéma canadiens qui contribuent à l'indice de réussite de Téléfilm Canada

1. Festival international du film de Calgary
2. Festival international du film Cinéfest Sudbury
3. Festival du nouveau cinéma de Montréal
4. Festival international de films Fantasia
5. Festival international du film pour enfants de Montréal (FIFEM)
6. Festival international du film de l'Atlantique (FIN)
7. Festival international du documentaire canadien Hot Docs
8. Festival international d'animation d'Ottawa
9. Rencontres internationales du documentaire de Montréal
10. Festival international du film de Toronto (TIFF)
11. Festival du film pour enfants du TIFF
12. Festival international du film de Vancouver (VIFF)
13. Festival du film de Victoria
14. Festival du film de Whistler

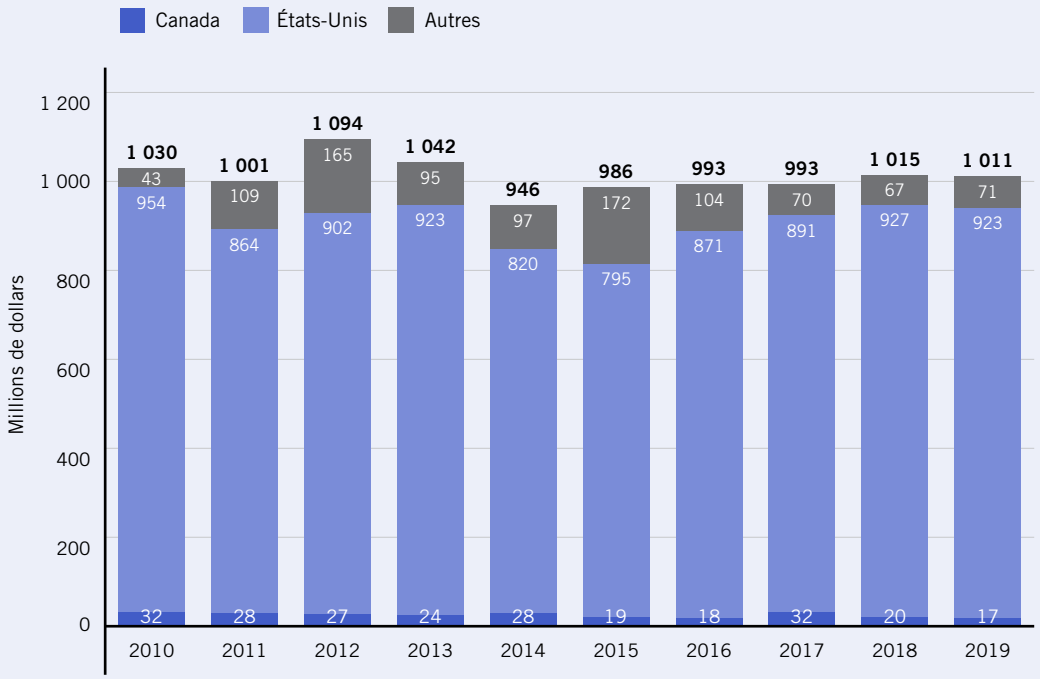
Source : Téléfilm Canada (2019).

[43] Téléfilm Canada (2019), p. 9.

[44] L'indice de réussite de Téléfilm Canada se compose de sept indicateurs qui mesurent la réussite commerciale, culturelle et industrielle des films; il sert à mesurer le succès global des films qu'il finance. Pour plus de renseignements, voir le site https://telefilm.ca/fr/ressources-de-lindustrie/indice-de-reussite.

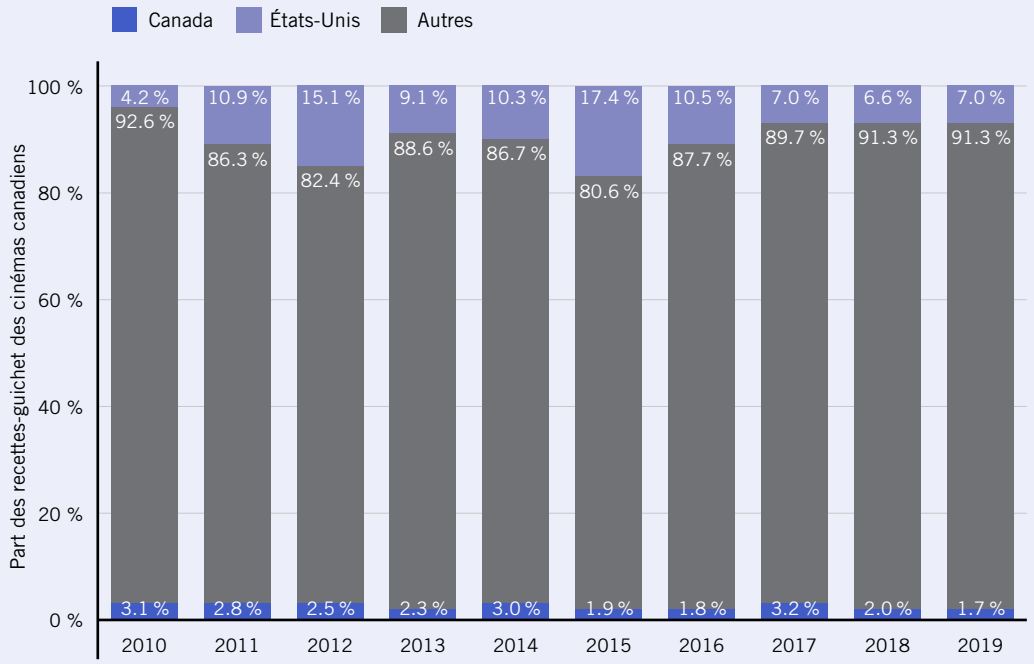
RECETTES-GUICHET : TENDANCES NATIONALES

Figure 10-4 Recettes-guichet des cinémas au Canada selon la provenance des œuvres



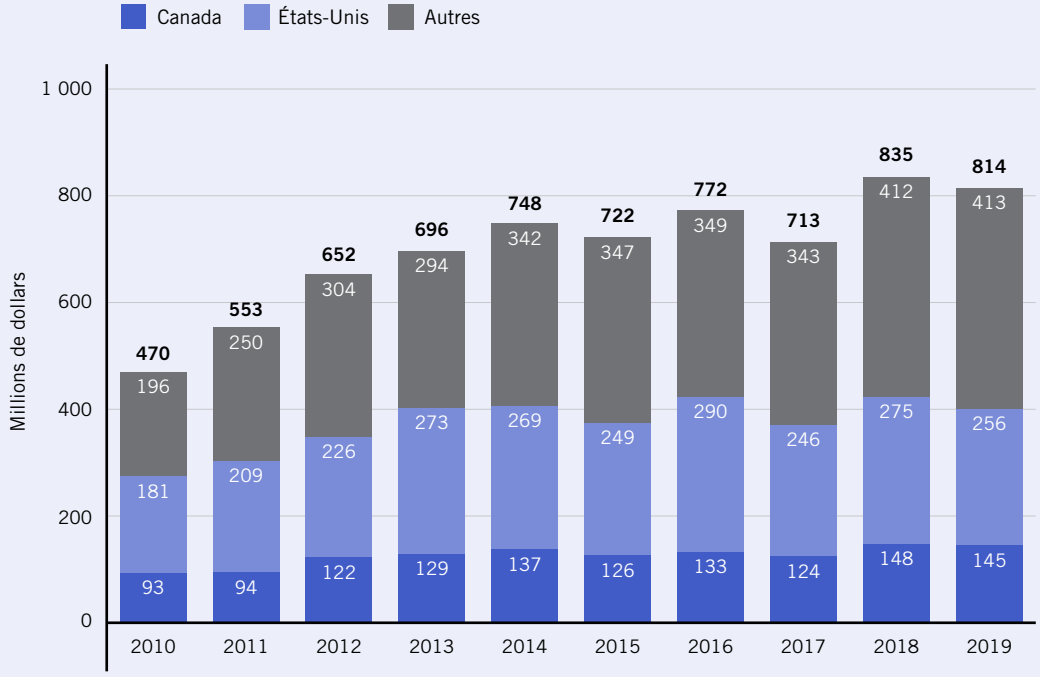
Source : Association des cinémas du Canada.
Note : Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis.

Figure 10-5 Répartition des recettes-guichet des cinémas au Canada selon la provenance des œuvres



Source : Association des cinémas du Canada.
Note : Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis.

Figure 10-6 Provenance des nouveaux longs métrages présentés dans les cinémas au Canada



Source : Analyse des données de l'Association des cinémas du Canada effectuée par Patrimoine canadien.
Note : Ces statistiques ne rendent compte que des parutions de l'année. Par exemple, les statistiques de 2018 ne portent que sur les films dont la première diffusion dans les cinémas canadiens a eu lieu en 2018.

RECETTES-GUICHET SELON LA LANGUE DU MARCHÉ

Figure 10-7 Recettes-guichet et part de marché des films canadiens selon la langue du marché

Marché de langue française	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
(Millions de dollars)										
Recettes-guichets des films canadiens	20,1	19,8	12,9	12,6	12,1	13,8	10,3	23,6	15,8	14,0
Recettes-guichets des films étrangers	129,8	127,3	130,2	126,7	108,4	115,2	108,7	103,9	101,6	105,4
Total pour le marché de langue française	149,9	147,1	143,1	139,3	120,5	129,0	119,0	127,5	117,4	119,4
Part des films canadiens	13,4 %	13,5 %	9,0 %	9,0 %	10,0 %	10,7 %	8,7 %	18,5 %	13,4 %	11,7 %
(Nombre de films en salles au Canada)										
Films canadiens	74	76	78	97	91	84	104	95	112	111
Films étrangers	293	279	310	301	280	280	291	289	318	345
Total	367	355	388	398	371	364	395	384	430	456
Rapport des films étrangers aux films canadiens	4,0	3,7	4,0	3,1	3,1	3,3	2,8	3,0	2,8	3,1
Marché de langue anglaise										
(Millions de dollars)										
Recettes-guichets des films canadiens	12,1	8,1	13,9	11,2	16,3	4,9	7,4	8,6	4,6	3,1
Recettes-guichets des films étrangers	867,9	845,8	937,2	893,0	809,1	852,2	866,4	857,3	893,1	888,7
Total pour le marché de langue anglaise	880,0	853,9	951,2	915,3	825,3	857,1	873,8	865,9	897,7	891,8
Part des films canadiens	1,4 %	0,9 %	1,5 %	1,2 %	2,0 %	0,6 %	0,8 %	1,0 %	0,5 %	0,3 %
(Nombre de films en salles au Canada)										
Films canadiens	70	76	80	111	121	102	113	113	120	132
Films étrangers	406	568	803	867	870	803	973	949	1 058	1 084
Total	476	644	883	978	991	905	1 086	1 062	1 178	1 216
Rapport des films étrangers aux films canadiens	5,8	7,5	10,0	7,8	7,2	7,9	8,6	8,4	8,8	8,2

Source : Association des cinémas du Canada.
Note : Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis.

FILMS LES PLUS POPULAIRES SELON LA LANGUE DU MARCHÉ

Figure 10-8 Films canadiens les plus populaires sur le marché de langue anglaise, 2018 et 2019

2018			2019		
Titre	**Recettes-guichets (millions de dollars)**	**Langue de la production**	**Titre**	**Recettes-guichets (millions de dollars)**	**Langue de la production**
1. *Indian Horse*	1,59	Anglais	1. *The Grizzlies*	0,65	Anglais
2. *Little Italy*	1,23	Anglais	2. *Paw Patrol: Ready Race Rescue*	0,51	Anglais
3. *Anthropocene: The Human Epoch*	0,40	Multilingue	3. *The Hummingbird Project*	0,27	Anglais
4. *Meditation Park*	0,26	Anglais	4. *Stockholm*	0,15	Anglais
5. *Sharkwater Extinction*	0,18	Anglais	5. *La course des tuques*	0,11	Français
6. *Tulipani: Love, Honour and a Bicycle*	0,10	Néerlandais	6. *The Woman Who Loves Giraffes*	0,10	Anglais
7. *The Accountant of Auschwitz*	0,07	Anglais	7. *Road to The Lemon Grove*	0,08	Anglais
8. *Brown Girl Begins*	0,05	Anglais	8. *Through Black Spruce*	0,08	Anglais
9. *The Breadwinner*	0,04	Anglais	9. *Gordon Lightfoot: If You Could Read My Mind*	0,07	Anglais
10. *Cielo*	0,03	Espagnol-anglais-français	10. *Giant Little Ones*	0,07	Anglais

Source : Association des cinémas du Canada.
* Du 1er janvier au 31 décembre 2018 et 2019. Le montant indiqué peut donc sous-évaluer les recettes-guichet associées au film en question si sa présentation dans les cinémas canadiens chevauchait deux années civiles.

Figure 10-9 Films canadiens les plus populaires sur le marché de langue française, 2018 et 2019

2018			2019		
Titre	**Recettes-guichets (millions de dollars)**	**Langue de la production**	**Titre**	**Recettes-guichets (millions de dollars)**	**Langue de la production**
1. *1991*	3,06	Français	1. *Menteur*	6,30	Français
2. *La Bolduc*	2,77	Français	2. *Il pleuvait des oiseaux*	1,88	Français
3. *La chute de l'empire américain*	2,70	Français	3. *La course des tuques*	1,22	Français
4. *Le trip à trois*	2,01	Français	4. *La femme de mon frère*	0,74	Français
5. *La course des tuques*	1,25	Français	5. *Matthias et Maxime*	0,50	Français
6. *Hochelaga, terre des âmes*	0,77	Français	6. *Antigone*	0,38	Français
7. *Nelly et Simon: mission yéti*	0,39	Français	7. *Jeune Juliette*	0,29	Français
8. *La disparition des lucioles*	0,33	Français	8. *Jouliks*	0,20	Français
9. *Junior majeur*	0,27	Français	9. *The Death and Life of John F. Donovan*	0,17	Anglais
10. *La terre vue du cœur*	0,25	Français	10. *Merci pour tout*	0,16	Français

Source : Association des cinémas du Canada.
* Du 1er janvier au 31 décembre 2018 et 2019. Le montant indiqué peut donc sous-évaluer les recettes-guichet associées au film en question si sa présentation dans les cinémas canadiens chevauchait deux années civiles.

Figure 10-10 Films les plus populaires sur le marché de langue anglaise, 2018 et 2019

2018			2019		
Titre	Recettes-guichets (millions de dollars)	Langue de la production	Titre	Recettes-guichets (millions de dollars)	Langue de la production
1. *Avengers: Infinity War*	57,51	É.-U.	1. *Avengers: Endgame*	78,18	É.-U.
2. *Black Panther*	53,43	É.-U.	2. *The Lion King*	42,13	É.-U.
3. *The Incredibles 2*	37,64	É.-U.	3. *Captain Marvel*	39,20	É.-U.
4. *Jurassic World: Fallen Kingdom*	30,94	É.-U.	4. *Joker*	35,36	É.-U.
5. *Deadpool 2*	27,99	É.-U.	5. *Spider-Man: Far From Home*	32,81	É.-U.
6. *Jumanji: Welcome to The Jungle*	25,72	É.-U.	6. *Frozen 2*	31,20	É.-U.
7. *Mission Impossible: Fallout*	25,55	É.-U.	7. *Aladdin*	26,99	É.-U.
8. *A Star Is Born*	20,32	É.-U.	8. *Star Wars: The Rise of Skywalker*	24,55	É.-U.
9. *Dr. Seuss' The Grinch*	20,29	É.-U.	9. *Toy Story 4*	23,26	É.-U.
10. *Bohemian Rhapsody*	19,25	É.-U.– R.-U.	10. *Aquaman*	17,53	É.-U.– Australie

Source : Association des cinémas du Canada.
* Du 1er janvier au 31 décembre 2018 et 2019. Le montant indiqué peut donc sous-évaluer les recettes-guichet associées au film en question si sa présentation dans les cinémas canadiens chevauchait deux années civiles

Figure 10-11 Films les plus populaires sur le marché de langue française, 2018 et 2019

2018			2019		
Titre	Recettes-guichets (millions de dollars)	Langue de la production	Titre	Recettes-guichets (millions de dollars)	Langue de la production
1. *Avengers: Infinity War*	4,59	É.-U.	1. *The Lion King*	7,71	É.-U.
2. *Jurassic World: Fallen Kingdom*	4,14	É.-U.	2. *Menteur*	6,27	Canada
3. *The Incredibles 2*	4,11	É.-U.	3. *Avengers: Endgame*	6,02	É.-U.
4. *Black Panther*	3,81	É.-U.	4. *Toy Story 4*	3,98	É.-U.
5. *Jumanji: Welcome to The Jungle*	3,71	É.-U.	5. *Joker*	3,75	É.-U.
6. *Hotel Transylvania 3: Summer Vacation*	3,18	É.-U.	6. *Frozen 2*	3,70	É.-U.
7. *Mission Impossible: Fallout*	3,13	É.-U.	7. *Captain Marvel*	3,15	É.-U.
8. *1991*	3,06	Canada	8. *Aquaman*	2,62	É.-U.– Australie
9. *La Bolduc*	2,77	Canada	9. *Aladdin*	2,61	É.-U.
10. *La chute de l'empire américain*	2,70	Canada	10. *Spider-Man: Far From Home*	2,48	É.-U.

Source : Association des cinémas du Canada.
* Du 1er janvier au 31 décembre 2018 et 2019. Le montant indiqué peut donc sous-évaluer les recettes-guichet associées au film en question si sa présentation dans les cinémas canadiens chevauchait deux années civiles.

11. Les entreprises de distribution de radiodiffusion

L'industrie de la distribution de radiodiffusion englobe les entreprises de câblodistribution, de distribution par satellite de radiodiffusion directe (SRD), de distribution multipoint (SDM) et de télévision IP (TVIP), par l'intermédiaire desquelles les ménages et les entreprises du pays ont accès à la programmation offerte par les services de télévision autorisés, à savoir des chaînes de télévision conventionnelle, les services de télévision facultatifs et sur demande, dans le cadre de forfaits télé ou de services à la carte. Les services de câblodistribution, de distribution par SDR, de distribution multipoint et de TVIP sont aussi désignés par l'expression « entreprises de distribution de radiodiffusion » (EDR). Ensemble, ils forment le secteur des EDR.

Faits saillants de 2018

- Le nombre d'abonnés et les revenus de la TVIP ont augmenté, passant à 2,8 millions d'abonnés et à 2,1 milliards de dollars, respectivement.
- Les contributions des EDR à la création d'émissions canadiennes ont augmenté de 1,5 % pour s'établir à 415 millions de dollars.

- Le nombre d'abonnés des EDR a diminué de 0,9 % et se chiffre à 10,8 millions d'abonnés.
- La baisse des revenus des câblodistributeurs et des services par SRD et par SDM a entraîné une baisse globale de 1,9 % des revenus de l'ensemble des EDR.

Le phénomène du désabonnement et de la rationalisation des services s'est poursuivi en 2018. La tendance est installée depuis 2013, après le nombre record de 11 529 000 abonnés enregistré par les EDR canadiennes en 2012 (figure 11-1).

Les effets du délestage de services effectué par les ménages canadiens ressortent très nettement dans le recul du revenu moyen par utilisateur (RMPU) mensuel dans l'industrie des EDR ces dernières années. En 2018, le RMPU mensuel est passé de 65,04 $ à 64,61 $, compte non tenu de l'inflation. En fait, le RMPU a régressé à un taux annuel moyen de 0,7 % depuis le sommet de 65,92 $ atteint en 2015. Comme l'inflation mesurée par l'indice des prix à la consommation se situait en moyenne autour de 1,8 % par année de 2015 à 2018[45], la baisse du revenu moyen par utilisateur, corrigée de l'inflation, serait plus près de 2,5 % par année.

Selon des statistiques publiées par le CRTC, l'industrie des EDR a perdu 93 000 abonnés en 2018, une perte annuelle de 0,9 % (figure 11-1). Après la perte de 179 000 abonnés en 2016 puis d'un nombre record de 191 000 abonnés en 2017, le taux de désabonnement des ménages canadiens a quelque peu ralenti en 2018.

Ce ralentissement enregistré au Canada en 2018 prouve que les EDR continuent d'offrir une solution attrayante aux ménages canadiens pour l'accès à du contenu audiovisuel. Toutefois, le modèle des EDR risque d'être mis à mal en 2020 et en 2021 devant le changement de stratégie des plateformes de vidéo sur demande par abonnement les plus importantes, qui ne cherchent plus à rivaliser avec les EDR et les services de télévision traditionnelle, mais plutôt l'une avec l'autre. En novembre 2019, Netflix, Amazon Prime Video, CraveTV, Club Illico et d'autres plateformes de vidéo sur demande par abonnement offertes au Canada ont accueilli dans leur cercle le très attendu service Disney+. En 2020, WarnerMedia doit lancer son service HBO Max aux États-Unis, mais certains contenus pourraient être offerts au Canada par l'entremise de services de VSD et de VSD par abonnement.

Par leur participation au Fonds des médias du Canada (FMC), à des fonds de production indépendants et au financement de la production locale, les EDR soutiennent la création de contenu canadien. En 2018, la part des EDR au FMC a reculé de 13 millions de dollars ou 6,3 %. Les contributions aux fonds de production indépendants ont baissé de 20 %, soit de 10 millions de dollars. Ces baisses ont toutefois été compensées par une hausse de 29 millions de dollars de la participation des EDR à la programmation locale et d'information. Environ 64 % de la hausse des contributions (21,7 millions de dollars) dans ce créneau est attribuable à la mise sur pied du Fonds des nouvelles locales indépendantes par le CRTC le 1er septembre 2017, auquel les EDR doivent verser l'équivalent de 0,3 % des revenus qu'elles ont réalisés l'année précédente[46].

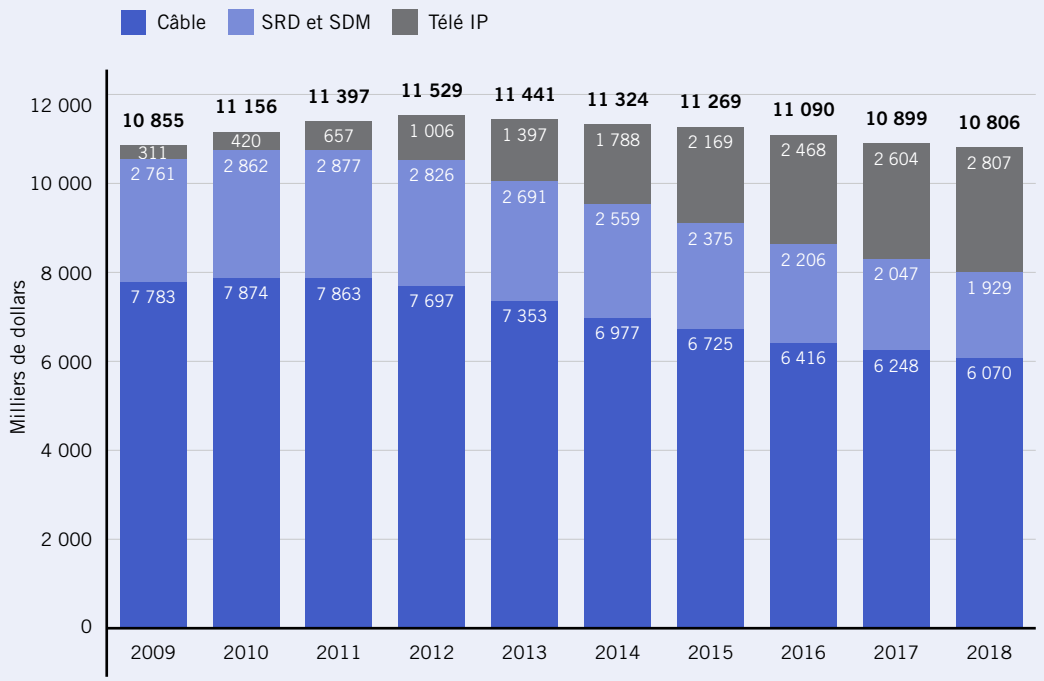
Dans l'ensemble, la participation des EDR à la production de contenu canadien s'est chiffrée à 415 millions de dollars en 2018 (figure 11-3). Il s'agit d'une augmentation de 2,7 % par rapport à 2017. Malgré tout, ce résultat est inférieur de 16 % au record de 493 millions de dollars enregistré en 2012.

[45] Calculs fondés sur les données tirées du *Tableau 18-10-0005-01* de Statistique Canada.

[46] CRTC (2016), *Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2016-436*.

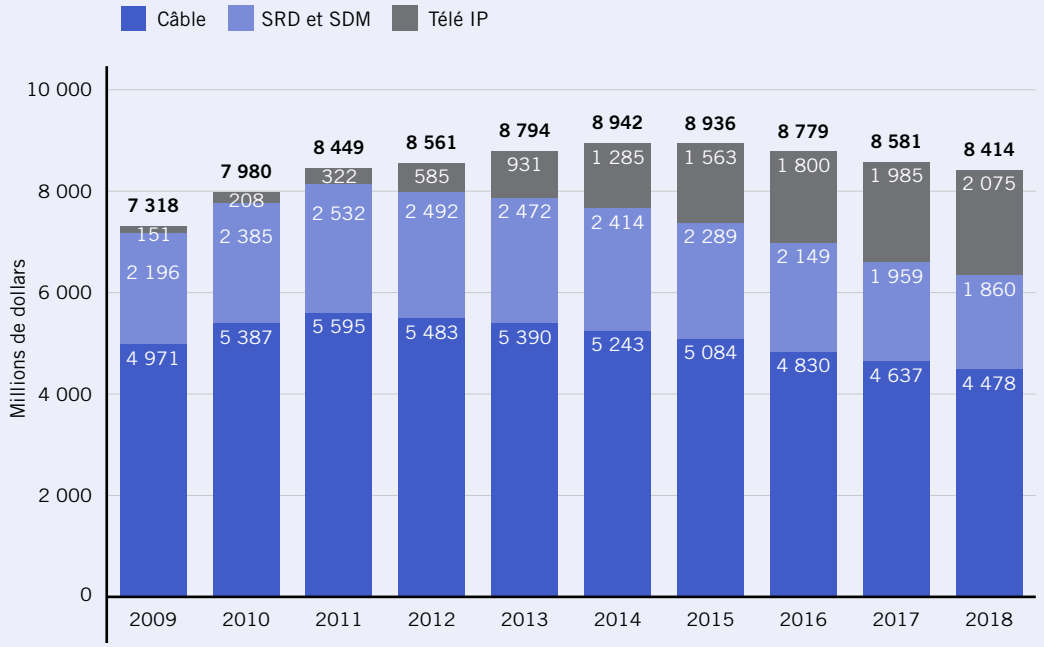
ABONNÉS ET REVENUS DES EDR

Figure 11-1 Abonnés des EDR canadiennes



Source : CRTC.

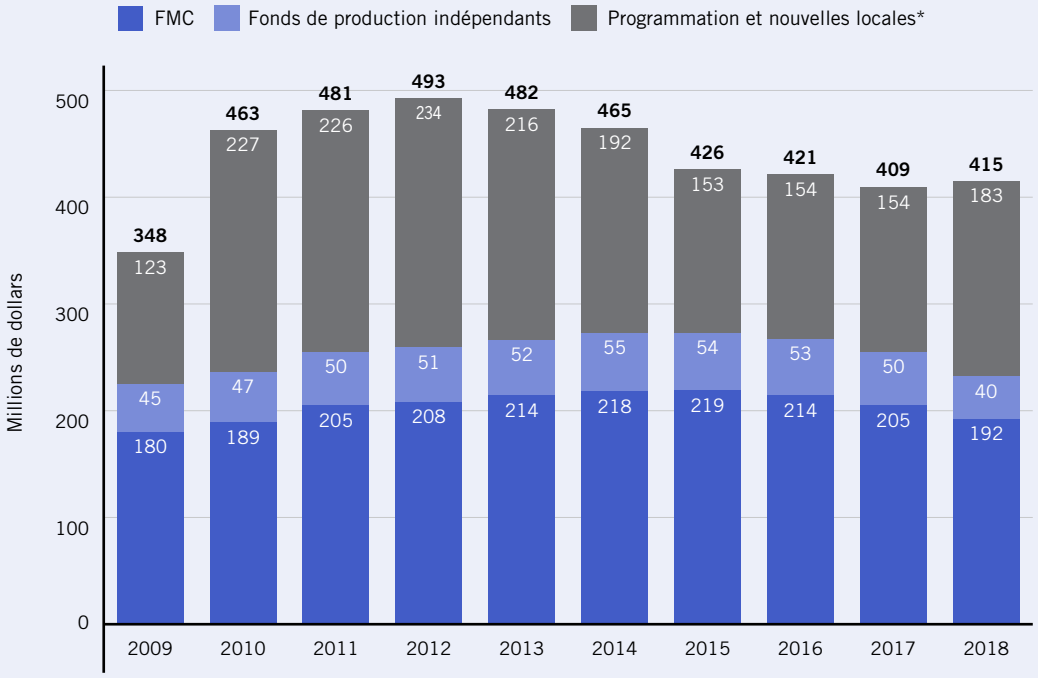
Figure 11-2 Revenus des EDR canadiennes



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

INVESTISSEMENT DANS LA PROGRAMMATION CANADIENNE

Figure 11-3 Investissement des EDR dans la programmation canadienne



Source : CRTC.
* Comprend les dépenses consacrées à l'expression locale (soit les chaînes de télévision communautaires) et les contributions au Fonds d'amélioration de la programmation locale (en vigueur de 2009 à 2014) et au fonds pour les nouvelles locales indépendantes (2018).

Remarques méthodologiques

Estimation de la production canadienne

Les estimations relatives à la production canadienne reposent sur les données du Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens (BCPAC) du ministère du Patrimoine canadien. Pour rendre compte du fait que les producteurs disposent d'une fenêtre de 42 mois pour présenter leur demande de certification au BCPAC[47], Nordicité a majoré les données brutes des deux derniers exercices fournies par le BCPAC en appliquant les facteurs indiqués ci-dessous :

- 2017-2018 : 3,5 %
- 2016-2017 : 12,1 %

Ces taux sont fondés sur la marge de sous-représentation des statistiques du BCPAC constatée ces dix dernières années et, en particulier, sur celle des années les plus récentes.

Révision des statistiques antérieures

En raison de la fenêtre de 42 mois accordée aux producteurs pour la présentation de la demande de certification, les données du BCPAC peuvent ne pas donner une indication exacte du volume de production avant quatre ans après l'exercice financier considéré. Les statistiques de la production canadienne des exercices 2015-2016 à 2017-2018 comprises dans cette édition de *Profil* ont donc été révisées en fonction des données actuelles du BCPAC.

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'est-à-dire des œuvres télévisuelles que seul le CRTC a certifiées. Les recherches effectuées par Nordicité et Patrimoine canadien en 2009 ont indiqué que ces œuvres équivalaient à quelque 13,5 % de l'ensemble de la production télévisuelle canadienne. Ce taux a été utilisé pour estimer le volume de la production télévisuelle certifiée par le CRTC dont il est fait état dans la présente édition de *Profil*.

Courts métrages

Est considéré comme un court métrage tout film de moins de 75 minutes. Dans les éditions antérieures à *Profil 2012*, les données concernant les courts métrages destinés aux salles étaient comprises dans les statistiques d'ensemble de la production cinématographique canadienne (soit du cinéma canadien). Depuis l'édition 2013, elles font partie de celles

[47] En vertu de la *Loi de l'impôt sur le revenu*, les producteurs peuvent soumettre leur demande de Crédit d'impôt pour production cinématographique ou magnétoscopique canadienne (CIPC) jusqu'à 42 mois après la fin de l'exercice financier au cours duquel les principaux travaux de prise de vue ont commencé.

de la production télévisuelle canadienne (soit de la télévision canadienne). Ainsi, dans la présente édition, les statistiques de la télévision canadienne englobent les données relatives aux courts métrages destinés aux salles produits de 2009-2010 à 2018-2019.

Bien que le descripteur « courts métrages destinés aux salles » laisse entendre qu'on devrait grouper les données concernant ces œuvres avec celles du cinéma canadien, ne pas le faire donne une mesure plus juste de la production de longs métrages destinés aux salles. De plus, le faible volume de courts métrages destinés aux salles rapporté dans les éditions précédentes de *Profil* donne lieu de croire que les demandeurs de certification avaient, en fait, inclus bon nombre de ces œuvres dans les données relatives à la télévision canadienne.

Fonds des médias du Canada (FMC)

Les statistiques dont il est fait état pour le FMC sont celles de la production soutenue par le Volet convergent du Fonds depuis 2010-2011. Les données des années antérieures sont celles de la production soutenue par le Fonds canadien de télévision (FCT).

Production interne des télédiffuseurs

Il n'a pas été possible de rassembler des statistiques provinciales complètes sur la production interne des télédiffuseurs privés des Prairies ni du Canada atlantique. Dans le premier cas, Nordicité a fait des estimations d'après la part que représentait ce secteur dans le passé, selon les statistiques compilées par le CRTC avant 2001, année où le Conseil a commencé à supprimer les statistiques provinciales. Dans le second, la société s'est aussi fondée sur des estimations pour établir la ventilation de la production interne des télédiffuseurs privés. Comme il n'existe aucune donnée antérieure, elle s'est servie de la part du produit intérieur brut (PIB) attribuable à chaque province de l'Atlantique comme variable substitutive pour arriver à des estimations.

Rapprochement avec les statistiques publiées par les agences provinciales de financement

Certains organismes provinciaux de financement publient également des statistiques sur l'activité de l'industrie de la production cinématographique et télévisuelle dans leur province. Ces statistiques peuvent différer de celles qui sont présentées dans la présente édition de *Profil* pour diverses raisons :

- Certains organismes établissent leurs statistiques d'après l'année civile, alors que celles qui paraissent dans *Profil* sont élaborées d'après l'exercice financier.
- D'autres font rapport de l'activité de production en fonction de l'exercice financier au cours duquel est approuvée la demande de crédit d'impôt relative au projet cinématographique ou télévisuel plutôt que de celui où débutent les principaux travaux de prise de vue (comme c'est l'usage au BCPAC).
- Les statistiques des agences provinciales ne comprennent pas la production interne des télédiffuseurs.
- D'ordinaire, les agences provinciales font rapport de l'activité de production d'après la province où le projet cinématographique ou télévisuel a été réalisé, alors que les statistiques utilisées dans *Profil* se fondent sur celle où est établi le producteur du projet (comme c'est l'usage au BCPAC).

Investissement étranger dans la production

L'investissement étranger dans la production mesure l'apport financier étranger à l'industrie canadienne de la production cinématographique et télévisuelle. Il se compose des préventes et avances de distribution à l'étranger de toutes les productions qui sont certifiées par le BCPAC, d'une estimation des préventes et avances de distribution de celles qui ne le sont pas ainsi que de la valeur globale des productions étrangères réalisées au Canada et de celles qui font appel à des services de production canadiens. L'expression « investissement étranger dans la production » est utilisée de préférence au terme « exportation », car elle correspond mieux à la nature de la production cinématographique et télévisuelle au Canada. Son utilisation permet en effet de reconnaître que les œuvres cinématographiques et télévisuelles sont des biens incorporels et qu'une partie des droits d'auteur s'y rattachant peut être exportée vers d'autres pays. Elle permet également de rendre compte des budgets des œuvres réalisées au Canada, même lorsque les droits d'auteur afférents sont détenus par une entité étrangère.

En ce qui concerne les coproductions audiovisuelles régies par des traités, seule la participation canadienne est prise en compte dans l'estimation de l'investissement étranger dans la production. La participation étrangère au financement de ces œuvres ne contribue pas directement à la valeur de l'investissement étranger. Les coproductions audiovisuelles régies par des traités n'ajoutent à la valeur d'exportation que dans la mesure où la participation canadienne à leur budget comprend des ventes ou des avances de distribution à l'étranger.

Évaluation des emplois directs

Nordicité a calculé le nombre d'emplois créés dans l'industrie de la production même, ou emplois directs, en estimant la part du volume de production global servant à payer la main-d'œuvre, puis en divisant cette part par la rémunération estimative moyenne d'un emploi ETP dans l'industrie de la production cinématographique et télévisuelle.

La société a multiplié le volume de production global par 57 % pour arriver à une estimation du montant des budgets de production versé en rémunération. Le choix de ce pourcentage repose sur les données fournies par le BCPAC concernant la proportion des budgets de production que représentent en moyenne les dépenses de main-d'oeuvre canadiennes.

Partant des données du *Recensement de 2016* de Statistique Canada, Nordicité a par ailleurs établi que le coût moyen d'un emploi ETP en production cinématographique et télévisuelle au Canada s'élevait vraisemblablement à 62 389 $ en 2018-2019. Ce chiffre est rajusté chaque année, d'après les variations annuelles de la rémunération moyenne (heures supplémentaires non comprises) des salariés payés à l'heure au Canada indiquées dans *l'Enquête sur l'emploi, la rémunération et les heures de travail (EERH) de Statistique Canada (cf. Tableau 14-10-0206-01*).

Coût moyen ETP en production cinématographique et télévisuelle

	09-10	10-11	11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	17-18	18-19
Coût moyen ETP	51 167 $	52 293 $	54 175 $	55 476 $	56 935 $	58 016 $	58 607 $	59 445 $	60 396 $	62 389 $

Source : Calculs de Nordicité d'après les données tirées du *Recensement de 2006* et du *Tableau 14-10-0206-01* de l'*Enquête sur l'emploi, la rémunération et les heures de travail* de Statistique Canada.

Évaluation des emplois dérivés

« Emplois dérivés » s'entend de la somme des emplois ETP créés indirectement et des emplois induits.

À partir des tableaux et données publiés en 2004 par Statistique Canada pour la classification *Production et distribution de films et de vidéos et postproduction et autres industries du film et de la vidéo* (qui est celle qui s'approche le plus de l'industrie de la production cinématographique et télévisuelle), du rapport d'analyse *Valoriser notre culture: Mesurer et comprendre l'économie créative du Canada* (2008) publié par le Conference Board du Canada, et des ajustements apportés pour tenir compte de l'inflation.

Incidence économique de la production

Revenu du travail

Nordicité a calculé le revenu du travail directement attribuable au secteur de la production télévisuelle et cinématographique en multipliant le nombre d'emplois ETP en production même par le coût moyen d'un tel emploi dans cette industrie (voir ci-dessus). Elle a ensuite estimé le revenu du travail résultant des emplois qui en sont dérivés en multipliant le nombre des emplois ETP dérivés par le coût moyen d'un tel emploi dans l'économie en général, soit 51 064 $.

Produit intérieur brut

Comme l'incidence directe de la production cinématographique et télévisuelle se compte surtout en revenu du travail et salaires, l'apport direct de ce secteur au PIB a été déterminé en appliquant un facteur de 1,49 comme rapport du PIB au revenu du travail, comme le suggère l'analyse du Conference Board du Canada exposée dans *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 durant tout segment de 60 secondes.

Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens (BCPAC)

Le Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens (BCPAC) du ministère du Patrimoine canadien est responsable (avec l'Agence du revenu du Canada) de l'administration de deux crédits d'impôt fédéraux [le Crédit d'impôt pour production cinématographique ou magnétoscopique canadienne (CIPC) et le Crédit d'impôt pour services de production cinématographique ou magnétoscopique (CISP)].

Le BCPAC supervise le programme visant à certifier que des émissions de télévision et des films sont bien des productions canadiennes en fonction de son barème de points et d'autres critères d'admissibilité au CIPC et à d'autres mécanismes de financement de Téléfilm Canada ou du FMC.

Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC)

Le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes est l'organisme chargé de réglementer les secteurs de la radiodiffusion et des télécommunications au pays.

Coproduction

Œuvre cinématographique ou émission de télévision réalisée par des producteurs d'un ou de plusieurs pays, dont le tournage se déroule généralement dans les pays des producteurs. Les coproductions sont souvent encadrées par des traités internationaux (« coproductions audiovisuelles régies par des traités ») afin de leur garantir d'être traitées comme des productions nationales dans le pays respectif des producteurs. *Profil* ne présente que les statistiques sur les coproductions régies par des traités.

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

Programme de crédit d'impôt fédéral destiné à soutenir la production de films et d'émissions de télévision certifiés comme du contenu canadien. Le CIPC procure aux productions admissibles un crédit d'impôt correspondant à 25 % des dépenses de main-d'œuvre admissibles. La proportion des dépenses de main-d'œuvre admissible ne peut excéder 60 % du coût de la production, net de toute autre forme d'aide publique reçue.

Crédit d'impôt pour services de production cinématographique ou magnétoscopique (CISP)

Programme de crédit d'impôt fédéral destiné à soutenir la production de films et d'émissions de télévision non certifiés comme étant du contenu canadien. Le CISP procure aux productions admissibles un crédit d'impôt correspondant à 16 % des dépenses de main-d'œuvre engagées dans une production agréée, déduction faite de toute aide reçue.

Emplois équivalents temps plein (ETP)

Mesure de l'emploi où le nombre d'employés à temps partiel ou qui travaillent moins que l'équivalent d'une année complète de travail est converti en nombre équivalent d'emplois à temps plein.

Entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR)

Les entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR) comprennent les entreprises de services de télévision par câble, de distribution par satellite (SRD), de distribution multipoint (SDM) et de télévision IP (TVIP) qui distribuent des services de télévision autorisés aux consommateurs canadiens, ménages et entreprises, dont les services de télévision généraliste, de télévision facultatifs et sur demande, par abonnement à des forfaits de chaînes et sous forme de services à la carte dans certains cas.

Fonds des médias du Canada (FMC)

Lancé le 1er avril 2010 et financé en partenariat par le gouvernement du Canada et les entreprises de distribution par câble et par satellite, et les fournisseurs de service de TVIP, le Fonds des médias du Canada a comme mandat de soutenir la création de contenu télévisuel et numérique convergent, accessible sur de multiples plateformes, dont des applications pour les médias d'avant-garde, et celle de contenu et de logiciels d'application expérimentaux pour Internet, le sans-fil et d'autres plateformes numériques émergentes.

Incidence secondaire

S'entend de la somme des incidences économiques indirectes et induites. L'incidence indirecte se compose des emplois et de la contribution au PIB des fournisseurs de biens et de services du secteur de la production, alors que l'incidence induite désigne les emplois et la contribution au PIB provenant du secteur de la consommation de l'économie canadienne, qui profite de la réinjection des salaires gagnés par les interprètes et les techniciens et aussi par les employés des fournisseurs.

Investissement étranger dans la production (IEP)

Paramètre qui mesure l'apport financier étranger au secteur canadien de la production cinématographique et télévisuelle. L'IEP englobe les préventes et avances de distribution à l'étranger de toutes les productions qui sont certifiées par le BCPAC, une estimation des préventes et avances de distribution de celles qui ne le sont pas ainsi que la valeur combinée des productions étrangères réalisées au Canada et de celles qui font appel à des services de production canadiens.

Production étrangère et services de production

Le secteur de la production étrangère et des services de production englobe surtout les longs métrages et les émissions de télévision réalisés au Canada principalement par des producteurs étrangers. Il comprend aussi les effets visuels créés par des studios canadiens pour des productions cinématographiques et télévisuelles étrangères.

Production interne des télédiffuseurs

Émissions de télévision produites par les télédiffuseurs par leurs propres moyens. Cette catégorie se compose surtout de bulletins de nouvelles et d'émissions de sport, mais pas exclusivement.

Produit intérieur brut (PIB)

Valeur sans double compte de tous les biens et services produits dans un secteur d'activité ou un territoire économique au cours d'une période donnée. Il correspond à la différence entre la valeur des extrants de l'industrie visée et la valeur des intrants d'autres industries que celle-ci consomme.

Service de distribution par satellite (SRD)

Service offert par des entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR) grâce auquel les ménages et les entreprises peuvent capter les signaux de télévision au moyen d'une antenne parabolique de faible diamètre.

Services de vidéo sur demande par abonnement (VSDA)

Services de télévision permettant aux consommateurs, en contrepartie d'un tarif d'abonnement mensuel, de regarder à leur convenance des émissions de télévision ou des films sur demande (p. ex., Netflix, CraveTV, Club illico, Amazon Prime Video, Hulu,
NFL Game Pass). Le plus souvent, ces services sont offerts sur Internet.

Services facultatifs

S'entend de services de télévision regroupant des chaînes offertes 24 heures sur 24 qui ne sont accessibles que par l'entremise de câblodistributeurs, d'entreprises de distribution par satellite ou sur IP. La programmation est thématique, chaque chaîne se concentrant exclusivement sur les sports, l'information, le cinéma ou les arts, par exemple. Les exploitants tirent leurs revenus de droits d'abonnement, auxquels s'ajoute une certaine proportion de recettes publicitaires. Également appelés « 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 selon leur bon vouloir, sans être limités par un horaire fixe (comme c'est le cas pour la télévision dite linéaire). Les services sur demande sont compatibles autant avec les plateformes des EDR (les services de câblodistribution et les services de distribution par satellite) qu'Internet.

Systèmes de distribution multipoint (SDM)

Désigne un système de communication sans fil fixe qui repose sur l'emploi d'une antenne parabolique pour transmettre des signaux de radiodiffusion d'une source unique à des canaux multiples (points).

Téléfilm Canada

Société d'État créée par le parlement canadien en 1968 pour soutenir financièrement la production de films canadiens. Téléfilm Canada administre désormais la majorité des programmes mis sur pied par le gouvernement fédéral pour appuyer l'industrie cinématographique canadienne. L'organisme se charge également d'administrer les traités internationaux de coproduction audiovisuelle au nom du gouvernement du Canada et les programmes de financement du FMC.

Télévision conventionnelle

La télévision conventionnelle réunit des télédiffuseurs privés et publics qui exploitent des émetteurs hertziens pour transmettre leur programmation directement aux foyers des téléspectateurs, bien que la grande majorité de ceux-ci reçoive aujourd'hui ces signaux par l'intermédiaire de câblodistributeurs ou d'entreprises de distribution par satellite.

Télévision éducative

Services de télévision consacrés à du contenu éducatif offerts par quatre gouvernements provinciaux. Les quatre diffuseurs en question sont Télé-Québec, TVO, Knowledge Network (BC) et Groupe Média TFO.

Télévision payante

Services de télévision offerts par l'intermédiaire de câblodistributeurs ou d'entreprises de distribution par satellite. Règle générale, les services de télévision payante, dont la programmation comprend notamment des films récents, ne tirent pas de revenus de la publicité; leurs revenus proviennent plutôt d'abonnements ou d'une facturation à l'utilisation. Les données des services sur demande tels que les services de télévision à la carte et les services de vidéo sur demande (VSD) ont été incluses dans les statistiques présentées pour ce sous-secteur.

Télévision spécialisée

S'entend de services de télévision regroupant des chaînes offertes 24 heures sur 24 qui ne sont accessibles que par l'entremise de câblodistributeurs ou d'entreprises de distribution par satellite. La programmation est thématique, chaque chaîne se concentrant exclusivement sur l'information, le cinéma ou les arts, par exemple. Les exploitants tirent leurs revenus de droits d'abonnement, auxquels s'ajoute une certaine proportion de recettes publicitaires.

Télévision sur protocole Internet (TVIP)

Service offert par des entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR) à leurs abonnés au moyen d'une connexion à large bande.

Vidéo sur demande (VSD)

Service de diffusion facturé à la pièce où l'usager peut commander en tout temps des films et des émissions de télévision dans un catalogue. Au Canada, les services de vidéo sur demande sont généralement offerts par les EDR (services de câblodistribution, de télévision sur IP ou de distribution par satellite).

Vidéo sur demande gratuite financée par la publicité (VSDFP)

Service sur Internet permettant au consommateur d'avoir accès à du contenu vidéo moyennant l'affichage de publicités (p. ex. : YouTube).

Vidéo sur demande transactionnelle (VSDT)

Service en ligne permettant de télécharger des œuvres cinématographiques ou télévisuelles moyennant un tarif de location ou de vente (p. ex., iTunes d'Apple). La location d'œuvres par un service de VSDT limite parfois l'utilisation du téléchargement à une durée déterminée.

Volet convergent

Volet du Fonds des médias du Canada (FMC) destiné à soutenir financièrement la production de contenu pour médias numériques associé à des productions télévisuelles appuyées par le FMC, qui contribue à stimuler la création de ce type d'œuvres pour alimenter différentes plateformes de médias numériques.

Volet expérimental

Il s'agit d'un programme de financement du FMC qui vise à soutenir financièrement la production de contenus interactifs et d'applications logicielles destinés aux médias numériques qui ne correspondent pas aux genres de contenu télévisuel soutenus par le FMC.