

PROFIL | 2018

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

PROFIL | 2018

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 Itée

Profil 2018 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 Nordicity ltée.

Cette 22^e 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 1^{er} avril 2017 et le 31 mars 2018 ainsi que des tendances qui l'ont marquée depuis l'exercice financier 2008-2009.



Ottawa

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

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

Toronto

1, rue Toronto, bureau 702
Toronto ON M5V 2E5

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

Vancouver

736, rue Granville, bureau 600
Vancouver BC V6Z 1G3

Tél : 1-866-390-7639 / 604-682-8619
CÉ : vancouver@cmpa.ca

Responsables à l'ACPM :

Susanne Vaas

*Vice-présidente,
Affaires générales et internationales*

Nicholas Mills

Directeur, Recherche



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.

Responsables au ministère du Patrimoine canadien :

Wayne Timbers

Gestionnaire, Politique et programmes du film et de la vidéo

Mounir Khoury

ste de politiques, Politique et programmes du film et de la vidéo

Catherine Rossiter

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

Vincent Fecteau

Analyste principal de recherche, Industries culturelles

Peter Mann

Analyste principal de politiques, BCPAC

Mohamad Ibrahim Ahmad

Analyste de recherche et administrateur de données, BCPAC



360, rue Saint-Jacques, bureau 500
Montréal QC H2Y 1P5
Tél : 1-800-567-0890 / 514-283-6363
CÉ : info@telefilm.ca
telefilm.ca

Responsables à Téléfilm Canada:

Richard Beaulieu

Spécialiste, Analyse économique et performance des programmes

Elisa Suppa

Attachée, Affaires corporatives et relations avec l'industrie



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

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

Responsable à l'AQPM:

Hélène Messier

Présidente-directrice générale



nordicity.com

Le Groupe Nordicity ltée

Peter Lyman, partenaire principal

Dustin Chodorowicz, partenaire

Kristian Roberts, partenaire

Balvinder Chowdhary, consultant

Stephen Hignell, directeur adjoint

Jocelyn Pogorbsky, analyste de recherche

Nordicity est une société d'experts-conseils de premier plan sur la scène internationale qui offre des solutions en orientation stratégique, en gestion des affaires, en analyse économique, en politique publique et en réglementation. Ses compétences couvrent quatre domaines clés : les arts, la culture et le patrimoine; les médias numériques et de création; l'innovation et les technologies d'information et de communication; et les télécommunications et l'utilisation du spectre.

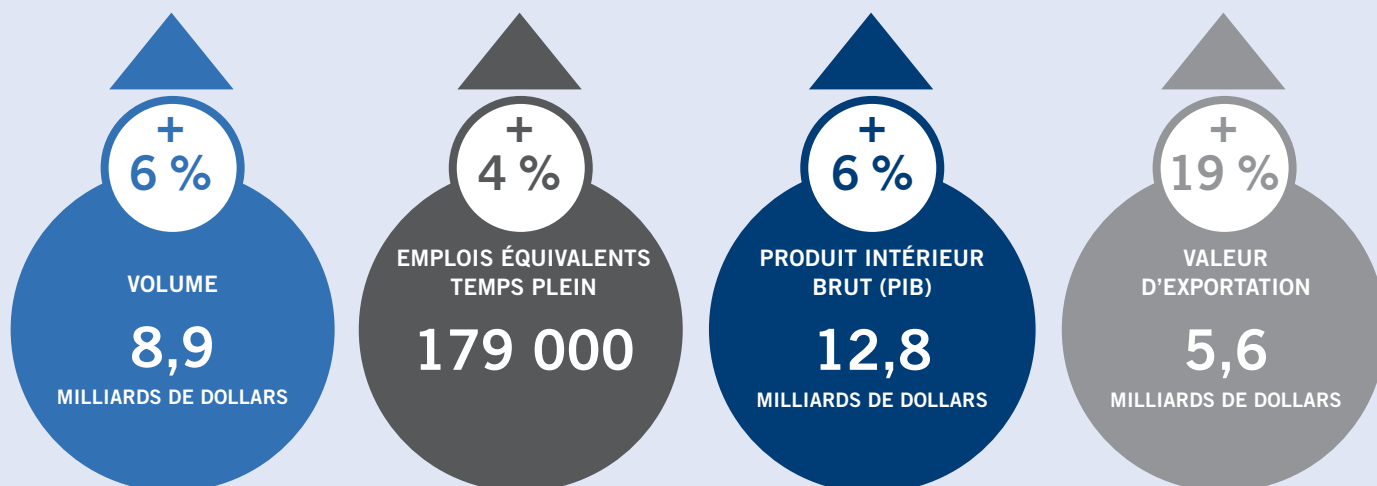
TABLE DES MATIÈRES

Un coup d'œil : La production du contenu sur écran au Canada	4
1. Survol du secteur du contenu sur écran au Canada . . .	6
Chaîne de valeur sectorielle	6
La production cinématographique et télévisuelle au Canada	7
Volume global	8
Région	10
2. Apport économique	11
Production cinématographique et télévisuelle.	13
Emplois par sous-secteur	13
Emplois par région	13
Pib et revenus de travail	14
Investissement étranger dans la production.	15
Incidences économiques de la chaîne de valeur du secteur du contenu sur écran	16
Sommaire des retombées sur l'emploi et sur le PIB	17
3. La production canadienne de contenu	19
Langue.	21
Genre.	21
Oeuvres d'animation	23
Financement.	24
4. La production télévisuelle canadienne	25
Types	27
Langue.	28
Genre.	29
Budgets	32
Oeuvres d'animation	33
Répartition selon le contenu canadien.	33
Région	34
Fonds des médias du Canada	35
Financement.	38
5. La production cinématographique canadienne	44
Production totale et budgets moyens.	46
Langue.	49
Genres	50
Région	50
Financement.	51
6. Les coproductions audiovisuelles régies par des traités.	52
Télévision	54
Longs métrages.	55
Résultats pour l'ensemble des créneaux de présentation	56
Budgets médians	58
7. La production étrangère et les services de production	59
Production totale et types de productions	61
Région	62
Pays.	63
8. La production interne des télédiffuseurs	64
Volume de la production	64
Genres	67
Région	67
9. Distribution.	68
Revenus.	70
Investissement dans les productions canadiennes	71
10. La production interne des télédiffuseurs	72
Revenus	74
Émissions de télévision les plus regardées	74
Part de l'auditoire	76
11. La présentation en salles et l'auditoire	77
Revenus totaux	79
Festivals de cinéma	80
Recettes-guichet : tendances nationales	81
Recettes-guichet selon la langue du marché	83
Films les plus populaires selon la langue du marché.	83
Visionnement de films sur les plateformes télévisuelles	85
12. Les entreprises de distribution de radiodiffusion	88
Abonnés et revenus des edr	90
Investissement dans la programmation canadienne.	91
Remarques méthodologiques	92
Glossaire.	96

UN COUP D'ŒIL

La production du contenu sur écran au Canada

Production cinématographique et télévisuelle au Canada*



Marché canadien du contenu sur écran

Population du Canada
(2017)

36,7 millions¹

Dépenses en production
cinématographique et télévisuelle
à l'échelle nationale
(2017-2018)

243 \$/personne

Nombre de ménages
(2016)

14,1 millions²

Écrans de cinéma
(2016)

2 641³

Droits d'entrée payés dans les salles
au Canada (2016) :

100,1 millions³

Services de télévision offerts (2016)

780⁴

- Services canadiens
453⁴
- Services étrangers
327⁴

Proportion des ménages abonnés à
des services d'EDR, soit d'entreprises
de distribution de radiodiffusion
(2016)

74,8 %⁴

Abonnés de services d'EDR
(2017)

10,7 millions⁵

- Abonnés de services de
câblodistribution
6,1 millions⁵
- Abonnés de services de télé IP
2,6 millions⁵
- Abonnés de services de
distribution par satellite (SRD) et
de distribution multipoint (SDM)
2,2 millions⁵

Sources : 1. Statistique Canada, *Tableau 17-10-0005-01*. 2. Statistique Canada, *Recensement de la population de 2016 et produit n° 98-400-X2016220* au catalogue. 3. Statistique Canada, *Tableau 21-10-0180-01*. 4. Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, *Rapport de surveillance des communications 2018*. 5. CRTC, *Rapport de surveillance des communications 2013-2017, 2018*.

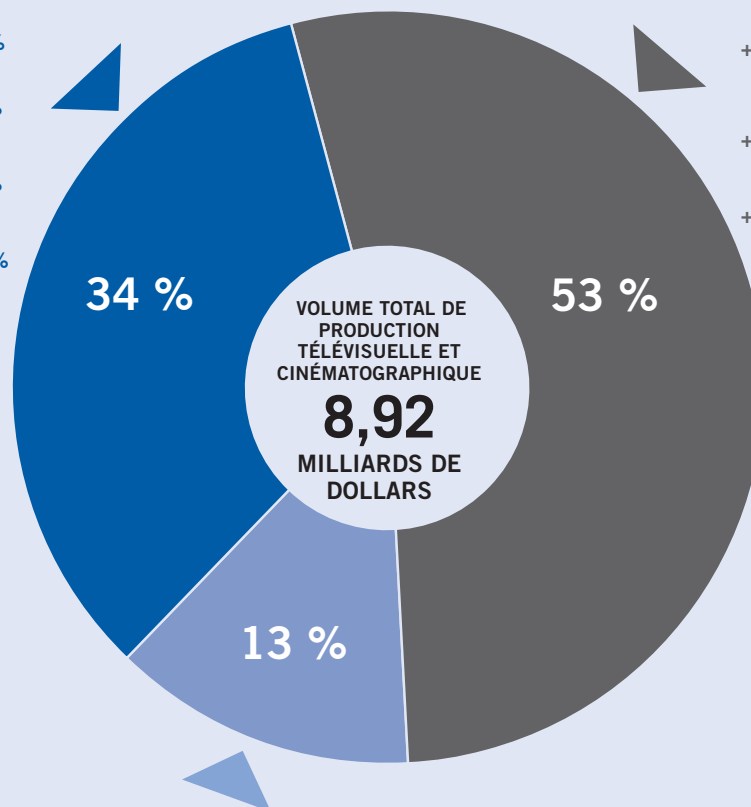
L'industrie de la production contenu sur écran au Canada

CONTENU CANADIEN (PRODUCTION CINÉMATOGRAPHIQUE ET TÉLÉVISUELLE)

Volume :	3,04	-9 %
MILLIARDS DE DOLLARS		
Production télévisuelle :	2,73	-10 %
MILLIARDS DE DOLLARS		
Production cinématographique :	303	+6 %
MILLIONS DE DOLLARS		
Séries télévisées :	802	-3 %
Longs métrages destinés aux salles :	105	-6 %
Emplois ETP :	61 000	-11 %

PRODUCTION ÉTRANGÈRE ET SERVICES DE PRODUCTION

Volume :	4,77	+26 %
MILLIARDS DE DOLLARS		
Longs métrages destinés aux salles :	167	-10 %
Séries télévisées :	204	+43 %
Téléfilms, miniséries, émissions pilotes et autres :	103	+34 %
Emplois ETP :	95 700	+24 %



PRODUCTION INTERNE

Volume :	1.12	-15 %
MILLIARDS DE DOLLARS		
Télévision généraliste :	588	-6 %
MILLIONS DE DOLLARS		
Télévision spécialisée et payante :	527	-24 %
MILLIONS DE DOLLARS		
Emplois ETP :	22 400	-17 %

Source : **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*. À compter de 2017-2018, les données sur les miniséries sont incluses dans la catégorie *Émissions de télévision*. 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 *Émissions de télévision* se compose d'émissions et non de miniséries.

1. Survol du secteur du contenu sur écran au Canada

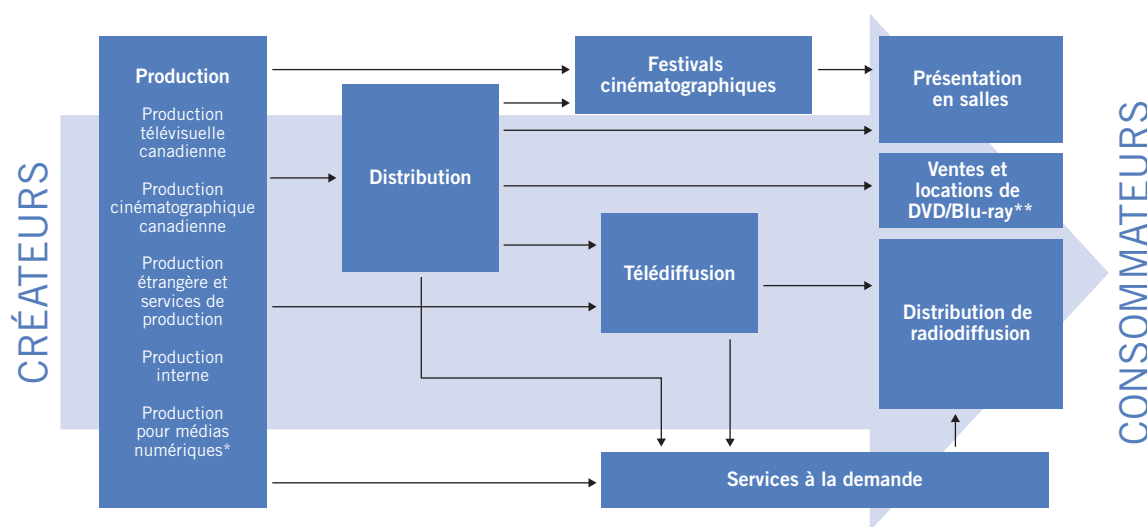
CHAÎNE DE VALEUR SECTORIELLE

Au cours des dix dernières années, la chaîne de valeur du secteur du contenu sur écran a connu une évolution rapide sous l'effet conjugué de la technologie numérique, de l'accès à Internet à large bande et de nouveaux appareils de divertissement grand public. La Figure 1 - 1 schématise l'état actuel de la chaîne de valeur sectorielle au Canada.

- 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 d'action réelle et d'animation, et toutes les étapes de la postproduction, de la production des effets visuels et de la production de contenu pour médias numériques.
- 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, 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, sans autre intermédiaire.
- C'est à l'étape de la consommation du contenu que l'évolution de la chaîne est la plus manifeste. Les **festivals de cinéma** sont des carrefours incontournables où les producteurs et distributeurs peuvent faire connaître leurs films et les vendre sur des territoires qui leur étaient jusqu'alors inconnus. Ces événements génèrent aussi des retombées économiques appréciables dans les villes qui les accueillent.
- 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 de **vidéo sur demande (VSD)**, de VSD par abonnement (VSDA), de VSD transactionnelle (VSDT) ou de VSD gratuite financée par la publicité (VSDFP), ou encore sur le marché de la vidéo grand public (la vente et la location de DVD et de disques Blu-ray). Parfois, la sortie se fait simultanément en salles et dans les services sur demande ou sur le marché de la vidéo grand public (communément appelée sortie simultanée).
- Pour les émissions de télévision, le **marché de la télédiffusion**, qui inclut les télédiffuseurs généralistes, les chaînes spécialisées et les services de télévision payante actifs au Canada, s'avère encore le premier débouché naturel.
- Comme nous l'avons indiqué précédemment, les auditoires ont aussi accès aux films et aux émissions de télévision par l'entremise de **services à la demande**, qui incluent les services de télé à la carte, de vidéo sur demande par abonnement ou d'autres services en ligne. Un grand nombre de films et d'émissions utilisent ces services comme fenêtre de présentation secondaire, voire comme fenêtre principale, court-circuitant 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). Dans le présent rapport, ces entités qui forment le secteur de la **distribution de services de radiodiffusion** et sont regroupées sous le terme « entreprises de distribution de radiodiffusion » (EDR). Ces entités jouent un rôle fondamental en s'assurant que les auditoires canadiens puissent avoir accès de manière fiable au contenu provenant de l'industrie des services de radiodiffusion et à certains services à la demande. Certains 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.

1 - 1 Chaîne de valeur du secteur du contenu sur écran au Canada



* Les estimations de revenus et d'incidences économiques de la production de médias numériques, des festivals de films et des ventes et locations de DVD et de disques Blu-ray au Canada ne sont pas incluses dans le présent rapport.

LA PRODUCTION CINÉMATOGRAPHIQUE ET TÉLÉVISUELLE AU CANADA

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

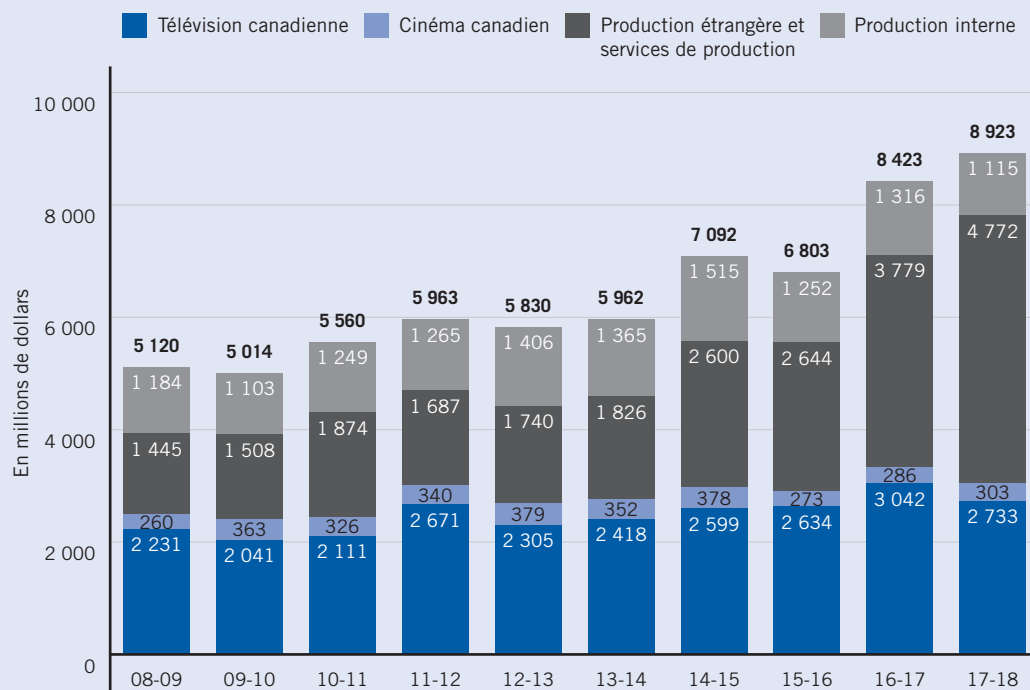
1. La **production télévisuelle** comprend la production télévisuelle qui est principalement l'œuvre de maisons de production indépendantes, quoiqu'elle englobe également les réalisations des maisons affiliées à des télédiffuseurs canadiens. Toutes les réalisations de ce secteur sont des œuvres certifiées 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** constituent désormais le plus grand secteur en importance de la production de contenu sur écran cinématographique et télévisuel au Canada. Il regroupe 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 étrangers¹. Dans la majorité des cas, les droits d'auteur de ces œuvres sont détenus par des intérêts étrangers. Reste néanmoins que des producteurs canadiens en détiennent environ de 5 à 10 %.
4. La **production interne** englobe les émissions de télévision réalisées 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.

¹ Soit par des producteurs canadiens en tant que fournisseurs de services de production même ou de services de postproduction.

VOLUME GLOBAL

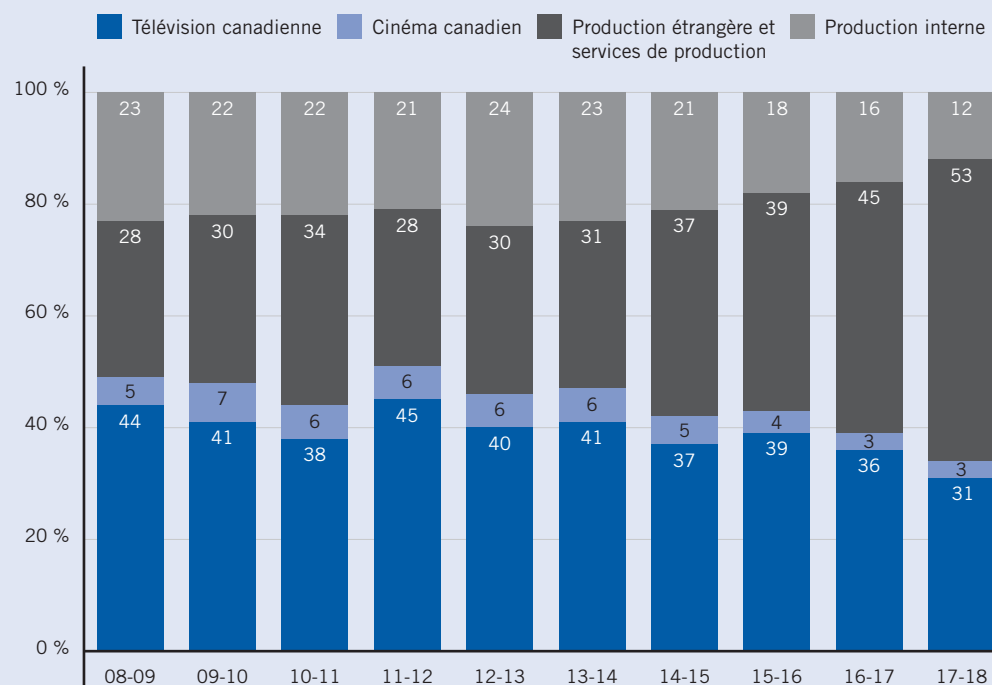
Le volume global² de la production cinématographique et télévisuelle au Canada s'est accru de 5,9 % pour s'établir à un montant record de 8,92 milliards de dollars en 2017-2018. La quasi-totalité de la croissance enregistrée au cours de l'exercice résulte d'une autre augmentation marquée du volume de la production étrangère et des services de production au Canada. La hausse s'est chiffrée à plus de 993 millions de dollars, portant le total à un sommet inégalé de 4,77 milliards en 2017-2018, après s'être accrue de 1,12 milliards en 2016-2017. Le volume de la production de films destinés aux salles a aussi augmenté, de 17 millions de dollars ou de 13,9 % en 2017-2018. Cette hausse a toutefois été contrebalancée par une baisse de 309 millions de dollars de la production télévisuelle et de 201 millions de dollars de la production interne.

Figure 1 - 2 Volume de production cinématographique et télévisuelle



Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC, du CRTC, de CBC/Radio-Canada 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.

² « Volume » ou « volume global » s'entend de la somme des budgets de production.

Figure 1 - 3 Volume de production cinématographique et télévisuelle au Canada, selon le secteur

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC, du CRTC, de CBC/Radio-Canada 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.

RÉGION

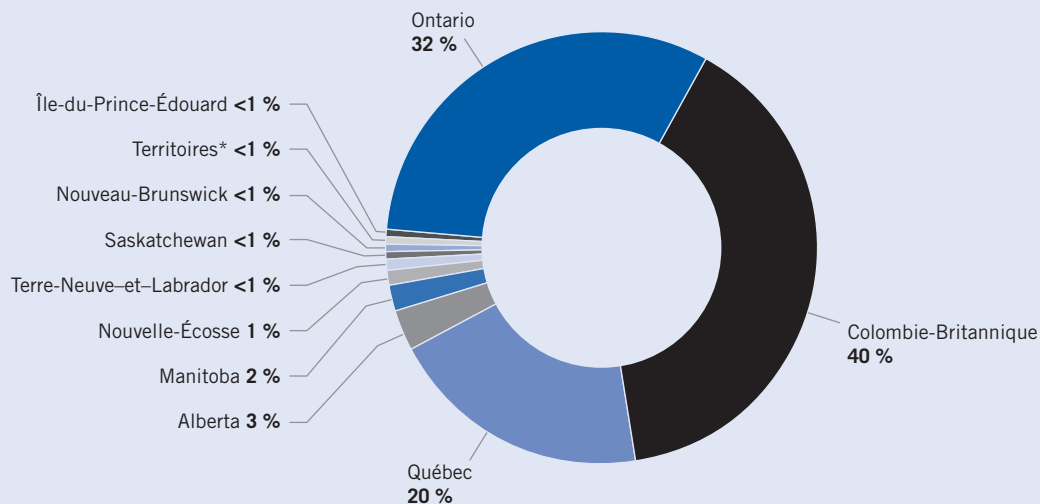
Figure 1 - 4 Volume de production cinématographique et télévisuelle au Canada, par province ou territoire

(Millions de dollars)	08-09	09-10	10-11	11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	17-18
Colombie-Britannique	1 329	1 399	1 729	1 578	1 605	1 618	2 243	2 131	2 966	3 576
Ontario	1 903	1 910	2 077	2 586	2 439	2 439	2 769	2 719	3 031	2 892
Québec	1 346	1 274	1 321	1 316	1 351	1 280	1 582	1 435	1 789	1 824
Alberta	181	153	148	167	155	274	254	231	252	255
Manitoba	55	72	69	79	76	100	84	92	129	158
Nouvelle-Écosse	151	107	99	104	98	124	69	102	140	105
Terre-Neuve-et-Labrador	12	40	43	42	42	46	31	40	39	67
Saskatchewan	101	33	49	54	35	47	30	30	36	27
Nouveau-Brunswick	30	19	19	27	21	24	19	13	15	14
Territoires*	9	4	5	6	6	8	9	8	25	5
Île-du-Prince-Édouard	2	1	2	4	2	2	2	2	2	1
Total	5 120	5 014	5 560	5 963	5 830	5 962	7 092	6 803	8 423	8 923

Source : 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. D'autre part, les chiffres de 2014-2015 peuvent constituer une sous-évaluation du volume de production atteint au cours de l'exercice, car il n'existait aucune donnée sur la production étrangère et les services de production en Nouvelle-Écosse pendant cette période. 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.

*Yukon, Nunavut et Territoires du Nord-Ouest.

Figure 1 - 5 Volume de production cinématographique et télévisuelle au Canada, par province ou territoire, 2017-2018

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

*Yukon, Nunavut et Territoires du Nord-Ouest.

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

2. Apport économique

Toute proportion gardée, la production cinématographique et télévisuelle est une activité à forte intensité de main-d'œuvre. La distribution et l'équipe technique sont souvent composées de dizaines de personnes et atteignent parfois plus de cent personnes. Les productions achètent aussi des produits et services d'autres secteurs, ce qui crée des retombées économiques au-delà du secteur de la production.

La production cinématographique et télévisuelle a créé ces dernières années des dizaines de milliers d'emplois directs et dérivés (achats auprès des fournisseurs) ainsi que des milliards de dollars en revenus du travail et en contribution au produit intérieur brut (PIB).

L'apport économique du secteur de contenu sur écran au Canada ne se limite pas au secteur de la production cinématographique et télévisuelle. D'autres secteurs de la chaîne de valeur du contenu sur écran, notamment la distribution, la présentation en salles, la télédiffusion et la distribution de radiodiffusion, procurent aussi du travail à des dizaines de milliers de Canadiens et génèrent des revenus d'emploi et une contribution au PIB grâce à la valeur qu'ils ajoutent à la distribution de contenu conçu non seulement au Canada, mais dans d'autres pays.

Faits saillants de 2017-2018



- En tout, la production cinématographique et télévisuelle au Canada a généré 179 700 emplois équivalents temps plein (ETP), directs ou dérivés, en 2017-2018, soit une hausse de 3,9 %.
- L'emploi au sein de l'industrie de la production cinématographique et télévisuelle comme telle (c.-à-d. les emplois directs) a progressé de 3,7 % pour atteindre 70 400 emplois ETP en 2017-2018.
- L'industrie de la production cinématographique et télévisuelle a généré des revenus de travail de 9,88 milliards de dollars en 2017-2018, soit une hausse de 7 % sur les 9,23 milliards de dollars de l'exercice précédent³;
- L'apport total de la production cinématographique et télévisuelle au Canada au PIB s'est accru de 5,8 %, passant de 12,07 milliards de dollars à 12,77 milliards en 2017-2018⁴.
- L'investissement étranger dans la production canadienne a crû de 18,7 % et a atteint 5,62 milliards de dollars en 2017-2018.
- 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)⁵ génère approximativement 274 210 emplois ETP, des revenus de travail de 15,96 milliards de dollars et une contribution de 24,23 milliards de dollars au PIB, y compris les retombées directes et secondaires (selon les plus récentes statistiques disponibles).



- La composante la plus importante de l'incidence économique de la production cinématographique et télévisuelle au Canada est venue de la production étrangère et des services de production. Ce segment a généré 95 700 emplois ETP, des revenus de travail de 5,12 milliards de dollars et a ajouté 6,88 milliards de dollars au PIB.

³ Les chiffres de 2016-2017 ont été revus pour tenir compte d'ajustements mineurs au volume global de la production cinématographique et télévisuelle au Canada estimé pour cette année.

⁴ Voir la note précédente

⁵ En raison de l'insuffisance des données disponibles, les statistiques sur l'incidence économique de la production pour médias numériques convergents ne sont pas publiées dans le rapport de cette année.

La croissance soutenue qu'a connue le secteur de la production cinématographique et télévisuelle au Canada en 2017-2018 a accru son apport économique direct. Globalement, ce secteur d'activité est à l'origine de 179 000 emplois ETP sur le marché canadien, compte tenu des emplois directs (par exemple, les interprètes et les techniciens) et dérivés (Figure 2 - 1). Les retombées économiques ne se limitent pas aux emplois et à la contribution au PIB des fournisseurs de biens et services de l'industrie de la production, mais aussi au secteur de la consommation, qui a profité de la réinjection des salaires gagnés par les interprètes et les techniciens et aussi par les employés des fournisseurs.

En raison des emplois et les achats associés à la production cinématographique et télévisuelle, le secteur a généré des revenus de travail de 9,88 milliards de dollars et une contribution de 12,77 milliards de dollars au PIB en 2017-2018 (Figure 2 - 4). Ces retombées comprennent des revenus de travail directs de 4,31 milliards de dollars et une contribution directe au PIB de 4,49 milliards de dollars (Figure 2 - 4).

La production étrangère et les services de production sont la composante qui a le plus gonflé l'apport économique du secteur de la production cinématographique et télévisuelle au Canada en 2017-2018; c'est aussi ce segment qui a eu la plus grande incidence sur le volume de la production. Si on inclut les retombées directes et secondaires, ce segment a engendré 95 700 emplois ETP, des revenus de travail de 5,12 milliards de dollars et a ajouté 6,88 milliards de dollars au PIB en 2017-2018 (Figure 2 - 3 et Figure 2 - 4).

La valeur de l'investissement étranger (IEP) dans la production cinématographique et télévisuelle a continué de croître en 2017-2018. Elle a effectivement bondi de 884 millions de dollars (18,7 %) pour s'établir à un sommet inégalé de 5,62 milliards (Figure 2 - 5). L'essentiel de cette hausse résulte du redressement spectaculaire de la production étrangère et des services de production. Après un creux à 67 millions de dollars en 2016-2017, l'investissement étranger dans la production cinématographique canadienne a progressé de 27 millions de dollars (40,6 %) et atteint 94 millions de dollars. La hausse de l'investissement étranger dans la production étrangère et les services de production et dans la production de longs métrages présentés en salles a été partiellement compensée par la baisse de 136 millions de dollars de ce levier dans le segment de la production d'émissions de télévision au Canada.

La chaîne de valeur de la production de contenu sur écran, qui inclut non seulement la production télévisuelle et cinématographique, mais aussi la production pour médias numériques convergents, la distribution, la présentation en salles, la télédiffusion et la distribution de radiodiffusion, a un apport économique encore plus considérable. Selon les données les plus récentes disponibles, elle génère approximativement 274 210 emplois ETP, des revenus de travail de 15,96 milliards de dollars et une contribution de 24,23 milliards de dollars au PIB par année (Figure 2 - 6).

L'incidence globale de chaîne de valeur du secteur du contenu sur écran comprend 110 650 emplois ETP au sein d'entreprises menant directement des activités à l'intérieur de la chaîne de valeur de la production de contenu sur écran (incidence directe) et 163 560 emplois ETP de plus dans d'autres secteurs d'activité (incidence secondaire) (Figure 2 - 6). On estime que le revenu du travail direct et l'apport au PIB se chiffrent respectivement à 8,35 milliards et 13,14 milliards de dollars (Figure 2 - 6).

PRODUCTION CINÉMATOGRAPHIQUE ET TÉLÉVISUELLE

EMPLOIS PAR SOUS-SECTEUR

Figure 2 - 1 Emplois ETP attribuables à la production cinématographique et télévisuelle canadienne

	08-09	09-10	10-11	11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	17-18
Production télévisuelle										
Directs	21 300	19 100	19 300	23 600	19 900	20 300	21 100	21 500	24 500	21 600
Dérivés	32 900	29 500	29 800	36 400	30 700	31 400	32 600	33 200	37 800	33 300
Total	54 200	48 600	49 100	60 000	50 600	51 700	53 700	54 700	62 300	54 900
Production cinématographique										
Directs	2 500	3 400	3 000	3 000	3 300	3 000	3 100	2 200	2 300	2 400
Dérivés	3 800	5 200	4 600	4 600	5 000	4 600	4 800	3 400	3 600	3 700
Total	6 300	8 600	7 600	7 600	8 300	7 600	7 900	5 600	5 900	6 100
Production étrangère et services de production										
Directs	13 800	14 100	17 200	14 900	15 000	15 400	21 500	21 600	30 500	37 600
Dérivés	21 300	21 800	26 500	23 000	23 200	23 700	33 100	33 300	47 000	58 100
Total	35 100	35 900	43 700	37 900	38 200	39 100	54 600	54 900	77 500	95 700
Production interne										
Directs	11 300	10 300	11 400	11 200	12 100	11 500	12 500	10 200	10 600	8 800
Dérivés	17 500	15 900	17 700	17 300	18 700	17 700	19 300	15 800	16 400	13 600
Total	28 800	26 200	29 100	28 500	30 800	29 200	31 800	26 000	27 000	22 400
Total global										
Directs	48 900	46 900	50 900	52 700	50 300	50 200	58 600	55 600	67 900	70 400
Dérivés	75 500	72 500	78 600	81 400	77 700	77 400	90 400	85 800	104 800	108 600
Total	124 400	119 400	129 500	134 100	128 000	127 600	149 000	141 400	172 700	179 000

Source : 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 une description de la méthode d'estimation des emplois soutenus.

EMPLOIS PAR RÉGION

Figure 2 - 2 Emplois ETP directs attribuables à la production cinématographique et télévisuelle, par province ou territoire

	08-09	09-10	10-11	11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	17-18
Colombie-Britannique	12 650	12 920	15 850	14 150	13 900	13 660	18 530	17 370	23 930	28 140
Ontario	18 020	18 020	19 010	22 840	21 230	20 770	23 240	22 590	24 520	22 940
Québec	13 620	12 130	12 460	11 980	12 020	11 120	13 400	12 030	14 830	14 630
Alberta	1 530	1 280	1 200	1 320	1 190	2 030	1 870	1 650	1 850	1 850
Manitoba	570	720	680	740	690	910	740	800	1 090	1 310
Nouvelle-Écosse	1 640	1 160	1 010	1 020	930	1 160	620	920	1 240	910
Terre-Neuve-et-Labrador	120	390	410	380	360	380	250	320	300	520
Saskatchewan	970	310	440	460	290	370	230	230	270	200
Nouveau-Brunswick	320	200	190	260	200	230	180	120	130	120
Territoires*	80	30	40	50	50	50	60	50	170	30
Île-du-Prince-Édouard	20	10	20	40	20	20	20	20	20	10
Total	48 900	46 900	50 900	52 700	50 300	50 200	58 600	55 600	67 900	70 400

Source : 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.

*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 2 - 3 Emplois ETP générés par la production cinématographique et télévisuelle, par province ou territoire

	08-09	09-10	10-11	11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	17-18
Colombie-Britannique	31 450	32 530	39 880	35 740	35 140	34 590	46 690	44 000	60 420	71 140
Ontario	39 920	40 380	42 560	51 310	47 720	46 790	52 100	50 900	55 090	51 580
Québec	41 060	37 060	38 050	36 730	36 900	34 210	40 990	37 030	45 480	44 910
Alberta	4 340	3 680	3 450	3 830	3 440	5 870	5 380	4 780	5 340	5 350
Manitoba	1 000	1 290	1 220	1 330	1 230	1 640	1 330	1 430	1 940	2 350
Nouvelle-Écosse	3 890	2 790	2 430	2 460	2 240	2 800	1 490	2 220	2 990	2 190
Terre-Neuve-et-Labrador	200	680	700	660	620	660	430	550	530	900
Saskatchewan	2 270	730	1 040	1 100	680	880	540	540	650	480
Nouveau-Brunswick	660	410	400	540	410	480	380	250	280	250
Territoires*	160	60	90	100	100	100	130	100	350	60
Île-du-Prince-Édouard	80	40	90	150	90	90	90	90	90	40
Total	124 400	119 400	129 500	134 100	128 000	127 600	149 000	141 400	172 700	179 000

Source : 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.

*Yukon, Nunavut et Territoires du Nord-Ouest.

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

PIB ET REVENUS DE TRAVAIL

Figure 2 - 4 Incidence économique de la production cinématographique et télévisuelle, 2017-2018

	Directe	Secondaire	Total
REVENU DU TRAVAIL (MILLIONS DE DOLLARS)			
Production canadienne			
Production télévisuelle	1 367	1 831	3 198
Production cinématographique	151	183	334
Total partiel	1 518	2 014	3 532
Production étrangère et services de production	2 243	2 875	5 118
Production interne	558	673	1 231
Total	4 319	5 562	9 881
PIB (MILLIONS DE DOLLARS)			
Production canadienne			
Production télévisuelle	1 421	2 455	3 876
Production cinématographique	157	273	430
Total partiel	1 578	2 728	4 306
Production étrangère et services de production	2 338	4 543	6 881
Production interne	580	1 003	1 583
Total	4 496	8 274	12 770

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 une description de la méthode d'estimation des emplois soutenus.

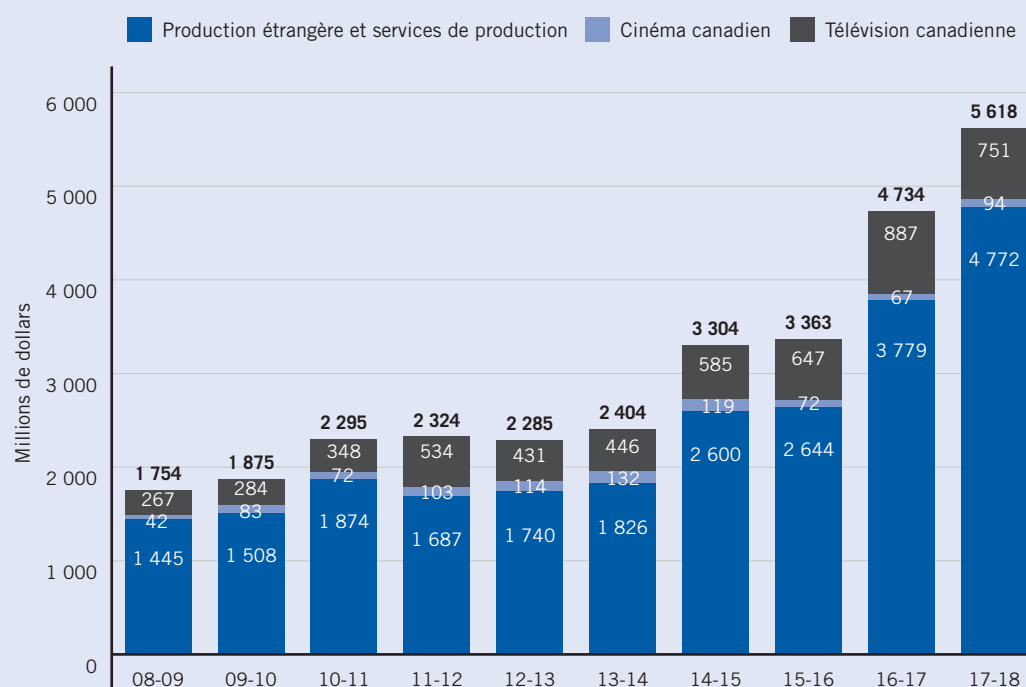
INVESTISSEMENT ÉTRANGER DANS LA PRODUCTION

L'investissement étranger dans la production (IEP) mesure l'apport financier étranger à l'industrie de la production cinématographique et télévisuelle au Canada. Il se compose des préventes et avances de distribution à l'étranger de toutes les productions 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 canadiens⁶.

En 2017-2018, l'IEP au Canada s'est accru de 884 millions de dollars et a atteint un niveau record de 5,62 milliards de dollars.

L'IEP ne tient pas compte des revenus tirés de la distribution d'œuvres cinématographiques et télévisuelles de télévision et de films canadiens à des diffuseurs et distributeurs étrangers. Les données publiées par Statistique Canada (présentées à la section 10) révèlent que la distribution de productions canadiennes a produit 174 millions de dollars de plus en 2017.

Figure 2 - 5 Investissement étranger dans la production cinématographique et télévisuelle au Canada



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).

⁶ 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.

INCIDENCES ÉCONOMIQUES DE LA 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 de PIB en 2017.
- Le secteur de la présentation en salles a généré 17 390 emplois ETP, des revenus de travail de 673 millions de dollars et un apport de plus de 1,25 milliard de dollars au PIB en 2017.
- Le secteur de la télédiffusion a généré 18 480 emplois ETP, des revenus de travail de 1,47 milliard de dollars et une contribution d'un peu plus de 3 milliards de dollars au PIB en 2017.
- Le secteur de la distribution de radiodiffusion a généré 51 180 emplois ETP, des revenus de travail de près de 3,51 milliards de dollars et tout juste plus de 6 milliards de dollars en apport au PIB en 2017.

L'année comparative des estimations des retombées économiques pour 2017-2018 et 2017 (ou l'année la plus récente pour laquelle nous disposons de données publiées), on peut voir que la chaîne de valeur du secteur du contenu sur écran a généré plus de 274 210 emplois ETP, des revenus de travail de 15,96 milliards de dollars et un apport au PIB de 24,23 milliards de dollars dans l'économie canadienne.

Figure 2 - 6 Incidence économique de différents maillons de la chaîne de valeur du contenu sur écran

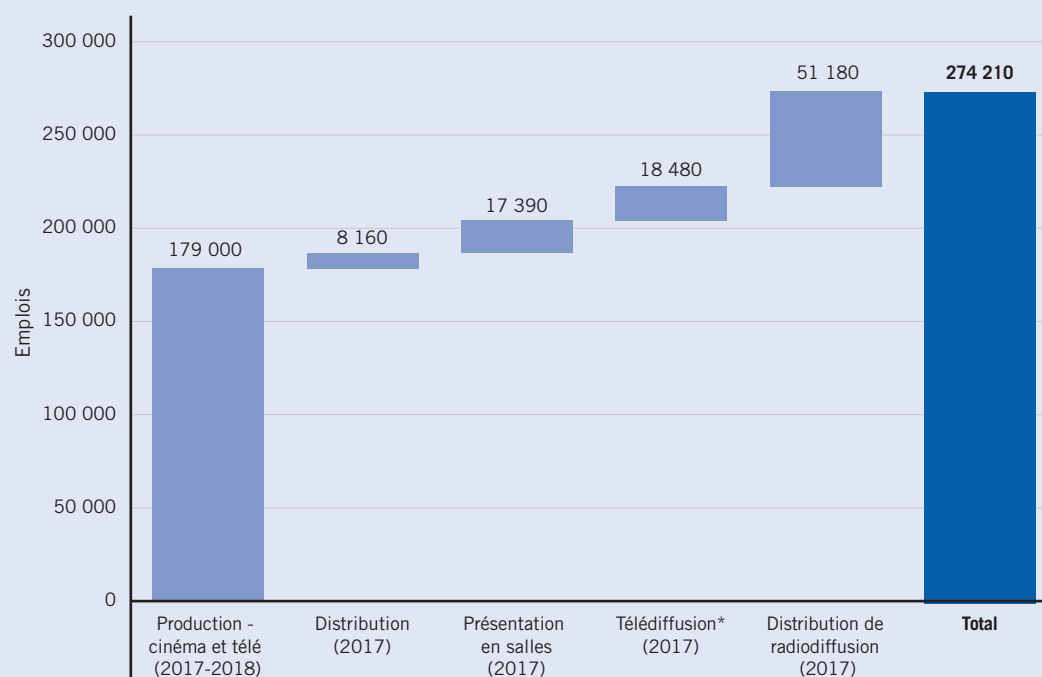
	Directe	Secondaire	Total
Emplois ETP			
Production - cinéma et télé (2017-2018)	70 400	108 600	179 000
Distribution (2015)	1 200	6 960	8 160
Présentation en salles (2017)	7 560	9 830	17 390
Télédiffusion* (2017)	4 910	13 570	18 480
Distribution de radiodiffusion (2017)	26 580	24 600	51 180
Total	110 650	163 560	274 210
Revenu du travail (millions de dollars)			
Production - cinéma et télé (2017-2018)	4 319	5 562	9 881
Distribution (2017)	105	333	438
Présentation en salles (2017)	214	459	673
Télédiffusion* (2017)	729	736	1 465
Distribution de radiodiffusion (2017)	2 249	1 256	3 505
Total	7 616	8 346	15 962
PIB (millions de dollars)			
Production - cinéma et télé (2017-2018)	4 496	8 274	12 770
Distribution (2017)	508	584	1 092
Présentation en salles (2017)	405	852	1 257
Télédiffusion* (2017)	1 887	1 173	3 060
Distribution de radiodiffusion (2017)	3 807	2 252	6 059
Total	11 103	13 135	24 238

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, de Cineplex Divertissement et Statistique Canada.

* 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

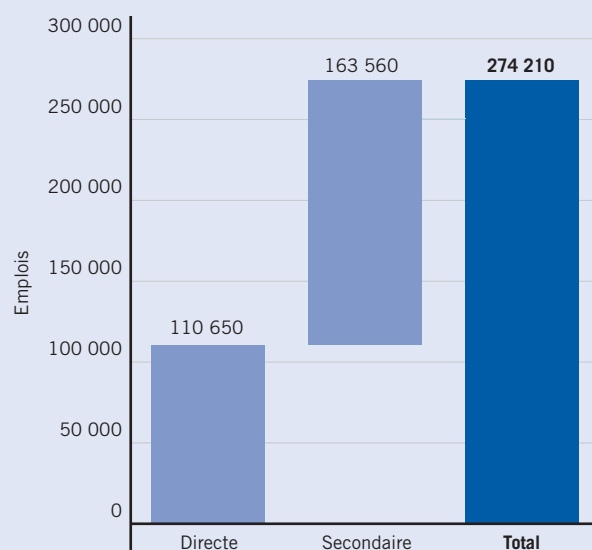
Figure 2 - 7 Incidence sur l'emploi de maillons de la chaîne de valeur du contenu sur écran



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, de Cineplex Divertissement.

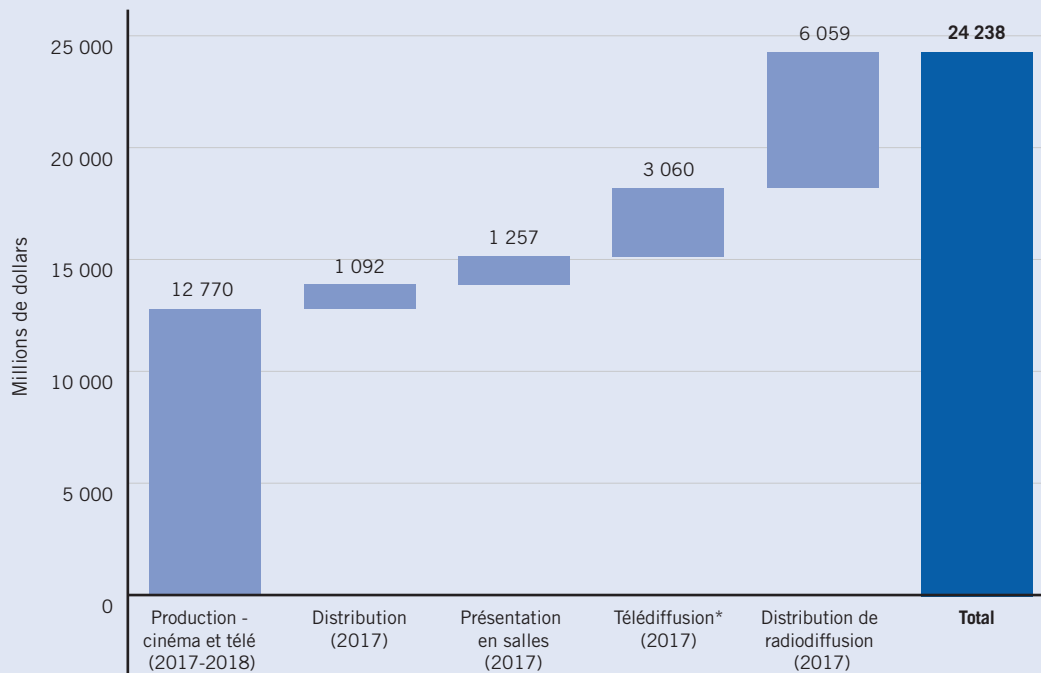
* Exclut la production interne, dont les statistiques sont incluses dans la production cinématographique et télévisuelle.

Figure 2 - 8 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.

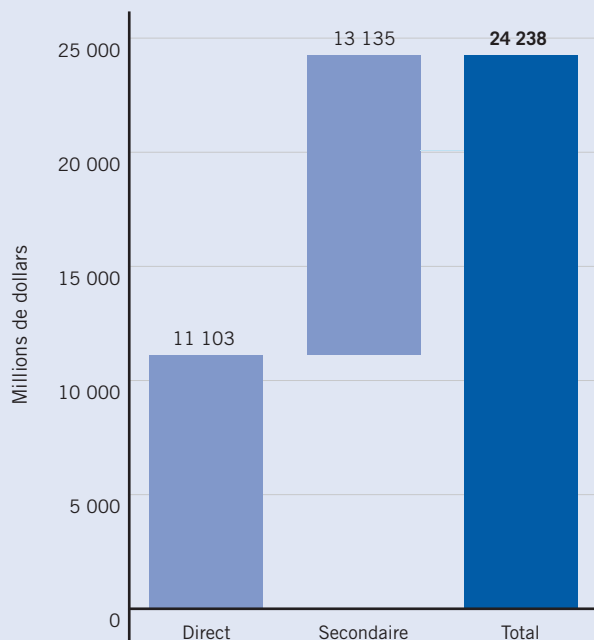
Figure 2 - 9 Incidence sur le PIB de la chaîne de valeur du contenu sur écran



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.

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

Figure 2 - 10 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.

3. La production canadienne de contenu

La production canadienne de contenu comprend toutes les œuvres produites par des sociétés de production canadiennes pour le petit et le grand écran. La plus grande partie de cette production est l'œuvre de maisons de production indépendantes, même si les maisons affiliées à un télédiffuseur⁷ participent également à ce secteur. Ce sous-secteur exclut la production interne et la production étrangère et les services de production. Nous présentons ici un sommaire des statistiques sur la production de contenu canadien. Aux sections 4 et 5, nous brosserons un tableau plus détaillé de la télévision canadienne et des longs métrages destinés à une présentation en salles, respectivement.

Faits saillants de 2017-2018



- Le volume des œuvres pour enfants et jeunes en langue française a augmenté de 23,4 % pour atteindre 124 millions de dollars, ce qui a contribué à l'augmentation globale de 4,7 % constatée pour ce genre de production.
- Le volume de documentaires produits a augmenté de 3,9 % pour passer à 269 millions de dollars.
- Le volume de la production de variétés et des arts de la scène a quant à lui augmenté de 34,7 % pour atteindre 167 millions de dollars.



- Le volume de la production de contenu canadien a diminué de 8,8 % et s'est établi à 3,04 milliards de dollars.
- La production de langue anglaise a reculé de 9,7 %, se plaçant à 2,24 milliards de dollars.
- La production de langue française a aussi diminué, de 6,8 %, à 780 millions de dollars.
- Le volume d'œuvres de fiction est en baisse de 18,1 % pour atteindre 1,53 milliard de dollars.
- Le volume d'œuvres consacrées au mode de vie et d'intérêt général⁸ produites a diminué de 5,8 % et s'est établi à 518 millions de dollars.

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

⁸ Comprend les magazines et une faible proportion d'émissions auparavant considérées comme étant de nature pédagogique ou informative.

Après avoir atteint un sommet inégalé de 3,31 milliards de dollars en 2016-2017, le volume global de contenu canadien produit a diminué de 8,8 % à 3,04 milliards de dollars en 2017-2018 (figure 3-1). La diminution de la production de contenu canadien a touché les deux marchés linguistiques. La production de contenu canadien en langue anglaise a reculé de 9,7 % à 2,24 milliards de dollars (figure 3-1) et celle de langue française, de 6,8 % à 780 millions de dollars.

La diminution de la production canadienne en 2017-2018 est presque entièrement imputable à l'inversion de la tendance dans la catégorie des œuvres de fiction. Le volume de la production dans le créneau mode de vie et intérêt général a aussi diminué. La production d'œuvres de fiction a chuté de 18,1 % à 1,53 milliard de dollars en 2017-2018 (figure 3-2), une baisse presque entièrement imputable à la production télévisuelle. Comme nous l'indiquons à la section 4, le nombre et le volume de séries de télévision de fiction produites ont chuté en 2017-2018, particulièrement dans le marché de langue anglaise.

La production d'œuvres canadiennes destinées aux enfants et aux jeunes, incluant les films et les émissions de télévision, a augmenté de 4,7 % à 556 millions de dollars en 2017-2018, mais est très en deça du sommet des dix dernières années (626 millions de dollars) atteint en 2015-2016 (figure 3-2). La production télévisuelle dans ce genre a augmenté de 6 millions de dollars, sous l'impulsion d'une hausse de 15 millions de dollars de la production en langue française, alors que la production en langue anglaise a reculé de 10 millions de dollars par rapport au volume enregistré en 2015-2016 (figure 4-7). Dans ce genre toujours, le volume de la production cinématographique, nettement moins important, a bondi de 19 millions de dollars pour atteindre 54 millions de dollars (figure 3-2).

La production d'œuvres d'animation a soutenu l'augmentation globale de la production d'œuvres pour enfants et pour jeunes. Si la production d'œuvres en action réelle a progressé de 4 millions de dollars, celle des œuvres d'animation a bondi de 21 millions de dollars (figure 3-5), dont 15 millions de dollars sont allés à des productions en français. La production globale d'œuvres d'animation, tous genres confondus, a augmenté de 331 millions de dollars en 2017-2018.

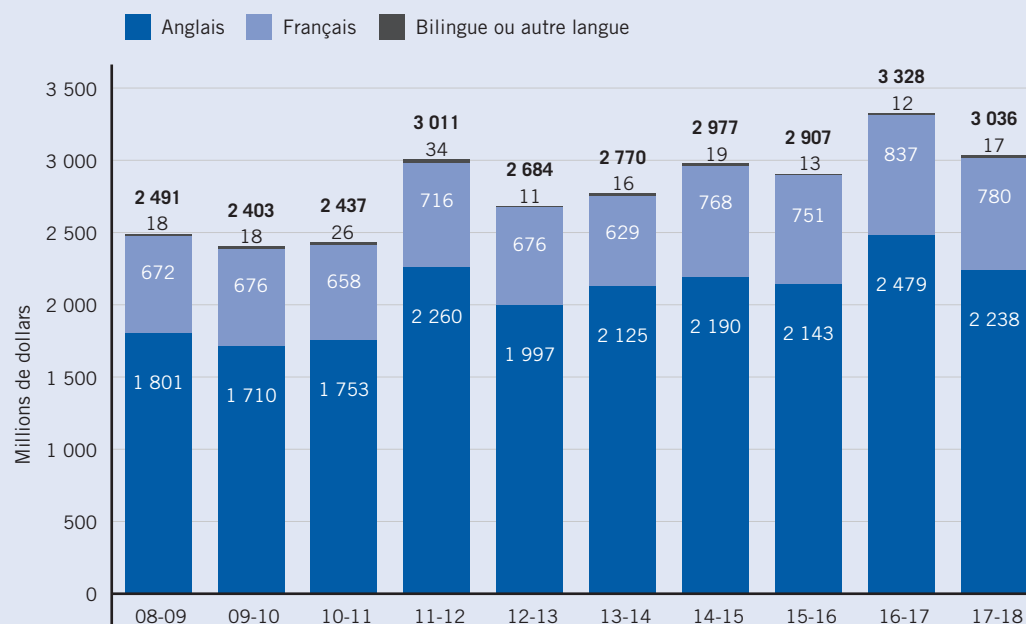
La production télévisuelle et cinématographique de documentaires canadiens a aussi augmenté en 2017-2018.

Le financement injecté par les télédiffuseurs publics dans la production canadienne a augmenté en 2017-2018 et atteint 390 millions de dollars, par rapport à 342 millions de dollars l'année précédente, son sommet des cinq dernières années (figure 3-8). L'augmentation n'a cependant pas suffi à contrebalancer le déclin du financement par les distributeurs canadiens. Le financement étranger de la production de contenu canadien est demeuré important en 2017-2018. À 465 millions de dollars, il a même atteint son plus haut niveau en cinq ans. La baisse du financement versé par les distributeurs canadiens, particulièrement au soutien de la production télévisuelle (voir section 4.9), est donc le principal facteur qui explique la baisse globale de la production de contenu canadien en 2017-2018.

Les droits de diffusion payés par les télédiffuseurs privés ont aussi diminué en 2017-2018, tout comme le financement obtenu d'autres sources canadiennes privées et publiques. La baisse du financement provenant des distributeurs canadiens, des télédiffuseurs privés et des autres sources canadiennes privées et publiques s'est reflétée sur la valeur des crédits d'impôt fédéral et provinciaux, ce qui a aggravé la baisse globale du financement de la production de contenu canadien en 2017-2018.

LANGUE

Figure 3 - 1 Volume de production canadienne 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 certifiée par le CRTC.

GENRE

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

(Millions de dollars)	08-09	09-10	10-11	11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	17-18
Fiction										
Télévision	945	879	890	1 225	1 096	1 093	1 226	1 172	1 628	1 295
Longs métrages	226	305	291	277	357	314	295	187	236	231
Total	1 172	1 183	1 181	1 502	1 453	1 407	1 521	1 359	1 864	1 526
Œuvres pour enfants et jeunes										
Télévision	352	379	348	438	322	419	467	550	496	502
Longs métrages	13	16	40	22	45	14	74	76	35	54
Total	365	396	388	460	368	433	541	626	531	556
Documentaire										
Télévision	416	345	335	373	370	311	248	275	244	251
Longs métrages	12	11	18	9	14	7	7	8	15	18
Total	428	355	353	382	384	318	255	283	259	269
Mode de vie et intérêt général*										
Total	334	282	369	478	395	478	542	535	550	518
Variétés et arts de la scène										
Total	183	157	170	157	122	117	118	104	124	167

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 certifiée par le CRTC.

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

Figure 3 - 3 Nombre de projets, selon le genre et le type, 2017-2018

	Fiction	Enfants et jeunes	Documentaire	Mode de vie et intérêt général*	Variétés et arts de la scène	Tous les genres
Nombre						
Séries télévisuelles	138	152	129	333	50	802
Autres émissions**	126	22	207	23	41	419
Longs métrages	76	8	21	0	0	105
Total	340	182	357	356	91	1 326
Proportion du total						
Séries télévisuelles	41 %	84 %	36 %	94 %	55 %	60 %
Autres émissions**	37 %	12 %	58 %	6 %	45 %	32 %
Longs métrages	22 %	4 %	6 %	0 %	0 %	8 %
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 certifiée par le CRTC.

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

** Émissions uniques et émissions pilotes.

Figure 3 - 4 Volume de production canadienne, selon le genre et la langue, 2017-2018

	Fiction	Enfants et jeunes	Documentaire	Mode de vie et intérêt général*	Variétés et arts de la scène	Tous les genres
(Millions de dollars)						
Anglais	1 257	430	213	257	81	2 238
Français	263	124	52	254	86	780
Bilingue ou autre langue	6	2	3	6	0	17
Total	1,526	556	269	518	167	3 036
Proportion du total						
Anglais	82 %	77 %	79 %	50 %	48 %	74 %
Français	17 %	22 %	19 %	49 %	52 %	26 %
Bilingue ou autre langue	<1 %	<1 %	<1 %	<1 %	0 %	<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 certifiée par le CRTC.

Figure 3 - 5 Volume de production pour enfants et jeunes selon la langue et le mode de création

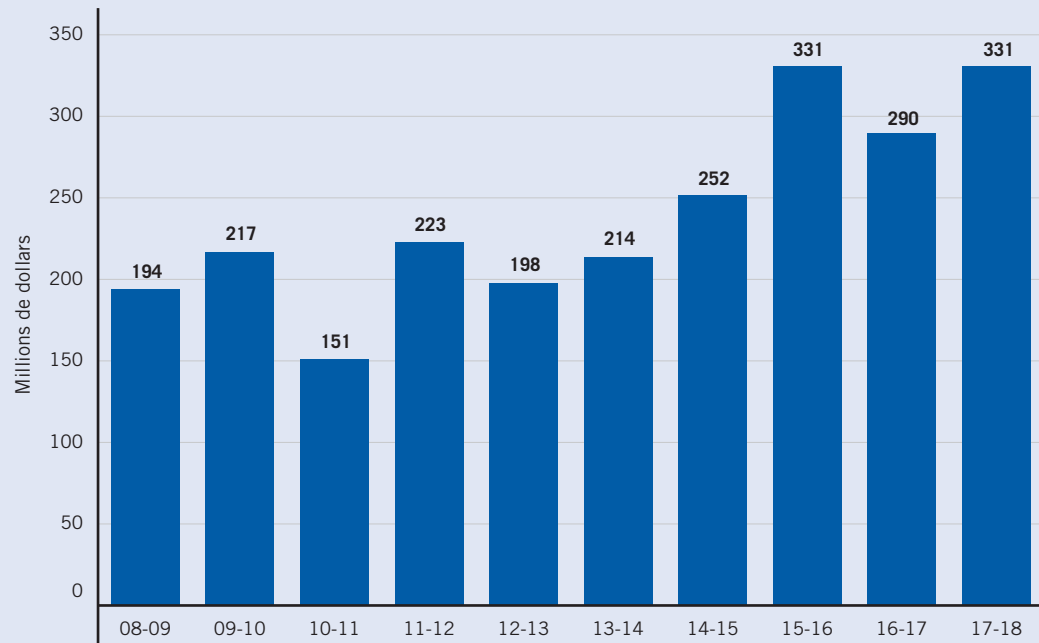
	Action réelle	16-17 Animation	Total	Action réelle	17-18 Animation	Total
(Millions de dollars)						
Anglais	171	264	435	161	270	431
Français	83	12	95	97	27	124
Bilingue ou autre langue	0	2	2	1	1	2
Total	254	277	531	258	298	556

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 certifiée par le CRTC.

ŒUVRES D'ANIMATION

Figure 3 - 6 Volume des œuvres d'animation†

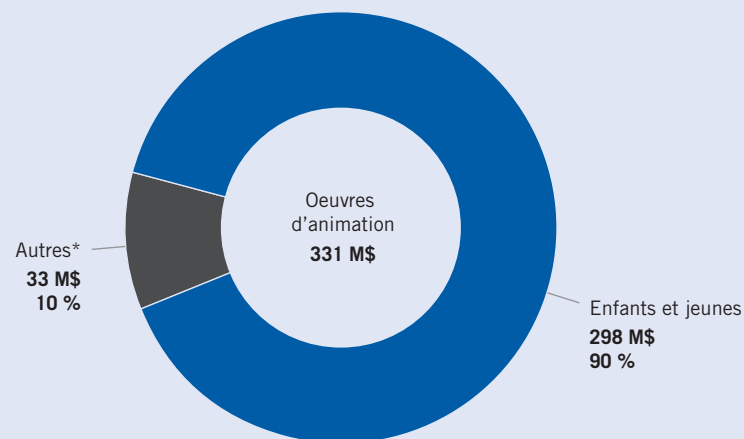


Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

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

† Productions télévisuelles et films pour présentation en salles.

Figure 3 - 7 Œuvres d'animation selon le genre, 2017-2018*



Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

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

* Productions télévisuelles et films pour présentation en salles.

FINANCEMENT

Figure 3 - 8 Financement de la production canadienne

	2013-2014		2014-2015		2015-2016		2016-2017		2017-2018	
	Millions de dollars	%	Millions de dollars	%	Millions de dollars	%	Millions de dollars	%	Millions de dollars	%
Droits de diffusion des télédiffuseurs privés	594	21 %	516	17 %	505	17 %	435	13 %	361	12 %
Droits de diffusion des télédiffuseurs publics	245	9 %	236	8 %	250	9 %	342	10 %	390	13 %
Crédit d'impôt fédéral ¹	266	10 %	298	10 %	298	10 %	344	10 %	311	10 %
Crédits d'impôt provinciaux ¹	491	18 %	572	19 %	534	18 %	588	18 %	537	18 %
Distributeurs canadiens ²	286	10 %	348	12 %	333	11 %	512	15 %	381	13 %
Financement de provenance étrangère ³	292	11 %	356	12 %	386	13 %	442	13 %	465	15 %
Fonds des médias du Canada	282	10 %	286	10 %	286	10 %	278	8 %	260	9 %
Téléfilm Canada	60	2 %	58	2 %	54	2 %	69	2 %	67	2 %
Autre financement public ⁴	26	1 %	92	3 %	49	2 %	87	3 %	64	2 %
Autre financement privé ⁵	229	8 %	215	7 %	211	7 %	231	7 %	200	7 %
Total	2 770	100 %	2 977	100 %	2 907	100 %	3 329	100 %	3 036	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 certifiée 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 aux 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. 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.

Pour rassembler les fonds nécessaires à leurs projets, les producteurs doivent en outre souvent utiliser leur marge de crédit personnelle, hypothéquer des biens personnels et différer l'encaissement de leur cachet. 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.

4. 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 exclue⁹.

Faits saillants de 2017-2018



- Le budget horaire moyen des émissions de langue française a augmenté dans tous les genres, sauf celui des œuvres de fiction.
- Le budget horaire moyen des émissions de langue anglaise a augmenté dans deux genres, soit celui des variétés et arts de la scène, et celui du mode de vie et intérêt général.
- L'effet de levier financier exercé par les contributions du Fonds des médias du Canada a été le plus élevé des dix dernières années, soit 3,92 dollars en contributions de tiers par dollar versé par le FMC.



- Le volume de la production télévisuelle canadienne a diminué de 10,2 % pour atteindre 2,73 milliards de dollars.
- Le volume de la production télévisuelle de langue anglaise a reculé de 12,4 % et celui de la production télévisuelle de langue française, de 3,9 %.
- La production d'émissions canadiennes a diminué tant en nombre (de 827 à 802) qu'en volume (2,63 à 2,35 milliards de dollars).
- Le budget horaire moyen des émissions de fiction, des émissions pour enfants et jeunes et des documentaires de langue anglaise a baissé.
- Le volume de production télévisuelle canadienne des producteurs ontariens a diminué de 9,2 % pour s'établir à 1,23 milliard de dollars.
- Le volume de production télévisuelle canadienne des producteurs du Québec est en baisse de 17,7 % et se chiffre à 765 millions de dollars.
- Le volume de la production télévisuelle canadienne attribué aux producteurs de la Colombie-Britannique est amputé de 15,1 % et atteint 438 millions de dollars.
- Les contributions du Fonds des médias du Canada à la production télévisuelle canadienne s'établissent à 260 millions de dollars (contre 278 millions de dollars) et ont servi financer un volume de production équivalent à 1,28 milliard de dollars.

⁹ Les statistiques relatives à la production interne sont présentées plus loin à la section 8 du présent rapport.

Après avoir atteint un sommet historique de 3,04 milliards de dollars en 2016-2017, le volume global de la production télévisuelle canadienne a chuté de 10,2 % en 2017-2018 pour se fixer à 2,73 milliards de dollars (figure 4 - 1). Ce recul qui fait suite à l'augmentation de 2016-2017 est dans une large mesure imputable aux fluctuations annuelles de la production télévisuelle. En 2016-2017, les producteurs canadiens avaient tourné 827 séries de télévision pour un volume global de 2,63 milliards de dollars (figure 4 - 2) et (figure 4 - 1). En 2017-2018, le nombre de séries de télévision produites n'a été que de 802 et le volume global de la production télévisuelle canadienne a diminué de 10,5 % à 2,35 milliards de dollars.

Malgré cette baisse de la production et du volume en 2017-2018, la production de séries de télévision canadiennes est demeurée au-dessus de la moyenne sur dix ans pour ce qui est du nombre de séries produites (765) et du volume de production (2,14 milliards de dollars).

Les deux grands marchés linguistiques ont été touchés par la diminution en 2017-2018, mais les effets ont été plus grands pour le marché de langue anglaise. Le volume global de la production télévisuelle de langue française a fléchi de 3,9 % à 707 millions de dollars (figure 4 - 3), alors que la baisse a été de 12,4 % à 2,01 milliards de dollars pour le marché de langue anglaise.

Une analyse comparative par genre révèle une faible diminution du volume de production d'émissions dans le créneau mode de vie et intérêt général, qui est passé de 550 millions de dollars à 508 millions de dollars (figure 4-5). Outre ce genre, la seule autre baisse de volume constatée l'a été dans la catégorie des œuvres de fiction en 2017-2018. Le volume global de la production d'œuvres de fiction télévisuelles canadiennes a chuté de 20,5 % à 1,3 milliard de dollars. Cette baisse s'est concentrée dans le marché de langue anglaise où la production d'œuvres de fiction a chuté de 21 %, ou de 286 millions de dollars, soit 86 % de la baisse globale de production d'émissions de ce genre (figure 4-7).

Le budget moyen des œuvres de fiction a diminué sur les deux marchés linguistiques. Sur le marché de langue anglaise, le budget moyen des œuvres de fiction a diminué de 3,3 % à 1,45 million de dollars par heure (figure 4-8). Sur le marché de langue française, il a plutôt diminué de 17,3 % à 502 000 \$ par heure (figure 4-9). Par conséquent, sur le marché de langue anglaise, la diminution du volume global de la production est surtout imputable à une baisse du nombre de projets plutôt qu'à une diminution du budget moyen de ces mêmes projets.

En 2017-2018, le budget horaire moyen des productions destinées aux jeunes et aux enfants s'est maintenu au-dessus du seuil d'un million de dollars sur le marché de langue anglaise. Sur le marché de langue française, le budget horaire moyen était moins élevé (228 000 \$), mais il a néanmoins augmenté de 9,6 % en 2017-2018.

Le FMC demeure un acteur important de la production télévisuelle canadienne, malgré les pressions à la baisse sur ses revenus qui découlent de la diminution des revenus des entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR) canadiennes. En 2017-2018, le FMC a financé à hauteur de 260 millions de dollars des projets de télévision d'une valeur globale de 1,28 milliard de dollars (figure 4-13). Le FMC a donc joué un rôle important dans le financement d'un peu moins de la moitié de toutes les productions télévisuelles canadiennes en 2017-2018.

La production télévisuelle canadienne tire son financement d'un large éventail de sources publiques et privées. En 2017-2018, les télédiffuseurs publics canadiens, principalement CBC/Radio Canada, ont considérablement augmenté leur contribution au financement de la production télévisuelle canadienne dans les deux langues officielles. Sur le marché de langue anglaise, les droits de diffusion des télédiffuseurs publics ont augmenté de 174 millions de dollars à 193 millions de dollars, et leur part du financement global (10 %) a atteint son sommet des cinq dernières années (figure 4-19). Sur le marché de langue française, les droits de diffusion des télédiffuseurs publics ont augmenté de 166 millions de dollars à 194 millions de dollars et leur part du financement global a aussi atteint son sommet des cinq dernières années (27 %) (figure 4-20).

Si le financement des télédiffuseurs publics canadiens a augmenté en 2017-2018, celui de toutes les autres sources (droits de diffusion des télédiffuseurs privés, crédit d'impôt fédéral, crédits d'impôts provinciaux, distributeurs canadiens, sources étrangères, FMC et autres sources canadiennes publiques et privées) a en revanche diminué, d'où la baisse globale de la production télévisuelle canadienne. En fait, la baisse de production est en grande partie imputable à la diminution marquée du financement des distributeurs canadiens.

Les distributeurs canadiens avaient joué un rôle important dans l'augmentation du volume de la production dans le segment de la télévision en 2016-2017 qui a alors atteint un sommet historique. Le financement des distributeurs canadiens était passé de 308 millions de dollars à 471 millions de dollars (figure 4-17). En 2017-2018, cette source de financement est redescendue à 344 millions de dollars, une baisse de 127 millions de dollars.

Le financement étranger avait aussi fortement contribué à la croissance de la production télévisuelle canadienne en 2016-2017 en passant de 338 millions de dollars à 417 millions de dollars. Contrairement à celle du financement des distributeurs canadiens, la baisse du financement étranger n'a pas été aussi marquée en 2017-2018 et s'est chiffrée à seulement 10 millions de dollars, ou 2,4 %.

Si on s'en tient au genre, les statistiques de financement de la production télévisuelle de langue anglaise démontrent la grande exportabilité des œuvres de fiction et des émissions pour enfants et jeunes. Le financement provenant de sources étrangères et de distributeurs canadiens a représenté 41 % du financement total consacré aux émissions de fiction (figure 4-21). Pareillement, dans la programmation pour enfants et pour jeunes, la contribution des distributeurs canadiens et des bailleurs de fonds étrangers a atteint 43 % du financement total.

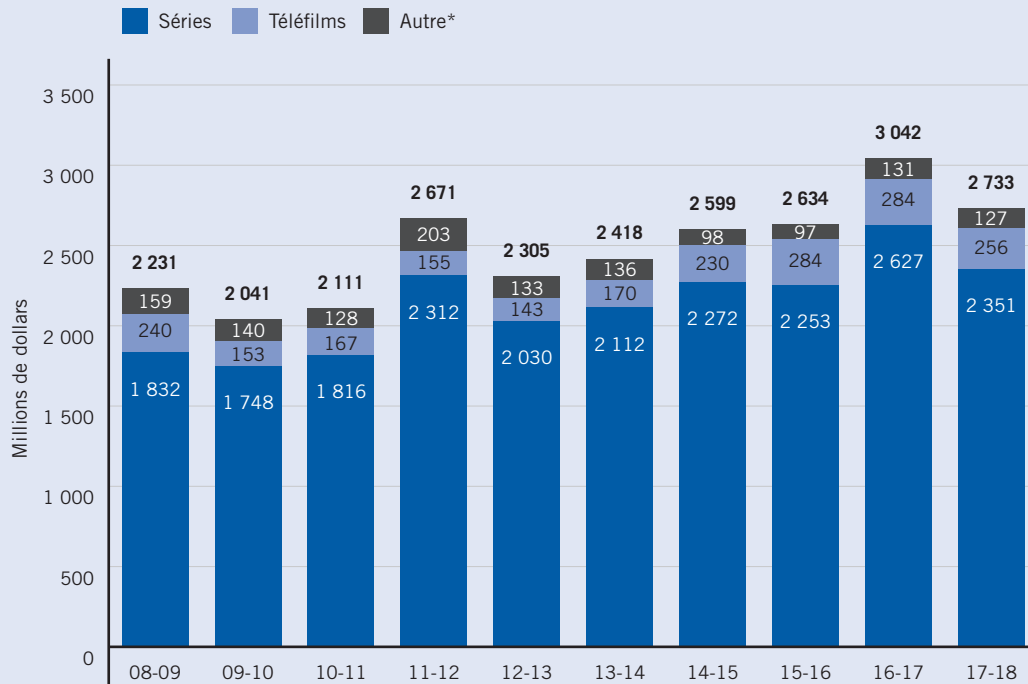
Dans le cas des émissions en anglais vouées au mode de vie et d'intérêt général, et aux variétés et aux arts de la scène, plus de 40 % du financement est venu des télédiffuseurs canadiens. En fait, dans le genre mode de vie et intérêt général, les droits de diffusion payés par les télédiffuseurs privés canadiens ont représenté 42 % du financement total, tandis que pour les émissions vouées aux variétés et aux arts de la scène, cette proportion a plutôt été de 47 %. Cette contribution relativement élevée des télédiffuseurs canadiens, comparativement à celle dans les autres genres, découle en partie des droits de diffusion versés par les chaînes spécialisées canadiennes, qui commandent et incluent à leur grille-horaire une quantité relativement importante d'émissions de mode de vie (p. ex., émissions de rénovation, de cuisine, etc.)

Tous genres confondus, le financement des productions de documentaires de langue anglaise est celui dont la structure est la plus diversifiée. Les documentaires de langue anglaise ont en effet bénéficié de contributions appréciables des distributeurs canadiens (23 %), du FMC (20 %), des télédiffuseurs canadiens (18 %) et des sources étrangères (8 %) (figure 4-21).

Une analyse comparative par genre révèle que la production de langue française est davantage tributaire des droits de diffusion versés par les télédiffuseurs canadiens pour son financement. La contribution des télédiffuseurs canadiens a varié entre 35 % pour les documentaires et 60 % dans la catégorie mode de vie et intérêt général (figure 4-22). Le FMC a aussi été une source importante de financement dans tous les genres, sauf celui des émissions de la catégorie mode de vie et intérêt général, qui n'est pas admissible au financement du FMC. Par ailleurs, si le niveau de financement des distributeurs canadiens et le financement étranger dans les différents genres de production ont été faibles en 2017-2018 (comme les années précédentes), la production de langue française d'émissions de fiction, d'émissions pour enfants et pour jeunes et d'émissions de mode de vie et d'intérêt général a néanmoins attiré du financement privé d'autres sources (c.-à-d. de sources autres que les télédiffuseurs ou les distributeurs) au Canada.

TYPES

Figure 4 - 1 Volume de production télévisuelle selon le type



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 certifiée par le CRTC.

* Émissions uniques et émissions pilotes.

Figure 4 - 2 Œuvres télévisuelles selon le type

	08-09	09-10	10-11	11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	17-18
Séries	760	690	693	786	751	725	813	807	827	802
Téléfilms	164	109	116	103	102	127	151	168	152	130
Autre*	370	372	306	385	330	339	300	289	311	290
Total	1 294	1 171	1 115	1 274	1 183	1 191	1 264	1 264	1 290	1 222

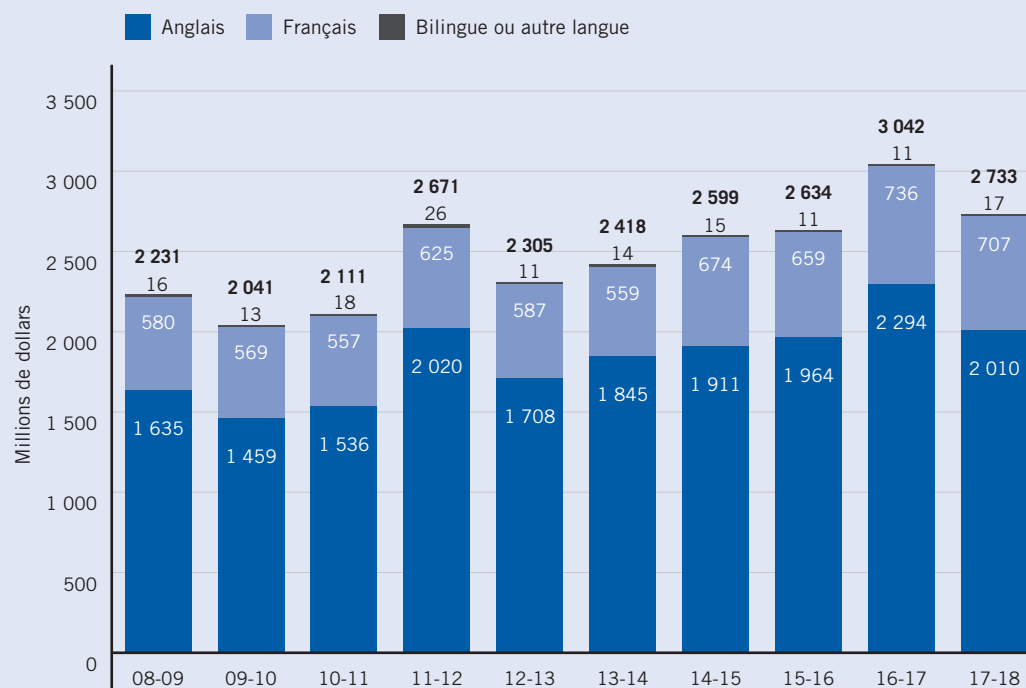
Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

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

* Émissions uniques et émissions pilotes.

LANGUE

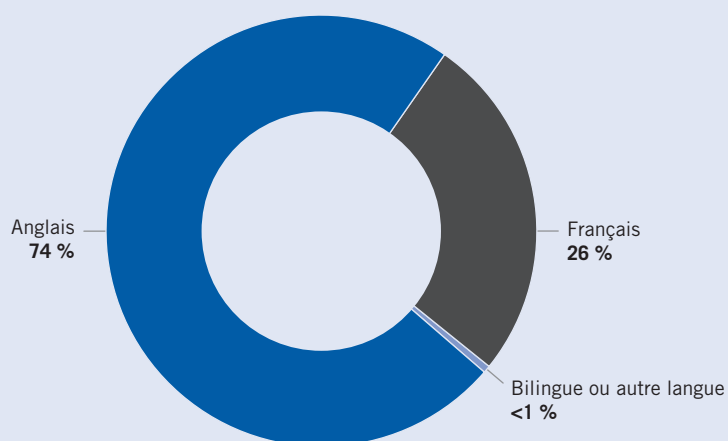
Figure 4 - 3 Volume de production télévisuelle selon la langue



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 certifiée par le CRTC.

Figure 4 - 4 Volume de production télévisuelle selon la langue, 2017-2018

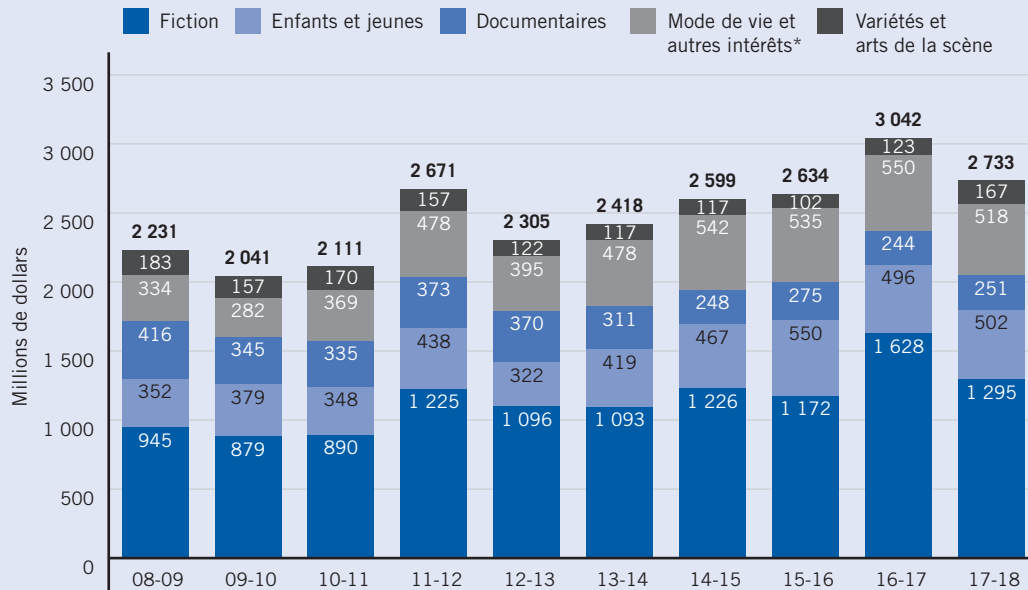


Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

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 certifiée par le CRTC.

GENRE

Figure 4 - 5 Volume de production télévisuelle selon le genre

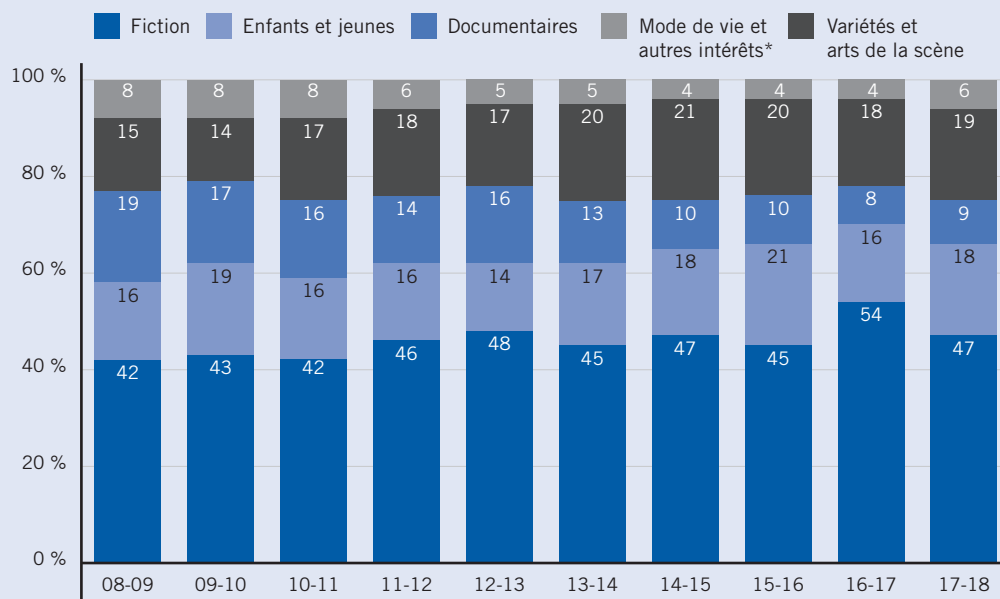


Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

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 certifiée par le CRTC.

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

Figure 4 - 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 certifiée par le CRTC.

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

Figure 4 - 7 Volume de production télévisuelle selon le genre et la langue

(Millions de dollars)	08-09	09-10	10-11	11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	17-18
Fiction										
Anglais	774	695	690	1,035	896	903	996	972	1,365	1,079
Français	171	183	198	190	195	184	223	200	261	210
Bilingue ou autre langue	0	1	1	1	5	6	7	1	2	6
Total	945	879	890	1 225	1 096	1 093	1 226	1 172	1 628	1 295
Enfants et jeunes										
Anglais	273	299	294	331	247	348	385	459	404	394
Français	76	76	52	97	74	65	78	86	91	106
Bilingue ou autre langue	4	4	2	10	2	6	5	5	2	2
Total	352	379	348	438	322	419	467	550	496	502
Documentaires										
Anglais	324	252	248	286	278	235	159	192	175	199
Français	89	90	85	84	89	73	85	82	69	50
Bilingue ou autre langue	3	2	1	4	3	3	3	1	1	3
Total	416	345	335	373	370	311	248	275	244	251
Mode de vie et autres intérêts*										
Anglais	186	136	230	297	246	327	333	314	299	257
Français	145	146	130	174	149	151	209	219	250	254
Bilingue ou autre langue	3	0	9	7	0	0	0	1	2	6
Total	334	282	369	478	395	478	542	535	550	518
Variétés et arts de la scène										
Anglais	77	76	74	72	42	32	37	26	52	81
Français	100	75	91	80	81	85	79	73	66	86
Bilingue ou autre langue	6	6	5	4	0	0	0	3	5	0
Total	183	157	170	157	122	117	117	102	123	167

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 certifiée par le CRTC.

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

BUDGETS

Figure 4 - 8 Budgets de la production télévisuelle de langue anglaise selon le genre

Milliers de dollars/heure	08-09	09-10	10-11	11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	17-18
Fiction										
Moyen	1 515	1 323	1 232	1 700	1 304	1 220	1 240	1 344	1 502	1 452
Médian	1 257	1 367	1 207	1 470	1 308	1 150	1 231	1 341	1 477	1 508
Enfants et jeunes										
Moyen	820	788	863	854	711	867	855	1 089	1 221	1 101
Médian	496	653	500	583	512	656	764	800	772	1 101
Documentaires										
Moyen	334	410	347	367	321	312	307	338	366	340
Médian	291	263	286	277	292	249	253	272	337	300
Mode de vie et autres intérêts*										
Moyen	n.d.	n.d.	266	308	265	322	265	302	310	330
Médian	n.d.	n.d.	288	305	277	286	223	267	243	256
Variétés et arts de la scène										
Moyen	476	367	529	556	386	461	363	547	606	656
Médian	318	262	231	360	197	267	248	342	332	599

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.

n.d. : Non disponible.

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

Figure 4 - 9 Budgets de la production télévisuelle de langue française selon le genre

Milliers de dollars/heure	08-09	09-10	10-11	11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	17-18
Fiction										
Moyen	520	621	517	427	402	450	540	557	607	502
Médian	376	467	504	327	342	417	513	565	548	483
Enfants et jeunes										
Moyen	243	233	206	313	187	220	353	186	208	228
Médian	179	163	150	167	143	159	175	143	140	138
Documentaires										
Moyen	234	228	252	212	204	222	196	181	200	213
Médian	189	197	211	173	179	190	166	166	163	183
Mode de vie et autres intérêts*										
Moyen	n.d.	n.d.	113	104	119	73	93	97	111	112
Médian	n.d.	n.d.	83	79	63	69	76	84	98	98
Variétés et arts de la scène										
Moyen	311	212	220	205	229	261	236	226	241	273
Médian	168	161	163	148	166	201	208	150	135	195

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

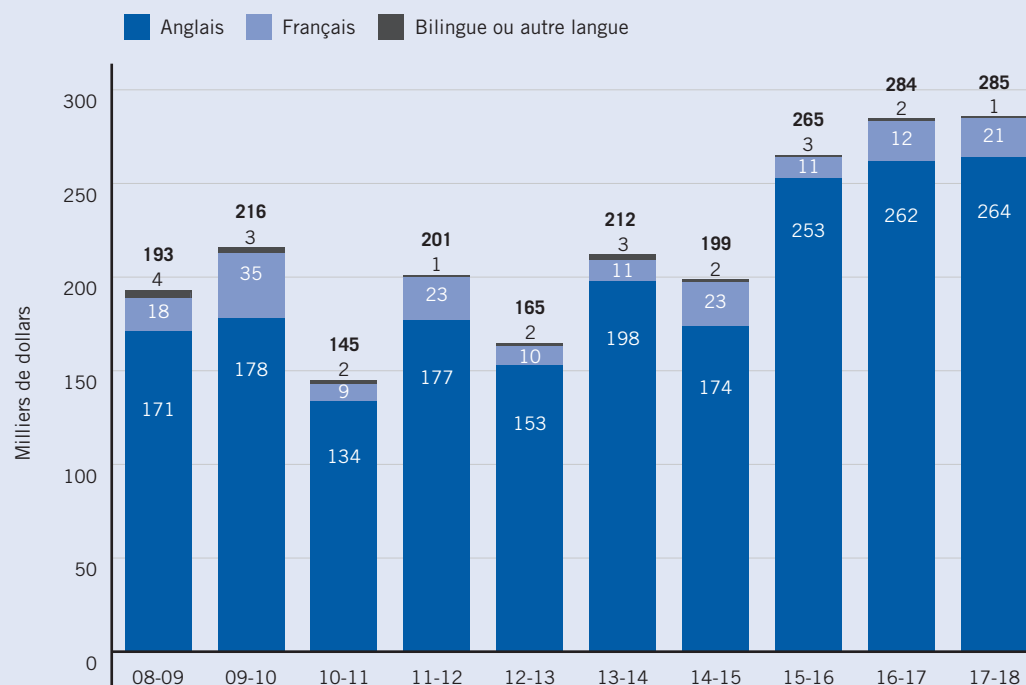
À noter que les données ci-dessus ne comprennent pas d'estimation des émissions certifiées par le CRTC seulement, comme le font celles des autres figures. Étant donné le faible nombre de productions réalisés simultanément en anglais et en français ou dans une autre langue, les données de cette catégorie 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 4 - 10 Volume d'œuvres d'animation télévisuelle selon la langue



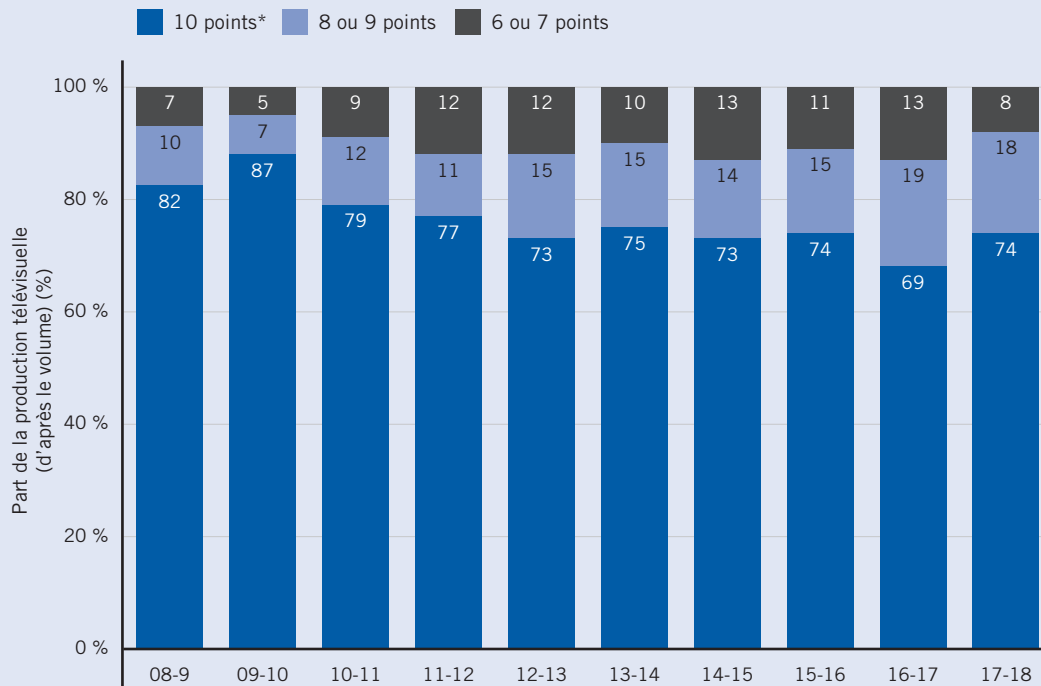
Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

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 certifiée par le CRTC.

RÉPARTITION SELON LE CONTENU CANADIEN

Le BCPAC et le CRTC se servent d'outils d'évaluation semblables qui attribuent des points aux œuvres en regard des fonctions clés de la création, pour certifier les émissions de télévision et les films produits au Canada comme étant du contenu canadien. Les télédiffuseurs canadiens peuvent se servir de 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. Le nombre de points attribués augmente en proportion des fonctions clés de création confiées à des Canadiens. 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 dix¹⁰.

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.

Figure 4 - 11 Production télévisuelle selon le contenu canadien (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, étaient 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 artiste principal peut obtenir un maximum de neuf points. Toute émission de la sorte ayant obtenu neuf points sur neuf serait donc classée avec les émissions ayant reçu dix points sur dix.

Note : Pour les besoins de la figure ci-dessus, on a procédé à une transposition similaire des cotes attribuées sur une échelle de 10 points. 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.

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

RÉGION

Figure 4 - 12 Volume de production télévisuelle canadienne, par province ou territoire

(Millions de dollars)	08-09	09-10	10-11	11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	17-18	Part 17-18
Ontario	959	944	993	1 299	1 056	1 094	1 216	1 228	1 349	1 225	45 %
Québec	731	678	711	772	701	664	774	764	929	765	28 %
Colombie-Britannique	287	196	231	367	387	417	426	428	516	438	16 %
Alberta	92	80	63	67	59	91	67	99	106	120	4 %
Nouvelle-Écosse	47	44	29	52	35	74	42	62	76	76	3 %
Terre-Neuve-et-Labrador	5	31	33	32	31	33	21	29	30	58	2 %
Manitoba	40	44	25	40	22	30	41	15	20	39	1 %
Nouveau-Brunswick	11	13	8	15	7	9	7	2	5	6	<1 %
Saskatchewan	58	11	16	21	5	4	3	4	4	5	<1 %
Territoires*	1	2	1	1	2	3	3	3	6	2	<1 %
Île-du-Prince-Édouard	0	0	0	3	0	0	0	0	0	<1	<1 %
Total	2 231	2 041	2 111	2 671	2 305	2 418	2 599	2 634	3 042	2 733	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 certifiée par le CRTC.

Les statistiques publiées par les agences provinciales de financement peuvent différer de celles qui figurent dans *Profil 2018*. 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.

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 et par satellite de radiodiffusion directe, souvent désignées comme les entreprises de distribution de radiodiffusion ou EDR. Il a pour 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.

Le FMC a pris la relève du Fonds canadien de télévision et du Fonds des nouveaux médias du Canada le 1^{er} avril 2010. Son établissement visait à permettre de faire face aux changements engendrés par les nouvelles technologies et l'évolution de la demande du consommateur qui s'ensuit.

Au cours de son premier exercice financier, en 2010-2011, le Fonds a lancé de nouveaux programmes ayant un budget d'ensemble supérieur à 350 millions de dollars pour favoriser la réalisation de contenu et d'applications sur écran dans le cadre de deux volets : le Volet convergent et le Volet expérimental. Le premier volet soutient des projets conjuguant un 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 section qui suit donne un aperçu de la production de contenu sur écran que soutient le Volet convergent du FMC.

En 2017-2018, le financement consenti par le FMC s'est établi à 260 millions de dollars. Il a contribué à la production d'œuvres télévisuelles d'une valeur globale de 1,28 milliard de dollars¹¹ et soutenu 26 700 emplois équivalents temps plein (ETP). Tant le niveau de financement que le volume de production ayant bénéficié de l'effet de levier du Fonds ont diminué pour une deuxième année consécutive, en raison de pressions à la baisse sur le FMC exercées par la baisse de revenus des EDR canadiennes. Malgré tout, l'effet de levier financier produit par le FMC a augmenté, marquant un sommet des dix dernières années. En 2017-2018, chaque dollar de financement versé par le FMC a généré un financement additionnel de 3,92 dollars.

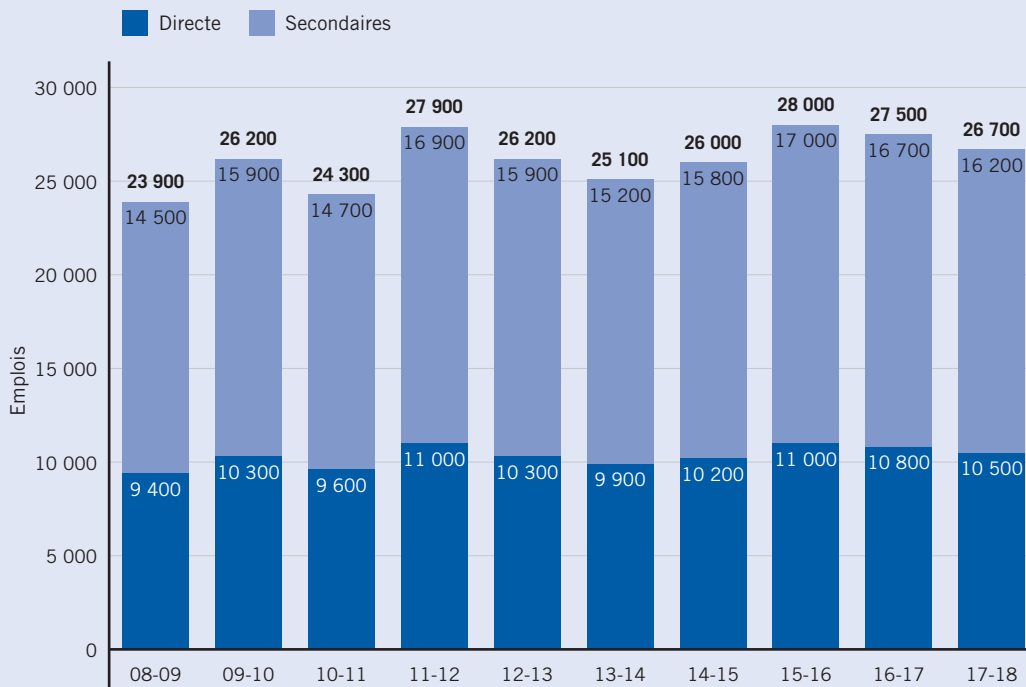
Figure 4 - 13 Volume de production télévisuelle canadienne soutenue par le FMC



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 4 - 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 4 - 15 Heures de programmation soutenue par le FMC selon le genre

	08-09	09-10	10-11	11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	17-18
Documentaires	761	821	715	828	828	886	925	1 041	1 045	831
Enfants et jeunes	646	639	695	812	785	712	799	763	688	697
Dramatiques (fiction)	580	610	659	613	671	661	700	757	728	724
Variétés et arts de la scène	223	352	422	549	404	321	354	398	418	452
Total	2 210	2 422	2 491	2 801	2 688	2 580	2 778	2 959	2 878	2 704

Source : FMC.

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

Figure 4 - 16 Participation du FMC au financement de la production télévisuelle selon le genre

(Millions de dollars)	08-09	09-10	10-11	11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	17-18
Documentaires	55	61	56	64	58	57	59	65	69	58
Enfants et jeunes	49	55	54	57	56	56	56	54	39	37
Dramatiques (fiction)	162	178	160	159	166	152	158	153	151	151
Variétés et arts de la scène	10	13	13	23	18	16	13	13	19	15
Total	275	307	282	303	300	282	286	286	278	260
Part du financement										
Documentaires	20 %	20 %	20 %	21 %	19 %	20 %	21 %	23 %	25 %	22 %
Enfants et jeunes	18 %	18 %	19 %	19 %	19 %	20 %	20 %	19 %	14 %	14 %
Dramatiques (fiction)	59 %	58 %	57 %	53 %	55 %	54 %	55 %	53 %	54 %	58 %
Variétés et arts de la scène	4 %	4 %	5 %	8 %	6 %	6 %	5 %	5 %	7 %	6 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

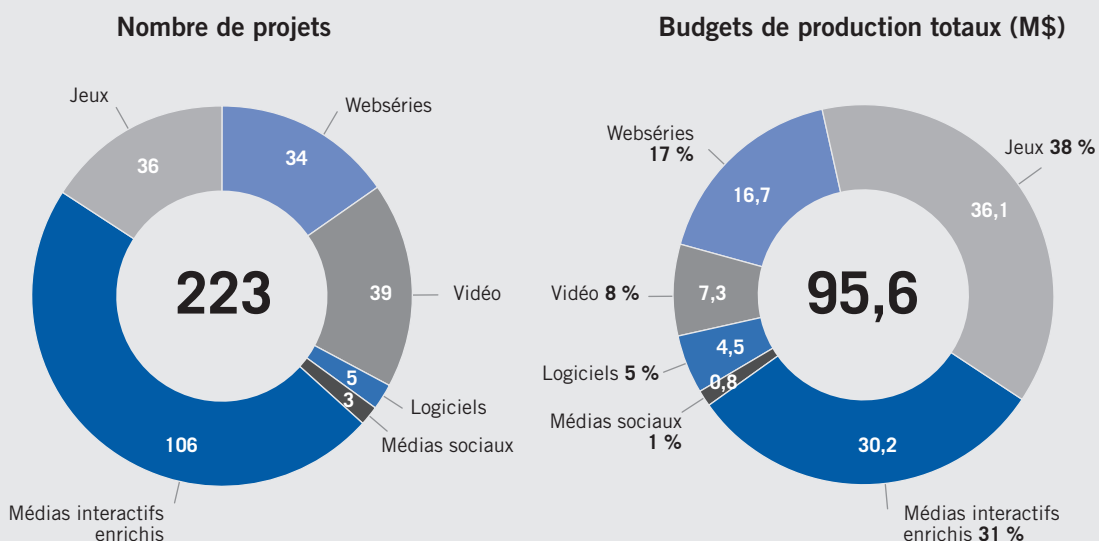
Source : FMC.

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

PRODUCTION NUMÉRIQUE POUR MÉDIAS SOUTENUE 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 2017-2018, les deux volets du FMC ont versé 54,2 millions de dollars à 223 projets de production pour médias numériques convergents. Le budget global de ces projets s'élevait à 95,5 millions de dollars. Le Volet convergent a versé 24,6 millions de dollars à 166 projets, représentant un budget global de 39,6 millions de dollars, alors que le Volet expérimental a soutenu 57 projets, pour un budget global de 57,6 millions de dollars, moyen d'une contribution de 29,6 millions de dollars.



FINANCEMENT

Figure 4 - 17 Financement de la production télévisuelle canadienne

	13-14		14-15		15-16		16-17		17-18	
	Millions de dollars	%	Millions de dollars	%	Millions de dollars	%	Millions de dollars	%	Millions de dollars	%
Droits de diffusion des télédiffuseurs privés	591	24 %	513	20 %	504	19 %	434	14 %	360	13 %
Droits de diffusion des télédiffuseurs publics	244	10 %	235	9 %	247	9 %	339	11 %	387	14 %
Crédit d'impôt fédéral ¹	238	10 %	272	10 %	278	11 %	324	11 %	291	11 %
Crédits d'impôt provinciaux ¹	423	18 %	493	19 %	476	18 %	533	18 %	481	18 %
Distributeurs canadiens ²	252	10 %	316	12 %	308	12 %	471	15 %	344	13 %
Financement de provenance étrangère ³	193	8 %	269	10 %	338	13 %	417	14 %	407	15 %
Fonds des médias du Canada	282	12 %	286	11 %	286	11 %	278	9 %	260	10 %
Autre financement public ⁴	5	0 %	38	1 %	22	1 %	50	2 %	32	1 %
Autre financement privé ⁵	189	8 %	177	7 %	174	7 %	197	6 %	171	6 %
Total	2 418	100 %	2 599	100 %	2 634	100 %	3 042	100 %	2 733	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 certifiée 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 aux 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'autre secteurs établies 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.

Figure 4 - 18 Financement de la production télévisuelle canadienne selon le genre, 2017-2018

	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	79	49	25	177	31	360
Droits de diffusion des télédiffuseurs publics	174	41	30	87	54	387
Crédit d'impôt fédéral ²	136	52	26	60	17	291
Crédits d'impôt provinciaux ²	230	111	38	77	24	481
Distributeurs canadiens ³	178	90	45	30	1	344
Financement de provenance étrangère ⁴	277	81	17	30	2	407
Fonds des médias du Canada ⁵	151	37	58	0	15	260
Autre financement public ⁶	8	9	2	5	8	32
Autre financement privé ⁷	62	32	10	52	15	171
Total	1 295	502	251	518	167	2 733
Part du financement total (en pourcentage)						
Droits de diffusion des télédiffuseurs privés	6 %	10 %	10 %	34 %	19 %	13 %
Droits de diffusion des télédiffuseurs publics	13 %	8 %	12 %	17 %	33 %	14 %
Crédit d'impôt fédéral ²	11 %	10 %	10 %	12 %	10 %	11 %
Crédits d'impôt provinciaux ²	18 %	22 %	15 %	15 %	14 %	18 %
Distributeurs canadiens	14 %	18 %	18 %	6 %	<1 %	13 %
Financement de provenance étrangère	21 %	16 %	7 %	6 %	1 %	15 %
Fonds des médias du Canada ³	12 %	7 %	23 %	0 %	9 %	10 %
Autre financement public ⁴	1 %	2 %	1 %	1 %	5 %	1 %
Autre financement privé ⁵	5 %	6 %	4 %	10 %	9 %	6 %
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 certifiée 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 aux 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 établies 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 4 - 19 Financement de la production télévisuelle canadienne de langue anglaise

	13-14		14-15		15-16		16-17		17-18	
	Millions de dollars	%	Millions de dollars	%	Millions de dollars	%	Millions de dollars	%	Millions de dollars	%
Droits de diffusion des télédiffuseurs privés	456	17 %	327	17 %	309	16 %	249	11 %	195	10 %
Droits de diffusion des télédiffuseurs publics	124	5 %	107	6 %	112	6 %	174	8 %	193	10 %
Crédit d'impôt fédéral ¹	176	10 %	197	10 %	202	10 %	239	10 %	207	10 %
Crédits d'impôt provinciaux ¹	329	20 %	377	20 %	372	19 %	413	18 %	372	18 %
Distributeurs canadiens ²	244	16 %	304	16 %	302	15 %	461	20 %	336	17 %
Financement de provenance étrangère ³	187	14 %	242	13 %	331	17 %	409	18 %	397	20 %
Fonds des médias du Canada	183	10 %	185	10 %	185	9 %	176	8 %	168	8 %
Autre financement public ⁴	3	1 %	15	1 %	6	0 %	30	1 %	17	1 %
Autre financement privé ⁵	142	7 %	146	8 %	145	7 %	142	6 %	125	6 %
Total	1 845	100 %	1 899	100 %	1 964	100 %	2 294	100 %	2 010	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 certifiée 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 aux 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 établies 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.

Figure 4 - 20 Financement de la production télévisuelle canadienne de langue française

	13-14		14-15		15-16		16-17		17-18	
	Millions de dollars	%	Millions de dollars	%	Millions de dollars	%	Millions de dollars	%	Millions de dollars	%
Droits de diffusion des télédiffuseurs privés	132	24 %	187	28 %	195	30 %	186	25 %	164	23 %
Droits de diffusion des télédiffuseurs publics	125	22 %	135	20 %	136	21 %	166	23 %	194	27 %
Crédit d'impôt fédéral ¹	61	11 %	75	11 %	75	11 %	83	11 %	82	12 %
Crédits d'impôt provinciaux ¹	91	16 %	112	17 %	102	15 %	118	16 %	106	15 %
Distributeurs canadiens ²	2	<1 %	3	<1 %	3	<1 %	5	1 %	4	1 %
Financement de provenance étrangère ³	1	<1 %	2	<1 %	3	1 %	3	0 %	6	1 %
Fonds des médias du Canada	92	16 %	93	14 %	93	14 %	93	13 %	83	12 %
Autre financement public ⁴	11	2 %	26	4 %	16	2 %	20	3 %	15	2 %
Autre financement privé ⁵	44	8 %	40	6 %	35	5 %	63	9 %	52	7 %
Total	559	100 %	674	100 %	659	100 %	737	100 %	707	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 certifiée 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 aux 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 établies 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.

Figure 4 - 21 Financement de la production télévisuelle canadienne de langue anglaise selon le genre, 2017-2018

	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	46	26	16	96	11	195
Droits de diffusion des télédiffuseurs publics	114	18	20	13	26	193
Crédit d'impôt fédéral ²	113	40	20	28	7	207
Crédits d'impôt provinciaux ²	197	91	30	44	10	372
Distributeurs canadiens ³	176	89	45	27	1	336
Financement de provenance étrangère ⁴	274	80	16	26	2	397
Fonds des médias du Canada ⁵	100	21	40	0	7	168
Autre financement public ⁶	4	4	1	1	7	17
Autre financement privé ⁷	56	25	11	23	10	125
Total	1 079	394	199	257	81	2 010
Part du financement total (en pourcentage)						
Droits de diffusion des télédiffuseurs privés	4 %	7 %	8 %	37 %	14 %	10 %
Droits de diffusion des télédiffuseurs publics	11 %	5 %	10 %	5 %	33 %	10 %
Crédit d'impôt fédéral ²	10 %	10 %	10 %	11 %	9 %	10 %
Crédits d'impôt provinciaux ²	18 %	23 %	15 %	17 %	13 %	18 %
Distributeurs canadiens ³	16 %	23 %	23 %	11 %	1 %	17 %
Financement de provenance étrangère ⁴	25 %	20 %	8 %	10 %	2 %	20 %
Fonds des médias du Canada ⁵	9 %	5 %	20 %	0 %	9 %	8 %
Autre financement public ⁶	<1 %	1 %	1 %	<1 %	9 %	1 %
Autre financement privé ⁷	5 %	6 %	6 %	9 %	12 %	6 %
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 certifiée 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 aux 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 établies 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 4 - 22 Financement de la production télévisuelle canadienne de langue française selon le genre, 2017-2018

	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	34	23	8	78	21	164
Droits de diffusion des télédiffuseurs publics	60	23	9	74	28	194
Crédit d'impôt fédéral ²	23	12	6	31	10	82
Crédits d'impôt provinciaux ²	32	19	8	33	14	106
Distributeurs canadiens ³	1	<1	<1	2	<1	4
Financement de provenance étrangère ⁴	1	1	1	4	<1	6
Fonds des médias du Canada ⁵	47	15	14	0	7	83
Autre financement public ⁶	4	5	1	4	1	15
Autre financement privé ⁷	9	8	2	28	5	52
Total	210	106	49	254	86	707
Part du financement total (en pourcentage)						
Droits de diffusion des télédiffuseurs privés	16 %	21 %	16 %	31 %	24 %	23 %
Droits de diffusion des télédiffuseurs publics	29 %	22 %	19 %	29 %	32 %	27 %
Crédit d'impôt fédéral ²	11 %	11 %	12 %	12 %	12 %	12 %
Crédits d'impôt provinciaux ²	15 %	18 %	17 %	13 %	16 %	15 %
Distributeurs canadiens ³	1 %	<1 %	1 %	1 %	<1 %	1 %
Financement de provenance étrangère ⁴	<1 %	<1 %	1 %	2 %	<1 %	<1 %
Fonds des médias du Canada ⁵	22 %	14 %	28 %	0 %	8 %	12 %
Autre financement public ⁶	2 %	5 %	2 %	2 %	1 %	2 %
Autre financement privé ⁷	4 %	8 %	4 %	11 %	6 %	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 certifiée 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 aux 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 inexistants 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 établies à l'étranger.

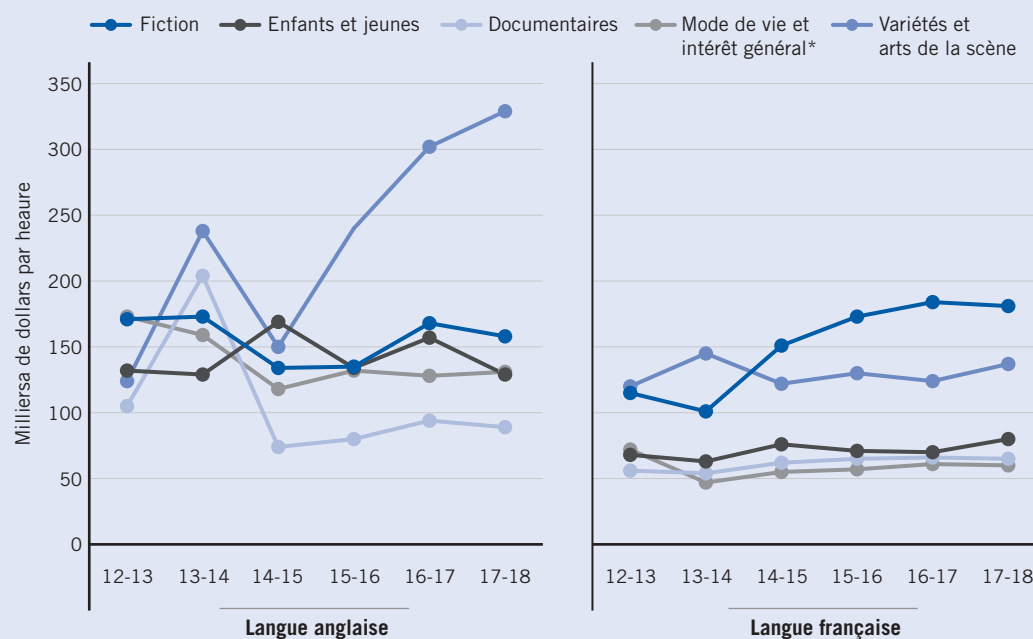
5. Seuls les émissions de fiction, pour enfants et jeunes, les documentaires et les émissions de variétés et vouées aux arts de la scène sont admissibles au financement par le FMC.

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.

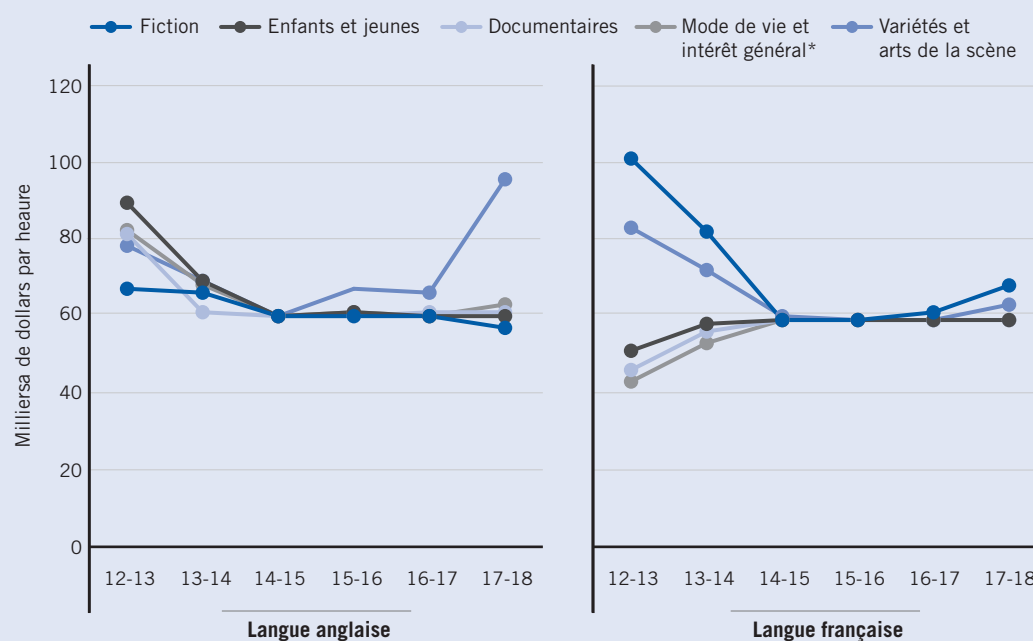
7. Financement provenant de maisons de production (à l'exclusion des crédits d'impôt obtenus), de fonds de production indépendants, de télédiffuseurs fournissant une participation au capital et d'autres bailleurs de fonds canadiens du secteur privé.

Figure 4 - 23 Droits de diffusion horaires moyens et médians versés par les télédiffuseurs canadiens pour de la programmation canadienne*

Moyenne



Médiane



Sources : Estimations fondées sur les données du BCPAC portant sur un échantillon de projets.

Note : Les statistiques sur les droits de licence moyens et médians reflètent exclusivement les projets certifiés par le BCPAC qui ont reçu un droit de licence. 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.

5. La production cinématographique canadienne

La production cinématographique canadienne se compose de longs métrages d'abord destinés aux salles de cinéma¹². *Ballerina (Leap!)*, *Bon Cop Bad Cop 2* et *Maudie* sont des exemples d'œuvres qui se sont distinguées récemment.

Faits saillants de 2017-2018



- La production cinématographique canadienne a augmenté de 5,9 % pour s'établir à 303 millions de dollars.
- La production cinématographique de langue anglaise a augmenté de 23,8 % et est passée à 229 millions de dollars.
- Le budget moyen des longs métrages de langue anglaise a augmenté pour s'établir à 3,5 millions de dollars.
- Le pourcentage de longs métrages de langue anglaise destinés aux salles disposant d'un budget de plus de 10 millions de dollars a augmenté de 9 %, son sommet des dix dernières années.
- Le volume de longs métrages destinés aux salles produits par les producteurs ontariens a plus que doublé (145 millions de dollars), et représentait 48 % du volume total.
- Le financement étranger de la production cinématographique canadienne destinée aux salles a augmenté, passant de 26 millions de dollars à 57 millions de dollars, soit l'équivalent de 19 % du financement total.



- Le nombre de longs métrages de fiction est le même qu'en 2016-2017, soit 75.



- Les producteurs canadiens ont produit 105 longs métrages destinés aux salles, une diminution par rapport aux 112 films produits en 2016-2017.
- La production cinématographique de langue française a diminué de 26 % et est descendue à 74 millions de dollars.
- La production cinématographique en langue autre que l'anglais ou le français a reculé à moins de 1 million de dollars.
- Le budget moyen des longs métrages de fiction de langue française est en baisse et se chiffre à 2,2 millions de dollars.
- Le volume total de longs métrages de fiction a diminué de 2,1 % pour s'établir à 231 millions de dollars.
- Les producteurs québécois ont réalisé 45 % du volume global de longs métrages destinés aux salles, une baisse par rapport à la part de 52 % observée en 2016-2017.
- Le volume de longs métrages destinés aux salles produits par les producteurs britanno-colombiens a reculé de 74,4 % et se chiffre à 11 millions de dollars.
- Le financement provenant de sources publiques a représenté 58 % du financement total des longs métrages canadiens destinés aux salles, en baisse par rapport au taux de 63 % de 2016-2017. Le financement fourni par Téléfilm Canada¹³ a représenté à lui seul 22 % du financement total.

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

¹³ Les statistiques présentées dans le présent rapport sur la production de longs métrages de fiction financés par Téléfilm Canada portent uniquement sur les films financés par le principal programme de production de l'organisme et ne tiennent pas compte des fonds accordés dans le cadre de ses autres programmes.

La production globale de longs métrages de fiction destinés aux salles a augmenté pour une deuxième année consécutive en 2017-2018. À 303 millions de dollars, elle demeure cependant inférieure à la moyenne annuelle de 326 millions de dollars des dix années précédentes (figure 5 - 1). Cette augmentation de 5,9 % de la production globale de longs métrages de fiction destinés aux salles en 2017-2018 représente une moyenne, les deux marchés linguistiques ayant évolué dans des directions différentes au cours de l'année.

La production cinématographique de langue française a atteint 100 millions de dollars en 2016-2017, mais en 2017-2018, elle a chuté de 26 % à 74 millions de dollars (figure 5 - 5). Cette baisse importante n'est toutefois pas inhabituelle dans un segment où un ou plusieurs projets à gros budget peuvent avoir un effet considérable sur le volume global. Le nombre de projets réalisés dans le marché de langue française a été plus faible, passant de 43 à 35 (figure 5 - 6), et par des budgets moyens inférieurs, de 3,5 millions de dollars ils sont tombés à 2,2 millions de dollars (œuvres de fiction seulement) (figure 5 - 3).

Le segment des longs métrages destinés aux salles a été globalement stimulé par la production de projets à gros budget dans le marché de langue anglaise. En 2017-2018, le nombre de films produits en anglais a augmenté, passant de 68 à 70 (figure 5 - 6). Encore plus important toutefois, le budget moyen des productions de langue anglaise (dans le segment des œuvres de fiction) a augmenté de 0,5 millions de dollars pour s'établir à 3,5 millions de dollars en 2017-2018 (figure 5 - 3). Même le budget médian dans le marché de langue anglaise a progressé en 2017-2018, passant de 1,7 à 2,0 millions de dollars, un sommet des dix dernières années.

Cette tendance dans l'évolution des budgets des longs métrages est conforme à l'augmentation du budget moyen dans le marché de langue anglaise en 2017-2018. En 2017-2018, 9 % des projets sur les deux marchés linguistiques avaient un budget de 10 millions de dollars ou plus, la plus forte proportion des dix dernières années (figure 5 - 4).

Le financement public a continué de jouer un rôle important dans la production de longs métrages de fiction destinés aux salles au Canada en 2017-2018. En tout, les sources publiques de financement, notamment Téléfilm Canada, les gouvernements provinciaux et les crédits d'impôt fédéral et provinciaux ont représenté 58 % du financement de la production cinématographique canadienne en 2017-2018 (figure 5 - 11). Ce pourcentage est inférieur de cinq points à la proportion de 63 % enregistrée en 2016-2017.

Telefilm Canada

Téléfilm Canada est une société d'État créée par le Gouvernement du Canada canadien en 1968 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 et événements, 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 des 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 2017-2018 s'est chiffrée à 106,3 millions de dollars. Ce montant comprend 84,1 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 22,2 millions de dollars au soutien promotionnel¹⁴.

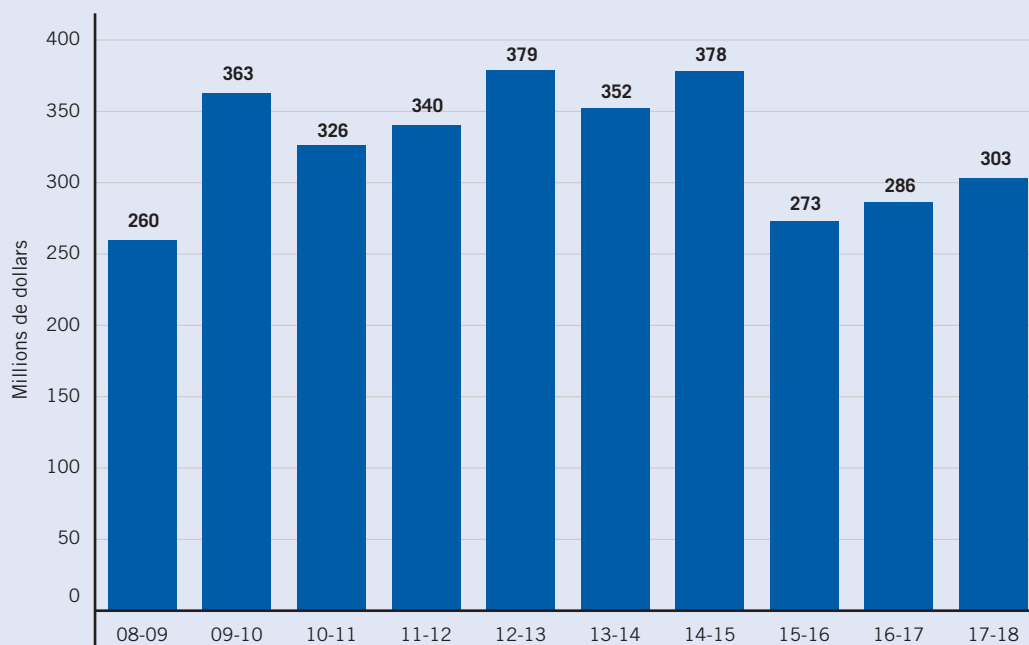
¹⁴ Téléfilm Canada (2018), *Branchée sur le monde – Rapport annuel 2017-2018*, p. 10.

Même si Téléfilm Canada et d'autres sources de financement public constituent une assise solide pour le soutien de la production cinématographique canadienne, ce sont les fonds tirés des préventes (soit le financement venant des distributeurs canadiens et de sources étrangères) qui expliquent en règle générale les fluctuations annuelles du volume de la production cinématographique. En 2017-2018, le financement provenant des distributeurs canadiens a légèrement diminué passant de 42 à 37 millions de dollars (figure 5-11). Après avoir atteint un plancher de 26 millions de dollars en 2016-2017, le financement étranger s'est redressé à 57 millions de dollars en 2017-2018.

Comme par les années précédentes, cette croissance du financement étranger s'est concentrée surtout dans le marché de langue anglaise. En fait, le financement étranger a représenté 25 % du financement global de la production cinématographique canadienne de langue anglaise en 2017-2018, soit la plus forte proportion du financement, toutes sources confondues (figure 5 - 12).

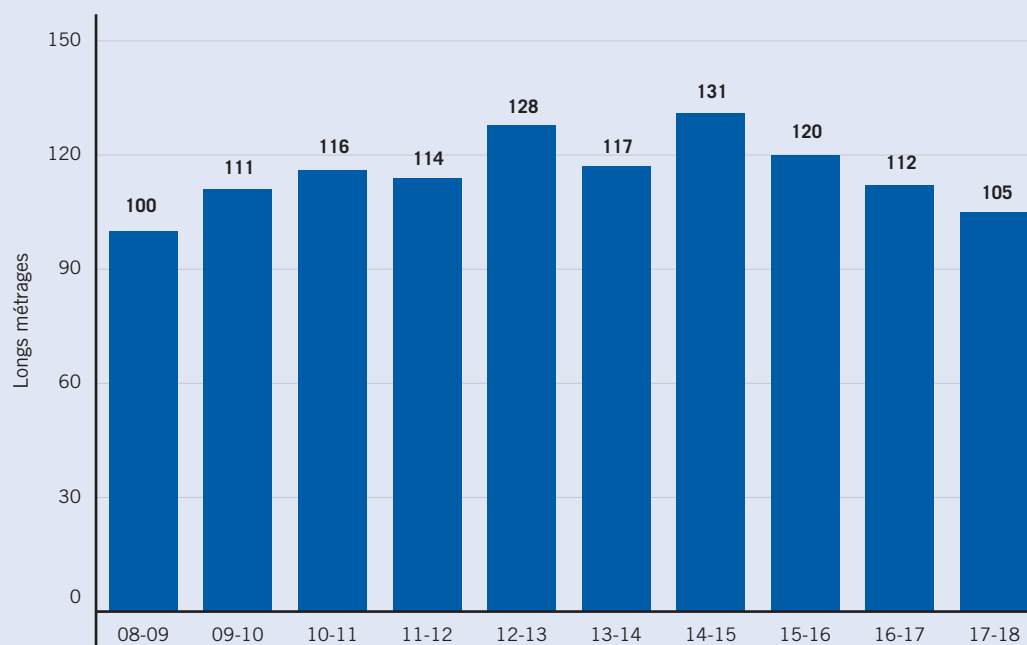
PRODUCTION TOTALE ET BUDGETS MOYENS

Figure 5 - 1 Volume de production cinématographique canadienne



Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

Figure 5 - 2 Nombre de longs métrages canadiens destinés aux salles produits au Canada sur une base annuelle



Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

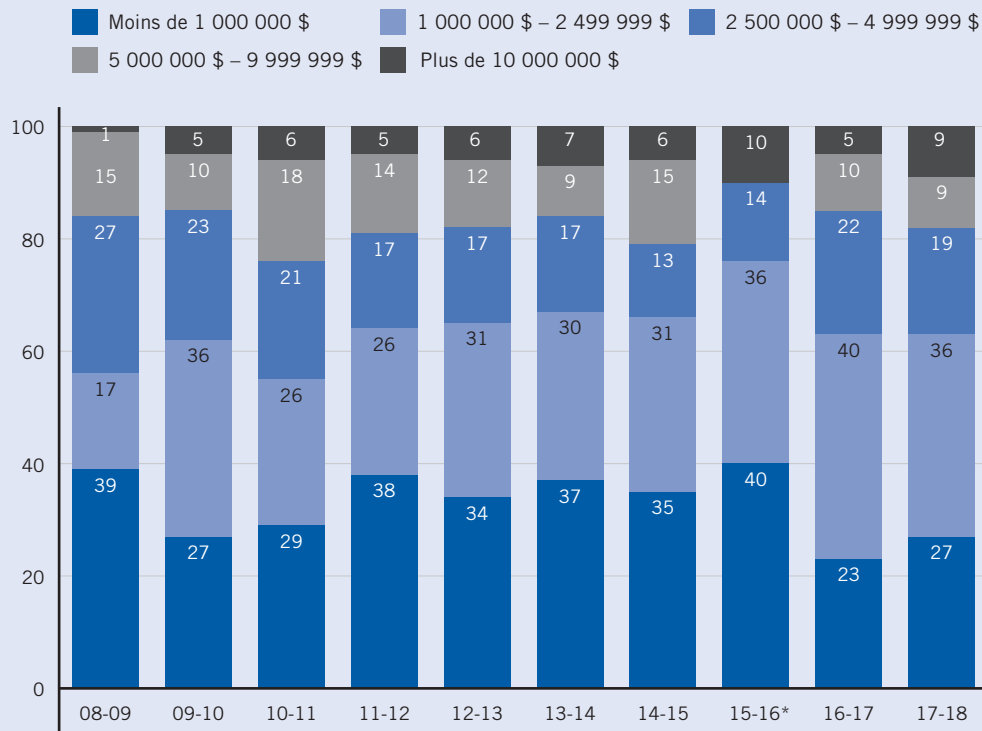
Figure 5 - 3 Budget des longs métrages de fiction destinés aux salles

(Millions de dollars)	08-09	09-10	10-11	11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	17-18
Anglais										
Moyen	2,5	4,2	3,8	3,5	3,6	3,9	3,5	1,9	3,0	3,5
Médian	1,4	1,4	1,8	1,2	1,3	1,3	1,4	1,0	1,7	2,0
Français										
Moyen	2,7	2,6	2,9	3,3	2,7	2,5	2,4	2,3	3,5	2,2
Médian	2,1	1,9	2,2	2,4	1,8	1,9	1,3	1,8	2,9	1,7
Toutes langues confondues*										
Moyen	2,6	3,6	3,4	3,4	3,4	3,5	3,1	2,0	3,1	3,1
Médian	1,7	1,5	2,0	1,5	1,4	1,4	1,3	1,2	2,0	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.

Figure 5 - 4 Longs métrages de fiction destinés aux salles selon le budget

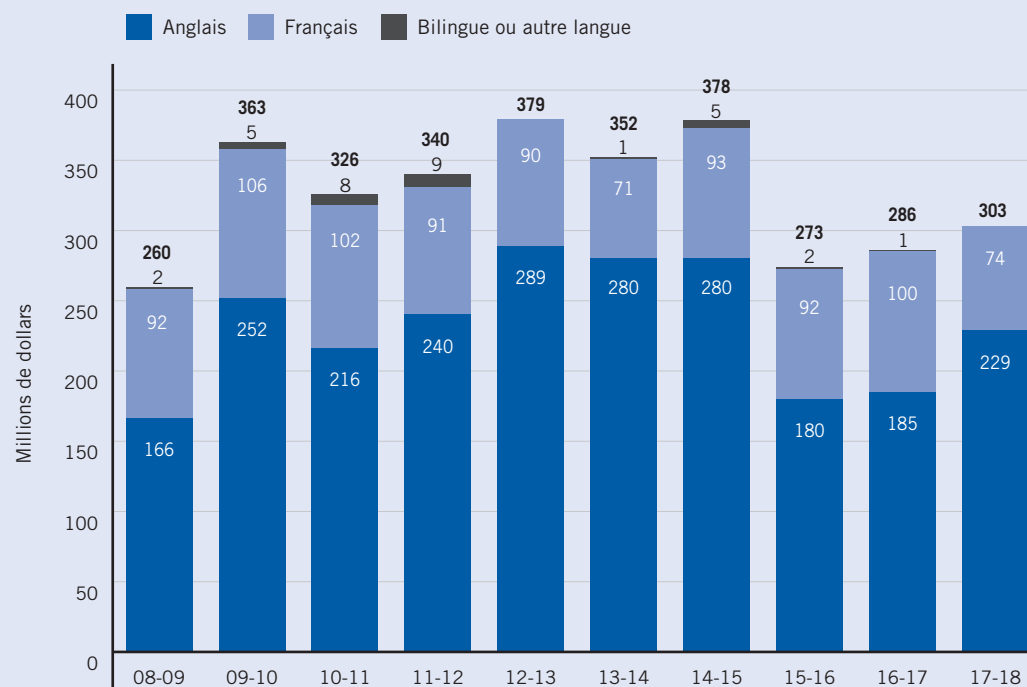
Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC

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.

LANGUE

Figure 5 - 5 Volume de production cinématographique canadienne 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.

Figure 5 - 6 Longs métrages destinés aux salles selon la langue

	08-09	09-10	10-11	11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	17-18
Anglais	63	70	66	75	90	75	89	82	68	70
Français / Bilingue ou autre langue	37	41	50	39	38	42	42	38	43	35
Total	100	111	116	114	128	117	131	120	111	105

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC

Note : 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.

GENRES

Figure 5 - 7 Volume de production cinématographique canadienne selon le genre

	08-09	09-10	10-11	11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	17-18
Volume (en millions de dollars)										
Fiction	226	305	291	277	357	314	295	187	236	231
Autre*	34	58	35	63	21	38	83	87	50	72
Total	260	363	326	340	379	352	378	273	286	303
Longs métrages										
Fiction	84	85	81	106	89	94	94	91	75	75
Autre*	27	31	33	8	28	38	37	29	37	30
Total	111	116	114	114	117	132	131	120	112	105

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 5 - 8 Volume de production cinématographique, par province ou territoire

(Millions de dollars)	08-09	09-10	10-11	11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	17-18	Part 17-18
Ontario	46	91	121	176	173	131	124	116	71	145	48 %
Québec	130	229	127	136	145	178	203	111	148	136	45 %
Colombie-Britannique	53	25	41	8	37	18	44	33	43	11	4 %
Manitoba	0	1	14	10	7	0	3	5	11	5	2 %
Terre-Neuve-et-Labrador	2	0	0	1	2	3	0	2	0	2	1 %
Saskatchewan	15	3	11	7	4	15	0	0	7	1	<1 %
Alberta	0	3	2	0	1	3	4	4	4	1	<1 %
Nouvelle-Écosse	10	9	11	2	8	2	0	3	3	1	<1 %
Territoires*	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0 %
Nouveau-Brunswick	3	1	0	0	1	2	0	0	0	0	0 %
Île-du-Prince-Édouard	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0 %
Total	260	363	326	340	379	352	378	273	286	303	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 2018. 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.

FINANCEMENT

Figure 5 - 9 Financement de la production cinématographique canadienne

	13-14		14-15		15-16		16-17		17-18	
	Millions de dollars	%	Millions de dollars	%	Millions de dollars	%	Millions de dollars	%	Millions de dollars	%
Droits de diffusion des télédiffuseurs privés	3	1 %	3	1 %	1	<1 %	1	<1 %	1	<1 %
Droits de diffusion des télédiffuseurs publics	1	<1 %	1	<1 %	4	1 %	2	1 %	3	1 %
Crédit d'impôt fédéral ¹	28	8 %	26	7 %	20	7 %	20	7 %	20	7 %
Crédits d'impôt provinciaux ¹	68	19 %	79	21 %	57	21 %	55	19 %	56	19 %
Distributeurs canadiens ²	33	9 %	33	9 %	25	9 %	42	15 %	37	12 %
Financement de provenance étrangère ³	99	28 %	86	23 %	48	17 %	26	9 %	57	19 %
Téléfilm Canada	60	17 %	58	15 %	54	20 %	69	24 %	67	22 %
Autre financement public ⁴	20	6 %	54	14 %	27	10 %	37	13 %	32	10 %
Autre financement privé ⁵	40	11 %	38	10 %	37	14 %	34	12 %	29	10 %
Total	352	100 %	378	100 %	273	100 %	286	100 %	303	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 aux 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'autre secteurs établies 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.

Figure 5 - 10 Financement de la production cinématographique canadienne selon la langue

	Langue anglaise						Langue française					
	15-16		16-17		17-18		15-16		16-17		17-18	
	M\$	%	M\$	%	M\$	%	M\$	%	M\$	%	M\$	%
Droits de diffusion des télédiffuseurs privés	1	1 %	1	1 %	1	<1 %	<1	<1 %	<1	<1 %	<1	<1 %
Droits de diffusion des télédiffuseurs publics	3	2 %	2	1 %	2	1 %	<1	<1 %	<1	<1 %	1	1 %
Crédit d'impôt fédéral ¹	14	8 %	14	8 %	18	8 %	6	6 %	6	6 %	3	4 %
Crédits d'impôt provinciaux ¹	38	21 %	35	19 %	42	18 %	19	21 %	20	20 %	14	19 %
Distributeurs canadiens ²	19	10 %	34	19 %	33	14 %	6	6 %	7	7 %	4	6 %
Financement de provenance étrangère ³	40	22 %	24	13 %	57	25 %	8	8 %	1	1 %	<1	1 %
Téléfilm Canada	28	16 %	47	25 %	46	20 %	27	29 %	21	21 %	21	28 %
Autre financement public ⁴	10	6 %	6	3 %	12	5 %	16	18 %	32	32 %	20	27 %
Autre financement privé ⁵	26	14 %	20	11 %	19	8 %	12	12 %	13	13 %	11	14 %
Total	180	100 %	185	100 %	229	100 %	94	100 %	101	100 %	74	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 aux 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'autre secteurs établies 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.

6. Les coproductions audiovisuelles régies par des traités

Le Canada est actuellement signataire de traités de coproduction audiovisuelle ou ententes conclus avec 55 pays partenaires¹⁵. 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. Les producteurs étrangers peuvent également tirer parti, le cas échéant, 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.

Faits saillants de 2017



- Le Canada a participé à 55 coproductions régies par des traités, une hausse par rapport aux 48 de 2016.
- Le nombre total de coproductions télévisuelles régies par des traités a augmenté, passant de 31 à 38.
- Le total des budgets des coproductions de langue française régies par un traité a bondi de 127,6 % et s'établit à 66 millions de dollars.



- Le nombre total de coproductions cinématographiques régies par des traités est demeuré stable à 17 œuvres.
- La France et le Royaume-Uni ont été les principaux partenaires du Canada pour les coproductions régies par des traités de 2008 à 2017. 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 38,2 % des coproductions régies par des traités en 2017; ces projets ne représentaient toutefois que 27 % du budget total des coproductions régies par des traités.



- Le budget total des coproductions télévisuelles régies par des traités est passé à 293 millions de dollars, une baisse de 17,7 %.
- Le budget médian des coproductions télévisuelles régies par des traités a diminué, passant de 2,3 millions à 1,3 million de dollars.
- Le budget médian des coproductions cinématographiques régies par des traités a aussi reculé, passant de 6,7 millions à 5,7 millions de dollars.
- Le budget total des coproductions canadiennes régies par des traités s'est contracté de 20,7 % pour s'établir à 403 millions de dollars.
- Le budget total des coproductions de langue anglaise régies par des traités a diminué de 29,6 %, ce qui le porte à 337 millions de dollars.

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

En raison de la nature cyclique des grands projets de télévision et des longs métrages réalisés dans le cadre de coproductions régies par des traités, le volume global des productions peut varier considérablement d'une année à l'autre¹⁶, et 2017 n'a pas dérogé à la règle. Dans l'ensemble, le volume global de la participation canadienne à des coproductions régies par des traités (c.-à-d. les budgets globaux) se chiffrait à 403 millions de dollars en 2017, une contraction de 20,7 % (Figure 6 - 6). La baisse de 105 millions de dollars se répartit presque également entre les projets pour le cinéma et ceux pour la télévision. Par contre, si on tient compte de la langue, la totalité de la baisse est attribuable aux coproductions de langue anglaise, puisque le volume de coproductions de langue française a progressé de 127,6 %, passant de 29 millions de dollars en 2016 à 66 millions en 2017 (Figure 6 - 6).

Même si le volume global des coproductions audiovisuelles régies par des traités a diminué de 17,7 % pour atteindre 293 millions de dollars en 2017, les productions sont plus nombreuses : il y en a eu 38 contre 31 en 2016 (Figure 6 - 1). Pour la ventilation de la baisse dans le segment de la télévision, on observe la même dynamique que pour l'ensemble du secteur des coproductions : elle est concentrée dans le marché de langue anglaise. Sur le marché de langue française, il y a eu augmentation autant du volume que de la part du financement. En fait, le volume global des coproductions de langue française régies par des traités a augmenté de 7,4 % en 2017.

La baisse dans le segment de la télévision en 2017 s'explique par la contraction du nombre de productions dramatiques, surtout attribuable à la popularité des productions d'envergure et de la volatilité générale du marché. Le nombre de productions télévisuelles dramatiques a reculé de 6 à 3, tandis que le volume a diminué de 30,9 %, passant d'un sommet décennal de 278 millions de dollars à 192 millions de dollars (Figure 6- 2).

On constate par ailleurs une évolution contraire dans le segment de la production cinématographique où le volume des projets de langue française a explosé pour passer de 3 millions de dollars en 2016 à 38 millions de dollars en 2017 (Figure 6 - 4), sous l'impulsion des projets à participation canadienne minoritaire. Le total de la participation canadienne dans des productions minoritaires de langue française¹⁷ s'est chiffré à 6 millions de dollars, ou 15,8 % du volume global. Le volume des productions cinématographiques destinées au marché de langue anglaise a quant à lui été réduit pratiquement de moitié, passant de 148 millions de dollars à 73 millions de dollars. La contraction s'explique par la diminution du nombre de longs métrages canadiens produits en vertu de traités internationaux, qui est passé de 16 à 12.

La part du financement canadien dans le volume des coproductions régies par des traités s'est aussi rétrécie. La baisse s'explique en partie par le fait que les coproductions à participation canadienne majoritaire occupent une part beaucoup plus étroite du volume global. Effectivement, ces coproductions étaient des projets passablement plus modestes que ceux à participation canadienne minoritaire. On a dénombré 21 productions à participation canadienne majoritaire en 2017, pour un volume global de 109 millions de dollars et un budget moyen de 5,2 millions de dollars par projet (Figure 6 - 7)¹⁸. Par ailleurs, 34 coproductions à participation canadienne minoritaire ont été réalisées en 2017, pour un volume global de 294 millions de dollars et un budget moyen de 8,6 millions de dollars par projet.

¹⁶ Au cours des dix dernières années, le budget moyen des coproductions télévisuelles régies par des traités se chiffrait à 24,2 millions de dollars, alors que pour les productions dans l'ensemble du secteur canadien du contenu, il se situait à 2 millions de dollars. Dans le secteur du cinéma, on parle de 9,2 millions de dollars pour les coproductions régies par des traités contre 2,8 millions de dollars pour l'ensemble du secteur canadien.

¹⁷ Les coproductions à participation canadienne minoritaire sont des coproductions régies par des traités où le financement d'origine canadienne représente moins de 50 % du budget total.

¹⁸ Les coproductions à participation canadienne majoritaire sont des coproductions régies par des traités où le financement d'origine canadienne représente au moins 50 % du budget global.

TÉLÉVISION

Figure 6 - 1 Volume* et nombre de coproductions télévisuelles régies par des traités

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Langue anglaise										
Participation canadienne (M\$)	151	114	81	134	109	92	116	117	111	96
Participation étrangère (M\$)	175	182	119	161	121	118	176	154	219	168
Total (M\$)	327	296	200	296	230	210	293	271	330	264
Nombre de coproductions	53	32	25	27	29	42	34	31	21	23
Langue française										
Participation canadienne (M\$)	10	8	9	1	10	1	2	5	7	8
Participation étrangère (M\$)	17	7	9	3	18	1	4	9	19	20
Total (M\$)	27	14	18	4	28	2	6	14	26	28
Nombre de coproductions	12	10	9	6	12	3	4	6	10	15
Toutes les langues										
Participation canadienne (M\$)	161	122	90	136	119	93	118	122	118	105
Participation étrangère (M\$)	192	188	128	164	140	119	180	163	238	188
Total (M\$)	354	310	218	299	258	212	298	285	356	293
Nombre de coproductions	65	42	34	33	41	45	38	37	31	38

Source : Téléfilm Canada.

Note : D'après les statistiques disponibles en août 2018. 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 intégraux des œuvres, à savoir des participations canadiennes et étrangères.

Figure 6 - 2 Volume* et nombre de coproductions télévisuelles régies par des traités, selon le genre

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Volume global (millions de dollars)										
Dramatiques	101	158	147	203	151	107	221	163	278	192
Documentaires	72	48	27	30	63	55	36	38	31	43
Enfants et jeunes	181	104	43	67	44	51	42	84	47	58
Total	354	310	218	299	258	212	298	285	356	293
Œuvres										
Dramatiques	10	5	8	6	7	8	11	7	6	3
Documentaires	32	23	19	17	26	26	21	23	18	29
Enfants et jeunes	23	14	7	10	8	11	6	7	7	6
Total	65	42	34	33	41	45	38	37	31	38
Budget moyen (millions de dollars)										
Dramatiques	10,1	31,7	18,4	33,8	21,6	13,4	20,1	23,3	46,3	64,0
Documentaires	2,3	2,1	1,4	1,8	2,4	2,1	1,7	1,7	1,7	1,5
Enfants et jeunes	7,9	7,4	6,2	6,7	5,5	4,6	7,0	12,0	6,7	9,7
Tous genres confondus	5,4	7,4	6,4	9,1	6,3	4,7	7,8	7,7	11,5	7,7

Source : Téléfilm Canada.

Note : D'après les statistiques disponibles en août 2018. 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 intégraux des œuvres, à savoir des participations canadiennes et étrangères.

Figure 6 - 3 Partenaires du Canada dans des coproductions télévisuelles régies par des traités, 2008-2017

	Œuvres	Volume (millions de dollars)	Part du Canada	
			Millions de dollars	%
Royaume-Uni	151	700	378	54 %
France	112	579	279	48 %
Australie	22	160	94	58 %
Irlande	14	709	151	21 %
Allemagne	13	131	35	26 %
Brésil	12	66	35	52 %
Singapour	8	46	28	61 %
Israël	8	8	4	53 %
Hongrie	4	94	48	52 %
Autres coproductions bipartites	36	124	64	51 %
Coproductions multipartites*	24	266	69	26 %
Total	404	2 884	1 183	41 %

Source : Téléfilm Canada.

Note : D'après les statistiques disponibles en août 2018. 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 6 - 4 Volume* et nombre de coproductions cinématographiques régies par des traités

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Langue anglaise										
Participation canadienne (M\$)	23	87	106	150	88	128	99	65	82	44
Participation étrangère (M\$)	15	44	83	69	71	93	74	63	67	28
Total (M\$)	37	130	189	218	159	221	173	128	148	73
Nombre de coproductions	8	11	20	14	14	12	18	13	16	12
Langue française										
Participation canadienne (M\$)	23	24	17	30	17	7	18	35	2	6
Participation étrangère (M\$)	37	17	26	59	17	9	20	72	1	32
Total (M\$)	60	40	44	89	34	16	38	107	3	38
Nombre de coproductions	14	3	7	8	5	5	8	16	1	5
Toutes les langues										
Participation canadienne (M\$)	46	110	123	180	105	135	117	100	83	51
Participation étrangère (M\$)	52	60	109	127	88	102	94	135	68	60
Total (M\$)	98	171	232	307	193	237	211	235	152	110
Nombre de coproductions	22	14	28	22	19	17	26	29	17	17

Source : Téléfilm Canada.

Note : D'après les statistiques disponibles en août 2018. 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 intégraux des œuvres, à savoir des participations canadiennes et étrangères.

Figure 6 - 5 Partenaires du Canada dans des coproductions cinématographiques régies par des traités, 2008-2017

	Œuvres	Volume (millions de dollars)	Part du Canada	
			Millions de dollars	%
France	65	718	351	49 %
Allemagne	20	502	309	62 %
Royaume-Uni	18	122	75	61 %
Irlande	13	95	63	66 %
Belgique	12	62	33	53 %
Suisse	8	21	7	35 %
Afrique du Sud	7	41	16	40 %
Espagne	6	71	36	51 %
Australie	5	13	6	48 %
Danemark	5	34	16	47 %
Autres coproductions bipartites	38	159	98	62 %
Coproductions multipartites*	13	110	39	36 %
Total	210	1 946	1,051	54 %

Source : Téléfilm Canada.

Note : D'après les statistiques disponibles en août 2018. 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.

RÉSULTATS POUR L'ENSEMBLE DES CRÉNEAUX DE PRÉSENTATION

Figure 6 - 6 Volume* et nombre de coproductions régies par des traités

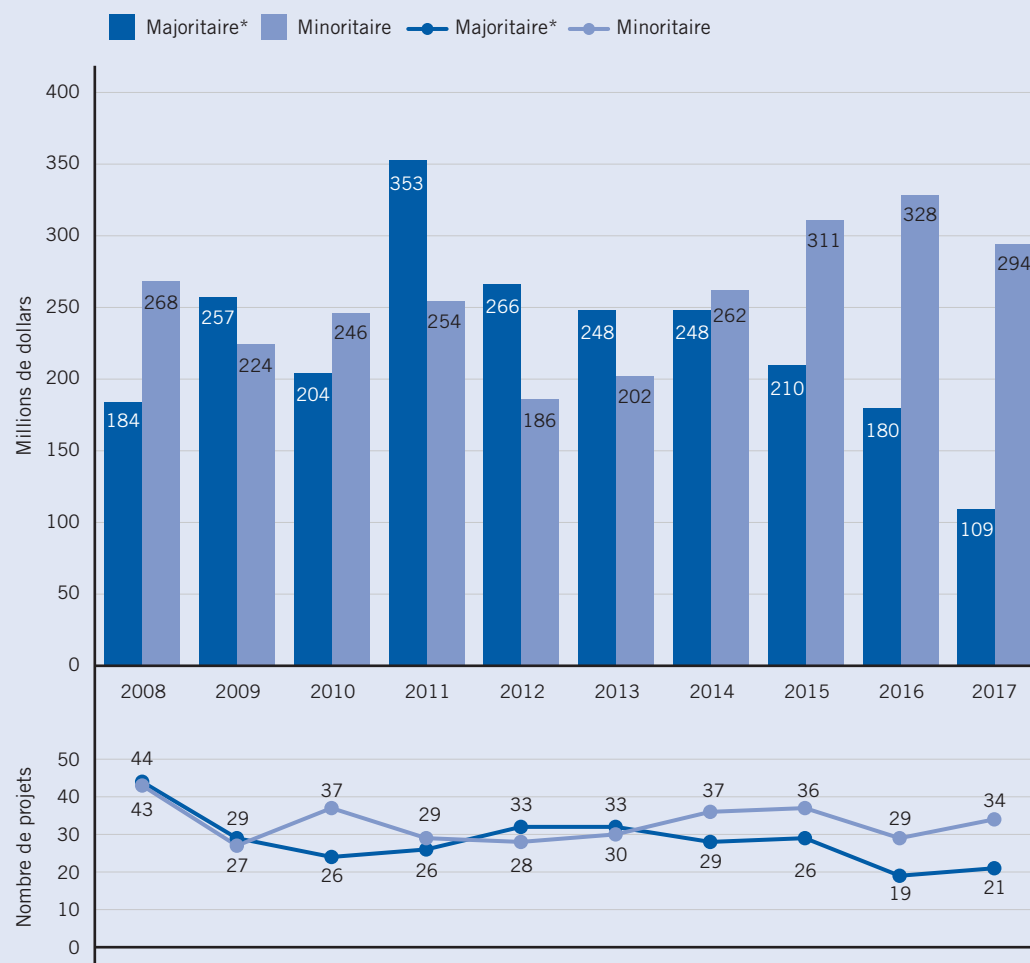
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Langue anglaise										
Participation canadienne (M\$)	174	201	187	284	197	220	216	183	193	141
Participation étrangère (M\$)	190	226	202	230	193	211	250	217	286	197
Total (M\$)	364	426	389	514	389	431	466	399	479	337
Nombre de coproductions	61	43	45	41	43	54	52	44	37	35
Langue française										
Participation canadienne (M\$)	33	31	26	32	27	8	20	40	9	15
Participation étrangère (M\$)	54	23	36	61	35	10	24	82	20	51
Total (M\$)	88	55	61	93	62	18	44	121	29	66
Nombre de coproductions	26	13	16	14	17	8	12	22	11	20
Toutes les langues										
Participation canadienne (M\$)	207	232	213	316	224	228	235	222	202	155
Participation étrangère (M\$)	244	249	237	291	228	221	274	299	306	248
Total (M\$)	452	481	450	607	451	449	509	521	508	403
Nombre de coproductions	87	56	61	55	60	62	64	66	48	55

Source : Téléfilm Canada.

Note : D'après les statistiques disponibles en août 2018. 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.

Figure 6 - 7 Coproductions régies par des traités, selon la participation canadienne



Source : Téléfilm Canada.

Note : D'après les statistiques disponibles en août 2018.

* Les coproductions à participation canadienne majoritaire sont des coproductions régies par des traités où le financement d'origine canadienne représente au moins 50 % du budget global.

Figure 6 - 8 Partenaires du Canada dans des coproductions audiovisuelles régies par des traités, 2008-2017

	Œuvres	Volume (millions de dollars)	Part du Canada	
			Millions de dollars	%
France	177	1 297	630	49 %
Royaume-Uni	169	823	452	55 %
Allemagne	33	633	343	54 %
Irlande	27	804	215	27 %
Australie	27	173	100	57 %
Brésil	13	71	37	53 %
Belgique	12	62	33	53 %
Afrique du Sud	10	67	34	51 %
Suisse	10	22	8	37 %
Israël	10	12	6	48 %
Autres coproductions bipartites	89	338	193	57 %
Coproductions multipartites*	37	376	108	29 %
Total	614	4 679	2 159	46 %

Source : Téléfilm Canada.

D'après les statistiques disponibles en août 2018. 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.

BUDGETS MÉDIANS

Figure 6 - 9 Budgets médians des coproductions audiovisuelles régies par des traités, en millions de dollars

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Par langue										
Anglais	4.4	5.2	3.6	4.9	3.2	2.3	4.0	2.3	5.8	2.7
Français	2.2	1.5	2.2	3.9	1.8	2.5	2.0	3.8	1.4	1.4
Par fenêtre de diffusion										
Télévision	3.4	3.3	1.8	3.3	2.7	1.9	2.4	1.5	2.3	1.3
Longs métrages	4.5	6.8	4.0	8.4	3.0	6.8	6.3	5.5	6.7	5.7
Tous les projets	4.1	3.7	3.1	4.9	2.8	2.4	3.1	2.9	4.4	2.3

Source : Téléfilm Canada.

D'après les statistiques disponibles en août 2018.

7. 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, des Canadiens peuvent se réclamer d'environ 5 % à 10 % des droits d'auteurs des œuvres produites.

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 *Overboard*, *Molly's Game* 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 *The Handmaid's Tale*, *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 2017-2018



- Le volume total de la production étrangère et des services de production a bondi de 26,3 % et a atteint un sommet historique de 4,77 milliards de dollars
- Le nombre de projets dans ce secteur a augmenté de 18,5 %, passant de 400 à 474.
- Le nombre de séries de télévision étrangères tournées au Canada est en progression; il est passé de 137 à 204¹⁹. Le volume global de la production de séries de télévision étrangères a augmenté de 65 %, un bond de 1,72 milliard à 2,84 milliards de dollars.
- Le volume de la production dans les cinq provinces qui ont accueilli le plus grand volume de productions étrangères et de services de production en 2016-2017 a augmenté en 2017-2018.
- La production du secteur en Colombie-Britannique a augmenté de 31,5 % et s'est chiffrée à plus de 3,04 milliards de dollars.
- La production du secteur en Ontario a augmenté de 3,2 % pour atteindre 910 millions de dollars.
- La production du secteur au Québec a aussi augmenté de 64,9 % à 666 millions de dollars.
- Les droits d'auteur de 77 % des projets de productions étrangères étaient détenus par des intérêts américains, en hausse par rapport à 71 % en 2016-2017.



- Le nombre de longs métrages étrangers tournés au Canada a reculé de 186 à 167. Le volume total s'est aussi contracté et est passé de 1,84 milliard de dollars à 1,58 milliard.
- La production du secteur en Nouvelle-Écosse et dans les Territoires a diminué.

¹⁹ 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.

Après avoir enregistré une croissance de 41,9 % en 2016-2017, le volume de la production du secteur de la production étrangère et des services de production au Canada a enchaîné avec une autre année très forte en 2017-2018. Le volume a en effet augmenté en 2017-2018 de 993 millions de dollars, ou de 26,3 % et atteint plus de 4,77 milliards de dollars (figure 7-1). Fait intéressant, le volume réel (ajusté en fonction de l'inflation) de la production étrangère et des services de production au Canada a crû malgré l'augmentation du taux de change moyen du dollar canadien qui est passé de 0,75 \$ US à 0,77 \$ US (figure 7-3). Cette croissance découle de la forte augmentation de la production télévisuelle étrangère au Canada en 2017-2018.

Le nombre de séries de télévision étrangères tournées au Canada a augmenté de 137 en 2016-2017 à 204 en 2017-2018 (figure 7-2), tandis que le volume de la production a augmenté de 65 % pour atteindre un sommet record de 2,84 milliards de dollars. En fait, la valeur de la production de séries de télévision étrangères en 2017-2018 a été supérieure à la valeur de l'ensemble de la production étrangère et des services de production au Canada de 2015-2016 (2,64 milliards de dollars).

La production d'autres émissions de télévision (p. ex., téléfilms et pilotes) a aussi augmenté de 60,8 % pour atteindre un niveau record de 357 millions de dollars. Ces fortes augmentations de la production étrangère et des services de production ont été en partie effacées par une baisse de la production de longs métrages étrangers en 2017-2018. Le nombre de longs métrages étrangers produits au Canada a en effet chuté d'un niveau record de 186 en 2016-2017 à 167 en 2017-2018, une diminution de 10,2 %. À 14,1 %, la diminution du volume de la production de longs métrages étrangers a été un peu plus importante. Le volume est passé d'un niveau record de 1,84 milliard de dollars en 2016-2017 à 1,58 milliard de dollars en 2017-2018.

Les assises géographiques de cette croissance de la production étrangère sont par ailleurs très larges. La production étrangère a en effet augmenté dans les cinq provinces canadiennes qui accueillent le plus grand nombre de productions étrangères, en l'occurrence la Colombie-Britannique (C.-B.), l'Ontario, le Québec, le Manitoba et l'Alberta. Le volume a diminué uniquement en Nouvelle-Écosse et dans les Territoires en 2017-2018 (figure 7-4). La production étrangère dans les quatre autres provinces canadiennes a été nulle en 2016-2017 et en 2017-2018.

En fait, la Colombie-Britannique, qui domine à l'échelle canadienne sur le plan des productions étrangères, est responsable à elle seule des trois quarts de la croissance du volume en 2017-2018 (figure 7-1). Depuis 2016-2017, le volume global de la production étrangère dans la province est passé de 2,31 à 3,04 milliards de dollars, un bond de 729 millions de dollars (figure 7-1), tandis que la production de séries télévisées étrangères a augmenté de 1,05 milliard de dollars.

Selon Creative BC, forte de sa réputation de carrefour mondial de production et de la qualité de ses ressources humaines et de ses infrastructures physiques, la Colombie-Britannique a tiré parti de l'expansion mondiale de la production télévisuelle qui découle elle-même en partie de l'augmentation des dépenses engagées par les plateformes mondiales de vidéo sur demande par abonnement (VSDA), comme Netflix, Amazon et Hulu²⁰. La croissance exceptionnelle de la production en Colombie Britannique s'explique aussi par le recours croissant aux effets visuels dans les longs métrages et les émissions de télévision. La province est en effet l'un des grands centres mondiaux de production d'effets visuels avec Londres, San Francisco, New York et Montréal.

Le Québec aussi a bénéficié de l'augmentation de la demande mondiale de production télévisuelle au Canada. Le nombre de séries de télévision étrangères tournées dans cette province a augmenté de 10 à 26 (encadré 1). Globalement, les dépenses de production engagées dans des séries télévisées étrangères ont quintuplé de 33 à 197 millions de dollars (encadré 1) dans la province. Les séries à gros budget commandées par les plateformes de VSDA, comme la série *Tom Clancy's Jack Ryan* sur Amazon, expliquent cette croissance sectorielle au Québec.

La production étrangère en Ontario a crû à un rythme plus modeste en 2017-2018 (3,2 %) pour atteindre une valeur record de 910 millions de dollars (figure 7-4). Ici aussi, l'expansion de la production de séries de télévision explique en grande partie l'augmentation. Le nombre de séries de télévision étrangères tournées dans la province est passé de 39 à 46 (encadré 1). Ce nombre accru de productions s'est traduit par une augmentation du volume de 610 à 649 millions de dollars (encadré 1). Plusieurs séries étrangères dont les saisons précédentes avaient été tournées en Ontario y sont revenues, notamment *Suits*, *12 Monkeys* et *The Handmaid's Tale*. De nouvelles séries se sont également ajoutées au palmarès comme *Star Trek: Discovery* et *Titans*.

²⁰ Lauren Malyk (2018), « Production spend in B.C. up 31% in 2017/18 », *Playback*, 18 juillet, 2017.

Au Manitoba, le tournage d'un premier long métrage par Netflix (How It Ends) a fait grimper la production étrangère de 27,1 %, ce qui a porté le volume à 89 millions de dollars, son sommet des dix dernières années. En Alberta, le volume de la production étrangère a augmenté de 1 million de dollars à 55 millions de dollars.

Encadré 1 Volume de production étrangère et services de production selon le type*

	Longs métrages		Séries télévisées		Autre émissions**		Total	
	Nombre	Volume (M\$)	Nombre	Volume (M\$)	Nombre	Volume (M\$)	Nombre	Volume (M\$)
Colombie-Britannique								
2016-2017	95	1 194	77	976	45	141	217	2 311
2017-2018	89	876	122	1 903	78	261	289	3 040
Ontario								
2016-2017	26	209	39	610	20	63	85	882
2017-2018	25	192	46	649	12	69	83	910
Québec								
2016-2017	50	365	10	33	6	7	66	404
2017-2018	48	445	26	197	10	23	84	666

Source : Association des agences provinciales de financement.

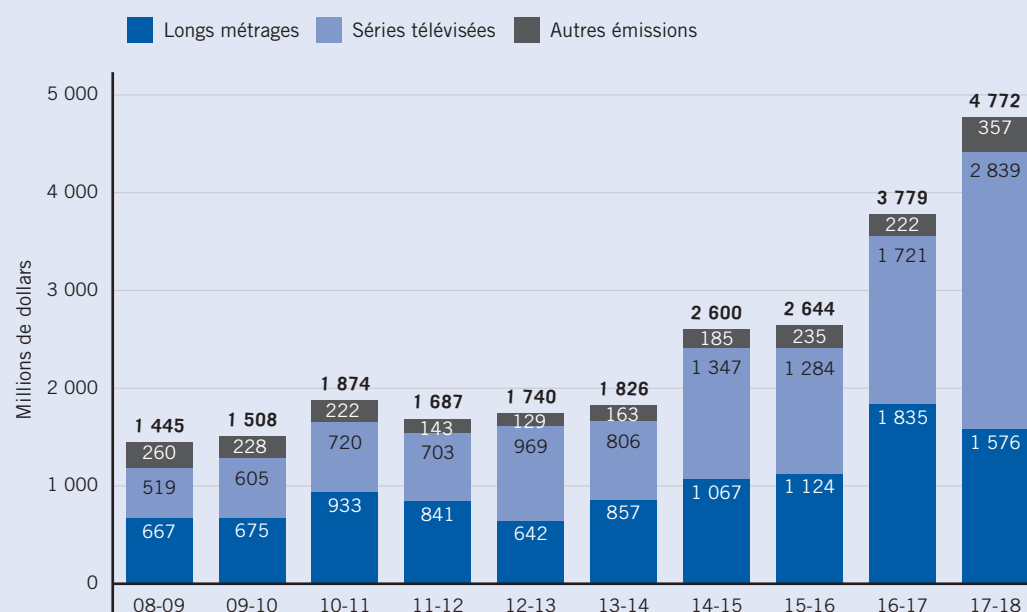
Note : Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis.

* Le tableau ne porte que la Colombie-Britannique, l'Ontario et le Québec en raison de la nature confidentielle des données.

** 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.

PRODUCTION TOTALE ET TYPES DE PRODUCTIONS

Figure 7 - 1 Volume de production étrangère et services de production, selon le type



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.

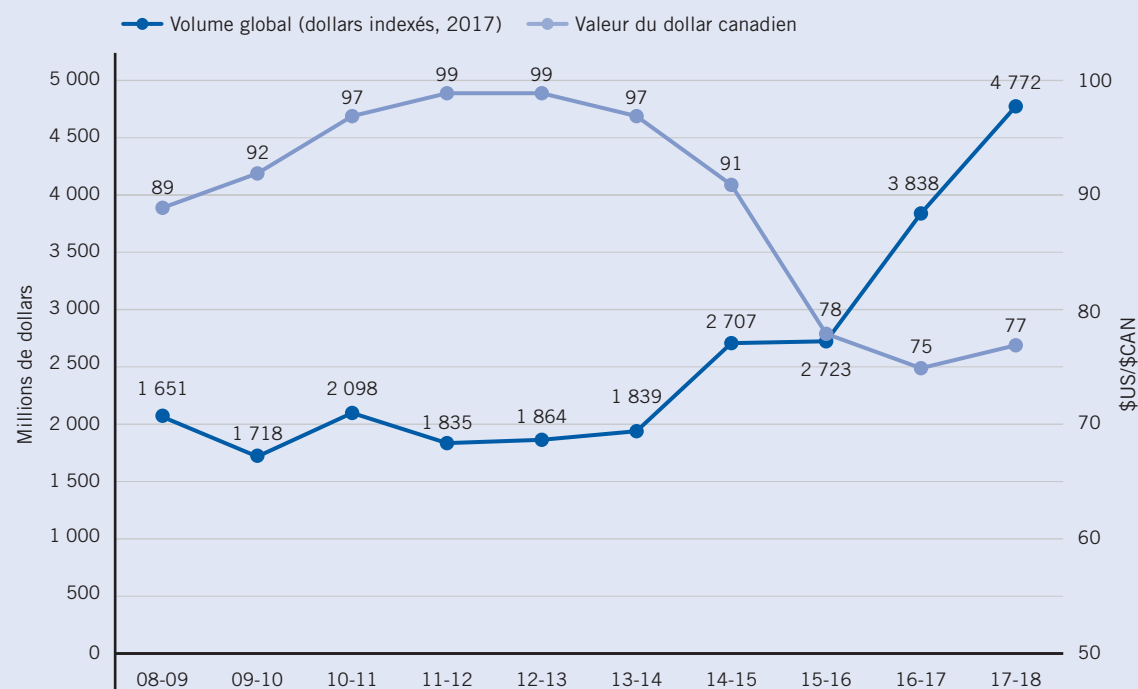
Figure 7 - 2 Productions étrangères et œuvres faisant appel à des services de production selon le type

	08-09	09-10	10-11	11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	17-18
Longs métrages	89	53	66	99	93	91	111	128	186	167
Séries télévisées	57	61	76	78	85	92	115	156	137	204
Autres émissions*	71	67	81	58	42	51	53	71	77	103
Total	217	181	223	235	220	234	279	355	400	474

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 7 - 3 Volume de production étrangère et de services de production en fonction du dollar canadien (dollar indexé v. valeur du dollar canadien)

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

RÉGIONS

Figure 7 - 4 Volume de production étrangère et de services de production par province ou territoire

(Millions de dollars)	08-09	09-10	10-11	11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	17-18	Part 17-18
Colombie-Britannique	900	1 092	1 364	1 102	1 076	1 080	1 672	1 574	2 311	3 040	63,7 %
Ontario	206	225	224	382	399	446	545	698	882	910	19,1 %
Québec	211	122	240	157	212	147	275	282	404	666	14,0 %
Manitoba	2	15	11	8	23	47	11	42	70	89	1,9 %
Alberta	20	7	4	13	4	88	92	34	54	55	1,1 %
Nouvelle-Écosse	80	43	31	22	25	17	n/a	12	39	12	<1 %
Territoires*	6	0	1	3	2	2	3	3	18	1	<1 %
Nouveau-Brunswick	10	0	n/a	n/a	0	0	1	0	0	0	0,0 %
Île-du-Prince-Édouard	n/a	n/a	n/a	n/a	0	0	<1	0	0	0	0,0 %
Saskatchewan	9	n/a	0	1	1	0	0	0	0	0	0,0 %
Terre-Neuve-et-Labrador	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,0 %
Total	1 445	1 508	1 874	1 687	1 740	1 826	2 600	2 644	3 779	4 772	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 2018*. 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.

* Yukon, Nunavut et Territoires du Nord-Ouest.

PAYS

Figure 7 - 5 Productions étrangères et œuvres faisant appel à des services de production, selon le pays titulaire des droits d'auteur

	08-09	09-10	10-11	11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	17-18
Nombre										
États-Unis	158	139	194	185	171	177	197	261	304	363
Royaume-Uni	4	4	4	5	3	7	33	16	39	19
France	1	1	7	8	9	7	3	12	20	12
Allemagne	4	4	1	2	1	4	2	3	4	7
Autre	14	18	1	8	9	13	19	36	28	33
Canada*	36	15	16	27	27	26	25	27	32	38
Total	217	181	223	235	220	234	279	355	427	472
Proportion										
États-Unis	73 %	77 %	87 %	79 %	78 %	76 %	71 %	74 %	71 %	77 %
Royaume-Uni	2 %	2 %	2 %	2 %	1 %	3 %	12 %	5 %	9 %	4 %
France	<1 %	1 %	3 %	3 %	4 %	3 %	1 %	3 %	5 %	3 %
Allemagne	2 %	2 %	<1 %	1 %	<1 %	2 %	1 %	1 %	1 %	1 %
Autre	6 %	10 %	<1 %	3 %	4 %	6 %	7 %	10 %	7 %	7 %
Canada*	17 %	8 %	7 %	11 %	12 %	11 %	9 %	8 %	7 %	8 %
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.

8. La production interne des télédiffuseurs

La production interne des télédiffuseurs (ou plus simplement « production interne ») s'entend des émissions réalisées par les télédiffuseurs généralistes privés, les télédiffuseurs publics et les chaînes de télévision spécialisées et payantes dans leurs propres installations²¹. Elle est constituée surtout d'émissions de nouvelles et de sport, mais peut comprendre des émissions d'autres genres.

Faits saillants de 2017



- Le volume total de la production interne a diminué de 15,3 %, et se chiffre à 1,12 milliard de dollars.
- Les dépenses que les télédiffuseurs généralistes privés ont consacrées à la production interne s'établissent à 527 millions de dollars, en baisse de 24,7 %, et marquent le seuil plancher des dix dernières années.
- Les dépenses consacrées à la production interne par les services facultatifs et sur demande ont diminué de 5,6 % et se situent à 588 milliards de dollars.
- Les dépenses consacrées à la production interne d'émissions de sport ont diminué de 19 % et représentent 431 millions de dollars.
- Les dépenses de production interne consacrées aux émissions de nouvelles ont chuté de 12,1 % et sont passées à 587 millions de dollars.

²¹ Prendre note que les statistiques de cette section excluent les données des télédiffuseurs éducatifs provinciaux.

Après une légère remontée en 2016, le volume total de production interne a diminué de 15,3 % pour se chiffrer à 1,12 milliard de dollars en 2016, exception faite de celui de 2009 (1,1 milliard de dollars), il s'agit du volume le plus bas recensé depuis 2008 (figure 8 - 1). Cette contreperformance s'inscrit dans la récession qui a frappé l'économie canadienne d'octobre 2008 à juillet 2009.

La baisse de la production interne enregistrée en 2017, soit 201 millions de dollars, est dans une large mesure imputable à la diminution des dépenses dans tous les maillons du segment, autant les services de télévision conventionnelle que les services facultatifs et sur demande. Toutefois, 82,6 % de la diminution globale s'explique par la diminution du volume de la production interne de sources privées et publiques du Canada.

Dans le segment de la télévision généraliste, la quasi-totalité de la baisse (95,7 %) de la production interne résulte du ralentissement des activités de CBC/Radio-Canada. Le volume de production du diffuseur public est effectivement passé de 305,7 millions de dollars en 2016 à 146,9 millions en 2017; la baisse ayant été concentrée dans le secteur des sports et des nouvelles.

Durant l'année de diffusion 2016 (du 1^{er} septembre 2015 au 31 août 2016), CBC/Radio-Canada était diffuseur-hôte des Jeux olympiques d'été de Rio; la couverture produite pour le marché canadien a donc temporairement gonflé le volume de la production interne consacrée aux sports. Comme 2017 n'était pas une année olympique, la production interne du diffuseur public dans le secteur des sports a chuté de 73 % pour retomber au niveau normal des années sans Jeux.

En 2017, les dépenses consacrées à la production interne d'émissions de nouvelles par CBC/Radio-Canada ont diminué de 41,1 %, passant de 173,5 millions de dollars à 102,1 millions. Cette baisse est la conséquence de modifications que CBC/Radio-Canada a apportées à sa programmation dans le secteur de l'information. Par exemple, en 2017, le diffuseur a commencé à produire les bulletins de nouvelles destinés aux marchés d'Edmonton, de Calgary, de Regina et de Charlottetown à partir de ses nouvelles stations mères de Toronto, Vancouver et Ottawa.²² Il a aussi poursuivi son virage vers le numérique pour distribuer ses bulletins télévisés, en particulier dans les marchés locaux.²³ Une analyse serrée des dépenses de CBC/Radio-Canada montre que le retrait dans la production de nouvelles se répartit également entre les services français et anglais.

Dans le segment des services facultatifs et sur demande, où la baisse globale des dépenses dans la production interne se chiffre à 35 millions de dollars, une tranche substantielle (28 millions de dollars) de l'écart était attribuable aux services spécialisés de langue anglaise. Sportsnet est à l'origine de la baisse la plus importante en glissement annuel. Les dépenses en production du service sont passées de 77,3 millions en 2015 à 90,7 millions de dollars en 2016, mais étaient revenues à la case départ en 2017 (75,4 millions de dollars). Cette baisse de 15,3 millions de dollars subie par Sportsnet (Rogers Média) se combine à celle de 8,5 millions déclarée par TSN (Bell Média).

Au nombre des services facultatifs dont les dépenses en production interne se sont contractées se trouvent : Discovery Channel (2,8 millions de dollars), CPAC (1,9 million de dollars), VRAK (937 000 \$), Family Channel (832 000 \$), ICI RDI (823 000 \$), Much (809 000 \$), The Brand New ONE Body, Mind, Spirit, Love Channel (537 000 \$) et VisionTV (432 000 \$). Encore Avenue, Movie Central et iChannel ont mis fin à leurs activités, ce qui a alourdi la baisse globale enregistrée en production interne.

La baisse des dépenses des services susmentionnés et d'autres encore a été en partie compensée par des hausses marquées dans le segment : TVA Sports (2,7 millions de dollars), Sportsnet One (2,3 millions de dollars), Gusto (950 000 \$), Food Network (918 000 \$), Le Canal Nouvelles (860 000 \$), Teletino (651 000 \$), HGTV Canada (593 000 \$), W Network (571 000 \$), History Television (498 000 \$) et YTV (389 000 \$).

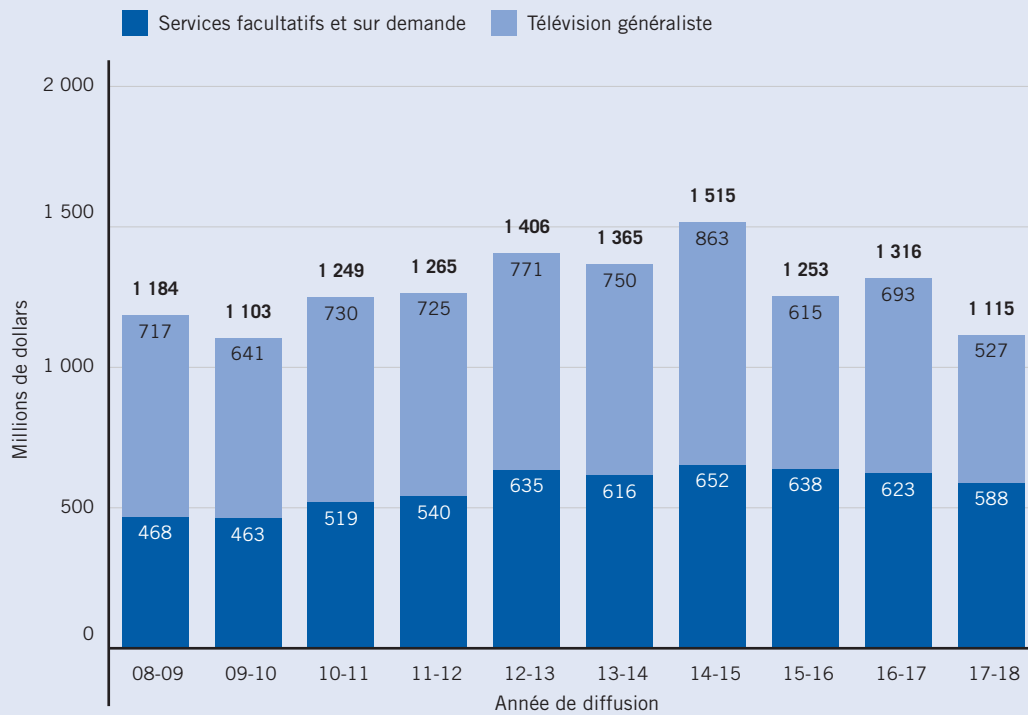
Par ailleurs, le volume de la programmation interne des services de télévision payante a diminué de 16,2 %, pour s'établir à 5,2 millions de dollars (8,5 millions de dollars).

²² CBC/Radio-Canada (2018), *Rapport annuel 2017-2018*, p. 33.

²³ CBC/Radio-Canada (2018), *Rapport annuel 2017-2018*, p. 25.

VOLUME DE LA PRODUCTION

Figure 8 - 1 Volume de production interne par sous-secteur

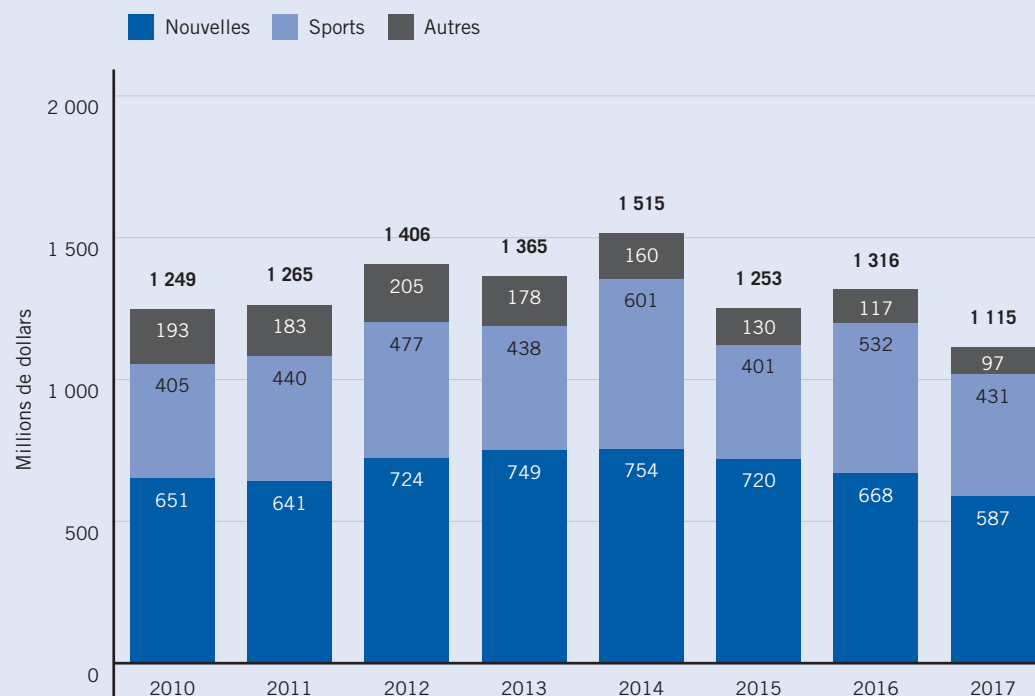


Source : Estimations fondées sur des données du CRTC et de CBC/Radio-Canada.

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

GENRES

Figure 8 - 2 Volume de production interne selon le genre



Source : Estimations fondées sur des données du CRTC, de CBC/Radio-Canada et de Statistique Canada.

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

RÉGIONS

Figure 8 - 3 Volume de production interne par province ou territoire

(Millions de dollars)	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Part 2017
Ontario	692	649	739	729	811	767	885	677	729	612	55 %
Québec	273	245	242	252	293	291	331	279	307	258	23 %
Colombie-Britannique	89	86	93	100	104	103	101	97	96	87	8 %
Alberta	68	64	79	86	92	92	91	94	88	80	7 %
Manitoba	13	12	19	21	23	24	29	30	28	25	2 %
Saskatchewan	18	16	22	24	26	28	27	27	24	20	2 %
Nouvelle-Écosse	14	12	29	28	31	32	27	26	23	16	1 %
Nouveau-Brunswick	7	5	11	11	12	13	11	11	10	8	1 %
Terre-Neuve-et-Labrador	6	9	9	9	10	11	10	9	8	7	1 %
Île-du-Prince-Édouard	1	1	2	2	2	2	2	2	2	1	<1 %
Territoires*	2	2	3	3	3	3	3	2	1	1	<1 %
Total	1 184	1 103	1 249	1 265	1 406	1 365	1 515	1 253	1 316	1 115	100 %

Source : Estimations fondées sur les 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 2018*. 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.

9. 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 par l'entremise des télédiffuseurs, dans les salles de cinéma, par la vente en gros de DVD et de disques Blu-ray, et sur d'autres plateformes vidéo. Mongrel Media et Metrople Films Distribution, ainsi que les sociétés de distribution de maisons de production indépendantes, comme 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 de 2017-2018



- 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 % comparativement à 2015 et se chiffrent à 174 millions de dollars.



- Les revenus générés par la distribution d'œuvres télévisuelles et cinématographiques canadiennes ont représenté 13,1 % de l'ensemble des revenus du secteur.



- L'investissement des distributeurs canadiens dans les œuvres cinématographiques et télévisuelles canadiennes en 2017-2018 s'est allégé par rapport à 2016-2017 et atteint la somme de 381 millions de dollars, une baisse de 25,6 %.

Le total des revenus du secteur canadien de la distribution audiovisuelle s'est chiffré à 2,18 milliards de dollars en 2017 (figure 9 - 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 qu'elles tirent de la vente en gros de vidéos préenregistrées (p. ex., de DVD), consécutive à l'affaiblissement de la demande des consommateurs pour ce support, il semble que les sociétés de distribution canadiennes aient réussi à contrebalancer la perte par une croissance vigoureuse des revenus de leurs activités principales : la vente de droits de diffusion d'émissions de télévision et de films.

Plus encore, les sociétés de distribution canadiennes ont réussi à augmenter le revenu qu'elles tirent des ventes de contenu canadien. En 2017, elles ont en effet tiré 286 millions de dollars de cette activité, contre 274 millions de dollars par rapport à 2015 (figure 9 - 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 annuelle de ce segment s'est accrue de 62 millions de dollars (55,4 %). Sans l'essor donné par ce segment, les revenus de distribution auraient diminué de 8 millions de dollars au cours de cette période.

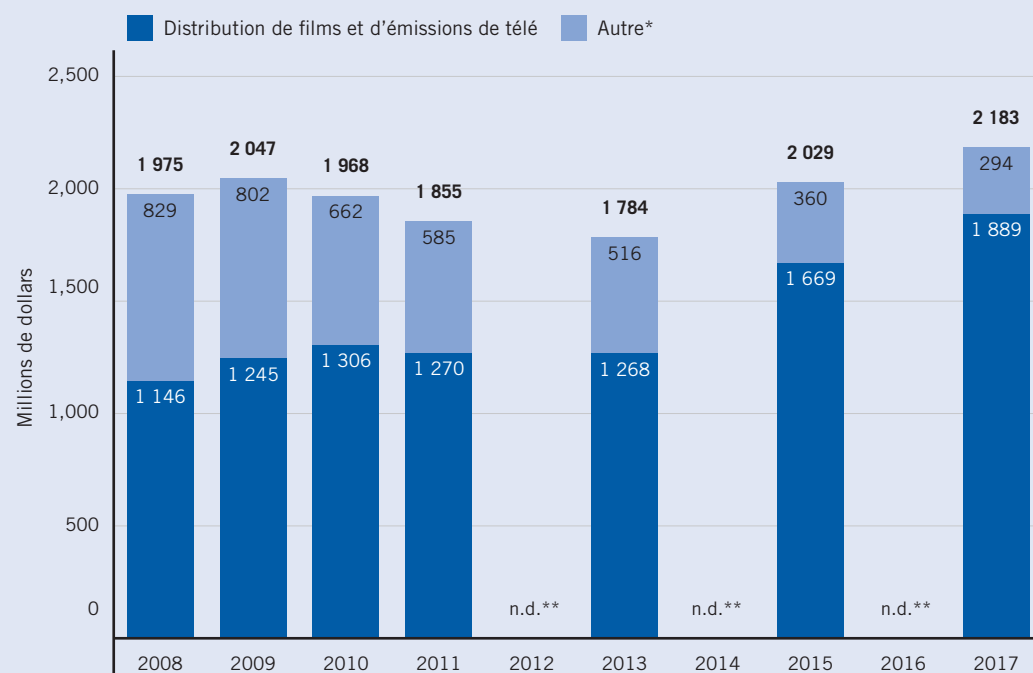
Les distributeurs canadiens investissent dans des œuvres cinématographiques et télévisuelles, au moyen de garanties minimales et d'avances sur les revenus de distribution anticipés. Entre 2008-2009 et 2016-2017, l'apport annuel des distributeurs canadiens a augmenté graduellement. En 2008-2009, le financement qu'ils ont injecté dans les œuvres cinématographiques et télévisuelles s'est chiffré à 197 millions de dollars; après avoir atteint 348 millions de dollars en 2014-2015, il est monté en 2016-2017 à son sommet des dix dernières années – possiblement son record absolu –, soit 512 millions de dollars (figure 9 - 3).

Après neuf années de croissance soutenue, le financement provenant des distributeurs canadiens est tombé à 381 millions de dollars en 2017-2018, une chute de 25,6 %. Malgré tout, il demeure bien au-dessus de la moyenne annuelle des neuf années précédentes (300 millions de dollars). Ces chiffres donnent à penser que le pic de 2016-2017 a probablement été une anomalie plutôt que le point de départ d'une nouvelle tendance vers une montée en force du financement de la production canadienne par les distributeurs. Par ailleurs, la participation des distributeurs Canadian à la production de films en salles a baissé, mais seulement de 5 millions de dollars (11,9 %) en 2017-2018.

Ainsi donc, la majeure partie du resserrement du financement de la production par les distributeurs canadiens est attribuable à la baisse du financement versé aux émissions de télévision. Cette partie du financement a diminué de 127 millions de dollars en 2017-2018 (figure 4 - 17). Le financement des longs métrages canadien est aussi en baisse, elle est passée de 42 millions de dollars à 37 millions de dollars en 2017-2018 (figure 5 - 11). La quasi-totalité de la baisse s'est produite sur le marché de langue anglaise, étant donné le rôle limité que jouent les distributeurs canadiens dans le soutien de la télévision de langue française. De plus, la baisse 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.

REVENUS

Figure 9 - 1 Revenus de la distribution



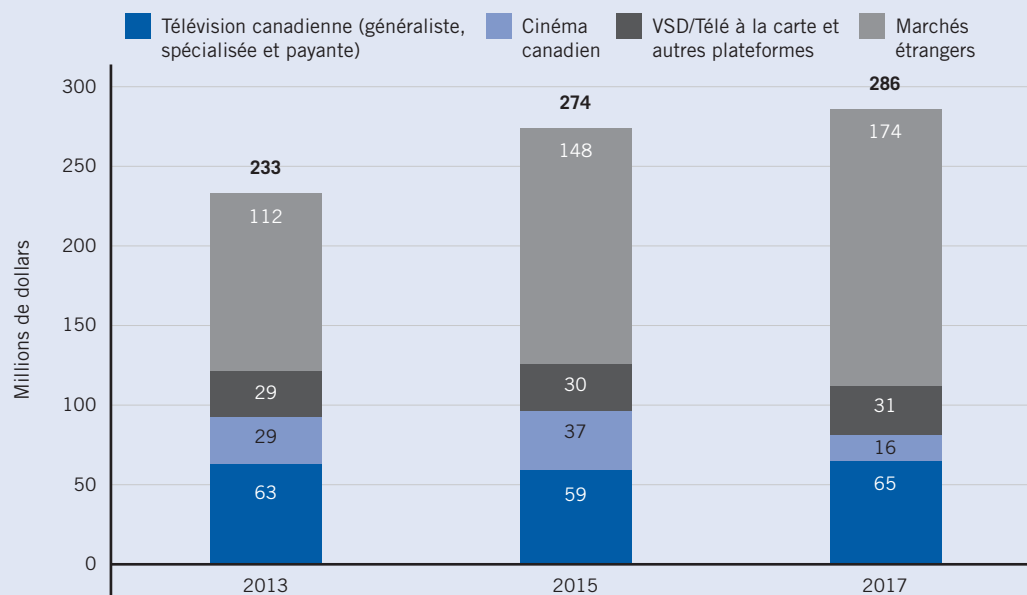
Source : Statistique Canada, Tableau 21-10-0075-01.

n.d.: Non disponible.

* 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.

** Revenus de la vente en gros de vidéos préenregistrées, de la production d'œuvres audiovisuelles destinées à la vente, de la production d'œuvres audiovisuelles à contrat et d'autre provenance.

Figure 9 - 2 Revenus de la distribution d'œuvres cinématographiques et télévisuelles selon le marché

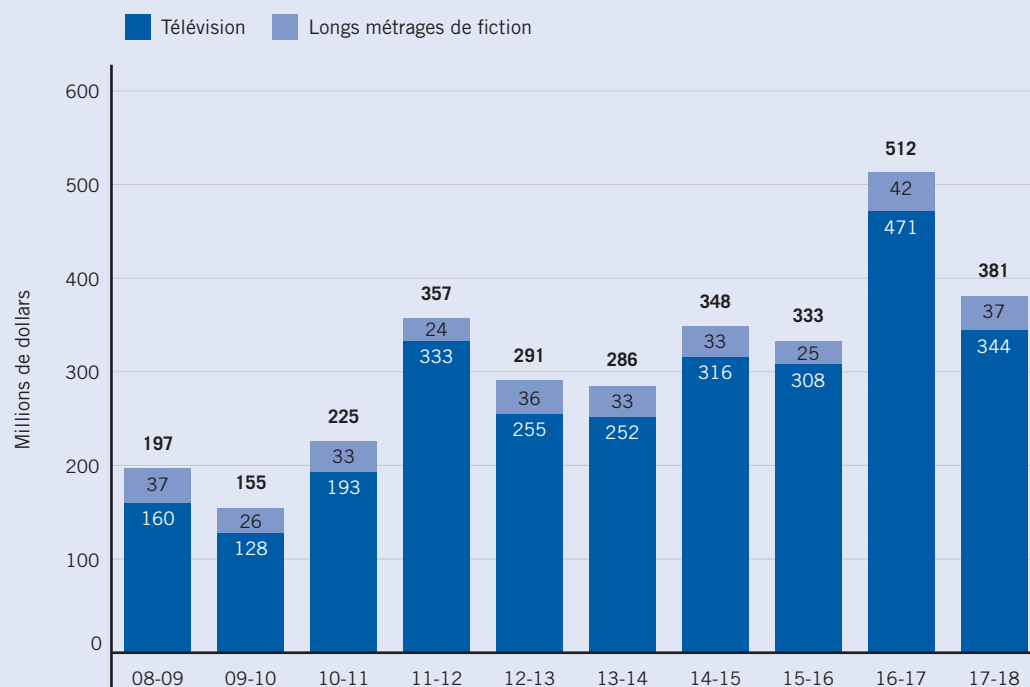


Source : Statistique Canada, Tableau 21-10-0075-01.

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

INVESTISSEMENT DANS LES PRODUCTIONS CANADIENNES

Figure 9 - 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.

10. La télédiffusion canadienne et les auditoires

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

- La *télévision généraliste privée* réunit des télédiffuseurs privés 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.
- La *télévision généraliste publique* se compose de CBC/Radio-Canada et des télédiffuseurs éducatifs provinciaux du Québec, de l'Ontario et de la Colombie-Britannique²⁴.
- La *télévision spécialisée* regroupe des chaînes qui ne sont accessibles que par l'entremise de câblodistributeurs ou d'entreprises de distribution par satellite. Sa programmation est thématique, chaque chaîne se concentrant exclusivement sur les sports, les actualités ou les arts, par exemple. Les exploitants tirent leurs revenus de droits d'abonnement, auxquels s'ajoute une certaine proportion de recettes publicitaires.
- La *télévision payante* est, elle aussi, constituée de chaînes dont la programmation n'est accessible que par l'intermédiaire de câblodistributeurs ou d'entreprises de distribution par satellite. Règle générale, sa programmation, qui comprend des films récents, est offerte contre paiement. Les exploitants ne tirent aucun revenu de la publicité; leurs revenus proviennent plutôt d'abonnements ou d'une facturation à l'utilisation (selon la formule de la télévision à la carte ou de la vidéo sur demande).

Faits saillants de 2017-2018



- Les revenus des chaînes spécialisées de télévision ont augmenté de 11 millions à 3,7 milliards de dollars.
- Deux des dix productions canadiennes les plus regardées sur le marché de langue anglaise à la télévision canadienne ont attiré un auditoire moyen à la minute (AMM) supérieur à un million de téléspectateurs (soit un peu plus qu'en 2016-2017).
- Sur le marché de langue française, la part d'auditoire des émissions canadiennes dans les genres soutenus par le FMC s'est chiffrée à 66 % en 2017, en hausse par rapport à 64 % en 2016.
- Sur le marché de langue anglaise, la part d'auditoire des émissions canadiennes dans les genres soutenus par le FMC a atteint 24 % en 2017, en hausse par rapport à 23 % en 2016.



- Trois des dix émissions les plus populaires à la télévision canadienne pendant la saison de diffusion 2017-2018 étaient des émissions canadiennes.
- Huit des dix émissions canadiennes les plus regardées pendant la saison de diffusion 2017-2018 étaient des émissions en langue française.
- Les dix émissions les plus regardées sur le marché de langue française pendant la saison de diffusion 2017-2018 ont attiré un AMM de plus d'un million de téléspectateurs.



- Les revenus de l'ensemble de l'industrie de la télédiffusion ont diminué de 4,9 % à 6,92 millions de dollars.
- Les revenus des télédiffuseurs généralistes privés ont diminué de 4,2 %
- Les revenus des services payants, à la carte et de vidéo sur demande ont diminué de 8,3 %.
- Les revenus des services généralistes de CBC/Radio-Canada ont plongé de 20,3 %.

²⁴ Les statistiques financières présentées dans le présent rapport ne tiennent pas compte des revenus des télédiffuseurs éducatifs publics provinciaux.

Après un rebond de 2,2 % en 2016-2017, les revenus globaux de l'industrie canadienne de la radiodiffusion ont chuté de 4,9 % en 2017-2018 (figure 10-1). Dans le segment des chaînes de télévision spécialisées, où les revenus proviennent en grande partie des droits d'abonnement mensuels payés par les ménages aux entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR), les revenus ont néanmoins augmenté, mais dans une très modeste proportion de 0,3 %. Cette maigre augmentation a porté les revenus globaux du segment à un sommet historique de plus de 3,7 milliards de dollars.

Dans tous les autres segments de l'industrie canadienne de la radiodiffusion, les revenus ont diminué en 2017-2018. La baisse des revenus, en dollars et en pourcentage, de CBC/Radio-Canada est la plus importante. Les revenus globaux du diffuseur ont plongé de 241 millions de dollars, une baisse de 20,3 %. Selon les statistiques du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), les crédits parlementaires annuels de CBC/Radio Canada sont passés de 812,3 millions de dollars pour l'année de radiodiffusion 2016 à 674,2 millions de dollars pour l'année de radiodiffusion 2017²⁵. Si l'on fait abstraction des recettes publicitaires tirées de la diffusion des Jeux olympiques d'été comptabilisées dans l'année de radiodiffusion 2017, les revenus publicitaires de CBC/Radio-Canada ont chuté de 266,1 millions de dollars à 183,8 millions de dollars, une diminution de 82,3 millions de dollars²⁶.

Pour une sixième année consécutive, les revenus annuels du segment de la télévision généraliste privée, dont la quasi-totalité provient des ventes de publicités, ont diminué. Les revenus globaux ont été amputés de 70 millions de dollars et se chiffrent à 1,61 milliard de dollars, une diminution de 4,2 % imputable à la migration continue des téléspectateurs vers les plateformes en ligne de contenu sur demande et d'écoute discrétionnaire et à la réaffectation par les annonceurs de leurs budgets de marketing vers les plateformes en ligne et mobiles.

Les revenus des services canadiens de télévision payante, de télévision à la carte et de vidéo sur demande poursuivent leur baisse à long terme. L'intensification de la concurrence des services de vidéo sur demande par abonnement (VSDA) comme Netflix et Amazon Prime Video a contribué à la diminution de 8,4 % des revenus combinés de ces segments. Au printemps 2017, 53 % des ménages canadiens étaient abonnés à Netflix²⁷. En décembre 2016, Amazon a lancé son service de VSDA au Canada, d'où une présence et une concurrence de plus en plus senties au Canada des services étrangers de VSDA²⁸.

Comme au cours des années antérieures, l'écoute des émissions canadiennes demeure aux antipodes sur les deux marchés linguistiques. Malgré tout, les émissions canadiennes ont inscrit de légers gains d'auditoire sur les deux marchés linguistiques dans les genres soutenus par le Fonds des médias du Canada (FMC).

La part d'auditoire des émissions canadiennes aux heures de grande écoute sur le marché de langue française a augmenté, et est passée de 64 % en 2016 à 66 % en 2017 (figure 10-7). Dans la catégorie des œuvres de fiction, des émissions comme *Fugueuse* et *Unité 9* ont contribué à augmenter la part d'auditoire consolidée de 51 % à 53 %. Dans la catégorie des émissions de variétés et des arts de la scène, la part d'auditoire a atteint un sommet record de 97 %.

Sur le marché de langue anglaise, la part d'auditoire des émissions canadiennes a progressé de 23 % à 24 % (figure 10-6), mais la part d'auditoire consolidée des émissions canadiennes est malgré tout demeurée inférieure de 7 à 10 points de pourcentage aux résultats de 2008 et 2009. La part d'auditoire des émissions canadiennes a légèrement augmenté de 15 % à 16 % dans la catégorie des œuvres de fiction. En ce qui concerne les émissions pour enfants et pour jeunes et les documentaires, les émissions canadiennes ont continué de rassembler plus de 50 % de l'auditoire.

Les productions en langue française ont continué de dominer la liste des dix séries canadiennes les plus populaires (sans égards au marché linguistique) en 2017 avec huit émissions sur cette liste (figure 10-3). Sur le marché de langue française, les émissions de concours de chant *La Voix* et *La Voix junior* ont obtenu les auditoires les plus nombreux (figure 10-5). Les nouvelles séries dramatiques *Fugueuse* et *Hubert & Fanny* se sont ajoutées à la liste cette année. Plusieurs séries dramatiques de retour à l'écran, notamment *Unité 9*, *District 31*, *L'Échappée*, *L'Heure bleue* et *Les Pays d'en haut* ainsi que la comédie *Boomerang* complètent la liste.

²⁵ CRTC (2018), *Télévision traditionnelle : relevés statistiques et financiers 2013-2017*, p. 13.

²⁶ CRTC (2018), *Télévision traditionnelle : relevés statistiques et financiers 2013-2017*, p. 13.

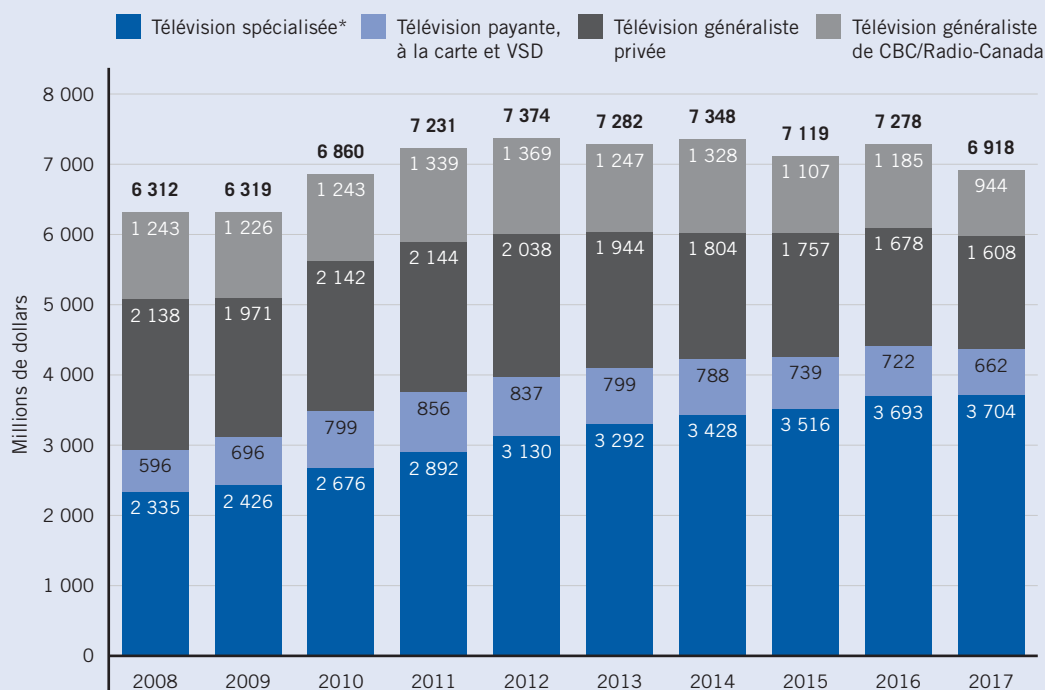
²⁷ Bree Rody-Mantha (2017), "Study says OTT vs. TV not a zero-sum game," *Playback*, 23 octobre 2017.

²⁸ CBC News (2016), "Amazon Prime video service launches in Canada," *CBC News*, 14 décembre 2016

Sur le marché de langue anglaise, la part d'auditoire de la nouvelle minisérie *The Indian Detective* est supérieure à celle de toutes les autres séries canadiennes avec un auditoire moyen à la minute (AMM) de 1 552 000 (figure 10-4). La comédie dramatique *Private Eyes* est la seule autre série canadienne de langue anglaise qui a généré un AMM d'un million ou plus pendant la saison de radiodiffusion 2017-2018. Les autres émissions figurant sur la liste des dix émissions les plus populaires sont des séries de retour à l'écran comme *Cardinal*, *Murdoch Mysteries*, *Rick Mercer Report*, *Vikings* et *Schitt's Creek*, et quelques nouvelles séries comme *The Disappearance*, *Frankie Drake Mysteries* et *The Detail*.

REVENUS

Figure 10 - 1 Revenus de la distribution, par secteur



Source : Estimations de Nordicité fondées sur des données du CRTC.

* Comprend les revenus gagnés par les chaînes de télévision spécialisées appartenant à CBC/Radio-Canada.

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 2017-2018 (soit du 1^{er} septembre 2017 au 31 août 2018) 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 correspondant à la moyenne minute la plus élevée.

Émissions les plus populaires

Figure 10 - 2 Séries les plus populaires au Canada, saison de diffusion 2017-2018*

Émission (provenance)	Auditoire moyen par minute (milliers)
1. <i>The Big Bang Theory</i> (É.-U.)	2 652
2. <i>The Good Doctor</i> (É.-U.)	2 505
3. <i>Young Sheldon</i> (É.-U.)	2 387
4. <i>La Voix</i> (Canada)	2 042
5. <i>Roseanne</i> (É.-U.)	1 929
6. <i>La Voix junior</i> (Canada)	1 916
7. <i>NCIS</i> (É.-U.)	1 830
8. <i>Bull</i> (É.-U.)	1 811
9. <i>America's Got Talent</i> (É.-U.)	1 649
10. <i>Fugueuse</i> (Canada)	1 618

Source : Direction de la recherche du FMC (Numeris), 2018.

* Sont considérées comme des séries télévisées les émissions dont plus de trois épisodes sont présentés au cours d'une même année de diffusion.

Figure 10 - 3 Séries canadiennes les plus populaires, saison de diffusion 2017-2018*

Émission (provenance)	Auditoire moyen par minute (milliers)
1. <i>La Voix</i>	2 042
2. <i>La Voix junior</i>	1 916
3. <i>Fugueuse</i>	1 618
4. <i>Unité 9</i>	1 611
5. <i>The Indian Detective</i>	1 552
6. <i>District 31</i>	1 437
7. <i>L'Échappée</i>	1 306
8. <i>Boomerang</i>	1 152
9. <i>L'Heure bleue</i>	1 116
10. <i>Private Eyes</i>	1 097

Source : Direction de la recherche du FMC (Numeris), 2018.

* Sont considérées comme des séries télévisées les émissions dont plus de trois épisodes sont présentés au cours d'une même année de diffusion.

Figure 10 - 4 Séries canadiennes les plus populaires dans le marché de langue anglaise, saison de diffusion 2017-2018*

Émission (provenance)	Auditoire moyen par minute (milliers)
1. <i>The Indian Detective</i>	1 552
2. <i>Private Eyes</i>	1 097
3. <i>Cardinal</i>	972
4. <i>Murdoch Mysteries</i>	909
5. <i>The Disappearance</i>	884
6. <i>Frankie Drake Mysteries</i>	782
7. <i>The Detail</i>	772
8. <i>Rick Mercer Report</i>	739
9. <i>Vikings</i>	720
10. <i>Schitt's Creek</i>	716

Source : Direction de la recherche du FMC (Numeris), 2018.

* Sont considérées comme des séries télévisées les émissions dont plus de trois épisodes sont présentés au cours d'une même année de diffusion.

Figure 10 - 5 Séries canadiennes les plus populaires dans le marché de langue française, saison de diffusion 2016-2017*

Émission (provenance)	Auditoire moyen par minute (milliers)
1. <i>La Voix</i>	2 042
2. <i>La Voix junior</i>	1 916
3. <i>Fugueuse</i>	1 618
4. <i>Unité 9</i>	1 611
5. <i>District 31</i>	1 437
6. <i>L'Échappée</i>	1 306
7. <i>Boomerang</i>	1 152
8. <i>L'Heure bleue</i>	1 116
9. <i>Les Pays d'en haut</i>	1 090
10. <i>Hubert & Fanny</i>	1 081

Source : Direction de la recherche du FMC (Numeris), 2018.

* Sont considérées comme des séries télévisées les émissions dont plus de trois épisodes sont présentés au cours d'une même année 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 (1^{er} septembre 2016 au 31 août 2017).

Figure 10 - 6 Auditoire de la programmation canadienne dans le marché de langue anglaise aux heures de grande écoute

Année de diffusion	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Dramatiques (fiction)	12 %	13 %	16 %	15 %	16 %	17 %	17 %	16 %	15 %	16 %
Enfants et jeunes	49 %	49 %	35 %	35 %	45 %	49 %	48 %	49 %	56 %	52 %
Documentaires	43 %	45 %	46 %	44 %	46 %	49 %	49 %	50 %	50 %	52 %
Variétés et arts de la scène	31 %	29 %	20 %	19 %	22 %	13 %	13 %	18 %	20 %	22 %
Tous genres soutenus par le FMC confondus	31 %	34 %	22 %	22 %	23 %	24 %	24 %	23 %	23 %	24 %

Source : Direction de la recherche du FMC (Numeris), 2017.

Figure 10 - 7 Auditoire de la programmation canadienne dans le marché de langue française aux heures de grande écoute

Année de diffusion	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Dramatiques (fiction)	52 %	55 %	52 %	48 %	46 %	48 %	49 %	52 %	51 %	53 %
Enfants et jeunes	74 %	77 %	74 %	76 %	72 %	72 %	73 %	73 %	62 %	54 %
Documentaires	63 %	75 %	81 %	76 %	73 %	74 %	66 %	66 %	72 %	74 %
Variétés et arts de la scène	79 %	84 %	85 %	87 %	92 %	91 %	94 %	95 %	96 %	97 %
Tous genres soutenus par le FMC confondus	66 %	67 %	63 %	62 %	61 %	62 %	62 %	64 %	64 %	66 %

Source : Direction de la recherche du FMC (Numeris), 2017.

11. La présentation en salles et l'auditoire

L'industrie de la présentation en salles se compose des chaînes de cinémas et des cinémas indépendants 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 2016 (l'année la plus récente pour laquelle nous disposons de statistiques), on recensait 2 641 salles de cinéma au Canada et près de 100 millions de droits d'entrée payés.²⁹

Faits saillants de 2017



- Les recettes-guichet totales ont augmenté de 0,6 % pour s'établir à 1,77 milliard de dollars.
- Les longs métrages canadiens au Canada ont généré 32 millions de dollars de recettes-guichet au Canada, une hausse de 77,8 %.
- Sur le marché canadien, la part des recettes-guichet des films canadiens a augmenté et se chiffre à 3,2 %.
- La part des recettes-guichet au Canada générées par des films américains est en hausse et s'établit à 89,7 %.
- Cinq des dix films canadiens les plus populaires sur le marché de langue française ont généré des recettes guichet de 23,6 millions de dollars et atteint une part de 18,5 %.
- Sur le marché de langue anglaise, la part des recettes-guichet détenues par les films canadiens a augmenté de 8,6 millions de dollars, pour une part de 1 %.
- La part d'écoute des films canadiens à la télévision payante (11,8 %), à la télévision généraliste (6,6 %) et sur les plateformes de vidéo sur demande (8,4 %) était supérieure à la part des recettes-guichet (3,2 %).



- Les recettes-guichet totales sont identiques à l'année précédente, soit 993 millions de dollars.
- *De père en flic 2* est le film canadien qui a généré le plus de recettes brutes en salles au pays en 2017, avec des recettes-guichet de 7,02 millions de dollars (année civile seulement); il est suivi de près par *Bon cop bad cop 2*, qui a cumulé de recettes de 7,01 millions de dollars sur les deux marchés linguistiques.



- En 2017, 124 nouveaux longs métrages canadiens ont été présentés dans des salles canadiennes, contre 133 en 2017³⁰.
- La part d'écoute des films canadiens sur les chaînes spécialisées (2,2 %) a été inférieure à la part de leurs recettes-guichet (3,2 %).

²⁹ Statistique Canada (2016), *Tableau 21-10-0180-01*.

³⁰ Prière de prendre note que le nombre de nouveaux longs métrages canadiens présentés en salles en 2017 (124) est différent du nombre de longs métrages canadiens produits pendant l'exercice 2017-2018 (105 [voir section 5.1]), puisque certains des longs métrages présentés ont été produits au cours d'années antérieures.

Les recettes-guichet totales sur le territoire canadien au cours de l'année civile 2017 sont identiques à l'année précédente, soit 993 millions de dollars. Si on tient compte de l'augmentation de l'indice des prix à la consommation (1,6 %) ³¹, principale mesure de l'inflation, la stabilité des revenus camoufle en fait une baisse réelle de 1,6 %. Effectivement, même avec la sortie de films à succès comme *Star Wars: The Last Jedi* et *Guardians of the Galaxy Vol. 2* en 2017, Cineplex Inc., le plus grand exploitant de salles au Canada, a vu les entrées au guichet dans ses salles diminuer de 5,6 % en 2017. Elles sont passées de 74,6 millions de dollars à 70,4 million ³². Ce recul annuel est le fruit non seulement de l'intérêt plus faible du public pour les nouveaux titres, mais aussi des pressions qu'exercent depuis longtemps les services de vidéo sur demande transactionnelle (VSDT) et par abonnement (VSDA), et le piratage en ligne sur l'industrie des salles de cinéma.

La baisse des entrées comptabilisées au guichet, 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., un poids lourd de l'industrie, a enregistré une hausse de son revenu par client au guichet de 3,4 % en 2017 (10,17 dollars) et dans les concessions de 6,2 % (6,00 \$) ³³. Grâce à sa capacité d'augmenter ses revenus en dépit de la baisse du nombre d'entrées en salles, le secteur canadien des salles de cinéma est parvenu à hausser ses revenus de 0,6 %, pour un total de 1,77 milliard de dollars en 2017.

Somme toute, 2017 aura été une autre année de succès au guichet pour les longs métrages canadiens. Ils ont rapporté 32 millions de dollars en 2017, soit 3,2 % des recettes-guichet totales. Il s'agit du résultat le plus élevé pour le cinéma canadien depuis 2010 (32 millions de dollars). Ce total représente une hausse de 77,8 % sur les recettes de 18 millions de dollars cumulées aux guichets au Canada en 2016.

Si les deux marchés linguistiques ont tous deux contribué à la remontée des recettes au guichet des longs métrages canadiens en 2017, celui de langue française en a été la véritable locomotive. Sur ce marché, *De père en flic 2* et *Bon cop bad cop 2* ont connu un formidable succès, pour des films canadiens, avec des recettes de 7 millions de dollars, et tout juste sous 6 millions de dollars, respectivement au cours de l'année civile. Outre des deux poids lourds, mentionnons *Junior majeur*, *Ballerina* et *Votez bougon, qui ont* récolté chacun plus de 1 million de dollars sur le marché de langue française. Ces robustes résultats ont plus que doublé les recettes-guichets des longs métrages canadiens de langue française, qui sont passées de 10,3 millions de dollars à 23,6 millions. La part des recettes-guichets des films canadiens sur le marché de langue française est ainsi passée de 8,7 % à 18,5 %, son sommet depuis 2009.

Du côté anglais, les succès de *Maudie*, *Ballerina*, *Bon cop bad cop 2* et *Goon: The Last of Enforcers* se sont traduits concrètement par des recettes-guichets de 8,6 millions et une part de 1 %, mettant ainsi fin à deux années consécutives de disette, sous la barre du 1 %.

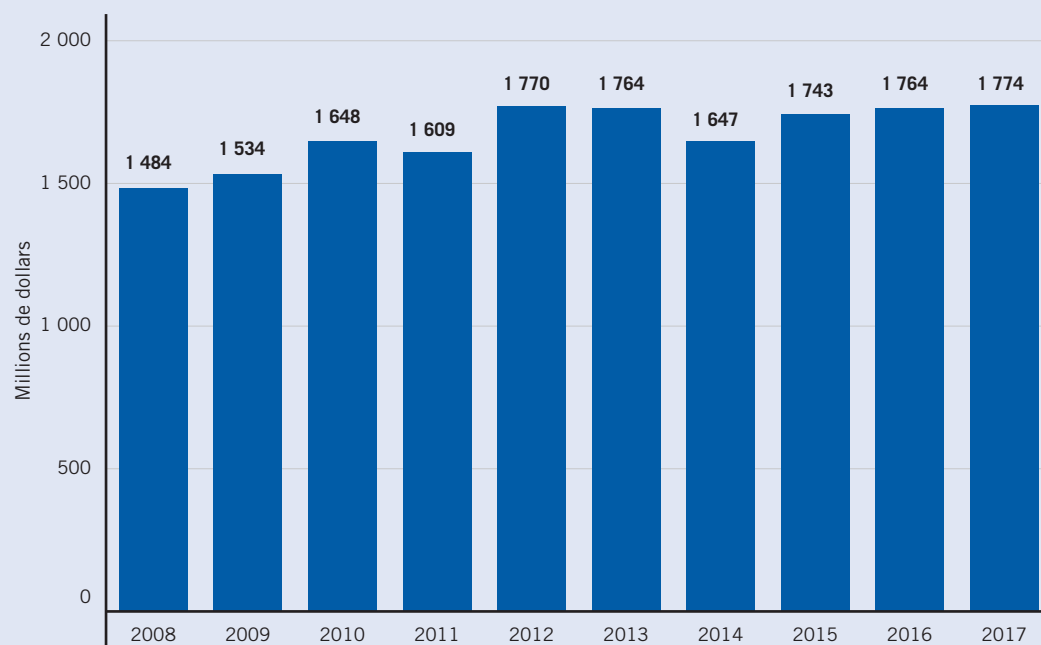
³¹ Statistique Canada (2018), *Tableau 18-10-0005-01*.

³² Cineplex Inc. (2018), *Annual Information Form*, 28 mars 2018, p. 11, (en anglais).

³³ Cineplex Inc. (2018), *Annual Information Form*, March 28, 2018, p. 4, (en anglais).

REVENUS TOTAUX

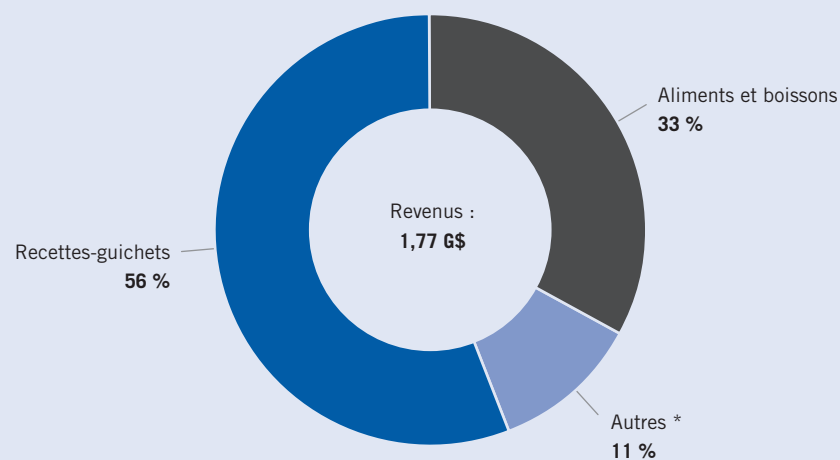
Figure 11 - 1 Revenus de la présentation en salles



Source : Estimations de Nordicité d'après les données de l'Association des cinémas du Canada, de Cineplex Inc. et du bulletin de service n° 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 11 - 2 Composition des revenus de la présentation en salles, 2017



Source : Estimations de Nordicité d'après les données de l'Association des cinémas du Canada et de Cineplex Inc.

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 véritablement internationale comme le Toronto International Film Festival (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 et le Festival international du documentaire canadien Hot Docs. 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 de 8 millions de dollars à 75 festivals et à 80 événements et initiatives au sein de l'industrie au Canada en 2017-2018³⁴. Les festivals en question sont les plus importants au Canada. Toutefois, il y a de nombreux festivals locaux de moins grande envergure qui fonctionnent sans financement de Téléfilm Canada. L'indice de réussite de Téléfilm Canada³⁵ 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 11 - 3 Festivals de cinéma canadiens qui contribuent à l'indice de réussite de Téléfilm Canada

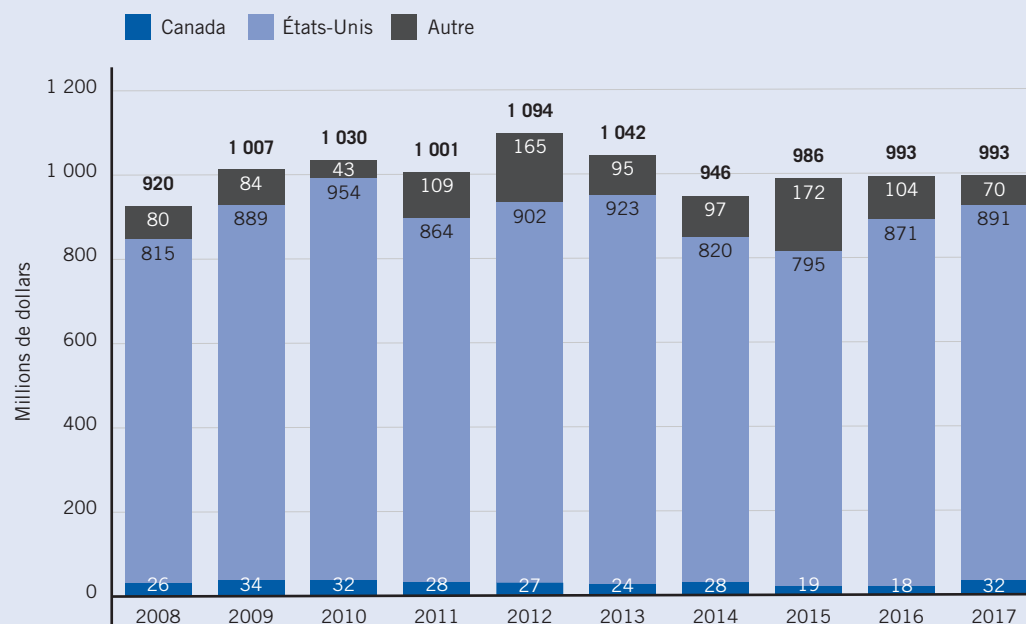
1. Festival international du film de Calgary	8. Festival international d'animation d'Ottawa
2. Festival international du film Cinéfest Sudbury	9. Rencontres internationales du documentaire de Montréal
3. Festival du nouveau cinéma de Montréal	10. Festival international du film de Toronto (TIFF)
4. Festival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

Source: Téléfilm Canada.

³⁴ Téléfilm Canada (2018), *Branchée sur le monde – Rapport annuel 2017-2018*, p. 10.
³⁵ Telefilm Canada's Success Index combines seven indicators that measure Canadian films' commercial, cultural and industrial performance to track the overall success of the films it funds. For more information, see <https://telefilm.ca/en/business-intelligence/success-index>.

RECETTES-GUICHET : TENDANCES NATIONALES

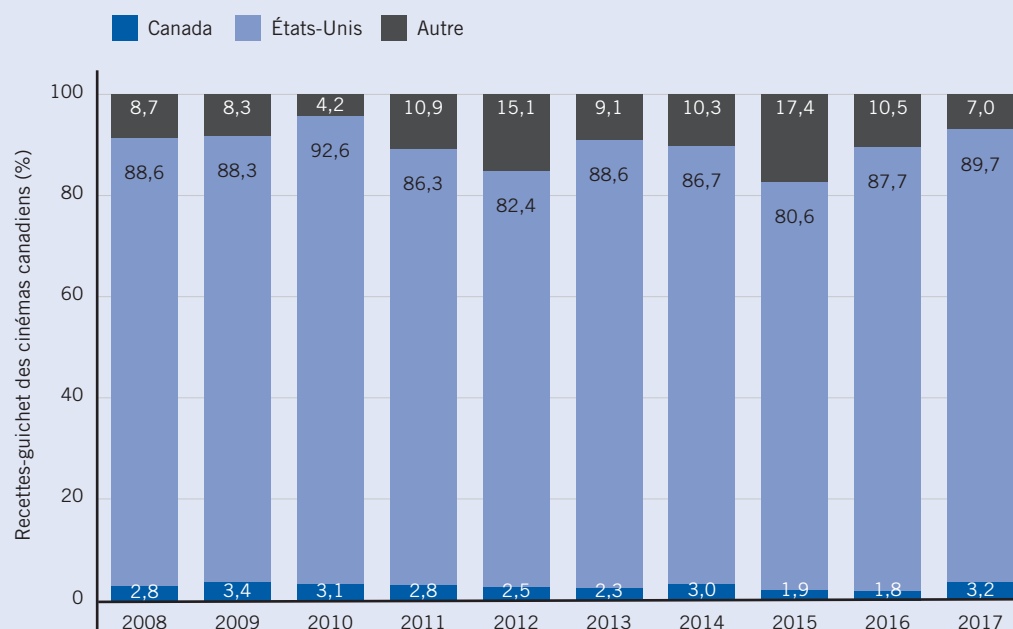
Figure 11 - 4 Recettes-guichet des cinémas au Canada selon la provenance des œuvres



Source : Association des cinémas du Canada.

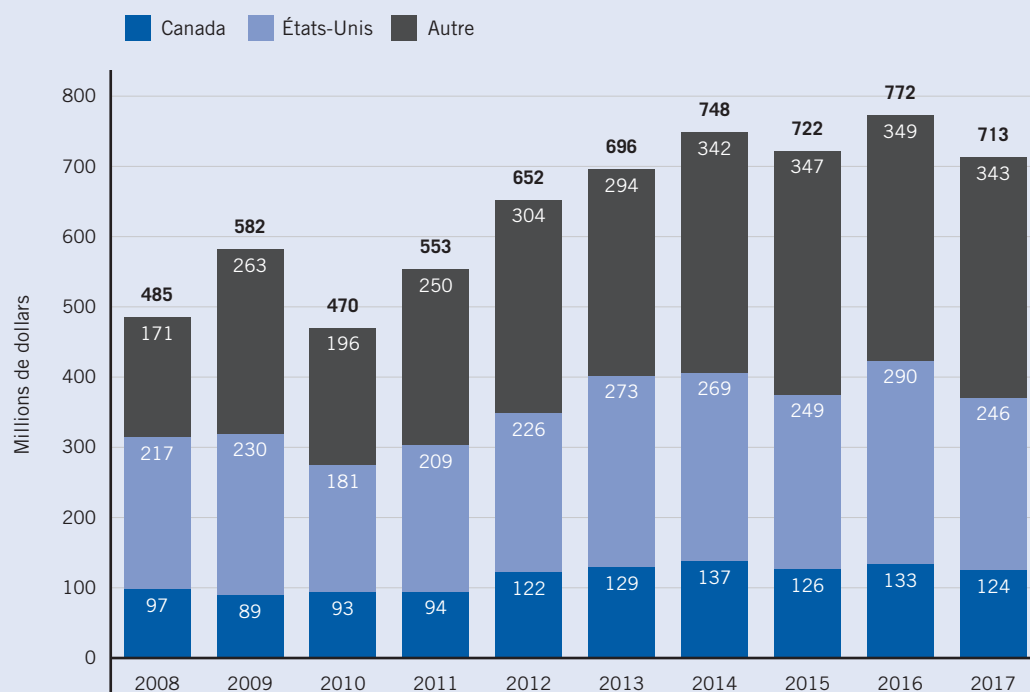
Note : Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis.

Figure 11 - 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 11 - 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 2017 ne portent que sur les films dont la première diffusion dans les cinémas canadiens a eu lieu en 2017.

RECETTES-GUICHET SELON LA LANGUE DU MARCHÉ

Figure 11 - 7 Recettes-guichet et part de marché des films canadiens selon la langue du marché

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
MARCHÉ DE LANGUE FRANÇAISE										
(en millions de dollars)										
Recettes-guichets des films canadiens	17,4	26,7	20,1	19,8	12,9	12,6	12,1	13,8	10,3	23,6
Recettes-guichets des films étrangers	108,5	117,9	129,8	127,3	130,2	126,7	108,4	115,2	108,7	103,9
Total pour le marché de langue française	125,9	144,7	149,9	147,1	143,1	139,3	120,5	129,0	119,0	127,5
Part des films canadiens	13,8 %	18,5 %	13,4 %	13,5 %	9,0 %	9,0 %	10,0 %	10,7 %	8,7 %	18,5 %
Nombre de films en salles au Canada										
Films canadiens	79	78	74	76	78	97	91	84	104	95
Films étrangers	293	316	293	279	310	301	280	280	291	289
Total	372	394	367	355	388	398	371	364	395	384
Rapport des films étrangers aux films canadiens	3,7	4,1	4,0	3,7	4,0	3,1	3,1	3,3	2,8	3,0
MARCHÉ DE LANGUE ANGLAISE										
(en millions de dollars)										
Recettes-guichets des films canadiens	8,5	6,8	12,1	8,1	13,9	11,2	16,3	4,9	7,4	8,6
Recettes-guichets des films étrangers	786,0	855,4	867,9	845,8	937,2	891,8	809,1	852,2	866,4	857,3
Total pour le marché de langue anglaise	794,5	862,2	880,0	853,9	951,2	903,0	825,3	857,1	873,8	865,9
Part des films canadiens	1,1 %	0,8 %	1,4 %	0,9 %	1,5 %	1,2 %	2,0 %	0,6 %	0,8 %	1,0 %
Nombre de films en salles au Canada										
Films canadiens	72	71	70	76	80	111	121	102	113	113
Films étrangers	436	422	406	568	803	867	870	803	973	949
Total	508	493	476	644	883	978	991	905	1 086	1 062
Rapport des films étrangers aux films canadiens	6,1	5,9	5,8	7,5	10,0	7,8	7,2	7,9	8,6	8,4

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 11 - 8 Films canadiens les plus populaires sur le marché de langue anglaise, 2017

Titre	Recettes-guichets* (millions de dollars)	Langue de production
1. <i>Maudie</i>	2,78	Anglais
2. <i>Ballerina</i>	2,07	Anglais
3. <i>Bon cop bad cop 2</i>	1,05	Français-anglais
4. <i>Goon: Last of the Enforcers</i>	1,00	Anglais
5. <i>The Man Who Invented Christmas</i>	0,54	Anglais
6. <i>Long Time Running</i>	0,16	Anglais
7. <i>The Gardener</i>	0,07	Anglais
8. <i>Below Her Mouth</i>	0,07	Anglais
9. <i>The Breadwinner</i>	0,06	Anglais
10. <i>De père en flic 2</i>	0,05	Français

Source : Association des cinémas du Canada.

* Du 1^{er} janvier au 31 décembre 2017. Le montant indiqué peut donc sous-évaluer les recettes-guichet associées au film en question si la présentation de celui-ci dans les cinémas canadiens chevauchait deux années civiles.

Figure 11 - 9 Films canadiens les plus populaires sur le marché de langue française, 2017

Titre	Recettes-guichets* (millions de dollars)	Langue de production
1. <i>De père en flic 2</i>	7,02	Français
2. <i>Bon cop bad cop 2</i>	5,96	Français-anglais
3. <i>Junior majeur</i>	1,84	Français
4. <i>Ballerina</i>	1,53	Français
5. <i>Votez Bougon</i>	1,17	Français
6. <i>Pieds nus dans l'aube</i>	0,84	Français
7. <i>C'est le cœur qui meurt en dernier</i>	0,81	Français
8. <i>Le trip à trois</i>	0,68	Français
9. <i>Les rois mongols</i>	0,60	Français
10. <i>Un sac de billes</i>	0,50	Français

Source : Association des cinémas du Canada.

* Du 1^{er} janvier au 31 décembre 2017. Le montant indiqué peut donc sous-évaluer les recettes-guichet associées au film en question si la présentation de celui-ci dans les cinémas canadiens chevauchait deux années civiles.

Figure 11 - 10 Films canadiens les plus populaires sur le marché de langue anglaise, 2017

Titre	Recettes-guichets* (millions de dollars)	Provenance
1. <i>Beauty and the Beast</i>	42,46	É.-U.
2. <i>Star Wars: The Last Jedi</i>	38,12	É.-U.
3. <i>Guardians of the Galaxy Vol. 2</i>	35,67	É.-U.
4. <i>Wonder Woman</i>	30,85	É.-U.
5. <i>Spider-Man: Homecoming</i>	28,70	É.-U.
6. <i>Thor: Ragnarok</i>	28,60	É.-U.
7. <i>It</i>	23,97	É.-U.
8. <i>Despicable Me 3</i>	20,90	É.-U.
9. <i>Logan</i>	20,11	É.-U.
10. <i>Dunkirk</i>	19,32	R.-U.

Source : Association des cinémas du Canada.

* Du 1^{er} janvier au 31 décembre 2016. Le montant indiqué peut donc sous-évaluer les recettes-guichet associées au film en question si la présentation de celui-ci dans les cinémas canadiens chevauchait deux années civiles.

Figure 11 - 11 Films les plus populaires sur le marché de langue française, 2017

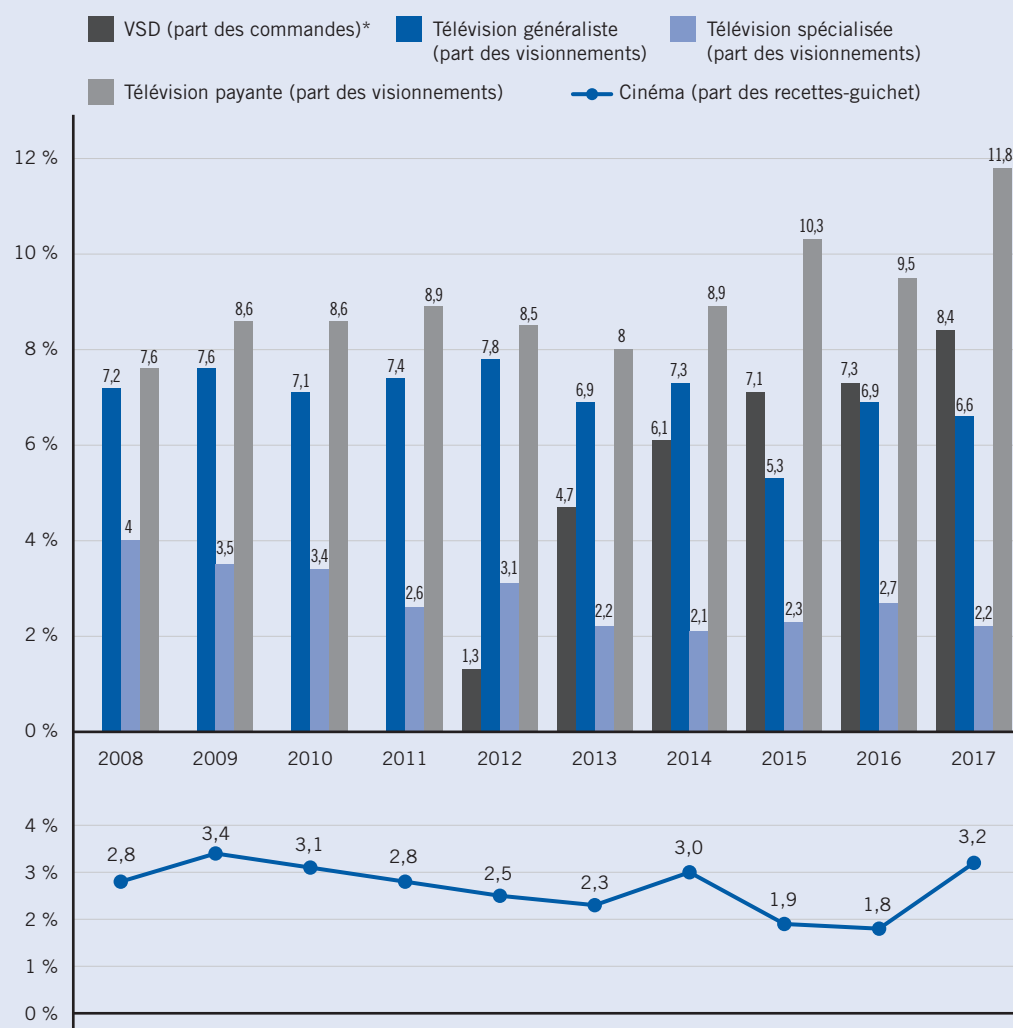
Titre	Recettes-guichets* (millions de dollars)	Provenance
1. <i>De père en flic 2</i>	7,02	Canada
2. <i>Bon cop bad cop 2</i>	5,96	Canada
3. <i>Beauty and the Beast</i>	4,28	É.-U.
4. <i>Despicable Me 3</i>	3,84	É.-U.
5. <i>Star Wars: The Last Jedi</i>	3,23	É.-U.
6. <i>The Fate of the Furious</i>	2,94	É.-U.
7. <i>Guardians of the Galaxy Vol. 2</i>	2,94	É.-U.
8. <i>Pirates of the Caribbean: Dead Men Tell No Tales</i>	2,93	É.-U.
9. <i>It</i>	2,52	É.-U.
10. <i>The Boss Baby</i>	2,33	É.-U.

Source : Association des cinémas du Canada.

* Du 1^{er} janvier au 31 décembre 2017. Le montant indiqué peut donc sous-évaluer les recettes-guichet associées au film en question si la présentation de celui-ci dans les cinémas canadiens chevauchait deux années civiles.

VISIONNEMENT DE FILMS SUR LES PLATEFORMES TÉLÉVISUELLES

Figure 11 - 12 Part de marché des longs métrages canadiens au Canada, télévision et cinéma

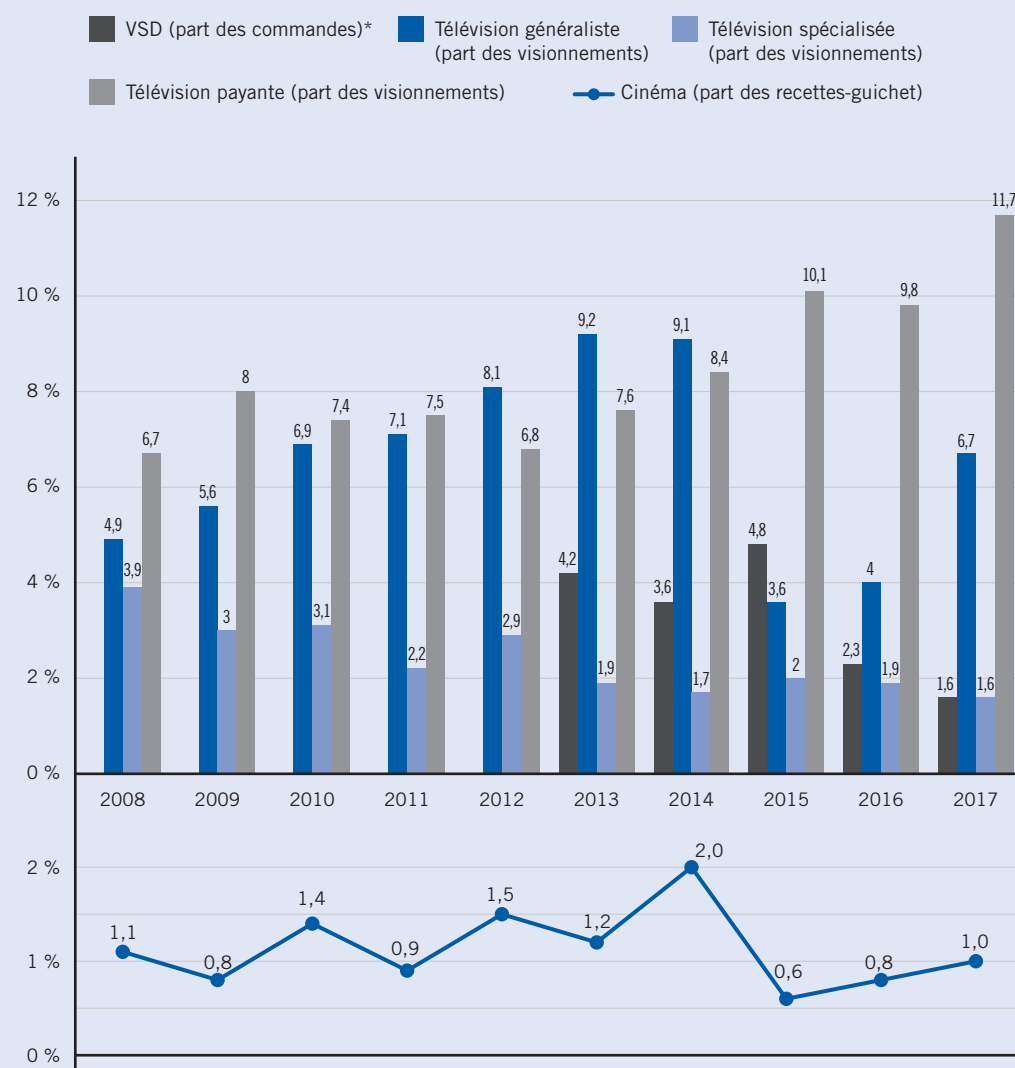


Source : D'après une analyse des données de Numeris (télévision), du CRTC (VSD) et de l'Association des cinémas du Canada (cinéma) effectuée par Patrimoine canadien.

Note : Dans le cas des différents créneaux du marché télévisuel, on a estimé la part de marché des longs métrages en divisant les minutes d'écoute de ces œuvres par leur durée moyenne. Seuls les longs métrages présentés en salles ont été pris en compte. La part de marché est fondée sur la part de l'écoute globale.

* Visionnements gratuits et payants commandés. Aucune donnée disponible avant 2012.

Figure 11 - 13 Part de marché des longs métrages canadiens en anglais au Canada, télévision et cinéma

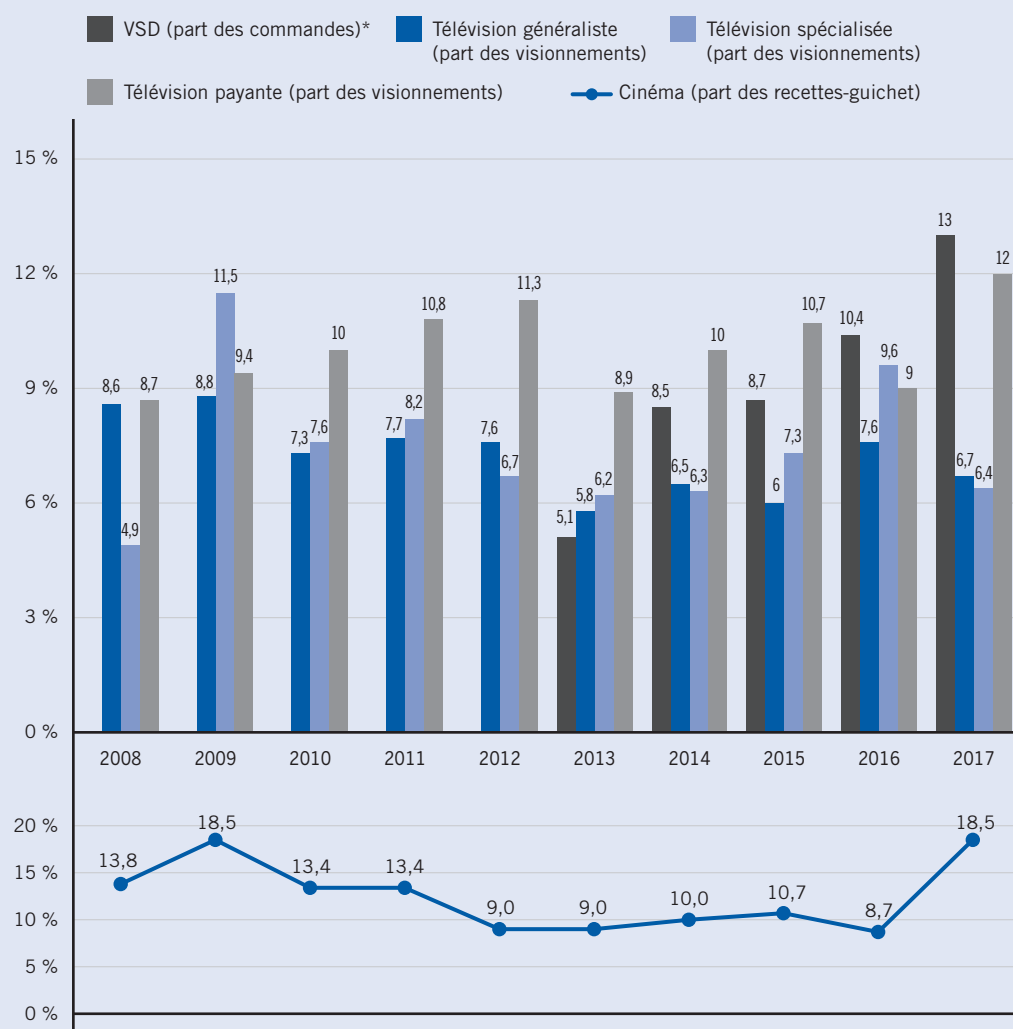


Source : D'après une analyse des données de Numeris (télévision), du CRTC (VSD) et de l'Association des cinémas du Canada (cinéma) effectuée par Patrimoine canadien.

Note : Dans le cas des différents créneaux du marché télévisuel, on a estimé la part de marché des longs métrages en divisant les minutes d'écoute de ces œuvres par leur durée moyenne. Seuls les longs métrages présentés en salles ont été pris en compte. La part de marché est fondée sur la part de l'écoute globale.

* Visionnements gratuits et payants commandés. Aucune donnée disponible avant 2012.

Figure 11 - 14 Part de marché des longs métrages canadiens en français au Canada, télévision et cinéma



Source : D'après une analyse des données de Numeris (télévision), du CRTC (VSD) et de l'Association des cinémas du Canada (cinéma) effectuée par Patrimoine canadien.

Note : Dans le cas des différents créneaux du marché télévisuel, on a estimé la part de marché des longs métrages en divisant les minutes d'écoute de ces œuvres par leur durée moyenne. Seuls les longs métrages présentés en salles ont été pris en compte. La part de marché est fondée sur la part de l'écoute globale.

* Visionnements gratuits et payants commandés. Aucune donnée disponible avant 2013.

12. 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, par l'intermédiaire desquelles les ménages et les entreprises du pays ont accès à la programmation des chaînes de télévision autorisées, à savoir des chaînes de télévision généraliste, spécialisée et payante, 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 télé IP sont aussi désignés par l'expression « entreprises de distribution de radiodiffusion » (EDR). Collectivement, elles constituent l'industrie des EDR.

Faits saillants de 2017



- Le nombre d'abonnés de la télé IP a augmenté de 5,5 % pour s'établir à 2,6 millions de personnes, contre 2,4 millions en 2016.
- Les revenus d'abonnement ont augmenté de 10,3 % pour atteindre 1,99 milliard de dollars.



- Le nombre d'abonnés des EDR a diminué de 1,9 % et se chiffre à 10,7 millions d'abonnés.
- La baisse des revenus des câblodistributeurs et des services de SRD et de SDM a entraîné une baisse globale de 2,3 % des revenus de l'ensemble des EDR.
- Les contributions des EDR à la création d'émissions canadiennes ont reculé à 404 millions de dollars, soit une baisse de 3,6 %.

Le phénomène du désabonnement et de la rationalisation des services, en cours depuis des années, a continué de réduire le nombre d'abonnés des EDR traditionnelles du Canada. Selon les données publiées par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), les EDR (compte non tenu de celles non obligées de déclarer leurs données financières) ont vu le nombre de leurs abonnés fondre de 1,9 % pour s'établir à 10 702 000 (figure 12 - 1). Autrement dit, 205 000 abonnés ont mis fin à leur abonnement en 2017. Le taux de désabonnement enregistré en 2017 marque en fait un léger ralentissement de la tendance par rapport à 2016. En 2016, la perte s'élevait à 240 000 abonnés – le taux de défection annuel le plus élevé depuis l'apparition de la tendance dans les statistiques publiées par le CRTC en 2013.

Le ralentissement de la tendance que démontrent les statistiques sur le nombre total d'abonnés et les revenus du secteur occulte cependant le fait que la majorité des EDR ont connu une accélération des désabonnements en 2017. La baisse subie en 2017 par Rogers, Vidéotron, Bell et Cogeco a été plus importante qu'en 2016³⁶. La décroissance des abonnés de Shaw en 2017 s'est effectuée à un rythme plus lent, en raison en partie du lancement du service de télévision sur internet Blue Sky au cours de l'année³⁷. Télus qui n'exploite qu'un service de télévision sur Internet (OptikTV) a en revanche vu le nombre de ses abonnés augmenter en 2017. Ces hausses dans le segment de la câblodistribution et des services par satellite ont contribué à la décélération de la tendance générale 2017³⁸.

Malgré le ralentissement de la tendance, le fait est que le nombre d'abonnés des EDR au Canada a culminé à 11 529 000 en 2013, ce qui signifie sur une base nette que 827 000 abonnés ont mis fin à leur abonnement. Sur une base brute, le taux de désabonnement pourrait être encore plus élevé. Selon les résultats d'une étude menée par l'OTM, un Canadien anglophone sur quatre a indiqué s'être désabonné de son forfait (dans un sondage réalisé entre septembre et décembre 2017)³⁹.

Ce déclin progressif des revenus des EDR a une incidence directe sur la production de contenu canadien. Par leur participation au Fonds des médias du Canada, à des fonds de production indépendants et au financement de la production locale ces entreprises soutiennent la création de contenu canadien en 2017. Au total, les EDR ont injecté 404 millions de dollars dans la création de contenu canadien au cours de l'année de diffusion 2017, en baisse de 3,6 % par rapport à 2016 (figure 12 - 3).

Par rapport au sommet de 493 millions de dollars atteint en 2012, la contribution des EDR a diminué de 18,1 % en 2017. La baisse est en grande partie attribuable au resserrement des quotes-parts versées au FMC, qui sont déterminées en fonction des revenus de l'année précédente. La baisse du soutien annuel des EDR au FMC a également participé, quoique faiblement, à la baisse des contributions totales des EDR au soutien de la programmation canadienne depuis 2012, mais la véritable cause est l'élimination progressive du Fonds pour l'amélioration de la programmation locale à partir d'août 2014.

³⁶ Bree Rody-Mantha (2018), « Cord cutting slows for Shaw, but not for most competitors », *Playback*, 15 mars 2018.

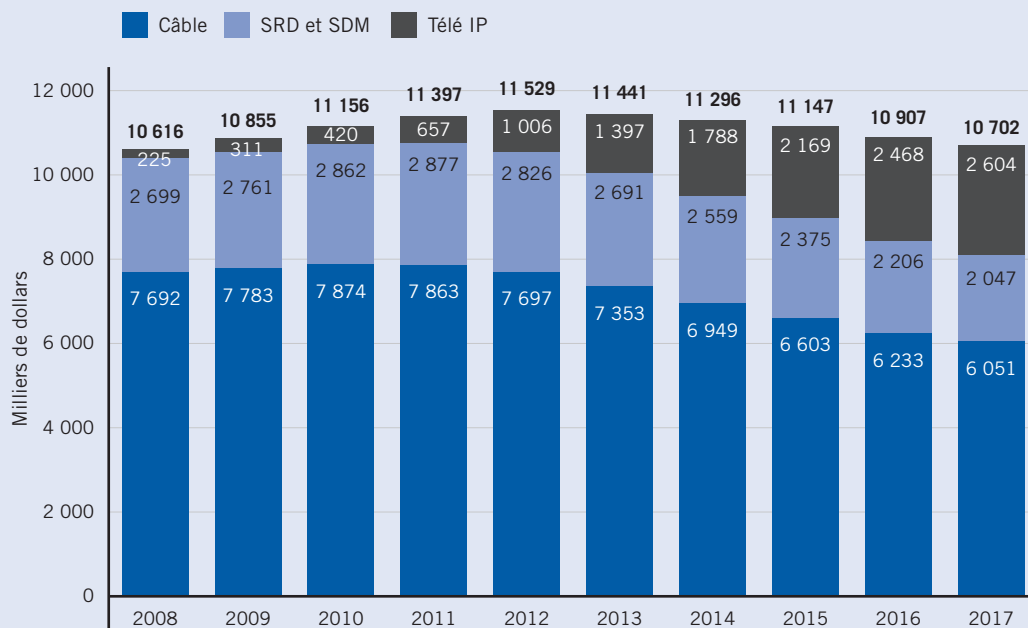
³⁷ Bree Rody-Mantha (2018).

³⁸ Bree Rody-Mantha (2018).

³⁹ The Canadian Press (2018), "1 in 4 anglophone Canadians have cut the cord on TV, survey suggests," *CBC News*, March 30, 2018, <https://www.cbc.ca/news/technology/tv-cord-cutting-netflix-1.4600455>.

ABONNÉS ET REVENUS DES EDR

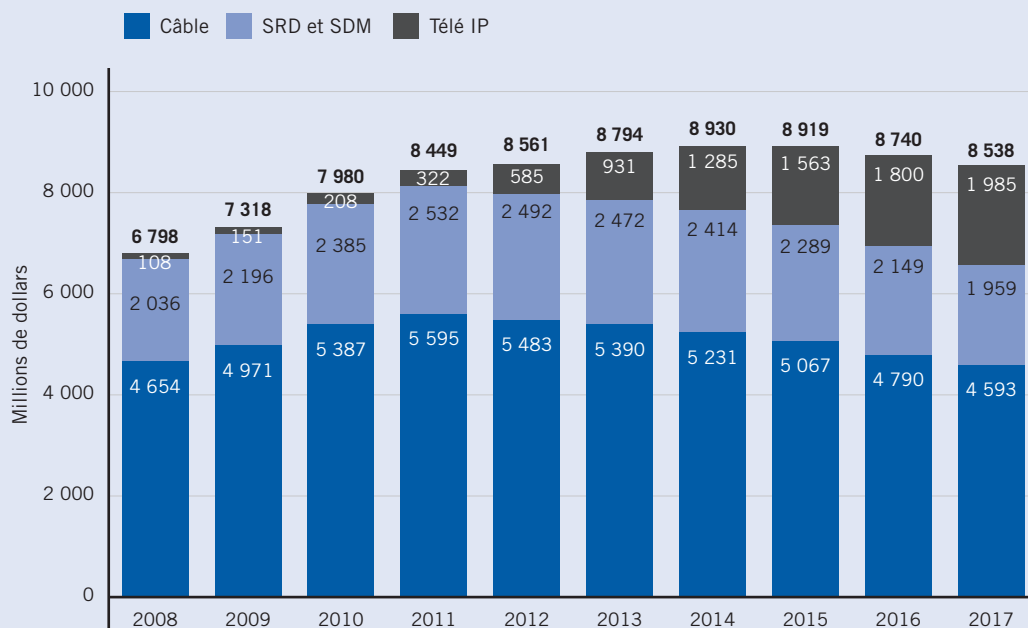
Figure 12 - 1 Abonnés des EDR canadiennes*



Source : CRTC.

* Exclut les estimations propres aux EDR non tenues de déclarer leurs données financières et d'exploitation au CRTC.

Figure 12 - 2 Revenus des EDR canadiennes *



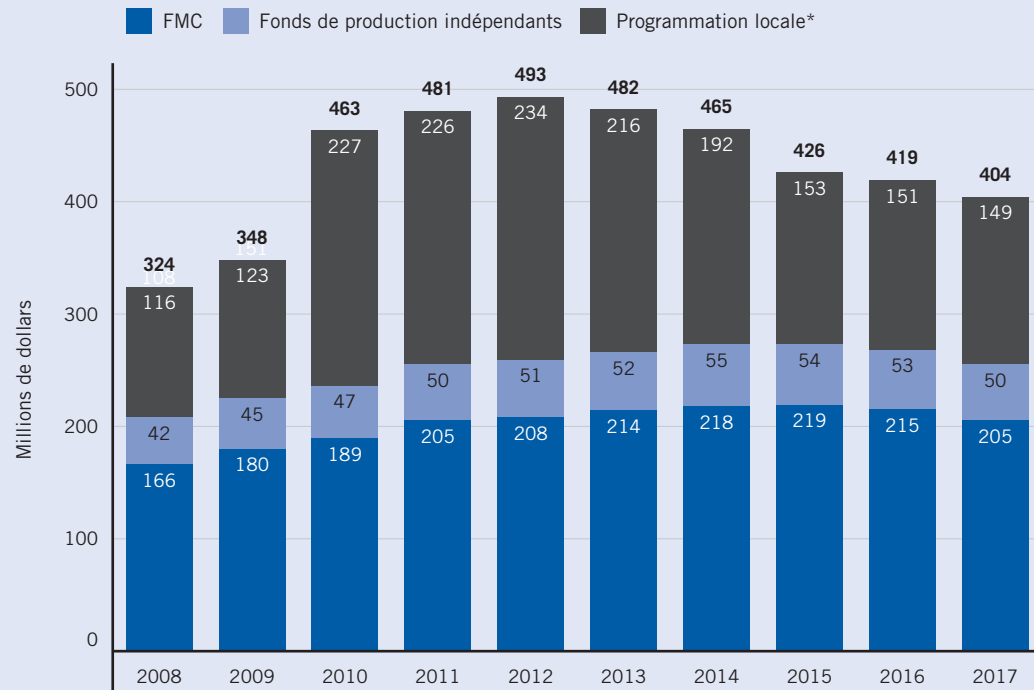
Source : CRTC.

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

* Exclut les estimations propres aux EDR non tenues de déclarer leurs données financières et d'exploitation au CRTC.

INVESTISSEMENT DANS LA PROGRAMMATION CANADIENNE

Figure 12 - 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).

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 BCPAC⁴⁰, Nordicité a majoré les données brutes des exercices 2016-2017 et 2017-2018 fournies par le BCPAC en appliquant les facteurs indiqués ci-dessous :

- 2017-2018 : 11,7 %
- 2016-2017 : 3,3 %

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 du délai de 42 mois accordé 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 2013*, 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 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 2017-2018. Toutefois, comme il n'a pas été possible de faire de même pour les exercices antérieurs à 2009-2010, les données relatives aux œuvres de ce type réalisées avant cet exercice demeurent comprises dans celles du cinéma canadien.

⁴⁰ 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.

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 permet d'arriver à 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 approximative 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 comprises 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.

Multiplicateurs d'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 50 % 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 moyenne des budgets de production que représentent les dépenses de main-d'œuvre canadiennes.

Partant des données du *Recensement de 2006* de Statistique Canada, Nordicité a par ailleurs établi que la rémunération moyenne d'un emploi ETP en production cinématographique et télévisuelle au Canada s'élevait vraisemblablement à 63 408 \$ en 2017-2018. Elle rajuste ce chiffre 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).

Rémunération ETP moyenne en production cinématographique et télévisuelle

	08-09	09-10	10-11	11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	17-18
Rémunération ETP moyenne	52 305 \$	53 404 \$	54 578 \$	56 543 \$	57 900 \$	59 423 \$	60 552 \$	61 168 \$	62 043 \$	63 408 \$

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.

Emplois dérivés

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

Emplois créés indirectement

Nordicité s'est servie d'un facteur de 1,17 pour estimer le nombre d'emplois créés indirectement. Autrement dit, la société estime que chaque emploi ETP créé dans le secteur de la production cinématographique et télévisuelle même (emploi direct) a engendré 1,17 emploi ETP dans un secteur fournissant des biens ou services à l'industrie.

Elle a tiré ce facteur des tableaux de multiplicateurs publiés en 2004 par Statistique Canada. Ce facteur repose sur le rapport des emplois créés indirectement aux emplois directs par million de dollars de production (sorties) du groupe des industries du film et de la vidéo qui englobe la production, la distribution, la postproduction et les autres industries du film et de la vidéo (en dehors de la présentation) et constitue le groupe d'industries le plus approchant de la production cinématographique et télévisuelle.

Emplois induits

Nordicité s'est servie d'un facteur de 0,17 pour estimer le nombre d'emplois ETP induits attribuable à la production cinématographique et télévisuelle. Autrement dit, la société estime que chaque emploi ETP en production cinématographique et télévisuelle même ou dans un secteur fournissant des biens ou services à cette industrie soutient 0,17 emploi ETP dans un autre secteur de l'économie canadienne, en raison des dépenses qu'y font les travailleurs employés par l'industrie même ou par un secteur qui lui fournit des biens.

Nordicité est arrivée à ce facteur à partir du rapport du multiplicateur de la contribution totale au PIB (1,87) à celui de la contribution indirecte au PIB (1,54), calculé et utilisé par le Conference Board du Canada dans son analyse de l'incidence économique des industries culturelles, parue sous le titre *Valoriser notre culture : Mesurer et comprendre l'économie créative du Canada* (2008). Dans le contexte de cette approche, la société a supposé que le rapport du PIB aux emplois ETP était le même pour les emplois induits et pour les emplois créés indirectement.

Estimation des emplois à l'échelle provinciale

L'estimation du nombre d'emplois ETP directs créés dans chaque province repose essentiellement sur la même méthode que celle de ces emplois à l'échelle nationale. Nordicité a toutefois rajusté la rémunération ETP moyenne utilisée pour ces calculs afin de rendre compte des disparités salariales générales de province en province.

Ainsi, dans les provinces où la rémunération moyenne était supérieure à la moyenne nationale dans l'ensemble des industries, la société a utilisé une rémunération ETP moyenne plus élevée pour estimer le nombre d'emplois directs. Le rajustement équivalait à l'écart salarial d'ensemble, en plus ou en moins, par rapport à la moyenne nationale. Les facteurs de rajustement employés sont indiqués dans le tableau qui suit. Un facteur supérieur à 1 signifie que la rémunération moyenne dans la province désignée est supérieure à la moyenne nationale.

Facteur de rajustement de la rémunération ETP provinciale moyenne

	08-09	09-10	10-11	11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	17-18
Alberta	1.134	1.122	1.126	1.125	1.124	1.136	1.126	1.146	1.097	1.017
Colombie-Britannique	1.005	1.013	0.999	0.986	0.997	0.997	0.999	1.003	0.999	1.025
Manitoba	0.934	0.939	0.934	0.945	0.946	0.926	0.940	0.943	0.951	1.022
Nouveau-Brunswick	0.907	0.908	0.906	0.906	0.901	0.891	0.892	0.885	0.909	1.015
Terre-Neuve-et-Labrador	0.969	0.955	0.959	0.987	1.004	1.027	1.020	1.036	1.028	1.014
Nouvelle-Écosse	0.884	0.868	0.901	0.903	0.907	0.899	0.911	0.905	0.911	1.015
Ontario	1.010	0.992	1.001	1.001	0.992	0.988	0.984	0.984	0.996	1.022
Île-du-Prince-Édouard	0.825	0.864	0.856	0.860	0.850	0.843	0.832	0.854	0.867	1.099
Québec	0.945	0.984	0.971	0.972	0.971	0.969	0.975	0.975	0.972	1.033
Saskatchewan	0.996	1.019	1.025	1.029	1.048	1.064	1.063	1.071	1.066	1.015
Territoires	1.124	1.172	1.179	1.185	1.173	1.184	1.259	1.260	1.223	1.018

Source : Calculs de Nordicité d'après les données tirées du Tableau 14-10-0206-01 de Statistique Canada.

Nordicité a fondé son estimation du nombre d'emplois créés indirectement par l'activité du secteur dans les provinces sur les multiplicateurs dont se sert Statistique Canada pour des calculs comparables. Comme à l'échelle nationale, ces multiplicateurs reposent sur le rapport des emplois créés indirectement aux emplois directs par million de dollars de production (sorties) du groupe des industries du film et de la vidéo (défini ci-dessus) dans chaque province.

La société a ensuite fait la somme des estimations provinciales obtenues en ce qui concerne les emplois ETP créés indirectement et comparé le résultat à l'estimation des emplois ETP dérivés (à savoir créés indirectement et induits) attribuables à l'industrie de la production cinématographique et télévisuelle à la grandeur du pays. Puis elle a calculé la différence entre ces deux nombres et l'a répartie parmi les provinces proportionnellement à la part du total national des emplois ETP créés indirectement que chacune représente.

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 pour l'industrie, à savoir 64 408 \$. Elle a estimé le revenu du travail résultant des emplois qui en sont dérivés en multipliant le nombre des emplois ETP de la sorte par le coût moyen d'un tel emploi dans l'économie en général, soit 49 488 \$.

Produit intérieur brut

Il ressort de la modélisation de l'incidence économique d'ensemble de la production cinématographique et télévisuelle à l'aide des tableaux d'entrées-sorties de Statistique Canada que la contribution directe de ce secteur au produit intérieur brut (PIB) est égale à 1,13 fois environ le revenu du travail qui lui est directement attribuable. La multiplication de celui-ci par ce taux a donc permis d'établir l'apport estimatif direct du secteur au PIB national. Nordicité a toutefois utilisé un coefficient de 1,17 dans le cas de la production interne, car ce taux rend mieux compte de la rentabilité de la télédiffusion canadienne.

Une modélisation semblable (se fondant également sur les tableaux d'entrées-sorties de Statistique Canada et sur l'analyse exposée dans *Valoriser notre culture : Mesurer et comprendre l'économie créative du Canada* du Conference Board du Canada) permet de supposer que le rapport du PIB au revenu du travail associé aux emplois dérivés est de 1,49. Comme dans le cas de l'apport direct, la multiplication de ces deux facteurs a donc permis de déterminer l'apport secondaire que l'industrie fait au PIB par l'intermédiaire des emplois qui en sont dérivés.

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 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 audiovisuelles 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.

Eurimages

Fonds mis sur pied en 1989 par le Conseil de l'Europe pour appuyer le secteur culturel européen. Il dispose d'un budget annuel de 25 millions d'euros qu'il utilise pour financer des programmes dans cinq domaines : la coproduction cinématographique, la distribution en salles, l'exploitation, la promotion et l'égalité entre les hommes et les femmes. Le Canada est devenu en 2017 le premier pays non européen membre d'Eurimages.

Fonds des médias du Canada (FMC)

Lancé le 1^{er} avril 2010 et financé en partenariat par le gouvernement du Canada et les entreprises de distribution par câble et par satellite, 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. 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.

Office national du film du Canada (ONF)	L'Office national du film du Canada est un organisme culturel fédéral qui relève du ministère du Patrimoine canadien. Son mandat est de produire, de distribuer et de faire la promotion de films destinés à faire connaître et comprendre le Canada aux Canadiens et aux autres nations.
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.
Production pour médias numériques convergents (CDM)	On appelle « production pour médias numériques convergents » le contenu numérique destiné à des émissions de télévision. Il s'agit le plus souvent d'œuvres autonomes qui forment un complément aux émissions de télévision auxquelles elles se rattachent ou qui en sont des dérivés et les enrichissent.
Produit intérieur brut (PIB)	Valeur sans double compte des biens et services produits dans un secteur d'activité ou un territoire économique donné. Valeur de tous les biens et services produits à l'intérieur des limites géographiques d'un pays ou d'un territoire au cours d'une période donnée. Il correspond à la différence entre la valeur des sorties de l'industrie visée et la valeur des entrées 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, Hulu, NFL Game Pass). Le plus souvent, ces services sont offerts sur Internet.
Services sur demande (variante : <i>services à la demande</i>)	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 le financement de programmes du FMC.
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 (télé IP)	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'utilisateur peut commander en tout temps des films et des émissions de télévision parmi 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). Le cas échéant, la location d'œuvres par un service de VSDT limite 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.