

PROFIL

2022

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

PROFIL

2022

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



AQPM Canada

TELEFILM PARTENAIRE
CANADA DE CHOIX

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

Données compilées et analysées par le Groupe Nordicité

L'Association canadienne des producteurs médiatiques (ACPM), le ministère du Patrimoine canadien, Téléfilm Canada, l'Association québécoise de la production médiatique (AQPM) et Nordicity ont collaboré à la préparation de *Profil 2022*. Il s'agit de la 26^e édition du rapport économique annuel publié par l'ACPM et ses partenaires au fil des ans.

Profil 2022 offre une analyse de l'activité économique de l'industrie de la production de contenu sur écran au Canada sur la période allant du 1^{er} avril 2021 au 31 mars 2022. Il présente par ailleurs des examens poussés des tendances historiques de l'activité de production entre 2012-2013 et 2021-2022.



Ottawa

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

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

Toronto

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

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

Vancouver

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

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

Gamiela Fereg

Gestionnaire principale, Relations avec les médias & communications

Tracy Holloway

Analyste des données et d'affaires

Stephanie Ritter

Gestionnaire, Relations gouvernementales et politique

Alain Strati

Premier vice-président, Industrie, politique et conseiller principal



Ministère du Patrimoine canadien

25, rue Eddy
Gatineau QC K1A 0M5

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

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

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

Mohamad Ibrahim Ahmad

Superviseur, Statistiques et analyse des données, BCPAC

Vincent Fecteau

Analyste principal de recherche, Industries culturelles

Adnan Hadzimahovic

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

Peter Mann

Analyste principale de politiques, BCPAC

Samra Panlaqui

Agent des statistiques et d'analyse des données, BCPAC

Ali Ruzindana

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

Wayne Timbers

Gestionnaire Politique et programmes du film et de la vidéo



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

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

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

Liliana Espinosa

Analyste, Politiques et intelligence d'affaires

Mathieu Perreault

Spécialiste, Analyse économique et performance des programmes

Elisa Suppa

Conseillère principale, projets d'entreprise et recherche



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

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

Hélène Messier

Présidente-directrice générale

Annie Provencher

Responsable des affaires réglementaires et de la veille stratégique

Anne-Valérie Tremblay

Responsable, financement et services aux membres



Dustin Chodorowicz

Partenaire

Peter Lyman,

Partenaire principal

Kristian Roberts

Partenaire de gestion

Stephen Hignell

Directeur

Christiana Puntillo

Consultante

Owen Sherman

Analyste principal

nordicity.com

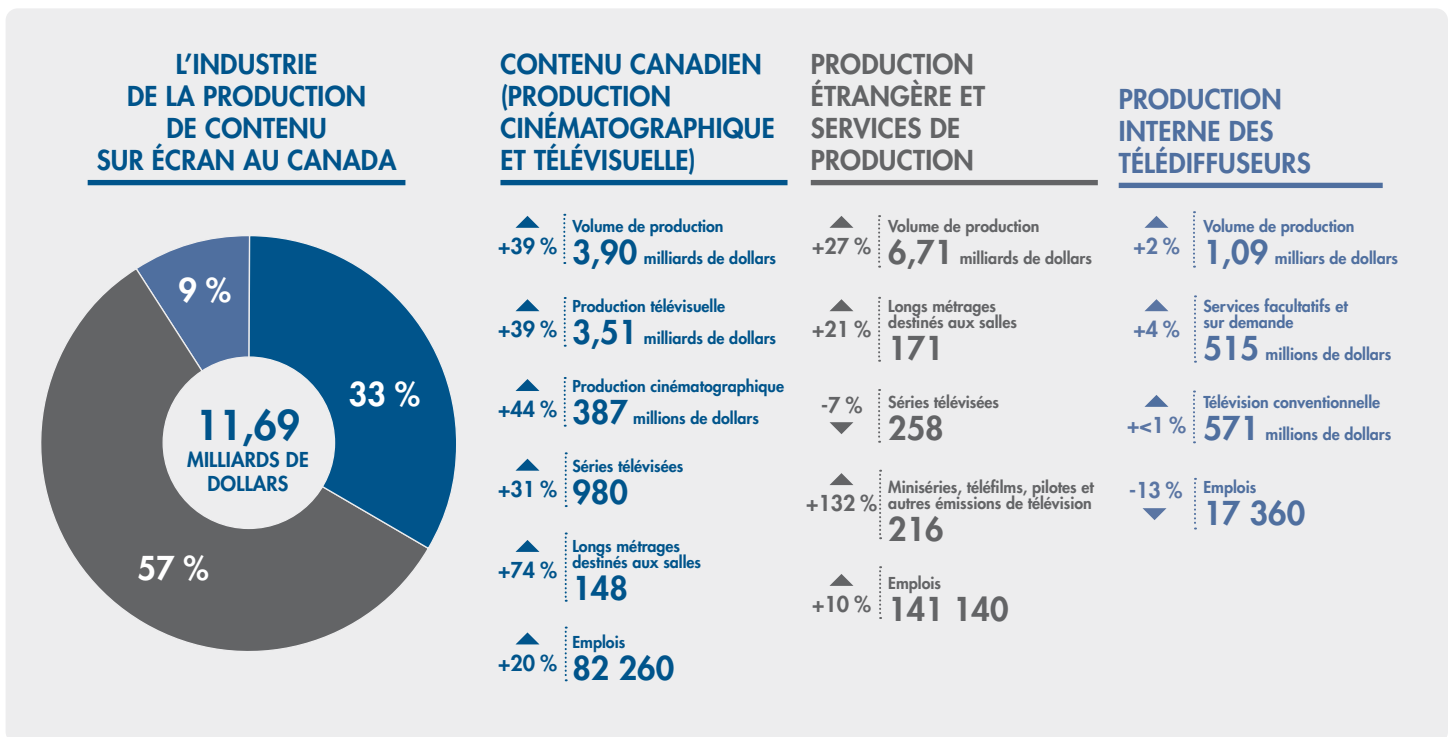
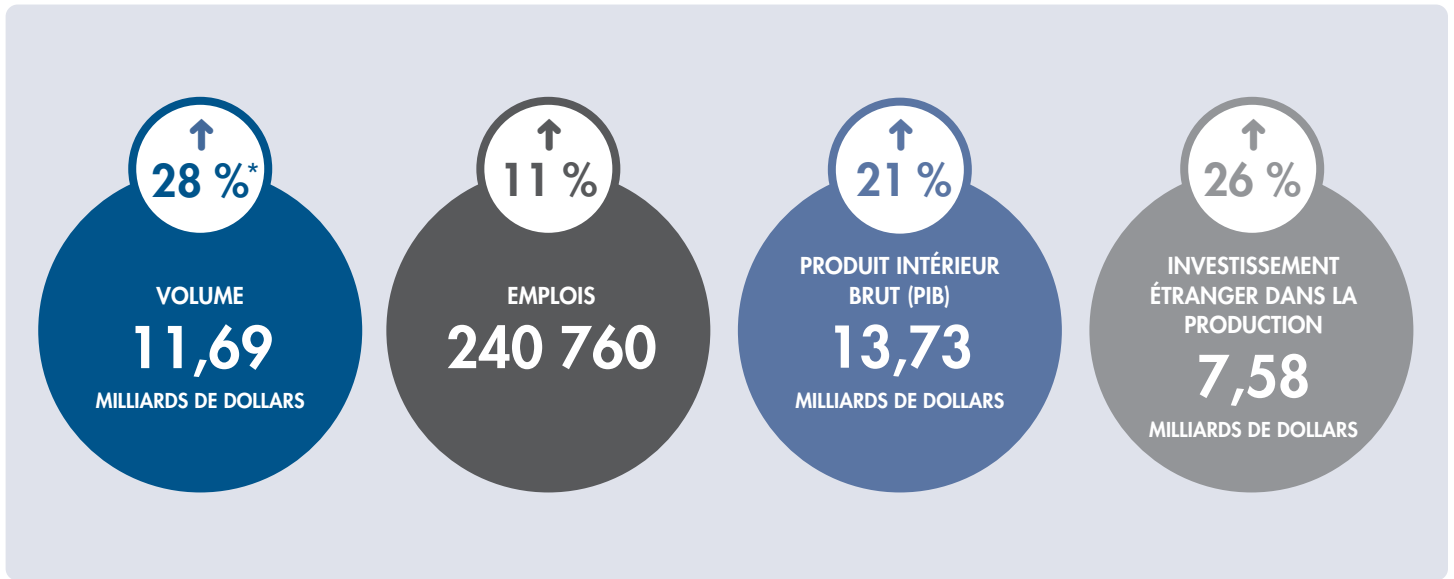
Le Groupe Nordicity est un cabinet conseil international de premier plan qui offre à ses clients des secteurs privé et public des solutions en analyse économique et politique, en stratégie organisationnelle et en réglementation dans quatre domaines clés : arts, culture et patrimoine; médias numériques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

TABLE DES MATIÈRES

Un coup d'œil	4	7. Production interne des télédiffuseurs.	68
Introduction	5	Volume de production	70
1. Survol du secteur du contenu sur écran au Canada ..	7	Genres	71
Production cinématographique et télévisuelle au Canada ..	9	Région	72
Région	12	8. Distribution	73
Investissements étrangers dans la production	12	Revenus	75
Apport à l'emploi et à l'économie	14	Investissements dans des productions canadiennes	76
Résumé de l'incidence sur les emplois et sur le PIB	18	9. Télédiffusion et auditoire	77
2. Production de contenu canadien.	20	Revenus	79
Moyen de diffusion	23	Émissions de télévision les plus regardées	80
Langue	25	Part d'auditoire	82
Genre	26	10. Diffusion en salles et auditoire	83
Œuvres d'animation	27	Total des revenus	85
Région	28	Festivals de cinéma	86
Financement	29	Tendances en matière de recettes-guichet au pays	87
3. Production télévisuelle canadienne	30	Recettes-guichet selon la langue du marché	89
Types	33	Principaux longs métrages selon la langue du marché ..	90
Langue	34	11. Entreprises de distribution de radiodiffusion	92
Genre	35	Abonnés et revenus des EDR	94
Budget	39	Investissements dans les productions canadiennes	95
Œuvres d'animation	40	Remarques méthodologiques	96
Points de contenu canadien	40	Glossaire	99
Région	41		
Fonds des médias du Canada	42		
Financement	46		
4. Production de longs métrages cinématographiques canadiens	49		
Langue	52		
Budget	53		
Genre	54		
Région	54		
Financement	55		
5. Coproductions audiovisuelles régies par des traités. ..	56		
Résultats pour l'ensemble des créneaux de diffusion ..	58		
Télévision	60		
Longs métrages	62		
6. Production étrangère et services de production	63		
Total des productions et types	65		
Région	67		
Pays	67		

UN COUP D'ŒIL

Total de la production cinématographique et télévisuelle au Canada



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

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

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

Introduction

Profil 2022 donne un aperçu détaillé des activités de production au sein de l'industrie de la production cinématographique et télévisuelle depuis le début du mois d'avril 2021 jusqu'à la fin du mois de mars 2022. Ce rapport présente des données économiques pour une période unique, marquée par une convergence de facteurs ayant influencé les résultats de l'industrie, qui émerge de la pandémie.

À presque tous les égards, 2021-2022 a été une période record. Le volume de production total a fait un bond sans précédent, atteignant un sommet historique de 11,69 milliards de dollars. Les dépenses de production ont augmenté de 2,56 milliards de dollars, ce qui représente une hausse de 21,8 % par rapport au record prépandémique précédent, de 9,60 milliards de dollars, enregistré en 2019-2020. Chaque secteur de l'industrie canadienne de la production cinématographique et télévisuelle a contribué à cette croissance, mais les contributions les plus importantes proviennent de la catégorie production étrangère et services de production, en hausse de 27,3 % à 6,71 milliards de dollars, et de la catégorie production télévisuelle canadienne, en hausse de 38,9 % à 3,51 milliards de dollars.

Cette croissance reflète également un certain nombre de variables uniques, chacune ayant contribué à l'augmentation importante de l'activité de production en 2021-2022. Alors que la pandémie de COVID-19 s'achevait, les tendances se sont inversées, l'activité de production connaissant un solide rebond. Cette hausse a été alimentée par les pressions inflationnistes, qui ont eu une incidence générale non seulement sur les coûts de production, mais sur l'économie canadienne dans son ensemble. Les résultats du secteur canadien de la production télévisuelle ont été influencés par le rétablissement des niveaux de financement des droits de licence par les diffuseurs canadiens en 2021-2022 (rattrapant les sous-dépenses des années précédant la pandémie), ainsi que par l'injection continue de ressources financières supplémentaires par le gouvernement pendant la pandémie.

Le défi sera de maintenir ce niveau d'activité de production. L'économie est confrontée à des vents contraires importants et est marquée par des inquiétudes quant à la persistance de l'inflation et à la possibilité d'une récession. La perspective d'un tel ralentissement économique pourrait avoir un effet sur l'activité économique au Canada, y compris sur la production cinématographique et télévisuelle. Les niveaux de contenu canadien des diffuseurs canadiens pourraient être rééquilibrés, le recul des dernières années ayant peut-être été compensé.

Parallèlement, le cadre législatif régissant le secteur de la diffusion fait l'objet d'un examen approfondi à la suite de la présentation du projet de loi C-11 (*Loi sur la diffusion continue en ligne*), qui vise à moderniser la Loi sur la radiodiffusion. La nouvelle loi déclencherait un examen structurel du système canadien de diffusion par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, cet examen devant mettre l'accent sur un large éventail de facteurs essentiels qui influent sur l'industrie de la production, y compris les contributions à verser par les services canadiens et étrangers.

Profil 2022 témoigne d'une industrie de la production canadienne forte et dynamique qui sort de la pandémie. L'incertitude économique et politique aura probablement une incidence dans un avenir immédiat, mais les tendances à long terme indiquent une croissance et un développement globaux. L'industrie de la production canadienne est résiliente et contribue de manière importante à l'économie du pays. Grâce à des investissements continus et à un soutien stratégique, elle est bien placée pour tirer parti des possibilités offertes par les nouveaux modèles d'affaires pour la production et la distribution de contenu au Canada et ailleurs dans le monde.

1. Survol du secteur du contenu sur écran au Canada

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

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

Faits saillants de 2021-2022



- Le volume total³ de production cinématographique et télévisuelle au Canada a augmenté de 28 % pour s'établir à 11,69 milliards de dollars en 2021-2022.
- Le volume de production de contenu canadien (c.-à-d., production de longs métrages cinématographiques et production télévisuelle) a augmenté de 39,4 % pour atteindre 3,90 milliards de dollars.
- Le volume de la production télévisuelle canadienne a augmenté de 38,9 % pour se chiffrer à 3,51 milliards de dollars.
- Le volume de la production de longs métrages cinématographiques canadiens a augmenté de 43,8 % pour atteindre 387 millions de dollars.
- Le volume de la catégorie production étrangère et services de production a augmenté de 27,3 % pour atteindre 6,71 milliards de dollars.
- Le volume de production interne des télédifuseurs a augmenté de 1,9 %, et se chiffre à 1,09 milliard de dollars.
- La valeur des investissements étrangers dans la production a augmenté de 25,2 % pour s'établir à 7,58 milliards de dollars.
- La production cinématographique et télévisuelle au Canada a généré 240 760 emplois directs et indirects en 2021-2022, soit une hausse de 10,5 % comparativement à 2020-2021.
- L'apport total de la production cinématographique et télévisuelle au Canada au PIB a augmenté de 21,2 %, passant de 11,33 milliards de dollars à 13,73 milliards de dollars en 2021-2022.
- L'ensemble de la chaîne de valeur du secteur du contenu sur écran (incluant la production télévisuelle et cinématographique, la distribution, la présentation en salles, la télédiffusion et la distribution de radiodiffusion) fournit du travail à quelque 337 610 personnes au Canada, des revenus du travail de 16,68 milliards de dollars et une contribution de 23,35 milliards de dollars au PIB (y compris les retombées directes et indirectes).

¹ En raison du nombre réduit d'exercices présentant des données sur la production de contenu d'abord diffusé en ligne et la production destinée exclusivement à la diffusion en ligne, les statistiques compilées pour ces deux segments ont été combinées à celles sur la production télévisuelle canadienne. La production de contenu d'abord diffusé en ligne englobe le contenu audiovisuel destiné aux plateformes en ligne, mais qui est également diffusé sur des plateformes traditionnelles comme la télévision, des écrans de cinéma ou distribués sur disque Blu-ray ou DVD. Cette catégorie comprend aussi le contenu audiovisuel qui au cours de la période de deux ans qui commence dès que la production est achevée est diffusé exclusivement sur l'un des nombreuses plateformes en ligne reconnues par le BCPAC dans l'[Avis public du BCPAC 2017-01](#). Selon le BCPAC, le volume total de la production de contenu d'abord diffusé en ligne s'est chiffré à 181 millions de dollars en 2018-2019, à 150 millions de dollars en 2019-2020, à 168 millions de dollars en 2020-2021 et à 80 millions de dollars en 2021-2022. Pour en savoir plus, consultez l'encadré 2.

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

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

L'industrie canadienne de la production cinématographique et télévisuelle a connu une solide reprise en 2021-2022, à la suite des effets de la pandémie de COVID-19. Le **volume total de la production cinématographique et télévisuelle** a fait un bond sans précédent de 28 % en 2021-2022 pour atteindre un nouveau record de 11,69 milliards de dollars (tableau 1-1). L'industrie a ajouté plus de 2,56 milliards de dollars en dépenses de production, ce qui a entraîné une hausse de 21,8 % par rapport au record précédent de 9,60 milliards de dollars en 2019-2020. Chaque secteur de l'industrie canadienne de la production cinématographique et télévisuelle a contribué à cette croissance, mais les contributions les plus importantes provenaient de la catégorie production étrangère et services de production et de la production télévisuelle canadienne.

L'inflation des coûts de production (y compris les coûts d'atténuation des effets de la COVID-19 sur les productions cinématographiques et télévisuelles) ainsi que l'inflation générale des salaires et des prix dans l'ensemble de l'économie canadienne ont contribué, en partie, à l'augmentation du volume de production; bien que les statistiques sur le nombre de projets indiquent que la hausse du volume en 2021-2022 était également fortement liée à une activité de production accrue (tableaux 3-2, 4-2 et 6-2).

La **production télévisuelle canadienne** a augmenté de 38,9 % pour atteindre un chiffre record de 3,51 milliards de dollars en 2021-2022 (tableau 1-1). Une combinaison du financement temporaire lié à la COVID-19, de l'inflation des coûts et de la reprise de la mise en service par les diffuseurs canadiens a contribué à soutenir la croissance en 2021-2022. En fait, le CRTC a exigé des diffuseurs canadiens privés (appartenant à un grand groupe de propriétaires) qu'ils rattrapent, avant le 31 août 2023, leurs dépenses de production canadienne non-engagées pendant la pandémie⁴.

La hausse de la production télévisuelle canadienne a été, dans l'ensemble, généralisée avec une augmentation de la production dans tous les types de production, sur tous les marchés linguistiques et pour tous les genres. Les seules exceptions notables ont été la production d'œuvres jeunesse en français, qui a diminué tandis que la production d'œuvres jeunesse en anglais a augmenté; et la production d'œuvres d'animation (dans les deux langues), qui a également diminué (tableau 3-10). En effet, il semble que l'augmentation de la production d'œuvres jeunesse en anglais soit en grande partie attribuable à des niveaux plus élevés de production d'action réelle, puisque la production d'œuvres d'animation a été plus faible en 2021-2022.

La **production canadienne de longs métrages cinématographiques** a également connu une bonne reprise après le ralentissement dû à la pandémie. Son volume a augmenté de 43,8 % pour atteindre son plus haut niveau en 10 ans, soit 387 millions de dollars. Comme dans le secteur de la télévision, les hausses de production de longs métrages cinématographiques ont été partagées sur les deux marchés linguistiques, mais plus prononcées sur celui des œuvres en français, où le volume a augmenté de 64,7 % pour atteindre un record historique de 141 millions de dollars (tableau 4-1).

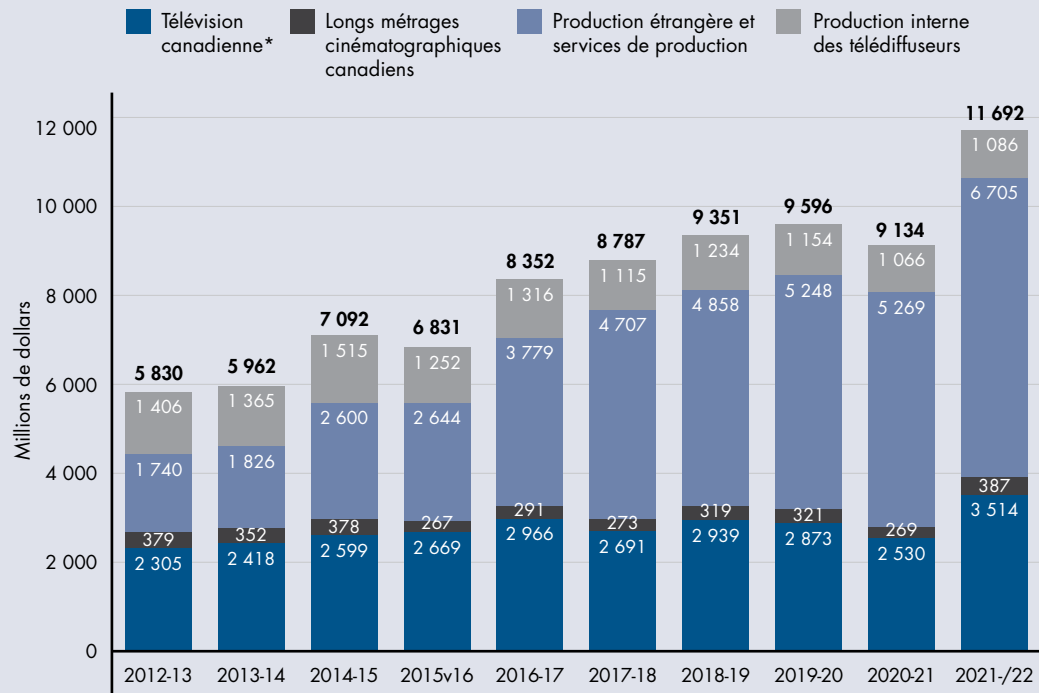
Le secteur de la catégorie **production étrangère et services de production** a été la plus importante source de croissance en 2021-2022. Le volume de ce secteur a augmenté de 27,3 % pour atteindre un record de 6,71 milliards de dollars. La croissance a été de 1,44 milliard de dollars en une seule année, ce qui représente 56 % de la croissance globale de la production cinématographique et télévisuelle au Canada, qui s'élève à 2,58 milliards de dollars. La production de séries télévisées étrangères au Canada a été relativement stable en 2021-2022; la croissance est plutôt attribuable au volume de production de téléfilms, d'émissions spéciales et d'émissions d'un seul épisode qui a été multiplié par quatre (tableau 6-1). La production de longs métrages étrangers a également été plus élevée en 2021-2022. D'un point de vue régional, toutes les provinces ayant une activité de production étrangère et services de production en 2020-2021 ont connu une croissance en 2021-2022; dans certains cas, à des taux très importants (tableau 6-4).

La **production interne des télédiffuseurs** s'est également remise de son ralentissement dû à la pandémie de COVID-19, augmentant de 1,9 % en 2021 (tableau 1-1). La production interne d'émissions de sports a continué de diminuer en 2021, mais les niveaux plus élevés de dépenses en émissions de nouvelles et autres genres (c.-à-d. autres que les nouvelles et les sports), en particulier sur les services facultatifs, ont contribué à l'augmentation du volume dans ce secteur (tableaux 7-1 et 7-2).

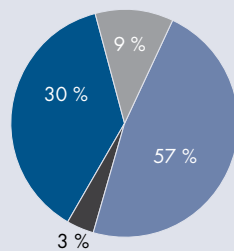
⁴ CRTC (2021a), « Décision de radiodiffusion CRTC 2021-274 : Allègement réglementaire pour les radiodiffuseurs canadiens privés dans le contexte de la pandémie de COVID-19 », 12 août 2021.

PRODUCTION CINÉMATOGRAPHIQUE ET TÉLÉVISUELLE AU CANADA

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



Part
2021-22



Taux de croissance annuel moyen

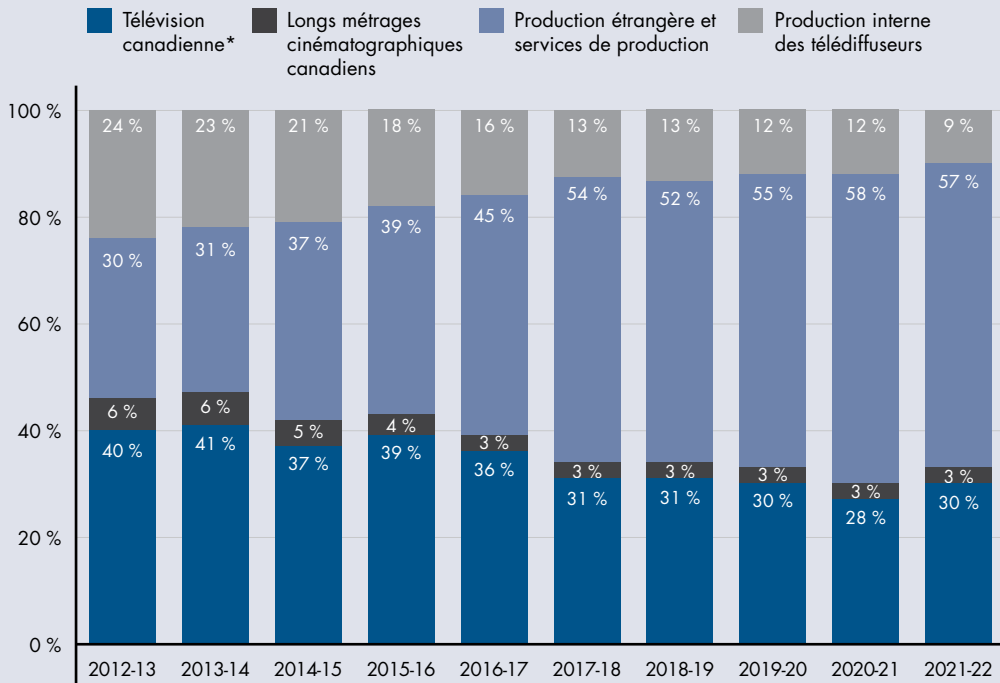
Secteur	2021/22	2012-13 à 2021-22
Télévision canadienne*	38,9 %	4,8 %
Longs métrages cinématographiques canadiens	43,8 %	0,2 %
Production étrangère et services de production	27,3 %	16,2 %
Production interne des télédiffuseurs	1,9 %	(2,8 %)
Moyenne : tous secteurs confondus	28,0 %	8,0 %

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

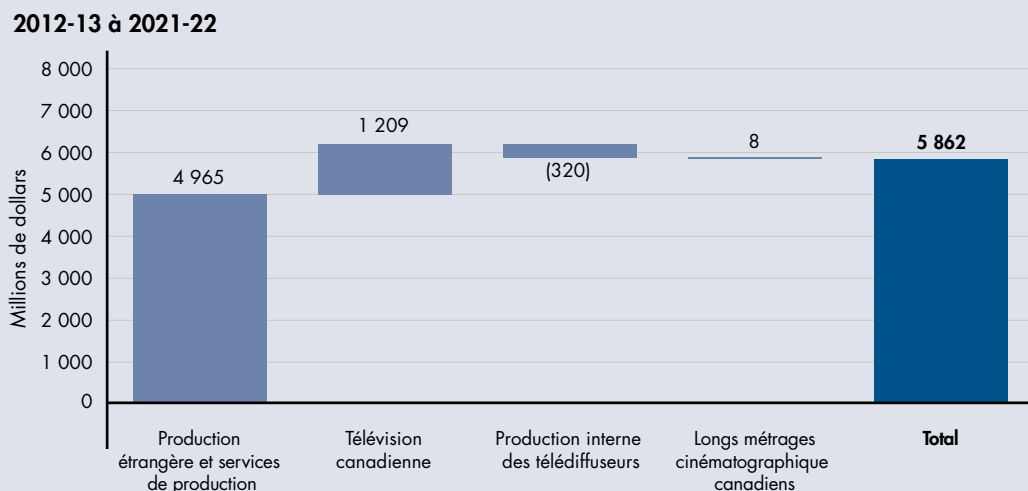
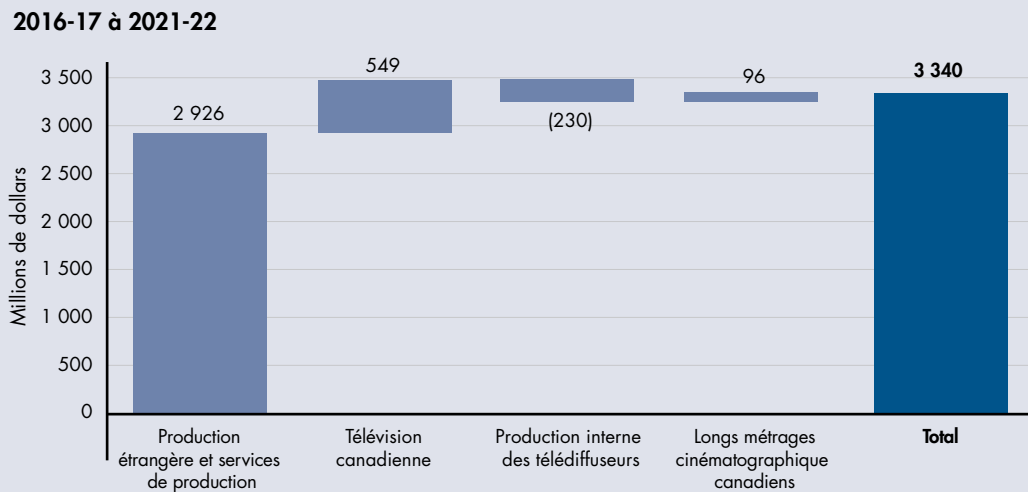
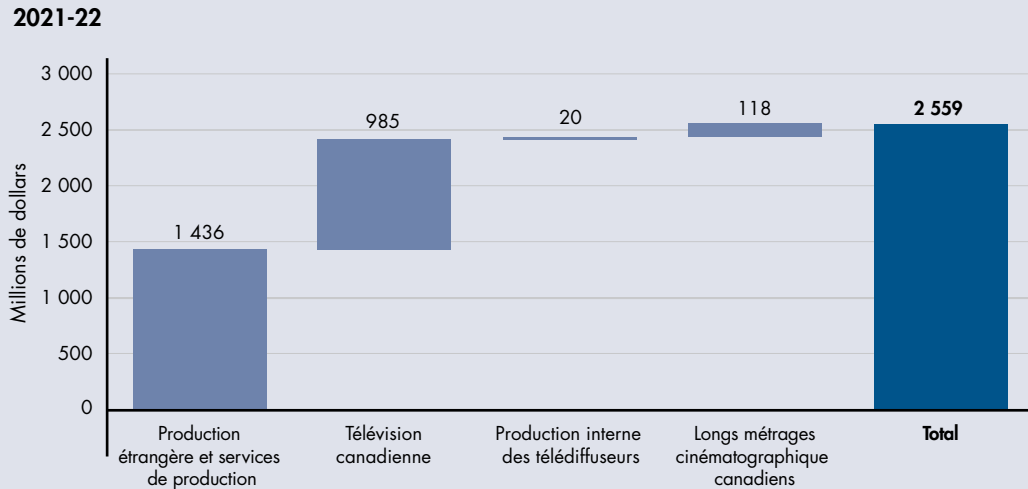
Remarque : Les chiffres ayant été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre au total indiqué.

* Comprend le contenu audiovisuel d'abord diffusé en ligne ainsi que le contenu audiovisuel pour « diffusion en ligne exclusivement », soit le contenu qui, au cours de la période de deux ans qui commence dès que la production est achevée, a été diffusé exclusivement sur l'une des plateformes en ligne reconnues par le BCPAC dans l'Avis public du BCPAC 2017-01. Selon le BCPAC, le volume total de la production de contenu d'abord diffusé en ligne s'est chiffré à 181 millions de dollars en 2018-2019, à 150 millions de dollars en 2019-2020, à 168 millions de dollars en 2020-2021 et à 80 millions de dollars en 2021-2022.

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



Sources : Estimations fondées sur les données du BCPAC, du CRTC, de CBC/Radio-Canada et de l'Association des agences provinciales de financement.
Remarque : Les chiffres ayant été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre au total indiqué.

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

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

RÉGION

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

(millions de dollars)	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	Part pour 2021-22
Ontario	2 439	2 439	2 769	2 750	3 016	2 891	3 229	3 652	3 134	3 873	33 %
Colombie-Britannique	1 605	1 618	2 243	2 133	2 957	3 556	3 452	2 919	3 331	3 684	32 %
Québec	1 351	1 280	1 582	1 429	1 759	1 761	2 003	2 325	2 101	3 019	26 %
Provinces des Prairies et territoires*	273	429	377	361	429	395	525	541	413	868	7 %
Canada atlantique**	163	196	120	157	193	183	141	159	155	249	2 %
Total	5 830	5 962	7 092	6 831	8 352	8 787	9 351	9 596	9 134	11 692	100 %

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

Remarque : Les statistiques publiées par les agences provinciales de financement peuvent différer de celles qui figurent dans *Profil 2022*. Se reporter aux *Remarques méthodologiques* pour plus de détails. Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis.

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

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

INVESTISSEMENTS ÉTRANGERS DANS LA PRODUCTION

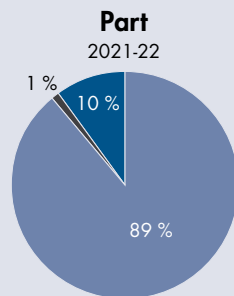
Les investissements étrangers dans la production (IEP) sont en fait l'apport financier étranger à l'industrie canadienne de la production cinématographique et télévisuelle. Ils se composent des préventes et des avances de distribution à l'étranger pour toutes les productions qui sont certifiées par le BCPAC, d'une estimation des préventes et avances de distribution pour les productions non certifiées par le BCPAC et la valeur totale de la production étrangère et des services de production au Canada⁵. L'IEP comprend également le financement des distributeurs canadiens de films canadiens et les programmes de télévision, car ils récupèrent souvent ce financement en licenciant le contenu dans des territoires non canadiens.

Les revenus tirés de la distribution d'œuvres cinématographiques et télévisuelles canadiennes à des diffuseurs et distributeurs étrangers ne sont pas comptabilisés dans les investissements étrangers. Toutefois, selon les données publiées par Statistique Canada (présentées à la section 8), la distribution de contenu canadien a produit 100 millions de dollars de plus en 2021 (tableau 8-2)

Les investissements étrangers servent principalement à la production de contenu en anglais. En effet, sur les 874 millions de dollars d'investissements étrangers liés au contenu canadien en 2021-2022, le contenu en français ne représentait que 38 millions de dollars (voir les données des tableaux 3-17c et 4-7c).

⁵ Dans le cas des coproductions audiovisuelles régies par des traités, les données employées pour estimer les investissements étrangers ne comprennent que la participation canadienne. La participation étrangère au budget de ces œuvres n'est pas comptabilisée dans les investissements étrangers. Les coproductions audiovisuelles régies par des traités ne s'ajoutent aux investissements étrangers que si la participation canadienne s'y rapportant comprend des préventes ou des avances de distribution à l'étranger.

Tableau 1-5 Investissements étrangers dans la production au Canada



Taux de croissance annuel moyen

Secteur	2021/22	2012-13 à 2021-22
Télévision canadienne*	15,5 %	6,9 %
Longs métrages cinématographiques canadiens	(14,2 %)	(3,0 %)
Production étrangère et services de production	27,3 %	16,2 %
Moyenne : tous secteurs confondus	25,2 %	14,3 %

Sources : Estimations fondées sur les données du BCPAC et de l'Association des agences provinciales de financement.

Remarque : Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis. Se reporter aux Remarques méthodologiques pour la description de l'investissement étranger à la production. Exclut la production de contenu en ligne canadienne.

APPORT À L'EMPLOI ET À L'ÉCONOMIE

Production cinématographique et télévisuelle

Tableau 1-6 Nombre d'emplois (nombre de personnes) créés par la production cinématographique et télévisuelle au Canada

	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22
Production télévisuelle canadienne					
Directs	40 130	42 500	45 570	38 700	46 800
Indirects	31 810	32 590	29 570	23 410	27 220
Total	71 940	75 090	75 140	62 110	74 020
Production de longs métrages cinématographiques canadiens					
Directs	4 110	4 580	5 160	4 140	5 220
Indirects	3 250	3 580	3 360	2 460	3 020
Total	7 360	8 160	8 520	6 600	8 240
Production étrangère et services de production					
Directs	70 150	70 150	83 130	80 460	89 280
Indirects	55 660	53 870	53 980	48 720	51 860
Total	125 810	124 020	137 110	129 180	141 140
Production interne des télédiffuseurs					
Directs	11 760	12 660	11 540	10 080	8 960
Indirects	13 220	13 660	11 870	9 860	8 400
Total	24 980	26 320	23 410	19 940	17 360
Total général					
Directs	126 150	129 890	145 400	133 380	150 260
Indirects	103 940	103 700	98 780	84 450	90 500
Total	230 090	233 590	244 180	217 830	240 760

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

Remarque : Les estimations du nombre de personnes ne sont disponibles qu'à compter de 2015-2016. Se reporter aux *Remarques méthodologiques* pour la description de la méthodologie d'estimation des emplois.

Tableau 1-7 Incidence de la production cinématographique et télévisuelle au Canada sur le revenu du travail et le PIB

	2020-21			2021-22		
	Directs	Dérivés	Total	Directs	Dérivés	Total
Revenu du travail (M\$)						
Production de contenu canadien						
Production télévisuelle canadienne	1 442	1 096	2 538	2 003	1 371	3 374
Production de longs métrages cinématographiques canadiens	154	115	269	221	152	373
Total partiel	1 596	1 211	2 807	2 224	1 523	3 747
Production étrangère et services de production	3 003	2 283	5 286	3 822	2 612	6 434
Production interne des télédiffuseurs	608	462	1 070	619	423	1 042
Total général	5 207	3 956	9 163	6 665	4 558	11 223
PIB (M\$)						
Production de contenu canadien						
Production télévisuelle canadienne	1 493	1 633	3 126	2 074	2 043	4 117
Production de longs métrages cinématographiques canadiens	159	173	331	228	227	455
Total partiel	1 652	1 805	3 457	2 302	2 270	4 572
Production étrangère et services de production	3 109	3 401	6 510	3 956	3 892	7 847
Production interne des télédiffuseurs	629	730	1 359	641	668	1 309
Total général	5 390	5 936	11 326	6 889	6 830	13 729

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

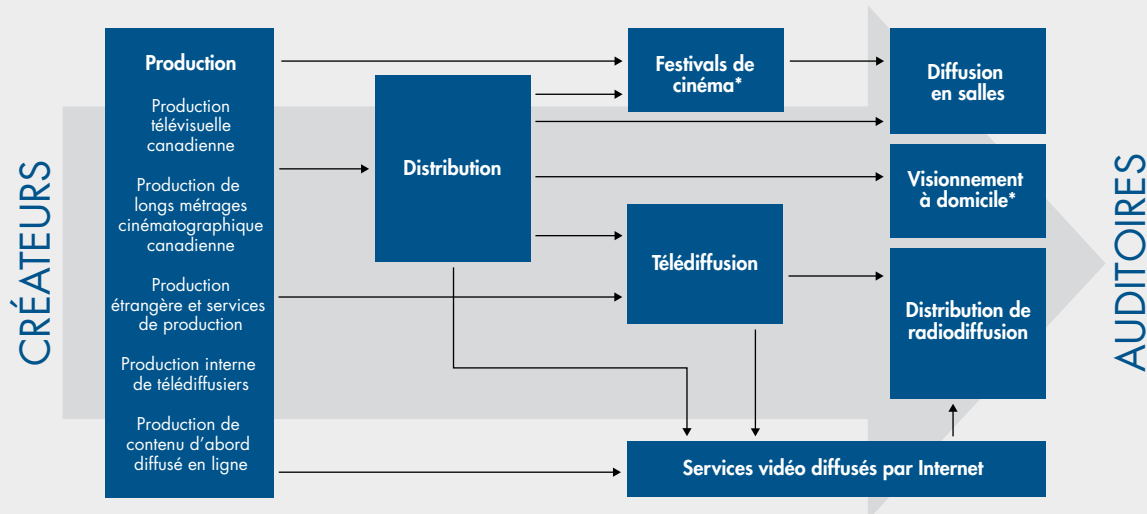
Remarque : Se reporter aux *Remarques méthodologiques* pour la description de la méthodologie.

Chaîne de valeur du secteur du contenu sur écran

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

- Le secteur de la distribution au Canada a généré 5 490 emplois, 298 millions de dollars de revenus du travail et a contribué au PIB à hauteur de 495 millions de dollars en 2021 (année la plus récente de données publiées).
- Le secteur de la présentation en salles a généré 16 820 emplois, des revenus du travail de 528 millions de dollars et une contribution de plus de 986 millions de dollars au PIB en 2022.
- Le secteur de la télédiffusion a généré 19 170 emplois, des revenus du travail de 1,40 milliard de dollars et une contribution de 2,88 milliards de dollars au PIB en 2021.
- Le secteur de la distribution de radiodiffusion a créé 55 370 emplois, produit des revenus du travail de 3,23 milliards de dollars et contribué à hauteur de plus de 5,25 milliards de dollars au PIB en 2021.

Encadré 1 Chaîne de valeur du secteur du contenu sur écran



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

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

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

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

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

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

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

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

La combinaison des estimations des retombées économiques pour 2021-2022, de l'année de diffusion 2021 et de l'année civile 2022 (ou l'année la plus récente de données publiées) montre que la chaîne de valeur du secteur du contenu sur écran a généré plus de 337 160 emplois, des revenus du travail de 16,68 milliards de dollars et une contribution au PIB de 23,35 milliards de dollars pour l'économie canadienne (retombées directes et indirectes).

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

	Directs	Indirects	Total
Emplois			
Production cinématographique et télévisuelle (2021-2022)	150 260	90 500	240 760
Distribution (2021*)	810	4 680	5 490
Présentation (2022)	8 800	8 020	16 820
Diffusion** (2021)	5 630	13 540	19 170
Distribution de radiodiffusion (2021)	28 300	27 070	55 370
Total	193 800	143 810	337 610
Revenu du travail (M\$)			
Production cinématographique et télévisuelle (2021-2022)	6 665	4 558	11 223
Distribution (2021*)	98	200	298
Présentation (2022)	168	360	528
Diffusion** (2021)	695	707	1 402
Distribution de radiodiffusion (2021)	2 075	1 152	3 227
Total	9 700	6 977	16 677
PIB (M\$)			
Production cinématographique et télévisuelle (2021-2022)	6 899	6 830	13 729
Distribution (2021*)	145	350	495
Présentation (2022)	318	668	986
Diffusion** (2021)	1 757	1 126	2 883
Distribution de radiodiffusion (2021)	3 188	2 065	5 253
Total	12 307	11 040	23 347

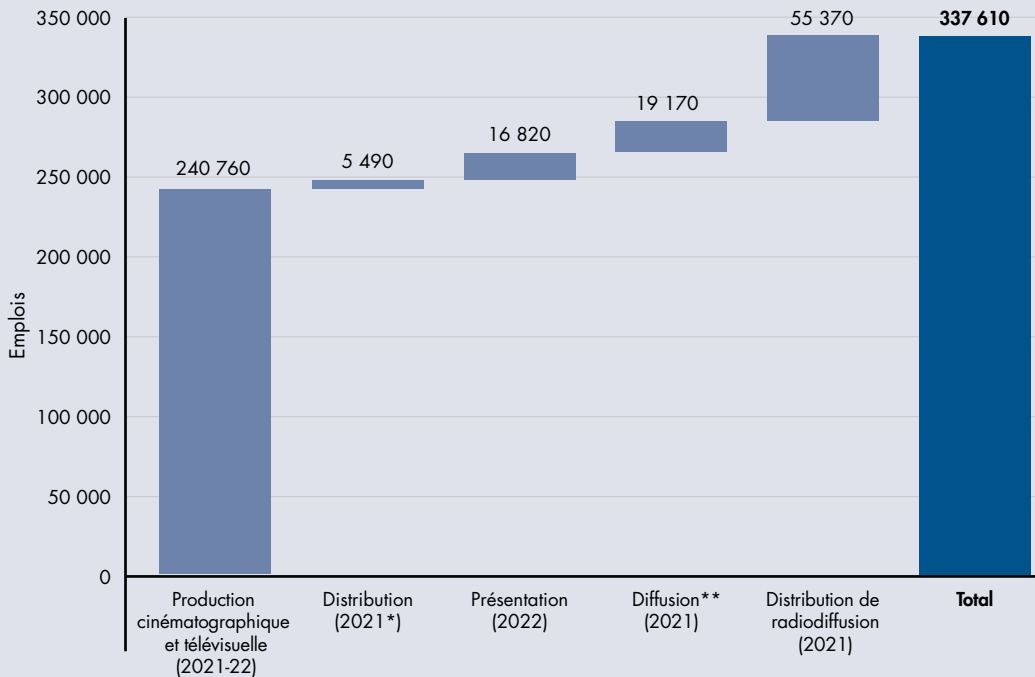
Sources : Estimations fondées sur les données du BCPAC, du CRTC, de CBC/Radio-Canada, de l'Association des agences provinciales de financement, des syndicats et guildes, de Statistique Canada, du Conference Board du Canada, de l'Association des cinémas du Canada et de Cineplex Divertissement.

* Année la plus récente de données publiées

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

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

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

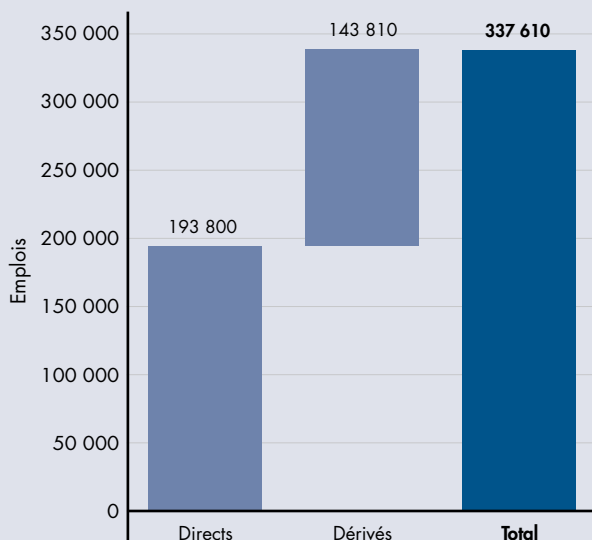


Sources : Estimations fondées sur les données du BCPAC, du CRTC, de CBC/Radio-Canada, de l'Association des agences provinciales de financement, des syndicats et guildes, de Statistique Canada, du Conference Board du Canada, de l'Association des cinémas du Canada et de Cineplex Divertissement.

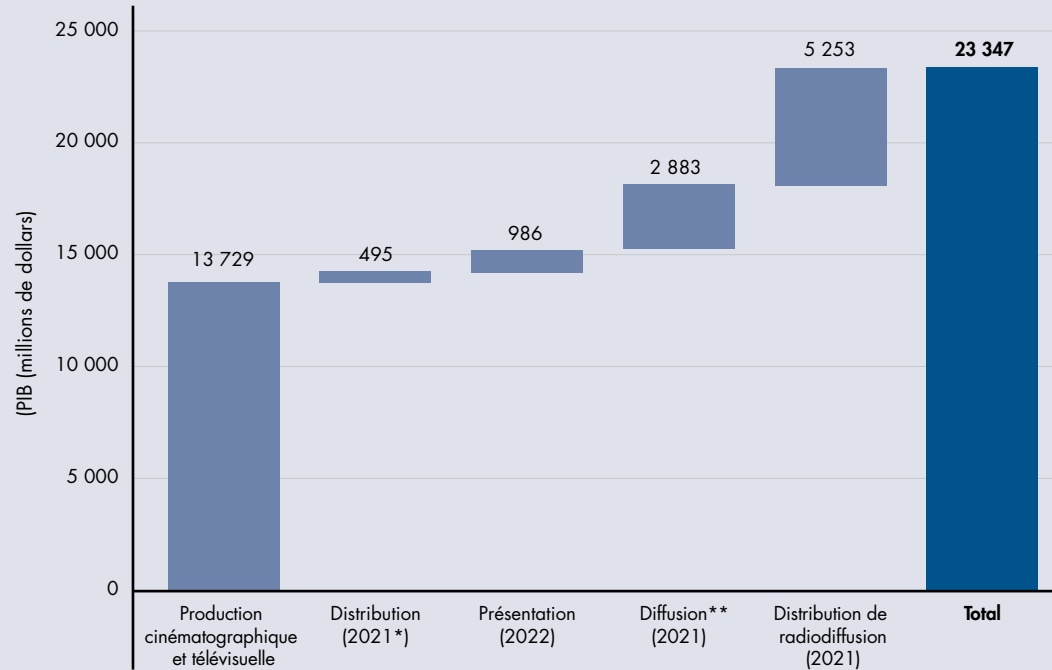
* Année la plus récente de données publiées

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

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



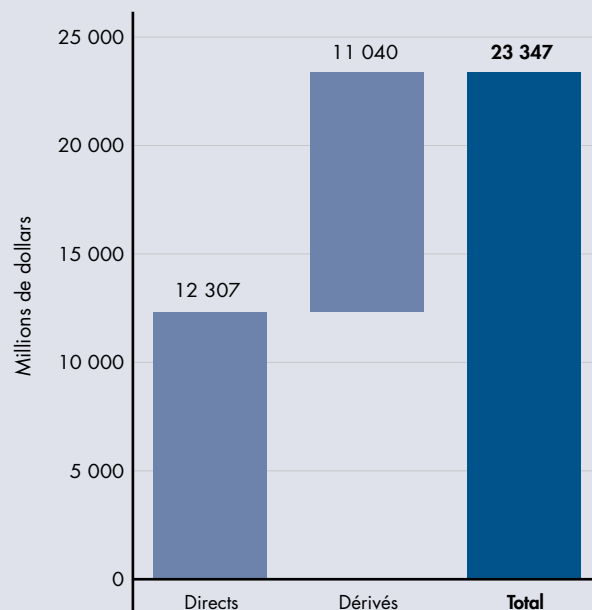
Sources : Estimations fondées sur les données du BCPAC, du CRTC, de CBC/Radio-Canada, de l'Association des agences provinciales de financement, des syndicats et guildes, de Statistique Canada, du Conference Board du Canada, de l'Association des cinémas du Canada et de Cineplex Divertissement.

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

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

* Année la plus récente de données publiées

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

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

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

2. Production de contenu canadien

La production de contenu canadien comprend toutes les œuvres produites par des sociétés de production canadiennes pour le petit et le grand écran et certifiées par le Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens (BCPAC) ou par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), et le contenu audiovisuel diffusé d'abord sur les plateformes en ligne. La plus grande partie de ce contenu canadien est produit par des maisons de production indépendantes. Cependant, des maisons affiliées à un diffuseur ont aussi produit du contenu canadien⁶.

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

Le secteur de la production de contenu canadien a connu une augmentation très importante de la production en 2021-2022, comme l'indiquent les statistiques de cette section. Toutefois, il est important de noter que ces augmentations reflètent la reprise de l'activité de production par rapport aux baisses dues à la pandémie qui ont été enregistrées en 2020-2021. L'augmentation de la production télévisuelle canadienne, en particulier, est en partie attribuable au rétablissement par les grands télédiffuseurs canadiens privés de leurs niveaux de dépenses de production canadienne et à l'obligation établie par le CRTC de rattraper, avant le 31 août 2023, leurs dépenses sous-utilisées pendant la pandémie⁷. L'augmentation de la production de longs métrages cinématographiques a quant à elle été, en partie, appuyée par l'octroi par le gouvernement fédéral de 105 millions de dollars supplémentaires (sur trois ans) à Téléfilm Canada.

Faits saillants de 2021-2022



- Le volume de la production de contenu canadien a augmenté de 39,4 % pour atteindre 3,90 milliards de dollars.
- La production d'œuvres en français a augmenté de 44 % pour atteindre 1,24 milliard de dollars.
- La production de contenu en anglais s'est⁸ accrue de 37,4 % pour atteindre 2,66 milliards de dollars.
- Le volume des œuvres de fiction produites a augmenté de 44,7 % pour un total de 2,13 milliards de dollars.
- Le volume de la production de contenu jeunesse a augmenté de 17,5 % pour atteindre 534 millions de dollars.
- Le volume de documentaires produits s'est accru de 59 % pour passer à 531 millions de dollars.
- Le volume de la production dans les catégories mode de vie et intérêt général⁹ s'est établi à 547 millions de dollars après une hausse de 43,3 %.
- Le volume de la production dans la catégorie des variétés et des arts de la scène a augmenté de 2,2 % pour atteindre 162 millions de dollars.



- Le volume de la production d'œuvres d'animation a reculé à 226 millions de dollars, soit une baisse de 22,6 %.

⁶ 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.

⁷ CRTC (2021a).

⁸ Comprend les œuvres tournées en français et en anglais simultanément ou dans une autre langue, et qui représentent moins d'un pour cent du volume total de production de contenu canadien de 2011-2012 à 2019-2020. En raison du faible volume de production dans cette catégorie, les données ne peuvent être divulguées pour des questions de confidentialité.

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

La pandémie de COVID-19 a entraîné une baisse de 12,4 % du volume total de la production de contenu canadien en 2020-2021 (tableau 2-1). Toutefois, en 2021-2022, la production de contenu canadien a connu une solide reprise qui a entraîné un volume record nettement supérieur au niveau d'avant la pandémie de 2019-2020. Qui plus est, le rebond de 2021-2022 a été très généralisé, avec des hausses similaires dans la production télévisuelle canadienne et de longs métrages cinématographiques canadiens, et sur chacun des marchés des langues officielles. En fait, le seul type de production de contenu canadien à avoir connu une baisse en 2021-2022 était la production d'œuvres d'animation.

Dans l'ensemble, le volume total de la production de contenu canadien a augmenté de 39,4 % en 2021-2022 pour atteindre un volume record de 3,90 milliards de dollars (tableau 2-1). Il s'agissait d'une hausse de 22,1 % par rapport au niveau d'avant la pandémie de 2019-2020 et de 19,7 % par rapport au record précédent de 3,26 milliards de dollars enregistré en 2018-2019.

Après avoir connu une baisse de 12 % en 2020-2021, la production télévisuelle canadienne s'est redressée de 38,9 % en 2021-2022 pour terminer l'année à un volume record de 3,51 milliards de dollars (tableau 2-1). Comme il est expliqué à la section 3, le rétablissement des dépenses des diffuseurs canadiens en production canadienne combiné à une injection de fonds d'urgence à court terme liés à la COVID-19 pour le secteur de l'audiovisuel a entraîné une augmentation importante de la production de séries télévisées sur les deux marchés linguistiques et particulièrement dans le genre fiction.

La production de longs métrages cinématographiques canadiens a également affiché sa meilleure année à ce jour, avec une hausse de 43,8 % après la pandémie de COVID-19 (tableau 2-1). Comme il est indiqué à la section 4, les deux marchés linguistiques ont connu de bonnes hausses du volume de la production, bien que le taux de croissance ait été environ deux fois plus rapide pour la production de longs métrages cinématographiques en français (64,7 %) que pour la production de longs métrages cinématographiques en anglais (34,1 %).

La production de contenu canadien en français a augmenté de 44 % pour atteindre un chiffre historique de 1,24 milliard de dollars en 2021-2022 (tableau 2-2). Alors que la production de contenu canadien en anglais a augmenté de 37,4 % pour atteindre un chiffre historique de 2,66 milliards de dollars.

Le genre fiction a été le principal contributeur à l'augmentation de 1,10 milliard de dollars de la production de contenu canadien en 2021-2022. Le volume de production dans ce genre a augmenté de 657 millions de dollars, ce qui représente près de 60 % de la hausse globale (tableau 2-3). Le genre documentaire était le deuxième plus important contributeur. La hausse de la production télévisuelle d'œuvres documentaires et les niveaux plus élevés de production de longs métrages documentaires ont entraîné une augmentation globale du volume de la production d'œuvres documentaires de 197 millions de dollars, ce qui représente 17,9 % de la hausse globale de la production de contenu canadien.

Les catégories mode de vie et intérêt général (165 millions de dollars) ainsi que les œuvres jeunesse (80 millions de dollars) ont également grandement contribué à la hausse globale en 2021-2022. Toutefois, dans le cas des œuvres jeunesse, la hausse était entièrement attribuable à une augmentation de la production télévisuelle de contenu en anglais (tableau 3-8), et était probablement concentrée dans la production d'action réelle plutôt que dans les œuvres d'animation. Le genre variété et arts de la scène n'a toutefois affiché qu'une hausse de 4 millions de dollars, soit 2,2 %. Cela reflétait probablement la lente reprise de la programmation devant un public après la pandémie.

Comme il a été mentionné précédemment, la production d'œuvres d'animation est le seul type de production de contenu canadien qui a connu une baisse en 2021-2022, avec une diminution de 22,6 % pour atteindre 226 millions de dollars, soit son niveau le plus bas depuis 2013-2014 (tableau 2-7). La production d'œuvres d'animation pour la télévision a reculé de 13 millions de dollars, ou 5,9 %, pour atteindre 209 millions de dollars. C'est toutefois la baisse de la production d'œuvres d'animation présentées en salles (passant du plus haut niveau en 10 ans, soit 70 millions de dollars en 2020-2021, à 17 millions de dollars), qui a vraiment entraîné la baisse globale.

La baisse de la production d'œuvres d'animation au Canada en 2021-2022 a marqué une seconde année consécutive de recul. En effet, après avoir atteint son plus haut niveau en 10 ans, soit 411 millions de dollars juste avant la pandémie en 2019-2020, le volume annuel d'œuvres d'animation a chuté de 45 %, la production d'animation télévisuelle ayant chuté de près de 43,2 %. Cette baisse récente de la production d'œuvres d'animation canadienne reflète probablement le délaissement progressif des plateformes réglementées comme les services de télévision facultatifs canadiens par le jeune public, ce qui réduit la capacité de ces services de télévision canadiens à commander du contenu d'animation canadien original. En effet, selon les statistiques publiées par le CRTC, les revenus totaux et les dépenses de production canadienne de cinq des plus importants services de télévision facultatifs pour jeune public au Canada (c.-à-d., YTV, Treehouse TV, VRAK, Nickelodeon, YOOPA) ont diminué d'environ un tiers entre les années de diffusion 2017 et 2021¹⁰.

Les répercussions négatives de la pandémie sur les revenus publicitaires et les conditions d'affaires au sein du secteur canadien de la diffusion sont manifestes d'après le profil de financement de la production de contenu canadien en 2020-2021. En particulier, la baisse de valeur des droits de licence des diffuseurs canadiens privés reflète la réduction des investissements du secteur dans les nouvelles émissions. Les statistiques de financement pour 2021-2022 indiquent toutefois que les diffuseurs canadiens ont rapidement rétabli leurs investissements dans la production de contenu canadien. Les droits de licence des diffuseurs canadiens privés pour le contenu canadien ont plus que doublé en 2021-2022 pour atteindre environ 577 millions de dollars (tableau 2-10). Les droits de licence des diffuseurs canadiens publics ont augmenté de 24,1 %. Le financement des distributeurs canadiens et de sources étrangères s'est également redressé en 2021-2022, mais seulement à son niveau d'avant la pandémie en 2019-2020.

Outre les crédits d'impôt fédéraux et provinciaux automatiques, les autres principales sources de financement qui ont contribué à alimenter la reprise post-pandémie sont les autres financements publics et privés. On estime que les financements publics ont augmenté de 132 millions de dollars en 2021-2022, en raison du financement de secours d'urgence à court terme lié à la COVID-19 pour le secteur audiovisuel mis en place par les gouvernements fédéral et provinciaux.

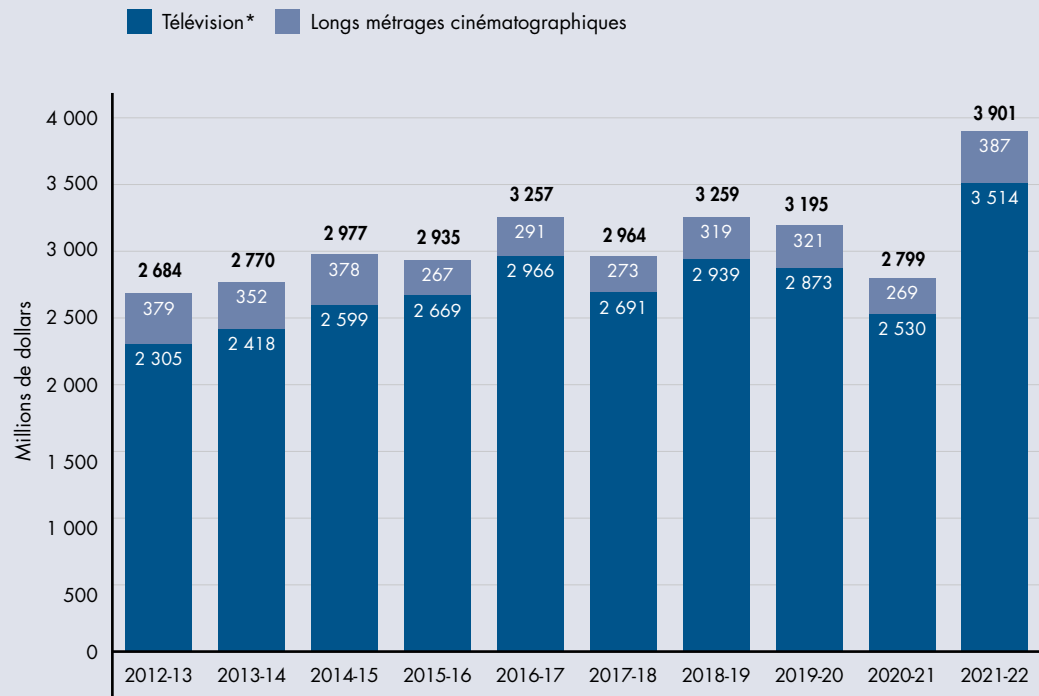
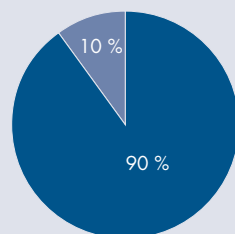
Le fait qu'une grande partie de la reprise du volume de la production en 2021-2022 ait été financée par les diffuseurs canadiens qui ont rattrapé leurs dépenses non-engagées à cause de la pandémie, ainsi que par le financement d'urgence à court terme suggère qu'il est fort probable que le taux de croissance et les niveaux de volume de production observés en 2021-2022 soient éphémères. À mesure que ces deux sources de financement s'atténueront ou même disparaîtront en 2022-2023, le volume de production de contenu canadien reculera probablement à un niveau inférieur; bien qu'il puisse encore être supérieur aux niveaux d'avant la pandémie.

Le financement supplémentaire provenant du programme d'Aide temporaire au secteur de l'audiovisuel du gouvernement du Québec et le Fonds d'indemnisation à court terme pour productions audiovisuelles canadiennes (FICT) du gouvernement fédéral ont également contribué à soutenir la forte reprise de la production télévisuelle canadienne et de longs métrages cinématographiques canadiens. Le FICT, en particulier, a permis aux producteurs canadiens de couvrir les risques financiers liés aux interruptions de tournages en raison de la COVID-19. Cela leur a permis d'obtenir des commandes de diffuseurs et d'avoir accès au financement de la production, afin qu'ils puissent reprendre leur production pendant la pandémie.

¹⁰ CRTC (2022a), *Services individuels facultatifs et sur demande : relevés statistiques et financiers, 2017-2021*. Les revenus combinés de YTV, Treehouse TV, VRAK et Nickelodeon sont passés de 97,2 millions de dollars en 2017 à 66,3 millions de dollars en 2021. Leurs dépenses de production canadienne combinées sont passées de 40,1 millions de dollars à 26,7 millions de dollars.

MOYEN DE DIFFUSION

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

Part
2021-22

Taux de croissance annuel moyen

Secteur	2021/22	2012-13 à 2021-22
Télévision*	38,9 %	4,8 %
Longs métrages cinématographiques	43,8 %	0,2 %
Moyenne : tous secteurs confondus	39,4 %	4,2 %

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

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

* Comprend le contenu audiovisuel d'abord diffusé en ligne ainsi que le contenu audiovisuel pour « diffusion en ligne exclusivement », soit le contenu qui, au cours de la période de deux ans qui commence dès que la production est achevée, a été diffusé exclusivement sur l'une des plateformes en ligne reconnues par le BCPAC dans l'Avis public du BCPAC 2017-01. Selon le BCPAC, le volume total de la production de contenu d'abord diffusé en ligne s'est chiffré à 181 millions de dollars en 2018-2019, à 150 millions de dollars en 2019-2020, à 168 millions de dollars en 2020-2021 et à 80 millions de dollars en 2021-2022. Il convient de noter que les statistiques sur la production de contenu d'abord diffusé en ligne n'intègrent pas l'ajustement des délais de demande du BCPAC.

Encadré 2 Production de contenu d'abord diffusé en ligne

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

Nous utilisons l'appellation « production de contenu d'abord diffusé en ligne » pour faire référence à ce type de production. La « production de contenu diffusé exclusivement en ligne » est un sous-groupe de la catégorie « production de contenu d'abord diffusé en ligne », qui comprend le contenu audiovisuel qui, au cours de la période de deux ans à compter de l'achèvement de la production, est diffusé exclusivement au Canada sur l'une des nombreuses plateformes en ligne reconnues par le BCPAC dans l'[Avis public du BCPAC 2017-01](#). En date du 7 octobre 2021, la liste compte 16 sites Web de diffuseurs autorisés (p. ex., CBC Gem (autrefois l'application CBC TV), ICI TOU.TV, aptn.ca CTV GO et VRAK.tv), deux services hybrides de vidéos sur demande (Club illico et Crave) et 38 autres services de vidéo en ligne (dont Netflix Canada, Amazon Prime Canada, iTunes Canada et 12 chaînes YouTube approuvées par le BCPAC).

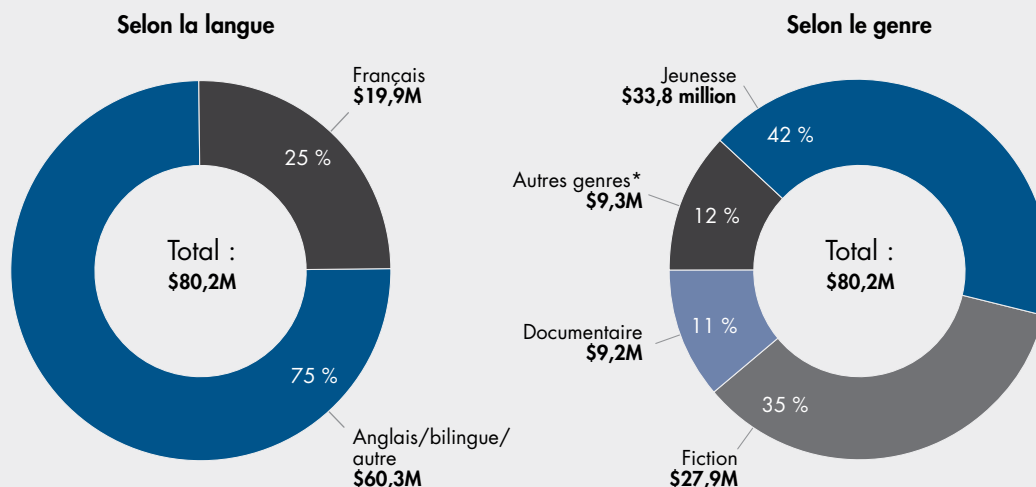
Volume et nombre de contenus audiovisuels canadiens en ligne

	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22
Volume (M\$)	68,9	181,3	149,8	167,6	80,2
Nombre de projets	100	136	97	109	103
Budget moyen (k\$)	689	1 333	1 544	1 538	779

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

Remarque : Les statistiques sur la production de contenu d'abord diffusé en ligne ne tiennent pas compte de l'ajustement des délais de demande du BCPAC.

Volume du contenu audiovisuel canadien diffusé exclusivement en ligne, 2021-2022

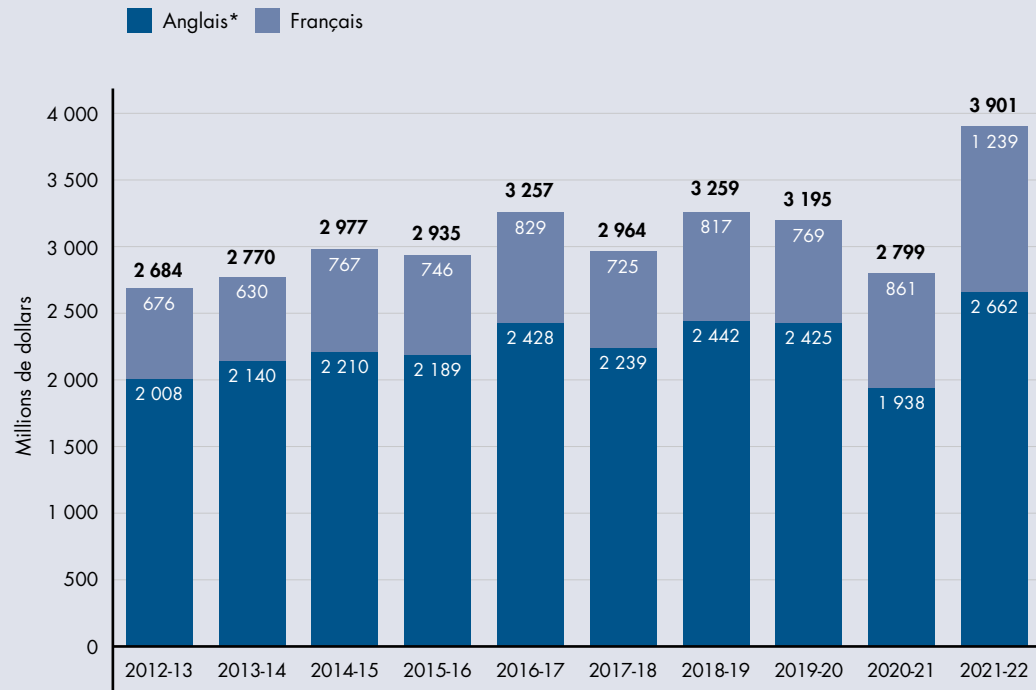


Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

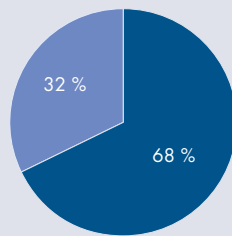
* Comprend le contenu d'intérêt général et sur le mode de vie, et le genre variété et arts de la scène. Les données sur les productions d'autres genres ont été combinées par souci de ne pas divulguer les montants propres aux différents projets.

LANGUE

Tableau 2-2 Volume total de la production de contenu canadien, par langue



Part
2021-22



Taux de croissance annuel moyen

Secteur	2021/22	2012-13 à 2021-22
Anglais*	37,4 %	3,2 %
Français	44 %	7,0 %
Moyenne : toutes langues confondues	39,4 %	4,2 %

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

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

* Comprend les données sur les œuvres tournées en français et en anglais simultanément ou dans une autre langue, et qui représentent moins d'un pour cent du volume total de production de contenu canadien de 2012-2013 à 2021-2022. En raison du faible volume de la production dans cette catégorie, les données ne peuvent être divulguées pour des questions de confidentialité.

GENRES

Tableau 2-3 Volume de la production de contenu canadien, par genre et moyen de diffusion*

(millions de dollars)	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22
Fiction										
Télévision	1 096	1 093	1 226	1 188	1 574	1 265	1 416	1 437	1 277	1 809
Longs métrages cinématographiques*	357	314	295	179	253	205	269	256	193	318
Total	1 453	1 407	1 521	1 366	1 827	1 470	1 685	1 693	1 470	2 127
Jeunesse										
Télévision	322	419	467	552	459	516	531	533	384	492
Longs métrages cinématographiques	14	29	74	76	29	50	31	55	71	42
Total	336	448	541	628	488	566	562	588	455	534
Documentaire										
Télévision	370	311	248	274	247	259	316	260	329	504
Longs métrages cinématographiques	7	8	7	10	10	19	19	10	5	27
Total	377	319	255	284	257	278	335	270	334	531
Mode de vie et intérêt général**										
Total	395	478	542	553	564	497	599	529	382	547
Variétés et arts de la scène										
Total	122	118	118	104	122	155	78	114	159	162

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

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

* En raison du faible nombre de productions dans les catégories mode de vie et intérêt général, et variétés et arts de la scène pour la distribution en salles, les volumes de 2016-2017 à 2021-2022 ont été combinés à ceux des œuvres de fiction.

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

Tableau 2-4 Nombre de projets de contenu canadien, par genre et moyen de diffusion, 2021-2022

	Fiction	Jeunesse	Documentaire	Mode de vie et intérêt général*	Variétés et arts de la scène	Tous les genres
Nombre						
Émissions de télévision	409	150	496	317	86	1 458
Longs métrages cinématographiques	109	9	30	0	0	148
Total	518	159	526	317	86	1 606
Part du total						
Émissions de télévision	79 %	94 %	94 %	100 %	100 %	91 %
Longs métrages cinématographiques	21 %	6 %	6 %	0 %	0 %	9 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

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

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

Tableau 2-5 Volume de la production de contenu canadien, par genre et langue, 2021-2022

	Fiction	Jeunesse	Documentaire	Mode de vie et intérêt général*	Variétés et arts de la scène	Tous les genres
(millions de dollars)						
Anglais**	1 553	408	398	253	50	2 662
Français	573	126	134	294	112	1 239
Total	2 127	534	531	547	162	3 901
Part du total						
Anglais**	73 %	76 %	75 %	46 %	31 %	68 %
Français	27 %	24 %	25 %	54 %	69 %	32 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

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

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

** Comprend les données sur les œuvres tournées en français et en anglais simultanément ou dans une autre langue, et qui représentent moins d'un pour cent du volume total de production de contenu canadien de 2011-2012 à 2021-2022. En raison du faible volume de la production dans cette catégorie, les données ne peuvent être divulguées pour des questions de confidentialité.

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

(millions de dollars)	Animation	2020-21 Prise de vue réelle	Total	Animation	2021-22 Prise de vue réelle	Total
Anglais**	250	24	274	207	180	387
Français	9	101	110	14	91	105
Total	259	125	384	221	271	492

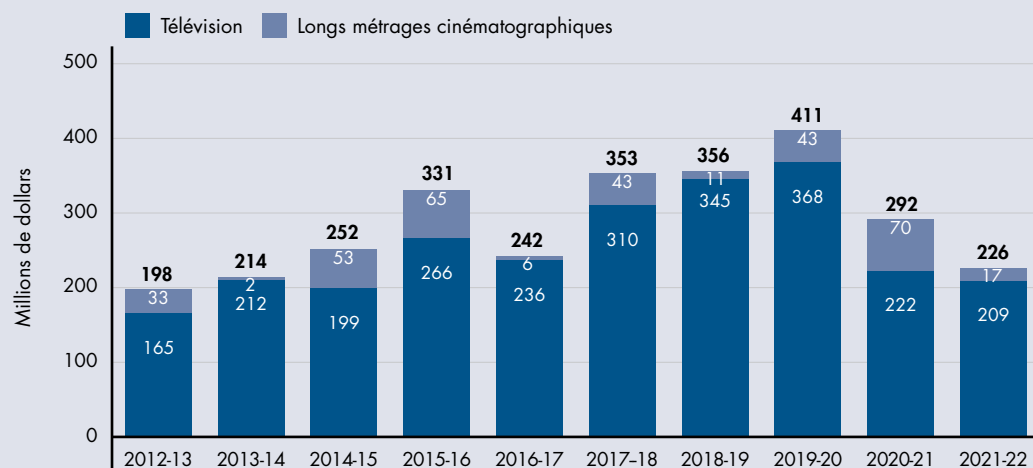
Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

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

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

** Comprend les données sur les œuvres tournées en français et en anglais simultanément ou dans une autre langue, et qui représentent moins d'un pour cent du volume total de production de contenu canadien de 2020-2021 à 2021-2022. En raison du faible volume de la production dans cette catégorie, les données ne peuvent être divulguées pour des questions de confidentialité.

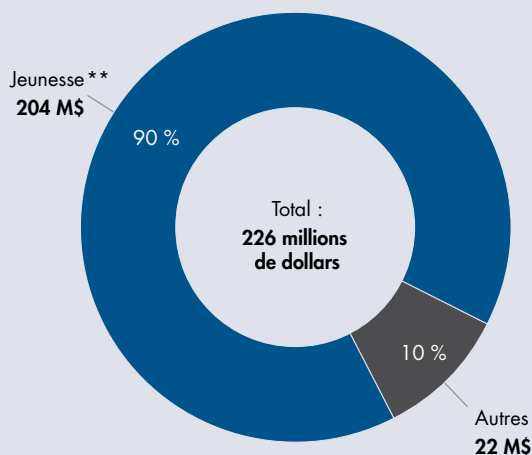
ŒUVRES D'ANIMATION

Tableau 2-7 Volume de la production d'œuvres d'animation canadienne

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

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

Tableau 2-8 Volume de la production d'œuvres d'animation au Canada, par genre, 2021-2022*



Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

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

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

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

RÉGION

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

(millions de dollars)	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	Part pour 2021-22
Ontario	1 229	1 225	1 340	1 376	1 405	1 410	1 559	1 489	1 137	1 629	42 %
Québec	846	842	977	869	1 048	838	936	911	932	1 341	34 %
Colombie-Britannique	425	435	470	463	549	430	549	484	532	641	16 %
Provinces des Prairies et territoires*	100	146	121	130	145	147	133	226	124	180	5 %
Canada atlantique**	84	122	70	98	111	139	81	84	74	112	3 %
Total	2 684	2 770	2 977	2 935	3 257	2 964	3 259	3 195	2 799	3 901	100 %

Sources : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

Remarque : Les données ci-dessus comprennent une estimation de la production d'émissions certifiées par le CRTC. Les statistiques publiées par les agences provinciales de financement peuvent différer de celles qui figurent dans *Profil 2022*. Veuillez-vous référer aux *Remarques méthodologiques* pour plus de détails. Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis.

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

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

FINANCEMENT

Tableau 2-10 Financement de la production de contenu canadien

	2017-18		2018-19		2019-20		2020-21		2021-22	
	Millions de dollars	%	Millions de dollars	%	Millions de dollars	%	Millions de dollars	%	Millions de dollars	%
Droits de licence des diffuseurs privés	375	13 %	406	12 %	403	13 %	284	10 %	577	15 %
Droits de licence des diffuseurs publics	347	12 %	337	10 %	328	10 %	361	13 %	448	11 %
Crédit d'impôt fédéral	301	10 %	324	10 %	314	10 %	278	10 %	396	10 %
Crédits d'impôt provinciaux	551	19 %	624	19 %	602	19 %	532	19 %	752	19 %
Distributeurs canadiens	337	11 %	395	12 %	358	11 %	332	12 %	356	9 %
Préventes et avances de distribution étrangère	460	16 %	448	14 %	513	16 %	451	16 %	519	13 %
Fonds des médias du Canada	260	9 %	262	8 %	276	9 %	281	10 %	289	7 %
Téléfilm Canada	67	2 %	70	2 %	68	2 %	38	1 %	78	2 %
Autre financement public*	98	3 %	167	5 %	143	4 %	103	4 %	235	6 %
Autre financement privé**	170	6 %	226	7 %	190	6 %	138	5 %	252	6 %
Total	2 964	100 %	3 259	100 %	3 195	100 %	2 799	100 %	3 901	100 %

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

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

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

Encadré 3 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. Les sociétés de production canadiennes reçoivent des crédits d'impôt en fonction de leurs dépenses de main-d'œuvre admissibles. Dans la plupart des cas, les crédits d'impôt sont investis directement dans les nouveaux projets afin d'en compléter le financement.

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

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

3. Production télévisuelle canadienne

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

La production télévisuelle se compose d'œuvres de différents genres, dont les suivants : fiction (drame et comédie), émissions jeunesse, documentaire, mode de vie et intérêt général, et variétés et arts de la scène. La production interne, qui englobe notamment les bulletins de nouvelles et les émissions de sport et d'affaires publiques réalisés par les diffuseurs canadiens, est exclue¹¹.

Le secteur de la production télévisuelle canadienne a connu une augmentation très importante de la production en 2021-2022, comme l'indiquent les statistiques de cette section. Toutefois, il est important de noter que ces augmentations reflètent la reprise de l'activité de production par rapport aux baisses dues à la pandémie en 2020-2021 et le rétablissement par les diffuseurs canadiens de leurs niveaux de dépenses en production canadienne et l'obligation établie par le CRTC de rattraper leurs dépenses non-engagées pendant la pandémie¹².

Faits saillants de 2021-2022



- Le volume de la production télévisuelle canadienne a augmenté par 38,9 % pour se chiffrer à 3,51 milliards de dollars.
- Le volume de la production de séries télévisées canadiennes a augmenté de 44,7 % pour un total de 2,96 milliards de dollars, et le nombre de séries produites est passé de 746 à 980.
- La production télévisuelle en anglais a augmenté de 37,3 %.
- Le volume de la production télévisuelle en français a augmenté de 41,7 %.
- Le volume de la production télévisuelle canadienne a augmenté dans tous les genres : fiction (41,7 %), jeunesse (28,3 %), documentaire (53,2 %), mode de vie et intérêt général (43,3 %) et variétés et arts de la scène (2,2 %).
- Le budget moyen de la production d'œuvres de fiction en anglais est passé à 1,41 million de dollars l'heure.
- Le budget moyen des émissions de fiction en français est passé à 701 000 \$ l'heure.
- Les budgets horaires moyens des émissions jeunesse, des documentaires et des programmes axés sur le mode de vie et l'intérêt général en anglais ont augmenté.
- Les budgets horaires moyens pour le genre mode de vie et intérêt général et les variétés et arts de la scène en français ont augmenté.
- Les contributions du Fonds des médias du Canada (FMC) à la production télévisuelle canadienne ont augmenté pour passer à 289 millions de dollars, ce qui a contribué à un volume de la production s'élevant à 1,73 milliard de dollars.
- L'effet de levier financier des contributions du FMC a augmenté pour s'établir à 4,98 dollars en financement par un tiers par dollar versé par le FMC.

¹¹ Les statistiques relatives à la production interne sont présentées plus loin à la section 7 du présent rapport

¹² CRTC (2021a)

Faits saillants de 2021-2022 *suite*



- Le volume de la production télévisuelle d'œuvres d'animation a reculé à 209 millions de dollars, soit une baisse de 5,9 %.
- Les budgets horaires moyens du genre variétés et arts de la scène en anglais ont diminué.
- Les budgets horaires moyens des œuvres jeunesse et des documentaires en français ont diminué.

Après avoir diminué de 12 % au plus fort de la pandémie de COVID-19 en 2020-2021, le volume total de la production télévisuelle canadienne a bondi de 38,9 % pour atteindre un niveau sans précédent de 3,51 milliards de dollars en 2021-2022 (tableau 3-1). Cela a représenté une très bonne reprise par rapport à 2020-2021. De plus, le volume a augmenté de 22,3 % par rapport au niveau d'avant la pandémie de 2,87 milliards de dollars en 2019-2020 et au chiffre historique de 2,97 milliards de dollars enregistré en 2016-2017.

La hausse de la production télévisuelle canadienne a été, dans l'ensemble, généralisée avec une augmentation de la production dans tous les types de production, sur tous les marchés linguistiques et pour tous les genres. La seule exception notable est la production d'œuvres d'animation, qui a en fait connu une baisse de volume de 5,9 % d'une année à l'autre, ce qui la place (avec 209 millions de dollars) à son plus bas niveau depuis 2014-2015 (199 millions de dollars) (tableau 3-10). En effet, comme il est indiqué à la section 2, le volume annuel de la production d'œuvres télévisuelles d'animation au Canada a diminué au cours des dernières années, avec une baisse de 43,2 % depuis 2019-2020. Cette diminution est cohérente avec la baisse d'un tiers des revenus et des dépenses en production canadienne observée dans plusieurs des plus importants services de télévision facultatifs pour jeune public du Canada (c.-à-d., YTV, Treehouse TV, VRAC, Nickelodeon, YOOPA) entre 2017 et 2021¹³.

Bien qu'il y ait eu une forte croissance de la production de téléfilms et d'autres émissions de télévision d'un seul épisode, c'est la croissance de la production de séries télévisées qui a vraiment stimulé les hausses en 2021-2022. Au total, 980 séries télévisées ont été produites en 2021-2022, un record historique et une hausse de 31,4 % par rapport à 2020-2021 (tableau 3-2). Le volume des séries télévisées a augmenté encore plus (44,7 %) pour atteindre 2,96 milliards de dollars, soit 21,6 % de plus que le volume de la production de séries télévisées d'avant la pandémie en 2019-2020. Pendant ce temps, le nombre de téléfilms produits est passé de 239 à 278, et le volume associé a augmenté de 15,1 % pour atteindre 468 millions de dollars.

La production dans chacun des marchés de langues officielles a suivi cette tendance. La production de contenu en français a augmenté de 41,7 % pour atteindre un sommet historique de 1,1 milliard de dollars en volume en 2021-2022, tandis que la production de contenu en anglais a augmenté de 37,3 % pour atteindre un sommet historique de 2,39 milliards de dollars (tableau 3-3).

En pourcentage, c'est le genre documentaire qui a enregistré la plus forte augmentation du volume de la production. Le genre documentaire a renversé la tendance à la baisse de 2020-2021 et a continué de croître en 2021-2022, avec une augmentation de 53,2 % du volume (tableau 3-5).

En dollars, la plus forte hausse de volume en 2021-2022 a été observée dans le genre fiction. Ce volume a augmenté de 532 millions de dollars, soit 41,7 %, ce qui représente 54 % de l'augmentation globale de la production télévisuelle canadienne (985 millions de dollars). Le volume de la production dans le genre variétés et arts de la scène n'a augmenté que de 4 millions de dollars (2,2 %) en 2021-2022, ce qui reflète probablement en partie la lente reprise de la programmation devant un public après la pandémie.

¹³ CRTC (2022a), *Services individuels facultatifs et sur demande : relevés statistiques et financiers, 2017-2021*. Les revenus combinés de YTV, Treehouse TV, VRAC et Nickelodeon sont passés de 97,2 millions de dollars en 2017 à 66,3 millions de dollars en 2021. Leurs dépenses de production canadienne combinées sont passées de 40,1 millions de dollars à 26,7 millions de dollars.

Un examen plus approfondi des statistiques révèle les résultats des différents genres sur chaque marché linguistique et leur contribution à la croissance. Sur le marché du contenu en anglais, tous les genres ont affiché des volumes de production plus élevés en 2021-2022, la plus forte augmentation en pourcentage observée étant le genre documentaire (60,2 %), suivi par la catégorie mode de vie et intérêt général (57,9 %), puis le contenu jeunesse (41,5 %), la fiction (29,9 %) et les variétés et arts de la scène (8,7 %) (tableau 3-8). Les budgets horaires moyens n'étaient que modérément plus élevés, avec, par exemple, une augmentation de 4,1 % pour la fiction et de 7,2 % pour les documentaires (tableau 3-9a). Cela donnerait à penser que l'augmentation du volume en 2021-2022 aussi attribuable à la quantité de projets et d'heures de production.

Sur le marché francophone, la fiction est en tête en ce qui concerne la croissance, le volume ayant presque doublé, passant de 243 millions de dollars à 467 millions de dollars (tableau 3-8). Les œuvres de fiction sont suivies par les documentaires (35,3 %), et la catégorie mode de vie et intérêt général (32,7 %). Les variétés et arts de la scène et le contenu jeunesse ont en fait enregistré des baisses de volume respectives de 0,8 % et de 4,4 %.

Les budgets horaires moyens ont augmenté plus rapidement sur le marché francophone que sur celui du contenu en anglais. Par exemple, dans le genre fiction, les budgets horaires moyens étaient 9 % plus élevés en 2021-2022 (comparativement à 4 % sur le marché anglophone) et 10,9 % plus élevés pour la catégorie mode de vie et intérêt général (comparativement à 6 % sur le marché anglophone) (tableau 3-9b). Or, dans les catégories documentaire et du contenu jeunesse, les budgets horaires moyens ont en fait diminué de 4,2 % et de 10,4 %, respectivement. La baisse des budgets horaires moyens pour les documentaires télévisuels en français (-4,2 %) contraste avec la hausse (7,2 %) observée pour les documentaires télévisuels en anglais. En général, les budgets horaires moyens étaient deux à trois fois plus élevés sur le marché anglophone que sur le marché francophone.

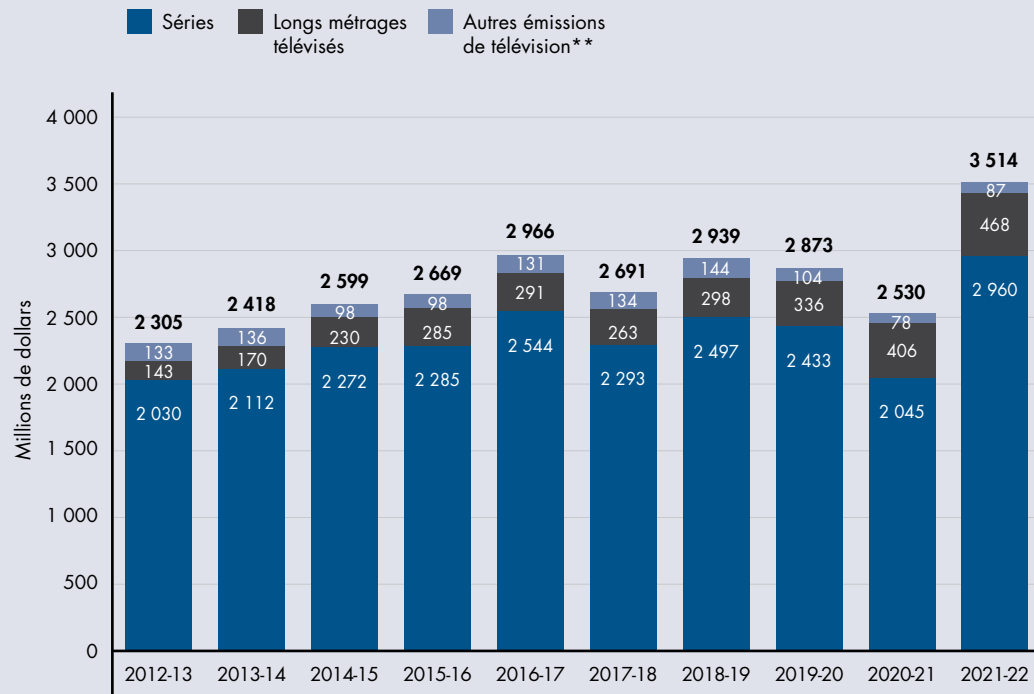
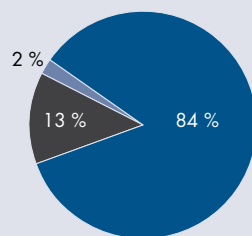
Les tendances de la production au cours des cinq dernières années (de 2016-2017 à 2021-2022) montrent que les genres fiction et documentaires ont été les principaux moteurs de la croissance globale de la production télévisuelle canadienne. En fait, la croissance de la production de documentaires (257 millions de dollars) a dépassé celle de la production d'œuvres de fiction (234 millions de dollars) (tableau 3-7b). Toutefois, ces dix dernières années (de 2012-2013 à 2021-2022), le genre fiction a de toute évidence été le plus important moteur de la croissance, représentant 713 millions de dollars, soit 59 % de la croissance globale de la production télévisuelle canadienne au cours de cette période (tableau 3-5). Parmi les autres contributeurs importants à la croissance à long terme, mentionnons la production de contenu francophone dans la catégorie mode de vie et intérêt général, qui a augmenté de 145 millions de dollars, et la production de contenu anglophone pour jeune public, qui a augmenté de 139 millions de dollars.

Le FMC demeure un acteur majeur du secteur télévisuel au Canada en 2021-2022, avec des contributions chiffrées à 289 millions de dollars et un soutien à la production télévisuelle canadienne de 1,73 milliard de dollars (tableau 3-13). Cela représentait environ la moitié de toute la production télévisuelle canadienne en 2021-2022. Le levier financier du FMC a également augmenté considérablement en 2021-2022. En 2020-2021, pour chaque dollar versé par le FMC dans le cadre de son volet convergent, les producteurs ont obtenu un financement supplémentaire de 3,86 \$ de financement de la production provenant d'autres sources. En 2021-2022, le taux de levier de financement a grimpé à 4,98 \$.

De façon plus générale, la reprise du volume de la production télévisuelle canadienne est attribuable aux fonds supplémentaires provenant de deux principales sources de financement. Premièrement, les diffuseurs canadiens ont rétabli leurs niveaux de financement des droits de licence pour la production télévisuelle canadienne. Cela a permis d'injecter 377 millions de dollars dans le secteur de la production canadienne, soit l'équivalent de 38,3 % de l'augmentation du volume de la production de 985 millions de dollars (tableau 3-17a). La deuxième source principale était le financement public direct (c.-à-d. les « autres fonds publics ») en dehors du FMC et des crédits d'impôt. Par exemple, dans le cas de la production de contenu en français, l'augmentation du volume de la production en 2021-2022 peut s'expliquer par le fait que le gouvernement du Québec a accordé une aide temporaire au secteur audiovisuel pour couvrir une partie des coûts générés par les mesures d'atténuation de la COVID-19 sur les tournages. Selon la SODEC, cette aide correspondait à 8 % des budgets pour les productions dramatiques et à 5 % pour les autres genres. Sur les deux marchés linguistiques, l'inflation des coûts de production a également contribué à la hausse du volume de la production en 2021-2022.

TYPES

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

Part
2021-22

Taux de croissance annuel moyen

Type	2021-22	2012-13 à 2021-22
Séries	44,7 %	4,3 %
Téléfilms	15,1 %	14,1
Autre**	10,8 %	(4,6 %)
Moyenne : tous types confondus	38,9 %	4,8 %

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

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

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

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

Tableau 3-2 Nombre de projets pour la télévision, par type

	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22
Séries	751	725	813	836	853	827	896	802	746	980
Longs métrages télévisés	102	127	151	170	155	139	392	323	239	278
Autres émissions de télévision*	330	339	300	297	323	313	122	142	193	200
Total	1 183	1 191	1 264	1 303	1 331	1 279	1 410	1 267	1 178	1 458

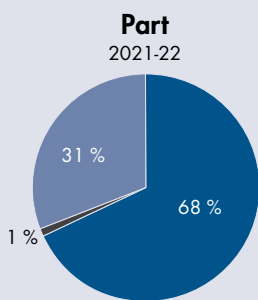
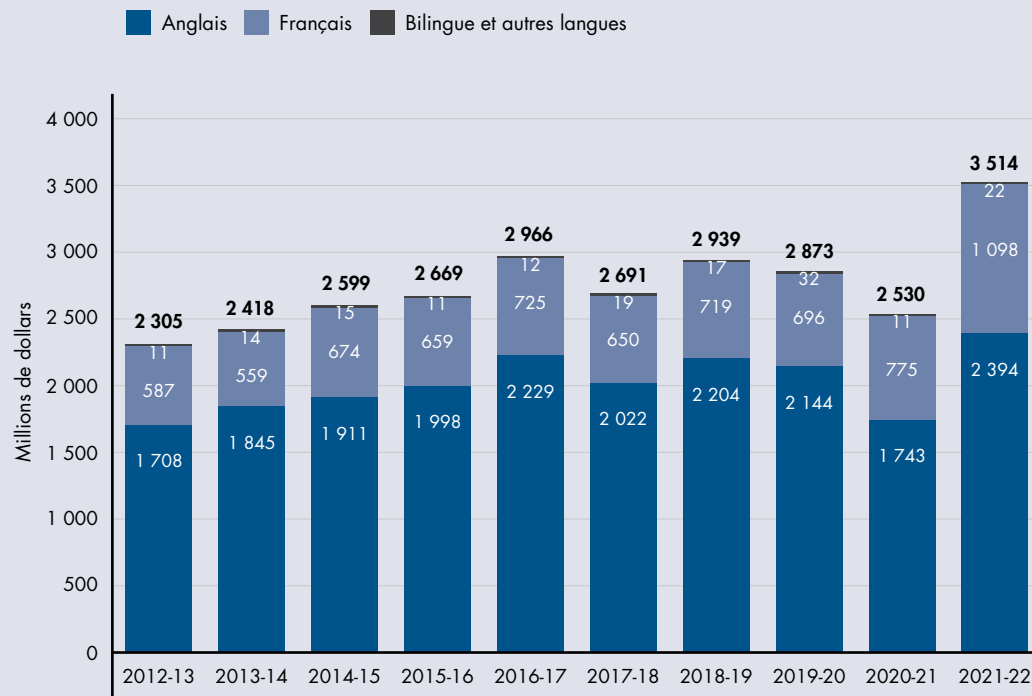
Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

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

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

LANGUE

Tableau 3-3 Volume de la production télévisuelle canadienne, par langue



Taux de croissance annuel moyen

Langue	2021-22	2012-13 à 2021-22
Anglais	37,3 %	3,8 %
Français	41,7 %	7,2 %
Bilingue et autres langues	94,1 %	8,1 %
Moyenne : toutes langues confondues	38,9 %	4,8 %

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

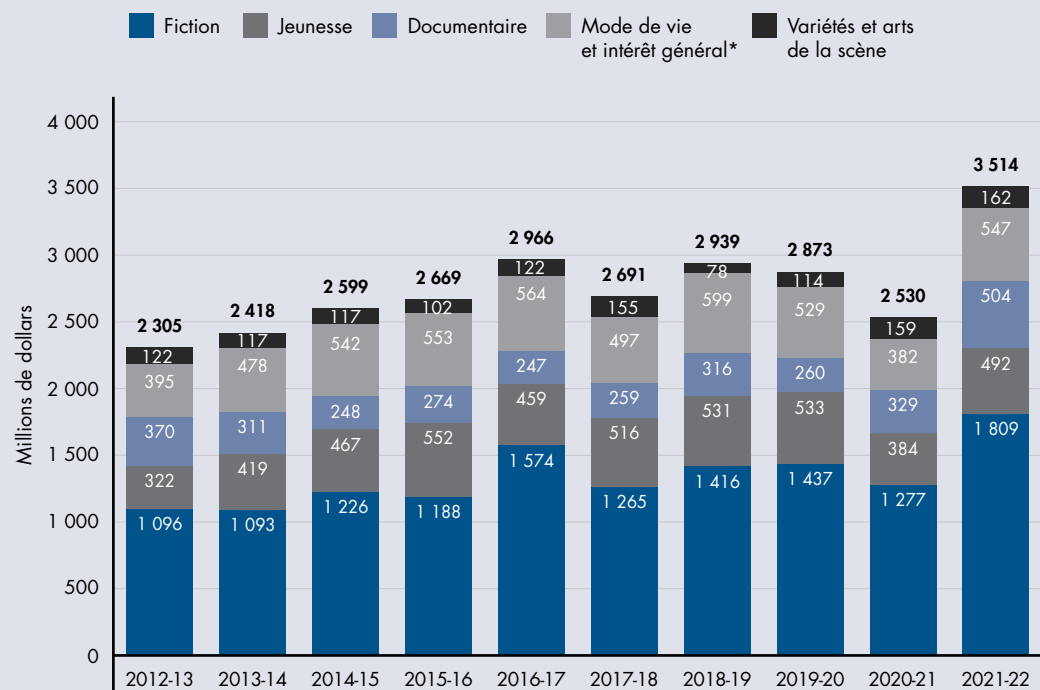
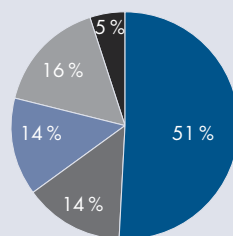
Remarque : Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis. Les données ci-dessus comprennent une estimation de la production d'émissions certifiées par le CRTC.

Tableau 3-4 Nombre de projets pour la télévision au Canada, par langue

	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22
Anglais	665	689	662	705	702	697	761	662	597	743
Français	499	485	587	583	615	567	623	579	570	680
Bilingue et autres langues non officielles	19	17	15	15	14	15	25	26	11	33
Total	1 183	1 191	1 264	1 303	1 331	1 279	1 409	1 267	1 178	1 456

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

GENRE

Tableau 3-5 Volume de la production télévisuelle canadienne, par genre**Part**
2021-22**Taux de croissance annuel moyen**

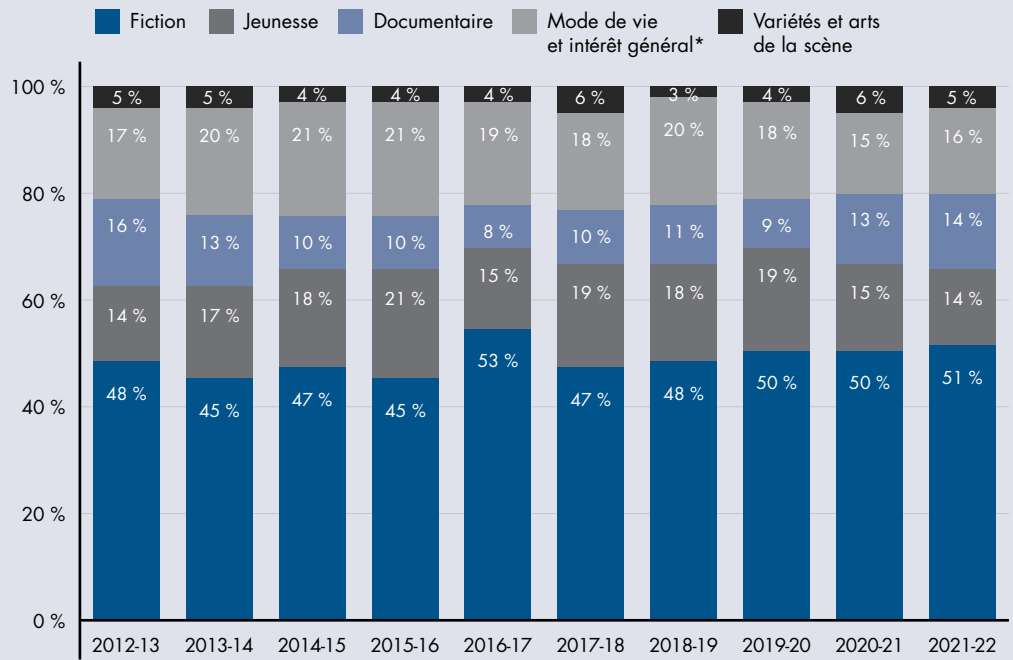
Genre	2021-22	2012-13 à 2021-22
Fiction	44,7 %	4,3 %
Jeunesse	15,1 %	14,1
Documentaires		
Mode de vie et intérêt général*		
Variétés et arts de la scène	10,8 %	(14,6 %)
Moyenne : tous genres confondus	38,9 %	4,8 %

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

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

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

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



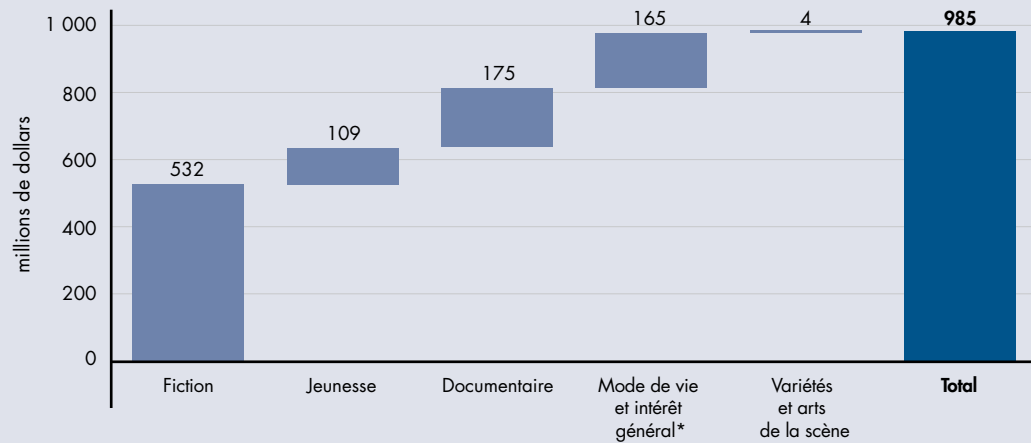
Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

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

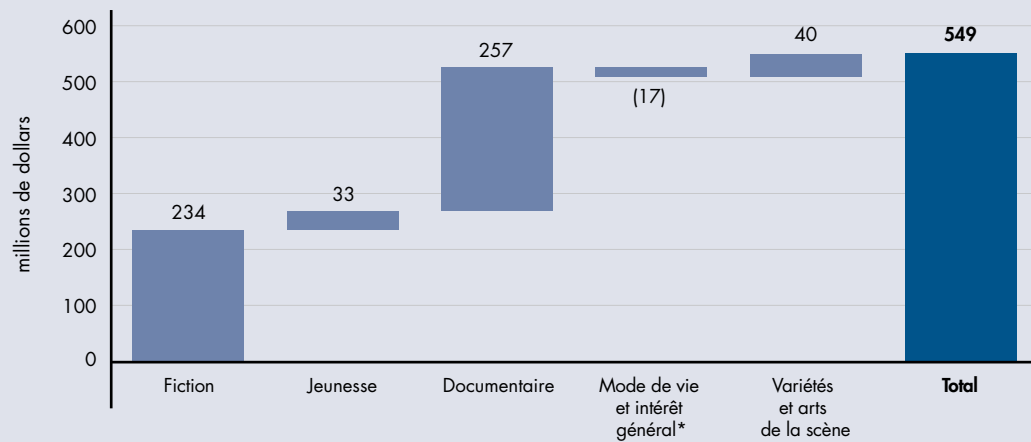
* Comprend la programmation de magazines et une faible proportion d'émissions auparavant considérées comme étant de nature pédagogique ou informative.

**Tableau 3-7 Contribution à la croissance du volume de la production, par genre
(en millions de dollars)**

Un an (2020-21 à 2021-22)



Cinq ans (2016-17 à 2021-22)



Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

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

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

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

(millions de dollars)	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22
Fiction										
Anglais*	901	909	1 003	988	1 314	1 071	1 162	1 190	1 033	1 342
Français	195	184	223	200	260	194	254	247	243	467
Total	1 096	1 093	1 226	1 188	1 574	1 265	1 416	1 437	1 277	1 809
Jeunesse										
Anglais*	249	354	389	468	368	409	416	444	274	387
Français	74	65	78	84	90	106	115	90	110	105
Total	322	419	467	552	459	516	531	533	384	492
Documentaire										
Anglais*	281	238	162	195	175	207	260	194	236	379
Français	89	73	85	79	72	52	55	66	93	126
Total	370	311	248	274	247	259	316	260	329	504
Mode de vie et intérêt général*										
Anglais*	246	327	333	329	326	277	345	308	160	253
Français	149	151	209	224	238	220	254	220	221	294
Total	395	478	542	553	564	497	599	529	382	547
Variétés et arts de la scène										
Anglais*	42	32	37	29	58	76	36	41	51	55
Français	81	85	79	73	64	79	42	73	108	107
Total	122	117	117	102	122	155	78	114	159	162

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

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

* Comprend les données sur les œuvres tournées en français et en anglais simultanément ou dans une autre langue, et qui représentent moins d'un pour cent du volume total de production télévisuelle en anglais de 2012-2013 à 2021-2022. En raison du faible volume de la production dans cette catégorie, les données ne peuvent être divulguées pour des questions de confidentialité.

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

BUDGET

Tableau 3-9 Budgets moyens, par genre

Productions anglophones

Milliers de dollars/heure	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22
Fiction										
Moyen	1 304	1 220	1 240	1 298	1 401	1 307	1 316	1 388	1 358	1 414
Médian	1 308	1 150	1 231	1 269	1 454	1 313	1 257	1 293	996	943
Jeunesse										
Moyen	711	867	855	1 073	1 190	1 018	1 471	1 074	899	924
Médian	512	656	764	817	528	448	513	561	497	549
Documentaire										
Moyen	321	312	307	333	348	355	380	382	332	356
Médian	292	249	253	260	319	313	291	325	213	259
Mode de vie et intérêt général*										
Moyen	265	322	265	273	298	250	295	333	301	319
Médian	277	286	223	232	240	178	212	270	245	270
Variétés et arts de la scène										
Moyen	386	461	363	424	580	585	448	407	695	656
Médian	197	267	248	258	323	408	300	250	415	430

Productions francophones

Milliers de dollars/heure	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22
Fiction										
Moyen	427	402	450	553	597	506	581	555	643	701
Médian	327	342	417	564	575	488	575	568	616	665
Jeunesse										
Moyen	313	187	220	186	187	380	327	302	326	292
Médian	167	143	159	142	134	144	187	215	191	238
Documentaire										
Moyen	212	204	222	196	202	208	186	176	189	181
Médian	173	179	190	168	170	173	167	154	162	160
Mode de vie et intérêt général*										
Moyen	104	119	73	93	105	102	107	106	110	122
Médian	79	63	69	84	97	92	105	100	109	117
Variétés et arts de la scène										
Moyen	205	229	261	226	236	273	252	186	296	336
Médian	148	166	201	150	133	196	192	147	192	234

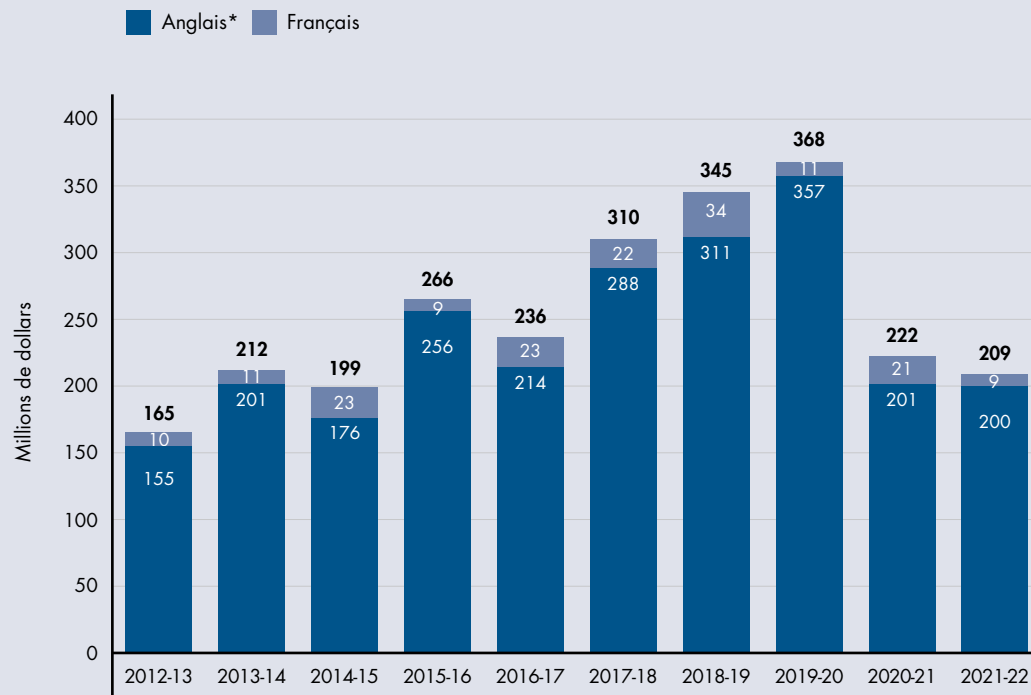
Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

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

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

ŒUVRES D'ANIMATION

Tableau 3-10 Volume de la production d'œuvres télévisuelles d'animation au Canada, par langue



Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

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

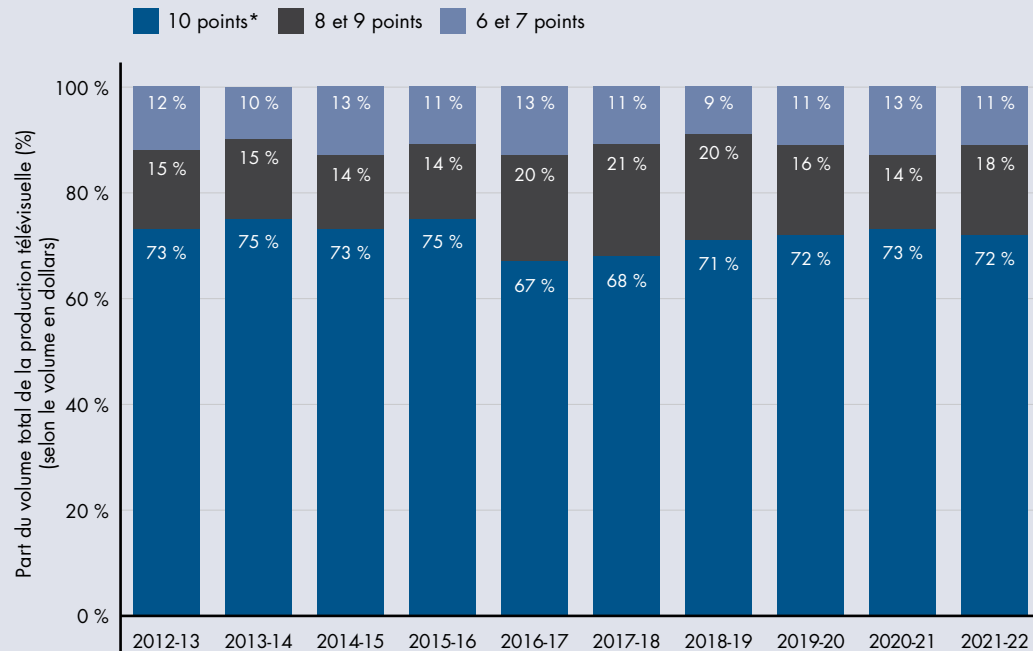
* Comprend les données sur les œuvres tournées en français et en anglais simultanément ou dans une autre langue, et qui représentent moins d'un pour cent du volume total de production télévisuelle en anglais de 2011-2012 à 2021-2022. En raison du faible volume de la production dans cette catégorie, les données ne peuvent être divulguées pour des questions de confidentialité.

POINTS DE CONTENU CANADIEN

Pour certifier les émissions de télévision et les films produits au Canada comme étant du contenu canadien, le BCPAC et le CRTC se servent d'outils d'évaluation similaires pour attribuer des points aux œuvres. Elles obtiennent des points pour chaque poste clé de création occupé par une personne canadienne. Les télédiffuseurs canadiens peuvent utiliser ces films et émissions de télévision certifiées 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 FMC¹⁴. Pour être certifiée comme du contenu canadien et des dépenses en émissions canadiennes, une œuvre cinématographique ou télévisuelle (autre qu'une coproduction audiovisuelle régie par un traité) doit obtenir au moins six points sur une possibilité de dix¹⁵. La grande majorité des émissions de télévision canadiennes obtiennent le maximum de 10 points de contenu canadien et cette part est demeurée relativement stable au cours des dix dernières années.

¹⁴ Pour obtenir de plus amples renseignements sur l'échelle de points du contenu canadien et toutes les autres exigences du CIPC, veuillez consulter les [Lignes directrices sur la présentation des demandes – Crédit d'impôt pour production cinématographique ou magnétoscopique canadienne \(CIPC\)](#) du BCPAC.

¹⁵ Un documentaire peut être certifié même s'il obtient moins de six points. Tous les postes clés de création doivent cependant avoir été confiés à des Canadiens.

Tableau 3-11 Production télévisuelle, par points de contenu canadien (coproductions audiovisuelles régies par des traités non comprises)

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

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

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

RÉGION

Tableau 3-12 Volume de la production télévisuelle au Canada, par région

(millions de dollars)	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	Part pour 2021-22
Ontario	1 056	1 094	1 216	1 263	1 323	1 297	1 418	1 340	984	1 452	41 %
Québec	701	664	774	762	895	703	798	768	841	1 159	33 %
Colombie-Britannique	387	417	426	429	512	420	527	477	511	624	18 %
Provinces des Prairies et territoires*	88	127	114	122	127	138	119	209	122	170	5 %
Canada atlantique	73	116	70	93	109	133	78	80	71	110	3 %
Total	2 305	2 418	2 599	2 669	2 966	2 691	2 939	2 873	2 530	3 514	100 %

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

Remarque : Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis. Les données ci-dessus comprennent une estimation de la production d'émissions certifiées par le CRTC. Les statistiques publiées par les agences provinciales de financement peuvent différer de celles qui figurent dans *Profil 2022*. Se reporter aux *Remarques méthodologiques* pour plus de détails. Pour certaines provinces et certains territoires, les données d'exercices antérieurs ont été révisées en raison du reclassement de certaines productions dans les données d'autres périodes (soit celle durant laquelle les principaux travaux de prise de vue ont commencé) ou pour d'autres provinces ou territoires.

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

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

FONDS DES MÉDIAS DU CANADA

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

Le FMC a administré un budget global de 359 millions de dollars en 2021-22. Il finance la production de contenu sur écran pour deux volets : le volet convergent et le volet expérimental. Il fournit également du financement pour diverses initiatives de développement de l'industrie dans le cadre de son programme de financement du développement sectoriel.

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

En 2021-2022, le financement consenti par le FMC dans le cadre du volet convergent s'est établi à 289 millions de dollars. Il a contribué à la production d'œuvres télévisuelles d'une valeur totale de 1,73 milliard de dollars et généré 36 300 emplois (ETP)¹⁶. La valeur totale du financement du FMC en 2021-2022 (289 millions de dollars) représentait le niveau le plus élevé depuis 2012-2013. Bien que le FMC, dans son ensemble, ait connu une baisse des revenus des EDR au cours des dernières années (en raison de la diminution du nombre d'abonnés et des revenus de l'industrie), un financement supplémentaire du gouvernement du Canada pour compenser cette perte et pour permettre au FMC de promouvoir la production au sein des communautés en quête d'équité (c.-à-d., les personnes noires, autochtones et racisées, les personnes handicapées et celles qui s'identifient comme 2SLGBTQ+) a permis au FMC de maintenir et même d'augmenter ses niveaux de financement¹⁷. Bien que le financement du FMC ait augmenté de 8 millions de dollars en 2021-2022, la valeur totale des budgets de production soutenus a augmenté de 355 millions de dollars pour atteindre un record historique de 1,73 milliard de dollars.

L'effet de levier financier du FMC a également atteint son plus haut niveau en 2021-2022, chaque dollar de financement du volet convergent du FMC ayant contribué à attirer 4,98 \$ en financement supplémentaire. Ce résultat surpasse de 43 % la moyenne sur 10 ans de 4,49 \$ observée entre 2012-2013 et 2020-2021.

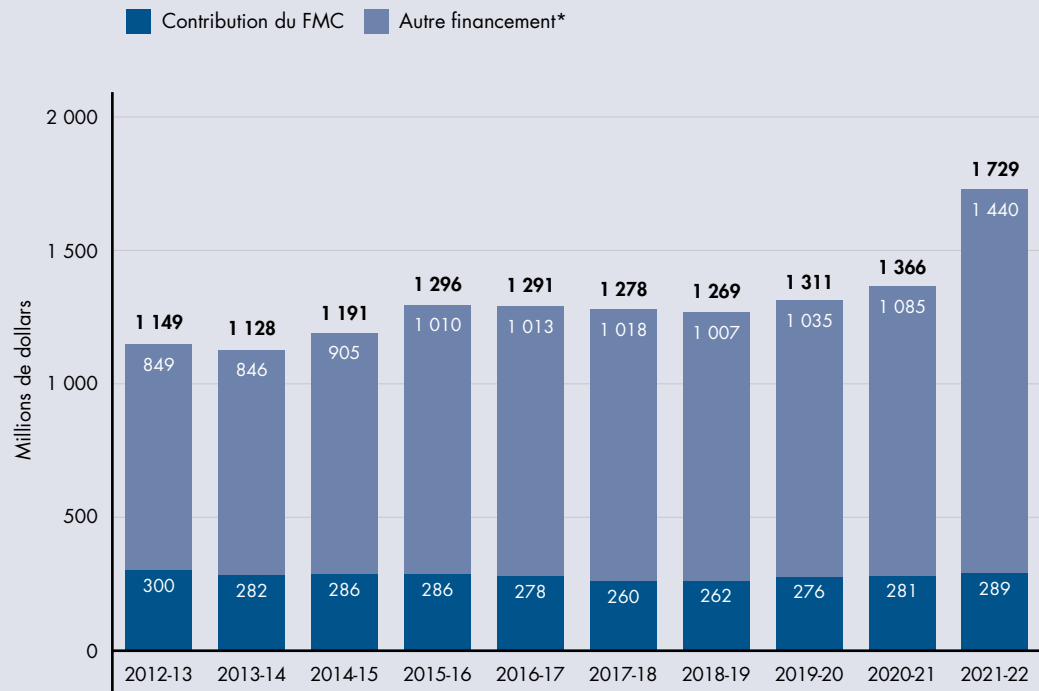
En plus de son financement sectoriel régulier, en 2020-2021, la FMC fait partie des organismes retenus par le gouvernement fédéral pour distribuer au secteur audiovisuel canadien le financement de soutien d'urgence en réponse à la COVID-19. Le FMC a été chargé de distribuer 120,2 millions de dollars du fonds pour les situations d'urgence, dont 101,2 millions en 2020-2021 (le solde de 19 millions étant conservé jusqu'en 2021-2022)¹⁸. Sur le total versé en 2020-2021, 91,8 millions de dollars ont été versés directement aux sociétés de production canadiennes, les 9,4 millions de dollars restants étant réservés au Bureau de l'écran autochtone, aux programmes réguliers du FMC et à d'autres initiatives de développement sectoriel¹⁹.

¹⁶ Fonds des médias du Canada, tableaux personnalisés. Les statistiques sur le financement et la production ne comprennent que le contenu télévisuel des projets du volet convergent.

¹⁷ Fonds des médias du Canada (2022), *Rapport annuel 2021-2022*, p. 111. En 2020-2021, le gouvernement du Canada a augmenté de 3,3 millions de dollars son financement annuel au FMC pour compenser la baisse des revenus des EDR. Le gouvernement du Canada a également fourni au FMC un nouveau financement de 20 millions de dollars pour les communautés méritant l'équité.

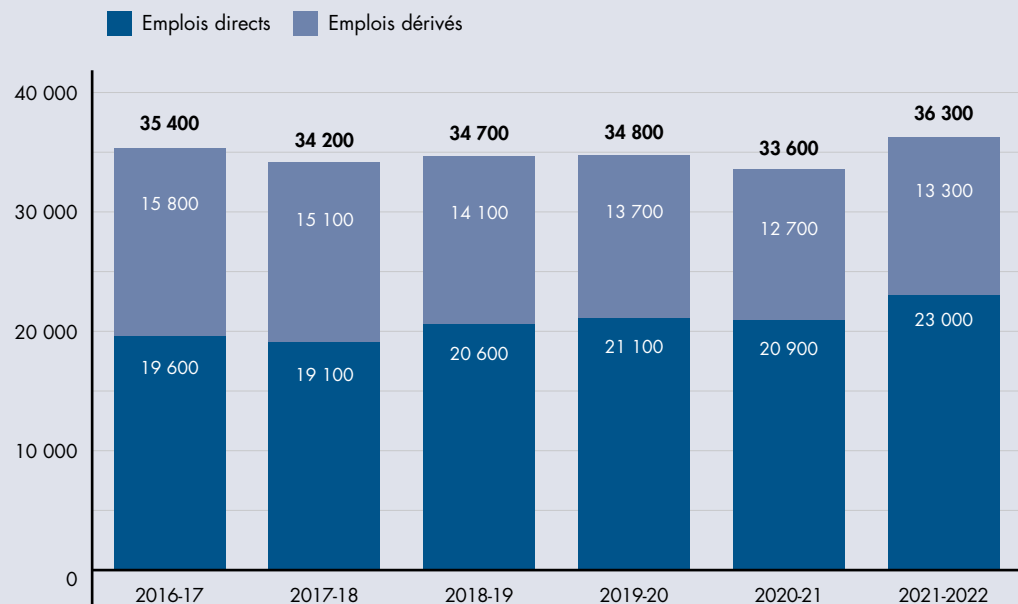
¹⁸ Fonds des médias du Canada (2021), *Rapport annuel 2020-2021 du Fonds des médias du Canada*, p. 106.

¹⁹ Fonds des médias du Canada (2021), *Rapport annuel 2020-2021 du Fonds des médias du Canada*, p. 108.

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

Source : FMC.

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

Tableau 3-14 Emplois (nombre de personnes) créés par la production soutenue par le FMC

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

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

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

	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22
Documentaire	828	886	925	1 041	1 045	831	959	1 051	1 035	1 142
Jeunesse	785	712	799	763	688	697	516	547	546	463
Drame (fiction)	671	661	700	757	728	724	727	760	674	947
Variétés et arts de la scène	404	321	354	398	418	452	393	415	360	317
Total	2 688	2 580	2 778	2 959	2 878	2 704	2 595	2 773	2 615	2 869

Source : FMC.

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

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

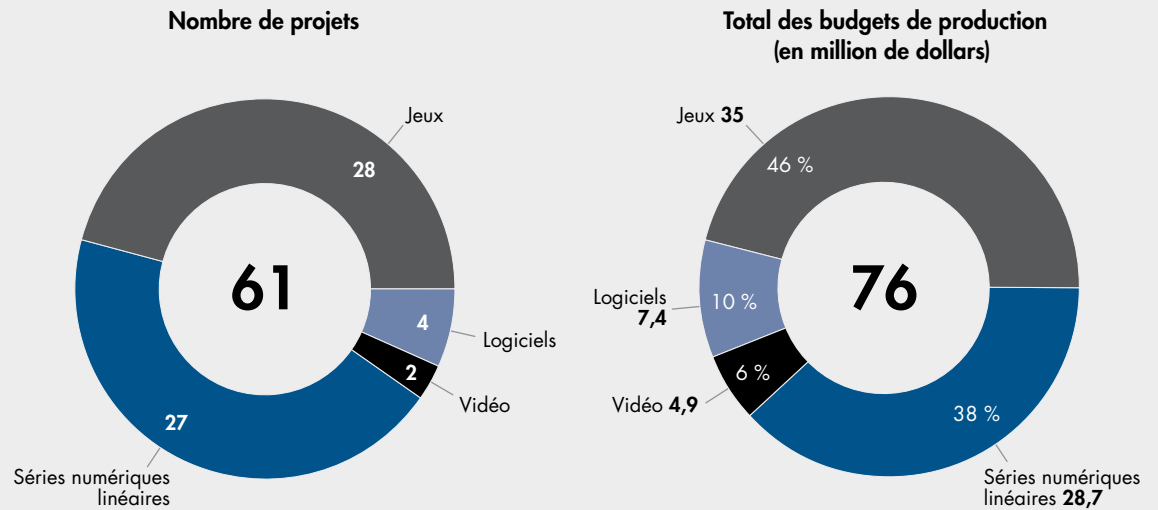
	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22
(millions de dollars)										
Documentaire	58	57	59	65	69	58	64	69	64	76
Jeunesse	56	56	56	54	39	37	33	38	37	41
Drame (fiction)	166	152	158	153	151	151	153	150	154	157
Variétés et arts de la scène	18	16	13	13	19	15	13	18	26	14
Total	300	282	286	286	278	260	262	276	281	289
Part du total										
Documentaire	19 %	20 %	21 %	23 %	25 %	22 %	24 %	25 %	23 %	26 %
Jeunesse	19 %	20 %	20 %	19 %	14 %	14 %	13 %	14 %	13 %	14 %
Drame (fiction)	55 %	54 %	55 %	53 %	54 %	58 %	58 %	54 %	55 %	54 %
Variétés et arts de la scène	6 %	6 %	5 %	5 %	7 %	6 %	5 %	7 %	9 %	5 %
Total	99 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Source : FMC.

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

Encadré 3 Production de contenus numériques soutenue par le volet expérimental du FMC, 2021-2022

Le volet expérimental appuie la création de contenus numériques et de logiciels d'application interactifs à la fine pointe de l'innovation. En 2021-2022, dans le cadre de ce volet, 35,8 millions de dollars ont été versés à 61 projets de production, pour un budget total de 76 millions de dollars²⁰.



Source: CMF

²⁰ Les statistiques peuvent différer de celles déclarées dans le rapport annuel du FMC pour deux raisons : (i) les statistiques déclarées dans *Profil 2022* ne comprennent que le financement au stade de la production, tandis que les statistiques du rapport annuel du FMC comprennent le financement pour toutes les étapes du développement et de la distribution des produits; et (ii) les statistiques de *Profil 2022* comprennent les coproductions internationales, tandis que les statistiques du rapport annuel du FMC comprennent les principaux programmes du FMC dans le cadre du volet expérimental et les partenariats nationaux (c.-à-d., le programme du FMC du Shaw Rocket Fund). Depuis 2019-2020, le FMC ne déclare plus séparément les données statistiques sur les projets de médias numériques subventionnés par le volet convergent. Il les combine plutôt aux données sur les émissions de télévision financées par ce volet et présentées dans d'autres tableaux de la présente section.

FINANCEMENT

Tableau 3-17 Financement de la production télévisuelle canadienne

Toutes les productions télévisuelles canadiennes	2017-18		2018-19		2019-20		2020-21		2021-22	
	M\$	%	M\$	%	M\$	%	M\$	%	M\$	%
Droits de licence des diffuseurs privés	374	14 %	405	14 %	401	14 %	284	11 %	575	16 %
Droits de licence des diffuseurs publics	344	13 %	333	11 %	325	11 %	360	14 %	446	13 %
Crédit d'impôt fédéral ¹	285	11 %	304	10 %	295	10 %	264	10 %	372	11 %
Crédits d'impôt provinciaux ¹	500	19 %	562	19 %	542	19 %	487	19 %	671	19 %
Distributeurs canadiens ²	301	11 %	366	12 %	330	11 %	283	11 %	314	9 %
Préventes et avances de distribution étrangère ³	431	16 %	405	14 %	459	16 %	400	16 %	474	13 %
FMC ⁴	260	10 %	262	9 %	276	10 %	281	11 %	289	8 %
Autre financement public ⁵	67	2 %	126	4 %	105	4 %	62	2 %	165	5 %
Autre financement privé ⁶	129	5 %	176	6 %	139	5 %	109	4 %	207	6 %
Total	2,691	100 %	2,939	100 %	2,873	100 %	2,530	100 %	3,514	100 %

Productions anglophones ⁷	2017-18		2018-19		2019-20		2020-21		2021-22	
	M\$	%	M\$	%	M\$	%	M\$	%	M\$	%
Droits de licence des diffuseurs privés	235	12 %	246	11 %	242	11 %	126	7 %	240	10 %
Droits de licence des diffuseurs publics	161	8 %	155	7 %	144	7 %	162	9 %	235	10 %
Crédit d'impôt fédéral ¹	210	10 %	222	10 %	216	10 %	180	10 %	249	10 %
Crédits d'impôt provinciaux ¹	401	20 %	448	20 %	434	20 %	362	21 %	506	21 %
Distributeurs canadiens ²	293	14 %	369	17 %	323	15 %	272	16 %	304	13 %
Préventes et avances de distribution étrangère ³	425	21 %	386	17 %	454	21 %	380	22 %	461	19 %
FMC ⁴	177	9 %	178	8 %	188	9 %	188	11 %	195	8 %
Autre financement public ⁵	58	3 %	95	4 %	85	4 %	36	2 %	81	3 %
Autre financement privé ⁶	81	4 %	121	5 %	90	4 %	50	3 %	145	6 %
Total	2,041	100 %	2,220	100 %	2,177	100 %	1,755	100 %	2,416	100 %

Productions francophones	2017-18		2018-19		2019-20		2020-21		2021-22	
	M\$	%	M\$	%	M\$	%	M\$	%	M\$	%
Droits de licence des diffuseurs privés	140	22 %	162	22 %	161	23 %	161	21 %	339	31 %
Droits de licence des diffuseurs publics	184	28 %	183	25 %	184	26 %	202	26 %	213	19 %
Crédit d'impôt fédéral ¹	75	12 %	82	11 %	79	11 %	84	11 %	123	11 %
Crédits d'impôt provinciaux ¹	99	15 %	113	16 %	108	15 %	121	16 %	164	15 %
Distributeurs canadiens ²	5	1 %	6	1 %	4	1 %	4	1 %	8	1 %
Préventes et avances de distribution étrangère ³	5	1 %	2	0 %	2	0 %	0	0 %	11	1 %
FMC ⁴	83	13 %	84	12 %	88	13 %	92	12 %	93	8 %
Autre financement public ⁵	10	1 %	32	5 %	21	3 %	58	7 %	86	8 %
Autre financement privé ⁶	49	8 %	55	8 %	49	7 %	53	7 %	61	6 %
Total	650	100 %	719	100 %	696	100 %	775	100 %	1 098	100 %

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

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

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

Tableau 3-18 Financement de la production télévisuelle canadienne, par genre, 2021-2022

Toutes les langues	Fiction	Jeunesse	Documentaire	Mode de vie et intérêt général ¹	Variétés et arts de la scène	Tous les genres
Montant (M\$)						
Droits de licence des diffuseurs privés	162	37	83	245	48	575
Droits de licence des diffuseurs publics	209	53	57	91	36	446
Crédit d'impôt fédéral ²	190	48	53	63	18	372
Crédits d'impôt provinciaux ²	366	116	91	73	24	671
Distributeurs canadiens ³	202	51	51	9	2	314
Préventes et avances de distribution étrangère ⁴	348	77	36	8	5	474
FMC ⁵	157	41	76	0	14	289
Autre financement public ⁶	92	30	10	27	7	165
Autre financement privé ⁷	83	39	46	31	8	207
Total	1 809	492	504	547	162	3 514
Part du financement total						
Droits de licence des diffuseurs privés	9 %	8 %	17 %	45 %	30 %	16 %
Droits de licence des diffuseurs publics	12 %	11 %	11 %	17 %	22 %	13 %
Crédit d'impôt fédéral ²	11 %	10 %	10 %	12 %	11 %	11 %
Crédits d'impôt provinciaux ²	20 %	24 %	18 %	13 %	15 %	19 %
Distributeurs canadiens ³	11 %	10 %	10 %	2 %	1 %	9 %
Préventes et avances de distribution étrangère ⁴	19 %	16 %	7 %	1 %	3 %	13 %
FMC ⁵	9 %	8 %	15 %	0 %	9 %	8 %
Autre financement public ⁶	5 %	6 %	2 %	5 %	4 %	5 %
Autre financement privé ⁷	5 %	8 %	9 %	6 %	5 %	6 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %
Productions anglophones⁸						
Montant (M\$)						
Droits de licence des diffuseurs privés	37	28	51	110	13	240
Droits de licence des diffuseurs publics	137	18	35	35	10	235
Crédit d'impôt fédéral ²	141	36	39	28	6	249
Crédits d'impôt provinciaux ²	290	97	71	40	8	506
Distributeurs canadiens ³	195	51	49	8	1	304
Préventes et avances de distribution étrangère ⁴	338	77	33	8	5	461
FMC ⁵	104	29	55	0	7	195
Autre financement public ⁶	41	19	7	12	2	81
Autre financement privé ⁷	59	32	39	12	3	145
Total	1,342	387	379	253	55	2 416
Part du financement total						
Droits de licence des diffuseurs privés	3 %	7 %	13 %	44 %	24 %	10 %
Droits de licence des diffuseurs publics	10 %	5 %	9 %	14 %	19 %	10 %
Crédit d'impôt fédéral ²	10 %	9 %	10 %	11 %	11 %	10 %
Crédits d'impôt provinciaux ²	22 %	25 %	19 %	16 %	14 %	21 %
Distributeurs canadiens ³	14 %	13 %	13 %	3 %	2 %	13 %
Préventes et avances de distribution étrangère ⁴	25 %	20 %	9 %	3 %	9 %	19 %
FMC ⁵	8 %	7 %	15 %	0 %	13 %	8 %
Autre financement public ⁶	3 %	5 %	2 %	5 %	4 %	3 %
Autre financement privé ⁷	4 %	8 %	10 %	5 %	5 %	6 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

(Suite à la page suivante)

Tableau 3-18 Financement de la production télévisuelle canadienne, par genre, 2021-2022 (suite)

Productions francophones	Fiction	Jeunesse	Documentaire	Mode de vie et intérêt général ¹	Variétés et arts de la scène	Tous les genres
Montant (M\$)						
Droits de licence des diffuseurs privés	127	10	33	135	35	339
Droits de licence des diffuseurs publics	73	35	23	56	26	213
Crédit d'impôt fédéral ²	49	11	14	36	12	123
Crédits d'impôt provinciaux ²	75	19	20	33	17	164
Distributeurs canadiens ³	6	<1	2	<1	<1	8
Préventes et avances de distribution étrangère ⁴	8	<1	2	<1	<1	11
FMC ⁵	53	12	21	0	7	93
Autre financement public ⁶	51	12	4	15	5	86
Autre financement privé ⁷	24	6	7	19	5	61
Total	467	105	126	294	107	1 098
Part du financement total						
Droits de licence des diffuseurs privés	27 %	9 %	26 %	46 %	33 %	44 %
Droits de licence des diffuseurs publics	16 %	33 %	18 %	19 %	24 %	28 %
Crédit d'impôt fédéral ²	11 %	11 %	11 %	12 %	12 %	16 %
Crédits d'impôt provinciaux ²	16 %	18 %	16 %	11 %	16 %	22 %
Distributeurs canadiens ³	1 %	<1 %	1 %	<1 %	<1 %	1 %
Préventes et avances de distribution étrangère ⁴	2 %	<1 %	2 %	<1 %	<1 %	<1 %
FMC ⁵	11 %	11 %	17 %	0 %	7 %	12 %
Autre financement public ⁶	11 %	11 %	3 %	5 %	5 %	11 %
Autre financement privé ⁷	5 %	6 %	5 %	6 %	5 %	8 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

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

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

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

4. Production de longs métrages cinématographiques canadiens

La production de longs métrages cinématographiques canadiens se compose principalement de longs métrages d'abord destinés aux salles de cinéma²¹. Parmi les récents longs métrages canadiens notables, mentionnons *Falcon Lake*, *Confessions*, *23 décembre*, *Les Crimes du Futur*, *Charlotte* et *Scarborough*.

Faits saillants de 2021-2022



- Le volume de la production de longs métrages cinématographiques canadiens a augmenté de 43,8 % pour atteindre 387 millions de dollars.
- Les producteurs canadiens ont réalisé 148 longs métrages cinématographiques, contre 85 en 2020-2021.
- Le volume de la production de longs métrages en anglais²² a augmenté de 34,1 % pour atteindre 246 millions de dollars.
- La production de longs métrages canadiens en français a augmenté de 64,7 % pour atteindre 141 millions de dollars.
- Le budget moyen des longs métrages canadiens de fiction a augmenté pour atteindre 2,9 millions de dollars.
- Le budget moyen des longs métrages de fiction en anglais a augmenté pour atteindre 2,6 millions de dollars.
- Le budget moyen des longs métrages de fiction en français a augmenté pour atteindre 3,8 millions de dollars.
- Le volume total de la production de longs métrages cinématographiques de fiction a augmenté de 64,8 % pour atteindre 318 millions de dollars.
- Le nombre de longs métrages cinématographiques de fiction est passé de 70 à 109.
- La proportion de longs métrages cinématographiques dotés d'un budget se situant entre 2,5 millions et 5 millions de dollars est passée de 12 % à 24 %.
- La proportion de longs métrages cinématographiques dotés d'un budget se situant entre 1 million et 2,5 millions de dollars est passée de 32 % à 39 %.



- La proportion de longs métrages cinématographiques dotés d'un budget supérieur à 5 millions de dollars est passée de 18 % à 16 %.

²¹ Dans le contexte du présent rapport, « long métrage » fait référence à tout film d'une durée minimale de 75 minutes. Les longs métrages sont financés en vue de leur présentation en salles.

²² En raison du très faible nombre d'œuvres tournées en français et en anglais simultanément ou dans une autre langue, les données de cette catégorie ont été combinées à celles du marché anglophone pour la période allant de 2016-2017 à 2021-2022.

Grâce au financement supplémentaire de la production de Téléfilm Canada et du gouvernement du Québec, ainsi qu'au soutien des programmes fédéraux de stabilisation d'urgence liés à la COVID-19, le volume de la production de longs métrages cinématographiques canadiens s'est redressé pour atteindre 387 millions de dollars en 2021-2022, son niveau le plus haut en 10 ans (tableau 4-1). Cette augmentation est attribuable à des dépenses moyennes légèrement plus élevées par film (2,9 millions de dollars en 2021-2022 contre 2,8 millions en 2020-2021) (tableau 4-4), ainsi qu'à une hausse du nombre de films produits. Au total, 148 longs métrages cinématographiques canadiens ont été produits en 2021-2022, ce qui correspond à un record en 10 ans (tableau 4-2).

La reprise spectaculaire de la production de longs métrages cinématographiques a été partagée sur les deux marchés linguistiques; toutefois, elle a été plus prononcée sur le marché francophone, qui a été beaucoup plus résilient en pleine pandémie en 2020-2021. Le volume de la production de longs métrages en français a augmenté considérablement de 64,7 % en 2021-2022, atteignant 141 millions de dollars, le niveau le plus élevé en 10 ans (tableau 4-1). À ce niveau, le volume de la production était environ le double du volume d'avant la pandémie, soit 73 millions de dollars en 2019-2020. En effet, ce volume de la production de longs métrages en français est le plus élevé jamais enregistré lorsqu'on analyse 26 ans de statistiques de production. Ce volume est de 33 % plus élevé que celui de la seconde meilleure année, 2009-2010, où il avait atteint 106 millions de dollars.

Téléfilm Canada

En tant que partenaire de choix, Téléfilm Canada est une société d'État vouée au succès de l'industrie audiovisuelle canadienne, favorisant l'accès et l'excellence grâce à des programmes qui facilitent la résonance culturelle et l'engagement du public. Téléfilm Canada soutient les entreprises dynamiques et les talents créatifs au Canada et dans le monde, toujours dans un souci d'équité, d'inclusion et de durabilité. De plus, Téléfilm Canada formule des recommandations destinées au ministère du Patrimoine canadien concernant la certification des coproductions audiovisuelles régies par des traités et administre les programmes du Fonds des médias du Canada. Lancé en 2012, le Fonds des talents accepte les dons privés qui servent principalement à soutenir les talents émergents.

En 2021-2022, l'aide financière apportée au secteur de la production audiovisuelle par Téléfilm Canada s'est chiffrée à 132,7 millions de dollars²³. Cela comprenait 95,4 millions de dollars en soutien au développement du secteur de la production audiovisuelle (p. ex. production, développement, documentaires) et 37,3 millions de dollars en soutien promotionnel (p. ex., soutien aux festivals de cinéma canadiens, marketing et promotion à l'échelle nationale et internationale, soutien au Programme d'aide à la diffusion en salle pour les exploitants)²⁴. Outre ce soutien financier permanent, Téléfilm Canada a octroyé en 2021-2022 un fonds de soutien d'urgence de 4,1 millions de dollars pour lutter contre les effets de la pandémie de COVID-19 par le biais du Fonds d'indemnisation à court terme (FICT)²⁵.

Le nombre annuel de films produits en français a augmenté de 64 %, passant de 25 à 41 films (tableau 4-2). Des budgets plus importants ont aussi été attribués aux longs métrages cinématographiques en français : le budget moyen est passé de 3,5 millions de dollars en 2020-2021 à 3,8 millions de dollars, le niveau le plus élevé en 10 ans.

La résilience observée dans le secteur de la production de longs métrages cinématographiques en français en 2020-2021 et la solide reprise constatée en 2021-2022 ont été en grande partie attribuables au soutien financier supplémentaire offert par le gouvernement du Québec dans le cadre de ses subventions publiques accordées au secteur audiovisuel²⁶ et de ses mesures à court terme pour atténuer les effets de la pandémie²⁷.

²³ Téléfilm Canada (2022), *Un nouvel esprit de collaboration : Rapport annuel 2021-2022*, p. 9.

²⁴ Ibid.

²⁵ Ibid.

²⁶ Société de développement des entreprises culturelles (2020), « [155,2 M\\$ additionnels pour la relance des entreprises culturelles québécoises](#) », communiqué, 2 juin 2020.

²⁷ Ministère de la Culture et des Communications (2020), « [Québec crée un programme pour permettre la reprise des tournages pour le cinéma et la télé](#) » communiqué, 13 juillet 2020.

Grâce à un financement supplémentaire de 105 millions de dollars octroyé par le gouvernement fédéral (sur trois ans) en 2021-2022, Téléfilm Canada a également été en mesure d'accroître son soutien financier à la production de longs métrages cinématographiques en français ainsi qu'à la production de longs métrages cinématographiques en anglais²⁸.

La production de longs métrages en anglais s'est redressée de 34,1 % en 2021-2022, atteignant 246 millions de dollars, soit seulement 2 millions de moins que son volume d'avant la pandémie, qui était de 248 millions de dollars en 2019-2020 (tableau 4-1). Au total, 107 longs métrages cinématographiques ont été produits en anglais en 2021-2022. C'est 78,3 % de plus qu'en 2020-2021 et 7 % de plus que les 100 films produits en 2019-2020, juste avant la pandémie.

La reprise de la production de longs métrages cinématographiques en 2021-2022 a également été clairement concentrée dans le genre fiction (tableau 4-5). Ce genre est à l'origine de la quasi-totalité de l'augmentation du volume, le volume dans les autres genres (p. ex., documentaires, jeunesse) ayant diminué de 7 millions de dollars en 2021-2022 par rapport à 2020-2021.

Historiquement, le marché mondial du cinéma, la coproduction internationale régie par des traités et les niveaux annuels d'investissements étrangers dans la production²⁹ ont été des facteurs clés des fluctuations d'une année à l'autre du volume de la production de longs métrages cinématographiques canadiens. Toutefois, en 2021-2022, Téléfilm Canada et d'autres sources publiques ont joué un rôle plus important dans le financement de la production de longs métrages cinématographiques canadiens et ont ainsi contribué à la forte reprise du sous-secteur. Plus particulièrement, comme mentionné précédemment, 2021-2022 a marqué la première année du financement supplémentaire de 105 millions de dollars de Téléfilm Canada octroyé par le gouvernement fédéral (sur trois ans)³⁰.

Les investissements étrangers dans la production de longs métrages cinématographiques canadiens ont, en fait, diminué en 2021-2022, tant en chiffres absolus qu'en pourcentage. Les investissements étrangers sont passés de 100 millions de dollars à 86 millions de dollars (tableau 1-5), et sa part de financement total a diminué, passant de 37 % à 22 % (tableau 4-7a). Cette diminution des investissements étrangers concernait exclusivement la production de contenu en anglais, car la production de contenu en français a en fait vu ses investissements étrangers grimper à un chiffre record de 15 millions de dollars sur cinq ans (tableaux 4-7b et 4-7c). Toutefois, même avec cette augmentation en 2021-2022, les investissements étrangers ne représentaient que 11 % du financement total de la production de longs métrages cinématographiques en français, le financement provenant directement de diffuseurs et de distributeurs étrangers représentant 4 % du financement total.

La baisse des investissements étrangers sur le marché anglophone a été plus que compensée par les niveaux plus élevés d'aides publiques accordées. Le montant total des aides publiques (c.-à-d., Téléfilm Canada, crédits d'impôt fédéraux et provinciaux et autres fonds publics) pour la production de longs métrages en anglais est passé de 71 millions de dollars à 139 millions de dollars en 2021-2022. Sa part du financement total de la production de longs métrages en anglais est passée de 39 % à 57 % (tableau 4-7b). À lui seul, le financement de Téléfilm Canada est passé à 53 millions de dollars, soit 29,3 % de plus que le niveau de financement d'avant la pandémie, qui était de 41 millions de dollars en 2019-2020.

Le montant total des aides publiques de la production de longs métrages cinématographiques en français est passé de 69 millions de dollars à 112 millions de dollars, bien que sa part du financement total soit demeurée relativement stable à 80 % (tableau 4-7c).

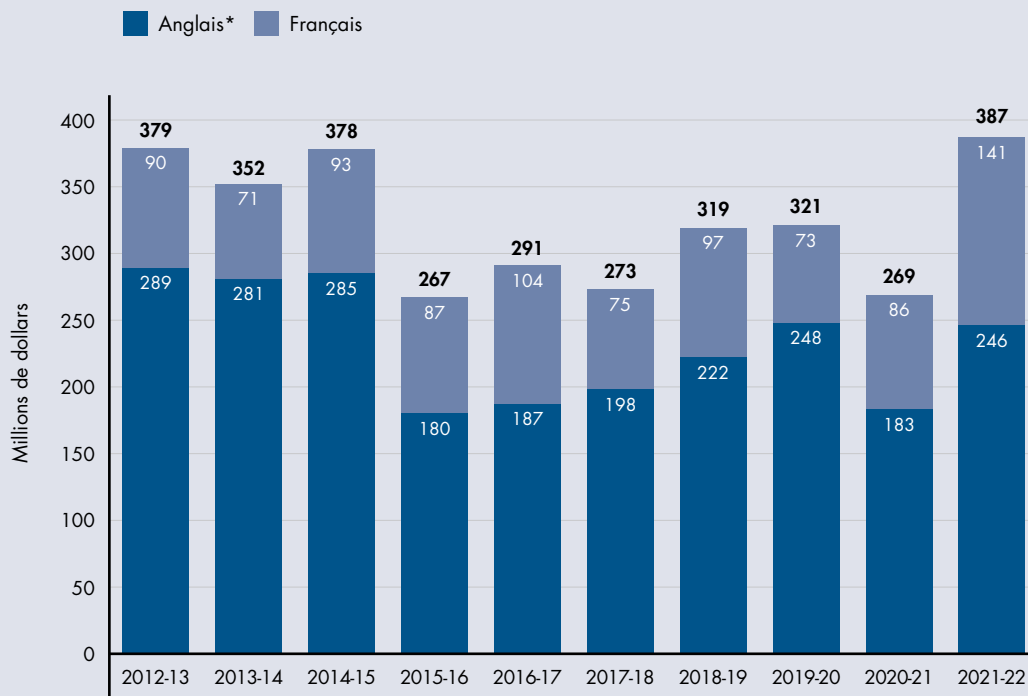
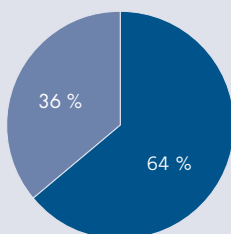
²⁸ Téléfilm Canada, 2022. p. 18.

²⁹ Les investissements étrangers comprennent la valeur du financement provenant de sources étrangères et de distributeurs canadiens, qui subventionnent souvent la production de longs métrages cinématographiques non seulement pour la diffusion au pays, mais aussi pour la revente à d'autres marchés.

³⁰ Téléfilm Canada, 2022. p. 18.

LANGUE

Tableau 4-1 Volume de la production de longs métrages cinématographiques canadiens, par langue

Part
2021-22

Taux de croissance annuel moyen

Langue	2021-22	2012-13 à 2021-22
Anglais*	34,1 %	(1,8 %)
Français	64,7 %	5,1 %
Moyenne : toutes langues confondues	43,8 %	0,2 %

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

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

* En raison du très faible nombre d'œuvres tournées en français et en anglais simultanément ou dans une autre langue, les données de cette catégorie ont été combinées à celles du marché anglophone pour 2016-2017 à 2021-2022 et à celles du marché francophone pour 2012-2013 à 2015-2016.

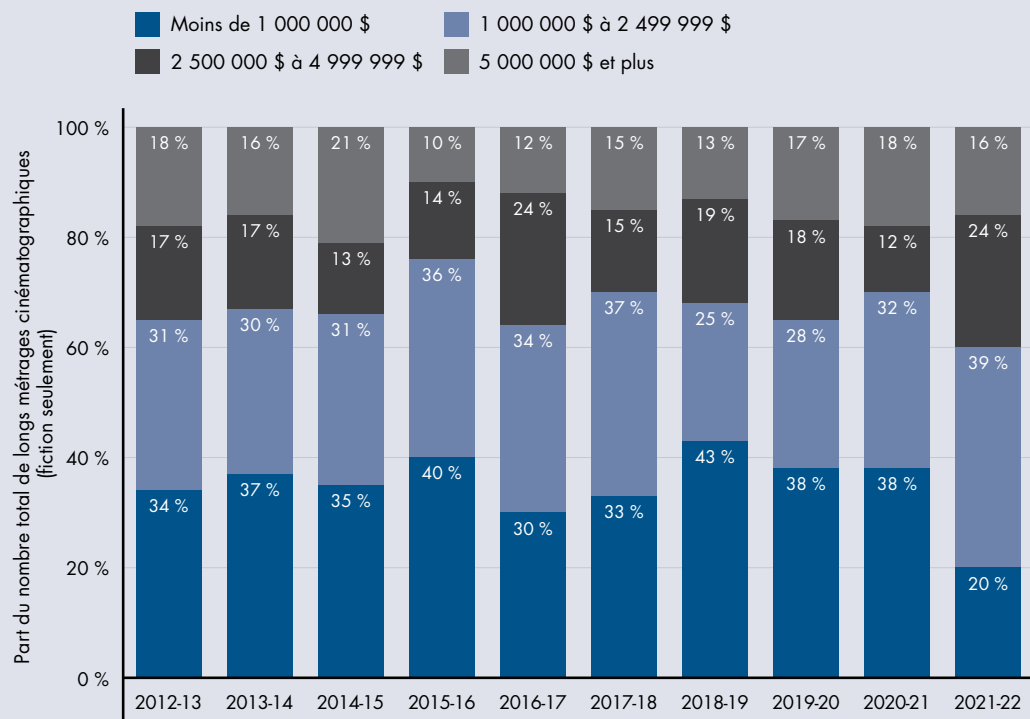
Tableau 4-2 Nombre de longs métrages cinématographiques canadiens produits annuellement au Canada par langue

	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22
Anglais/Bilingue/ Autre*	90	75	89	84	81	82	108	100	60	107
Français*	38	42	42	38	42	40	40	38	25	41
Total	128	117	131	122	123	122	148	138	85	148

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

* En raison du très faible nombre d'œuvres tournées en français et en anglais simultanément ou dans une autre langue, les données de cette catégorie ont été combinées à celles du marché anglophone pour 2016-2017 à 2021-2022 et à celles du marché francophone pour 2012-2013 à 2015-2016.

BUDGET

Tableau 4-3 Projets de longs métrages cinématographiques, par taille du budget (fiction seulement)

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

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

Tableau 4-4 Projets de longs métrages cinématographiques par taille du budget (fiction seulement)

(M\$ par film)	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22
Anglais										
Moyen	3,6	3,9	3,5	1,8	2,6	2,8	2,2	2,4	2,5	2,6
Médian	1,3	1,3	1,4	1,0	1,6	1,3	1,2	1,2	1,1	1,6
Français										
Moyen	2,7	2,5	2,4	2,2	3,4	2,2	3,2	2,5	3,5	3,8
Médian	1,8	1,9	1,3	1,8	2,4	1,7	3,0	1,8	2,4	3,1
Toutes les langues*										
Moyen	3,4	3,5	3,1	2,0	2,8	2,6	2,5	2,5	2,8	2,9
Médian	1,4	1,4	1,3	1,3	1,8	1,4	1,6	1,4	1,4	2,0

SSource : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

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

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

GENRE

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

	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22
Volume (M\$)										
Fiction	357	314	295	179	253	205	269	256	193	318
Autres*	21	38	83	88	39	69	50	65	76	69
Total	379	352	378	267	291	273	319	321	269	387
Nombre de films										
Fiction	107	89	94	91	90	80	110	104	70	109
Autres*	21	28	37	31	33	42	38	34	15	39
Total	128	117	131	122	123	122	148	138	85	148

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

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

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

RÉGION

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

(\$ millions)	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	Part pour 2021-22
Ontario	173	131	124	113	82	113	141	149	153	177	46 %
Québec	145	178	203	107	153	135	138	143	91	182	47 %
Colombie-Britannique	37	18	44	34	37	10	22	8	20	17	4 %
Provinces des Prairies et territoires*	12	19	7	8	18	9	14	17	2	9	2 %
Canada atlantique**	11	6	0	5	2	6	3	4	2	1	<1 %
Total	379	352	378	267	291	273	319	321	269	387	100 %

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

Remarque : Les chiffres ayant été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre au total indiqué. Les statistiques publiées par les agences provinciales de financement peuvent différer de celles qui figurent dans *Profil 2022*. Se reporter aux *Remarques méthodologiques* pour plus de détails. Pour certaines provinces et certains territoires, les données d'exercices antérieurs ont été révisées en raison du reclassement de certaines productions dans les données d'autres périodes (soit celle durant laquelle les principaux travaux de prise de vue ont commencé) ou pour d'autres provinces ou territoires.

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

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

FINANCEMENT

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

Totalité de la production canadienne de longs métrages cinématographiques	2017-18		2018-19		2019-20		2020-21		2021-22	
	M\$	%	M\$	%	M\$	%	M\$	%	M\$	%
Droits de licence des diffuseurs privés	1	<1 %	1	<1 %	2	1 %	<1	<1 %	2	1 %
Droits de licence des diffuseurs publics	2	1 %	4	1 %	2	1 %	1	<1 %	2	<1 %
Crédit d'impôt fédéral ¹	17	6 %	20	6 %	19	6 %	14	5 %	24	6 %
Crédits d'impôt provinciaux ¹	51	19 %	62	19 %	59	18 %	45	17 %	80	21 %
Distributeurs canadiens ²	36	13 %	28	9 %	28	9 %	49	18 %	42	11 %
Préventes et avances de distribution étrangère ³	29	11 %	43	13 %	54	17 %	51	19 %	45	12 %
Téléfilm Canada	67	25 %	70	22 %	68	21 %	38	14 %	78	20 %
Autre financement public ⁴	31	11 %	41	13 %	38	12 %	41	15 %	70	18 %
Autre financement privé ⁵	40	15 %	50	16 %	51	16 %	29	11 %	45	12 %
Total	273	100 %	319	100 %	321	100 %	269	100 %	387	100 %

Productions de langue anglaise, bilingues et dans les langues non officielles ⁶	2017-18		2018-19		2019-20		2020-21		2021-22	
	M\$	%	M\$	%	M\$	%	M\$	%	M\$	%
Droits de licence des diffuseurs privés	1	<1 %	1	<1 %	2	1 %	<1	<1 %	1	<1 %
Droits de licence des diffuseurs publics	1	1 %	3	1 %	2	1 %	<1	<1 %	2	1 %
Crédit d'impôt fédéral ¹	14	7 %	16	7 %	17	7 %	11	6 %	20	8 %
Crédits d'impôt provinciaux ¹	36	18 %	42	19 %	45	18 %	28	15 %	52	21 %
Distributeurs canadiens ²	31	16 %	23	10 %	22	9 %	43	24 %	31	13 %
Préventes et avances de distribution étrangère ³	28	14 %	38	17 %	53	21 %	48	26 %	39	16 %
Téléfilm Canada	46	23 %	47	21 %	41	17 %	23	13 %	53	22 %
Autre financement public ⁴	12	6 %	13	6 %	23	9 %	9	5 %	15	6 %
Autre financement privé ⁵	29	15 %	39	18 %	44	18 %	20	11 %	33	13 %
Total	198	100 %	222	100 %	248	100 %	183	100 %	246	100 %

Productions de langue française	2017-18		2018-19		2019-20		2020-21		2021-22	
	M\$	%	M\$	%	M\$	%	M\$	%	M\$	%
Droits de licence des diffuseurs privés	<1	<1 %	1	1 %	<1	<1 %	<1	<1 %	<1	<1 %
Droits de licence des diffuseurs publics	1	1 %	1	1 %	<1	1 %	<1	<1 %	<1	<1 %
Crédit d'impôt fédéral ¹	3	4 %	4	4 %	2	3 %	3	3 %	4	3 %
Crédits d'impôt provinciaux ¹	15	20 %	20	20 %	15	20 %	18	21 %	29	20 %
Distributeurs canadiens ²	5	6 %	6	6 %	6	8 %	6	7 %	10	7 %
Préventes et avances de distribution étrangère ³	1	1 %	5	5 %	<1	<1 %	2	3 %	5	4 %
Téléfilm Canada	21	28 %	23	24 %	27	37 %	15	18 %	25	18 %
Autre financement public ⁴	19	26 %	27	28 %	16	23 %	34	40 %	55	39 %
Autre financement privé ⁵	11	15 %	11	12 %	7	9 %	8	9 %	12	9 %
Total	75	100 %	97	100 %	73	100 %	86	100 %	141	100 %

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

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

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

5. Coproductions audiovisuelles régies par des traités

Le Canada est actuellement signataire de traités de coproduction audiovisuelle ou de protocoles d'entente conclus avec 60 pays partenaires³¹. Ces ententes permettent à des producteurs canadiens et étrangers de mettre en commun leurs ressources créatrices, artistiques, techniques et financières dans la réalisation de coproductions reconnues comme des œuvres d'origine nationale dans leurs pays respectifs.

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

Faits saillants de 2021-2022



- Le Canada a participé à 53 coproductions régies par des traités, contre 40 en 2020-2021.
- Le nombre total de coproductions de longs métrages régies par des traités est passé de 13 à 33.
- Le budget total des coproductions régies par des traités a augmenté de 22,7 % pour s'établir à 286 millions de dollars.
- Le budget total des coproductions de longs métrages régies par des traités au Canada a augmenté de 57,3 % pour s'établir à 176 millions de dollars.
- Le budget de projet médian pour les coproductions de longs métrages régies par des traités est passé de 1,9 million de dollars à 3,3 millions de dollars.



- Le Royaume-Uni et la France ont été les principaux partenaires de coproduction du Canada entre 2012-2013 et 2021-2022. Le Royaume-Uni était le principal partenaire des coproductions télévisuelles régies par des traités. La France était le principal partenaire pour les longs métrages.
- Le Canada était un partenaire majoritaire (ou à parts égales) pour 40 % de ses projets de coproductions régies par des traités en 2021-2022, soit une part identique à celle de 2020-2021.



- Les budgets canadiens représentaient 40 % du total des budgets des coproductions régies par des traités en 2021-2022, comparativement à 53 % en 2020-2021.
- La part canadienne des budgets de coproductions régies par des traités est passée de 124 millions de dollars à 114 millions de dollars en 2021-2022.
- Le nombre total de coproductions télévisuelles régies par des traités est passé de 27 à 20.
- Le nombre de coproductions télévisuelles de documentaires est passé de 14 à 7.
- Le budget total des coproductions télévisuelles régies par des traités a diminué de 9,8 % pour s'établir à 111 millions de dollars.

³¹ La liste de ces ententes se trouve sur le site Web de Téléfilm Canada, à l'adresse <https://telefilm.ca/fr/coproduction/traites-internationaux-et-protocoles-dententes>.

Après quatre années consécutives de baisses annuelles, le volume global de productions régies par des traités du Canada, y compris la part canadienne et étrangère des budgets, a augmenté de 21,7 % en 2021-2022 (tableau 5-1). Malgré cette augmentation du volume global, la part canadienne de ces dépenses budgétaires a chuté de 8,1 % pour atteindre 114 millions de dollars, soit son niveau le plus bas en 10 ans.

Le volume annuel de coproductions régies par des traités peut être sujet à d'importantes fluctuations d'une année à l'autre en raison d'un petit nombre de productions à gros budget (longs métrages ou séries télévisées). C'est pourquoi la hausse du volume global en 2021-2022, ou inversement la baisse de la part canadienne des dépenses, pourrait très bien renverser la vapeur en 2022-2023 ou par la suite. Cela dit, depuis qu'il a atteint 590 millions de dollars en 2013-2014, le volume annuel de coproductions régies par des traités du Canada a affiché une nette tendance à la baisse (tableau 5-1). Depuis 2013-2014, le volume annuel a connu une baisse d'une année à l'autre au cours de six années sur les huit. Dans l'ensemble, le volume total de coproductions régies par des traités du Canada en 2021-2022 (286 millions de dollars) équivalait à la moitié de celui de 2013-2014 (590 millions de dollars).

Dans la dernière décennie, 2013-2014 a été une année marquante pour le Canada en ce qui concerne sa participation aux productions de longs métrages régies par des traités, avec un volume de 337 millions de dollars, soit près du double du volume enregistré au cours des deux années précédentes (2011-2012 et 2012-2013) et 50 % de plus que le volume enregistré au cours de toutes les années suivantes (de 2014-2015 à 2021-2022). En 2020-2021, les productions de longs métrages régies par des traités représentaient 112 millions de dollars en volume, soit 13 films, le niveau le plus bas en 10 ans, avec des baisses autant pour le contenu en français que pour le contenu en anglais (tableau 5-9). Toutefois, en 2021-2022, la coproduction de longs métrages régie par des traités a rebondi de 57,5 % pour atteindre 176 millions de dollars. C'est cette reprise de la coproduction de longs métrages régie par des traités qui a soutenu le rétablissement global de la coproduction régie par des traités au Canada en 2021-2022.

Le volume de coproductions de longs métrages en anglais régies par des traités a augmenté de 11 millions de dollars (12,6 %) en 2021-2022, mais c'est la production de contenu en français qui a réellement soutenu la reprise (tableau 5-9). Le volume a plus que triplé, passant de 23 millions de dollars à 76 millions de dollars, le nombre de films produits étant passé de 3 à 11. L'augmentation de 53 millions de dollars du volume de coproductions de longs métrages en français régies par des traités représentait 83 % de l'augmentation globale de 64 millions de dollars.

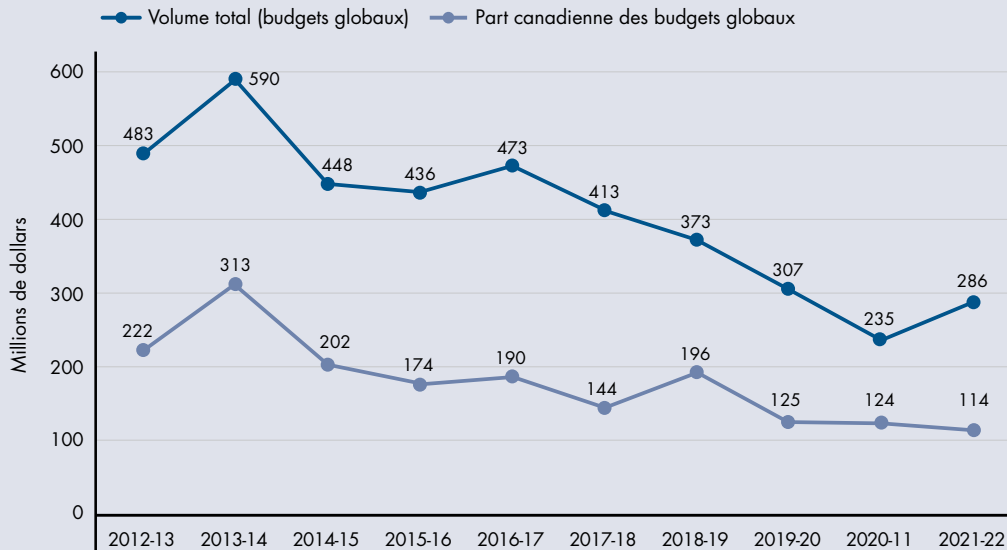
Contrairement aux coproductions de longs métrages, les coproductions télévisées régies par des traités ont chuté de 9,8 % pour atteindre 111 millions de dollars en 2021-2022, le niveau le plus bas en 10 ans (tableau 5-6). Bien que les fluctuations de l'activité de production d'une année à l'autre aient contribué à la baisse en 2021-2022, elles étaient également probablement attribuables à une tendance générale à la baisse que le Canada connaissait quant au volume de coproductions télévisuelles régies par des traités, qui remonte à 2017-2018. Après avoir totalisé en moyenne 276 millions de dollars par année entre 2012-2013 et 2017-2018, le volume annuel moyen de coproductions télévisées régies par des traités n'a atteint en moyenne que 135 millions de dollars depuis 2018-2019.

La baisse du volume de coproductions télévisuelles régies par des traités en 2021-2022 est attribuable à des niveaux plus faibles de production d'émissions dramatiques et de documentaires, tandis que la coproduction d'émissions de télévision pour la jeunesse a augmenté. Le volume de coproductions télévisées régies par des traités dans le genre drame a chuté de 34,5 % pour atteindre seulement 24 millions de dollars, le niveau le plus bas en 10 ans, soit environ un dixième de ce qu'il était en 2017-2018 (tableau 5-7). Le nombre de coproductions de documentaires régies par des traités a diminué de moitié, passant de 14 à 7 en 2021-2022, car le volume de production a également diminué d'un peu plus de la moitié (tableau 5-7). En revanche, le volume de coproductions télévisuelles pour la jeunesse régies par des traités a augmenté de 33,1 %, passant de 55 à 73 millions de dollars. C'est ce qui a fait que ce genre est de loin le plus important contributeur à la coproduction télévisuelle canadienne régie par des traités en 2021-2022 (tableau 5-7).

Contrairement au secteur de la coproduction de longs métrages régie par des traités, l'activité canadienne de coproduction télévisuelle régie par des traités était fortement axée sur la production de contenu en anglais. Cela représentait environ 95 % des projets en 2021-2022 (tableau 5-6).

RÉSULTATS POUR L'ENSEMBLE DES CRÉNEAUX DE DIFFUSION

Tableau 5-1 Volume* de coproductions audiovisuelles canadiennes régies par des traités, toutes les fenêtres de diffusion



Source : Téléfilm Canada.

Remarque : Statistiques en septembre 2022.

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

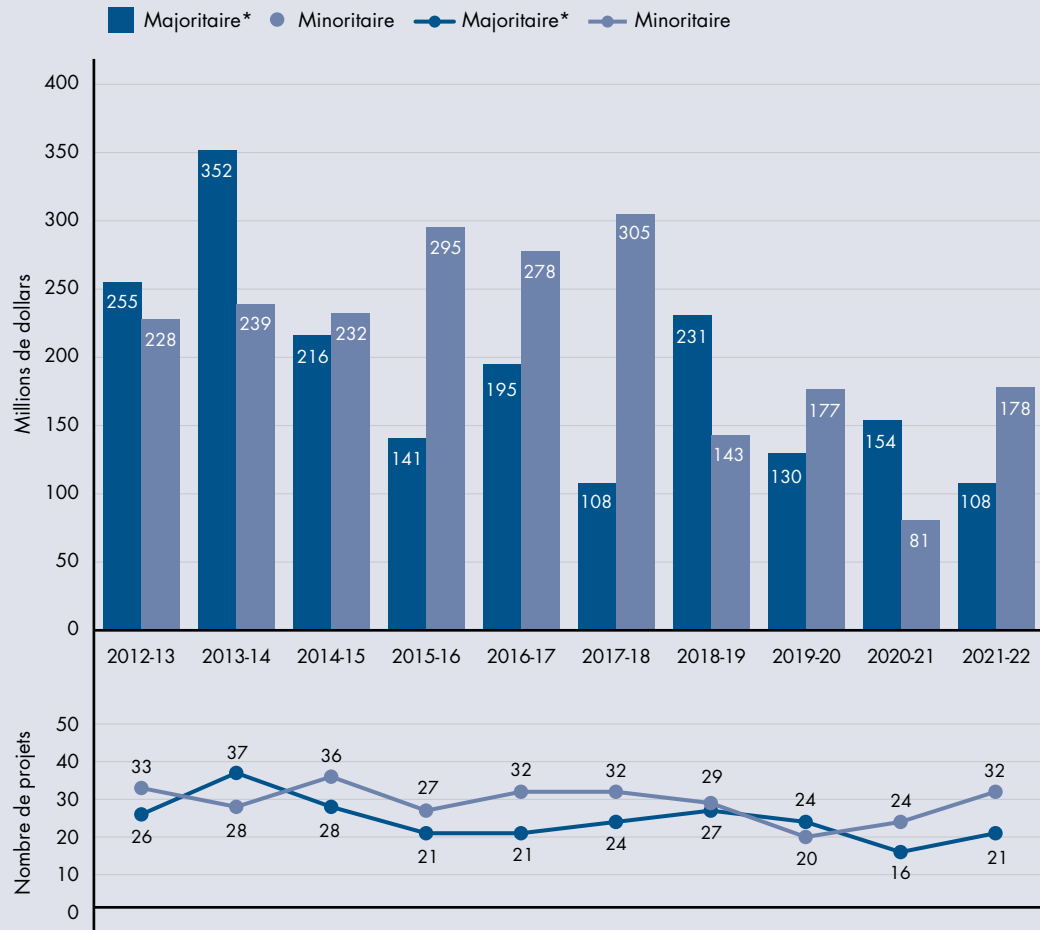
Tableau 5-2 Coproductions audiovisuelles régies par des traités, volume* et nombre de projets, toutes les fenêtres de diffusion

	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22
Anglais										
Part canadienne des budgets (M\$)	192	304	182	141	179	132	185	114	116	92
Part étrangère des budgets (M\$)	195	260	225	214	240	226	141	143	90	114
Total (M\$)	387	564	407	355	419	358	326	257	206	206
Nombre de projets	42	58	50	31	43	35	44	35	33	41
Français										
Part canadienne des budgets (M\$)	31	9	21	33	11	12	11	11	8	22
Part étrangère des budgets (M\$)	65	17	20	47	43	43	36	39	20	59
Total (M\$)	96	26	41	80	54	55	47	50	28	81
Nombre de projets	17	7	14	17	10	21	12	9	7	12
Toutes les langues										
Part canadienne des budgets (M\$)	222	313	202	174	190	144	196	125	124	114
Part étrangère des budgets (M\$)	261	278	245	262	283	269	177	182	110	172
Total (M\$)	483	590	448	436	473	413	373	307	235	286
Nombre de projets	59	65	64	48	53	56	56	44	40	53

Source : Téléfilm Canada.

Remarque : Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis. Statistiques en septembre 2022.

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

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

Source : Téléfilm Canada.

Remarque : Statistiques en septembre 2022.

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

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

(millions de dollars)	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22
Par langue										
Anglais	2,7	4,6	2,7	5,1	4,2	2,2	3,6	4,8	2,5	3,4
Français	2,5	2,4	1,7	3,5	1,7	1,1	3,0	2,0	3,2	3,3
Par fenêtre de diffusion										
Télévision	1,9	2,8	2,0	1,6	1,7	1,3	2,6	3,3	2,4	3,6
Longs métrages	4,9	10,2	5,7	5,5	6,2	4,1	3,8	3,7	1,9	3,3
Tous les projets	2,6	3,8	2,6	4,0	3,1	1,8	3,6	3,6	2,4	3,3

Source : Téléfilm Canada.

Remarque : Statistiques en septembre 2022.

Tableau 5-5 Pays partenaires des coproductions audiovisuelles régies par des traités, 2012-2013 à 2021-2022

	Nombre de projets	Total des budgets globaux (M\$)	Part du Canada	
			M\$	%
Royaume-Uni	133	736	388	53 %
France	131	1 003	405	40 %
Allemagne	34	406	240	59 %
Irlande	30	743	228	31 %
Australie	24	150	86	57 %
Belgique	15	95	47	49 %
Israël	15	26	16	64 %
Nouvelle-Zélande	14	50	19	38 %
Afrique du Sud	14	72	36	51 %
Brésil	8	42	22	53 %
Hongrie	8	163	75	46 %
Italie	8	30	18	61 %
Espagne	8	76	38	51 %
Suisse	8	17	9	52 %
Autres coproductions bipartites	58	197	98	50 %
Coproductions multipartites*	30	240	78	33 %
Total	538	4 044	1 805	45 %

Source : Téléfilm Canada.

Remarque : Les chiffres ayant été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre au total indiqué. Statistiques en septembre 2022.

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

TÉLÉVISION

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

	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22
Anglais										
Part canadienne des budgets (M\$)	99	122	105	107	97	87	76	46	63	–
Part étrangère des budgets (M\$)	123	124	169	175	174	192	63	99	54	–
Total (M\$)	222	246	274	282	271	279	139	145	117	–
Nombre de projets	31	38	35	23	26	20	18	15	23	19
Français										
Part canadienne des budgets (M\$)	6	2	5	2	7	7	4	3	1	–
Part étrangère des budgets (M\$)	11	5	7	3	18	10	13	2	4	–
Total (M\$)	18	7	12	5	25	17	17	5	5	–
Nombre de projets	10	3	7	4	8	16	5	4	4	1
Toutes les langues										
Part canadienne des budgets (M\$)	105	124	109	108	104	94	80	48	65	42
Part étrangère des budgets (M\$)	134	129	177	178	193	202	76	102	58	69
Total (M\$)	240	253	286	287	297	296	156	150	123	111
Nombre de projets	41	41	42	27	34	36	23	19	27	20

Source : Téléfilm Canada.

Remarque : Les chiffres ayant été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre au total indiqué. Statistiques en septembre 2022.

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

** Pour des raisons de confidentialité, la répartition par langue a été supprimée pour 2021-2022.

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

	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22
Total des budgets mondiaux (M\$)										
Drame	151	134	184	185	222	223	52	98	36	24
Documentaire	52	36	63	23	35	33	45	17	32	14
Jeunesse	37	83	39	78	39	40	58	35	55	73
Total	240	253	286	287	297	296	156	150	123	111
Nombre de projets										
Drame	6	11	8	5	7	4	2	6	7	5
Documentaire	27	19	27	16	21	27	16	8	14	7
Jeunesse	8	11	7	6	6	5	5	5	6	8
Total	41	41	42	27	34	36	23	19	27	20
Budgets moyens des projets (M\$)										
Drame	25,2	12,2	23,0	37,1	31,7	55,8	26,1	16,3	5,1	4,7
Documentaire	1,9	1,9	2,3	1,5	1,7	1,2	2,8	2,1	2,3	2,0
Jeunesse	4,6	7,6	5,5	13,0	6,5	8,0	11,7	7,0	9,1	9,1
Tous les genres	5,8	6,2	6,8	10,6	8,7	8,2	6,8	7,9	4,5	5,5

Source : Téléfilm Canada.

Remarque : Les chiffres ayant été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre au total indiqué. Statistiques en septembre 2022.

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

Tableau 5-8 Pays partenaires des coproductions audiovisuelles régies par des traités, segment de la télévision, 2012-2013 à 2021-2022

	Nombre de projets	Total des budgets globaux (M\$)	Part du Canada	
			M\$	%
Royaume-Uni	107	571	290	51 %
France	77	392	160	41 %
Australie	20	136	81	59 %
Allemagne	14	29	11	37 %
Irlande	14	621	153	25 %
Nouvelle-Zélande	12	39	10	26 %
Israël	9	20	13	68 %
Brésil	6	37	19	53 %
Afrique du Sud	6	44	20	45 %
Hongrie	5	124	57	46 %
Malte	4	7	3	40 %
Autres coproductions bipartites	21	54	26	48 %
Coproductions multipartites*	15	124	36	29 %
Total	310	2 196	879	40 %

Source : Téléfilm Canada.

Remarque : Les chiffres ayant été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre au total indiqué. Statistiques en septembre 2022.

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

LONGS MÉTRAGES

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

	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22
Anglais										
Part canadienne des budgets (M\$)	93	182	77	35	82	45	109	68	53	52
Part étrangère des budgets (M\$)	72	136	55	39	66	35	78	44	36	48
Total (M\$)	165	318	133	73	148	79	187	112	89	100
Nombre de projets	11	20	15	8	17	15	26	20	10	22
Français										
Part canadienne des budgets (M\$)	24	6	16	31	4	6	7	8	7	20
Part étrangère des budgets (M\$)	54	12	13	45	24	32	23	37	16	56
Total (M\$)	78	19	29	76	29	37	30	45	23	76
Nombre de projets	7	4	7	13	2	5	7	5	3	11
Toutes les langues										
Part canadienne des budgets (M\$)	117	189	93	66	87	51	116	76	60	72
Part étrangère des budgets (M\$)	127	148	69	83	90	66	101	81	52	104
Total (M\$)	244	337	161	149	177	117	217	157	112	176
Nombre de projets	18	24	22	21	19	20	33	25	13	33

Source : Téléfilm Canada.

Remarque : Les chiffres ayant été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre au total indiqué. Statistiques en septembre 2022.

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

* Pour des raisons de confidentialité, la répartition par langue a été supprimée pour 2016-2017.

Tableau 5-10 Pays partenaires des coproductions audiovisuelles régies par des traités, segment du long métrage cinématographique, 2012-2013 à 2021-2022

	Nombre de projets	Total des budgets globaux (M\$)	Part du Canada	
			M\$	%
France	54	611	245	40 %
Royaume-Uni	26	165	98	59 %
Allemagne	20	377	229	61 %
Irlande	16	121	76	62 %
Belgique	14	83	44	53 %
Afrique du Sud	8	27	17	60 %
Italie	7	24	16	68 %
Espagne	7	72	37	51 %
Suisse	7	16	8	51 %
Israël	6	6	3	48 %
Australie	4	14	5	37 %
Cuba	4	13	9	72 %
Danemark	4	33	16	48 %
Autres coproductions bipartites	36	167	81	48 %
Coproductions multipartites*	15	116	42	36 %
Total	228	1 847	925	50 %

Source : Téléfilm Canada.

Remarque : Statistiques en septembre 2022. Les chiffres ayant été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre au total indiqué.

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

6. Production étrangère et services de production

Le secteur de la production étrangère et des services de production est principalement composé de films et d'émissions de télévision tournés au Canada par des producteurs généralement étrangers avec la participation de services de production canadiens. Cela comprend le travail sur des effets visuels effectué par des studios canadiens pour des émissions de télévision et des films étrangers. Pour la très grande majorité des projets de production étrangère et services de production en français, les droits d'auteurs sont détenus par des producteurs non canadiens.

Au cours des dernières années, ce secteur a contribué à la production de nombreux films qui ont connu un succès commercial. Parmi les films hollywoodiens récents qui ont été tournés au Canada ou dont les effets visuels ont été réalisés au Canada, mentionnons *Peter Pan et Wendy*, *American Dreamer* et *Shang-Chi et la légende des Dix Anneaux*.

Le Canada est aussi devenu une destination pour le tournage de nombreuses séries télévisées commandées par des réseaux américains ou des services de vidéo sur demande par abonnement (VSDA). Parmi les séries récentes, mentionnons *Le Bon Docteur*, *Flash* et *Peacemaker*.

Faits saillants de 2021-2022



- Le volume total de la production étrangère et des services de production au Canada a augmenté de 27,3 % pour atteindre un record historique de 6,71 milliards de dollars.
- Le nombre total de productions étrangères et services de production a augmenté, passant de 511 à un chiffre historique de 645.
- Le volume total de productions étrangères et services de production pour des longs métrages a augmenté de 19,8 % pour atteindre 1,66 milliard de dollars.
- Le nombre de longs métrages étrangers tournés au Canada est passé de 141 à 171.
- Le volume total des autres³² productions étrangères et services de production télévisuelle a été multiplié par quatre pour atteindre 1,74 milliard de dollars.
- Le nombre d'autres projets télévisuels de production étrangère et services de production a augmenté de 132,2 %, passant de 93 à 216.



- Le volume total de productions étrangères et services de production pour des séries télévisées a diminué de 4,1 % pour atteindre 3,31 milliards de dollars.
- Le nombre de séries télévisées étrangères tournées au Canada est passé de 277 à 258.

³² Les autres productions télévisuelles comprennent des téléfilms, des émissions spéciales, des projets pilotes et d'autres émissions d'un seul épisode. Cela ne comprend pas les miniséries, qui sont comptabilisées dans la catégorie des séries télévisées.

Après être demeuré résilient pendant la pandémie de COVID-19, le secteur de la production étrangère et des services de production du Canada a connu une autre année de croissance remarquable. Le volume total de productions étrangères et services de production a augmenté de 27,3 % pour atteindre un chiffre historique de 6,71 milliards de dollars (tableau 6-1). Cette croissance fulgurante est attribuable à une période de « rattrapage » au cours de laquelle les projets dont le tournage devait commencer en 2020 ou 2021 ont finalement été mis en production. La croissance a également été soutenue par la forte demande mondiale de contenu original, en particulier des services de vidéo sur demande par abonnement (VSDA), comme Netflix, Amazon Prime Video, Disney+ et AppleTV+.

Le volume de productions étrangères et services de production pour des séries télévisées a en fait diminué de 4,1 % par rapport au chiffre historique de 3,44 milliards de dollars en 2020-2021 – c'est la production d'autres types de contenus télévisuels et, dans une moindre mesure, de longs métrages, qui a entraîné les fortes hausses observées en 2021-2022 (tableau 6-1).

La production de téléfilms, d'émissions spéciales et d'émissions d'un seul épisode (dont bon nombre destinés aux services de VSDA) a triplé, passant de 435 millions de dollars à 1,74 milliard de dollars en 2021-2022 (tableau 6-1), le nombre de projets produits dans cette catégorie ayant plus que doublé, passant de 93 à 216 (tableau 6-2).

Au total, 171 longs métrages étrangers ont été produits au Canada en 2021-2022, soit une hausse de 21,3 % par rapport aux 141 films tournés en 2020-2021 (tableau 6-2). Le volume de production de longs métrages a augmenté de 19,8 % pour atteindre 1,66 milliard de dollars (tableau 6-1).

La croissance de la catégorie production étrangère et services de production en 2021-2022 a été partagée entre toutes les provinces qui ont accueilli la production de contenu étranger en 2020-2021. En effet, certaines provinces ont connu des hausses remarquables qui les ont même fait passer bien au-delà des niveaux observés avant la pandémie de COVID-19 (tableau 6-4).

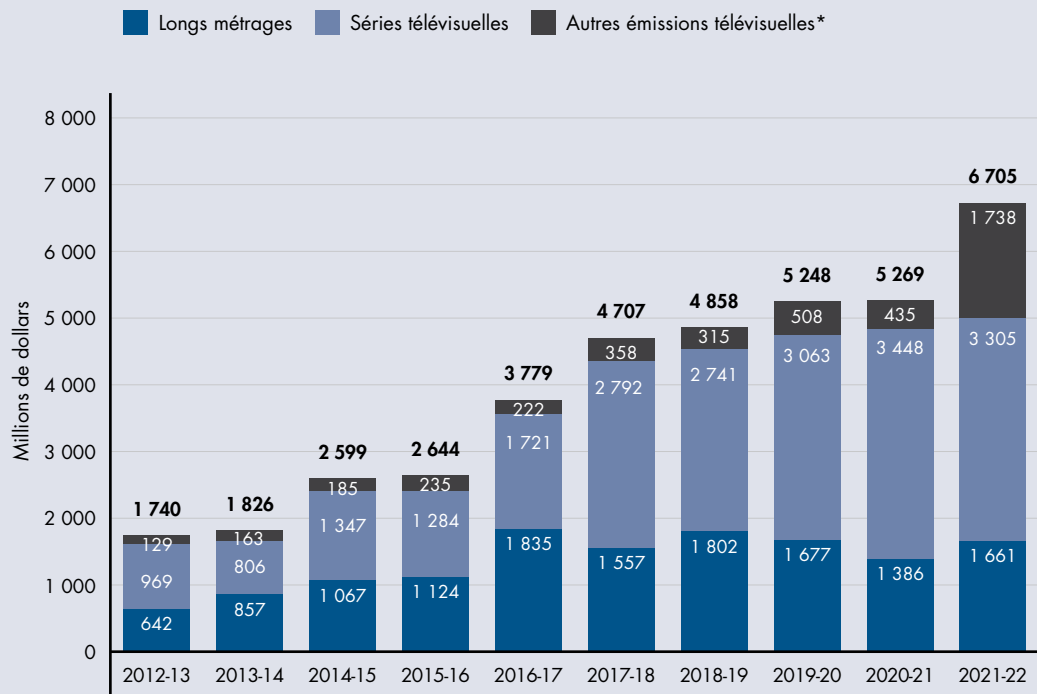
- La **Colombie-Britannique** était la province canadienne ayant le plus haut niveau dans ce secteur en 2021-2022. Son volume de production étrangère et services de production a augmenté de 9 % pour atteindre un chiffre record de 2,96 milliards de dollars³³.
- En **Ontario**, la catégorie production étrangère et services de production a augmenté de 17,3 % en 2021-2022 pour atteindre un nouveau record de 1,67 milliard de dollars. Selon Ontario Créatif, tous les gains réalisés par l'Ontario en matière de production étrangère et services de production provenaient de la catégorie des séries télévisées, car la production d'autres émissions de télévision et de longs métrages a diminué.
- Le volume total de la production étrangère et des services de production au **Québec** a augmenté en flèche de 54,1 % pour atteindre un chiffre historique de 1,42 milliard de dollars. Environ 70 % de la hausse était attribuable à la catégorie des longs métrages.
- En **Alberta**, la catégorie production étrangère et services de production a plus que quintuplé, passant de 68 millions de dollars en 2020-2021 à un chiffre record de 441 millions de dollars en 2021-2022. En effet, en remontant à 2012-2013, on observe que le volume de production étrangère et services de production en Alberta n'a jamais été supérieur à 92 millions de dollars. La grande majorité de la croissance en 2021-2022 a été concentrée dans la production de séries télévisées et de miniséries, mais il y a également eu des gains importants dans la production d'autres émissions de télévision et de longs métrages. L'augmentation du financement du crédit d'impôt pour le cinéma et la télévision de l'Alberta, combinée à l'élimination du plafond du crédit d'impôt par projet, a permis d'attirer une part importante de production étrangère et services de production de services en Alberta.
- Le **Manitoba** était le cinquième plus important centre de production étrangère et services de production du Canada en 2021-2022. Son volume de production étrangère et services de production a augmenté de 25 % pour atteindre 105 millions de dollars. Selon Musique et Film Manitoba, tous les gains du Manitoba provenaient de la catégorie des longs métrages. Et bien que la province ait connu une forte croissance en 2021-2022 dans la production étrangère et les services de production, le niveau global dans ce domaine est demeuré inférieur aux 171 millions de dollars enregistrés en 2019-2020, le niveau le plus haut en 10 ans.

³³ À compter de 2021-2022, Creative BC a commencé à déclarer les activités de production et les dépenses en fonction de l'exercice au cours duquel les principaux travaux de prise de vue ou d'animation ont commencé. Avant 2021-2022, Creative BC déclarait les activités de production et les dépenses en fonction de l'exercice financier au cours duquel la demande de crédit d'impôt d'un projet était acceptée. Par conséquent, les statistiques de production annuelles entre 2020-2021 et 2021-2022 pourraient ne pas être directement comparables.

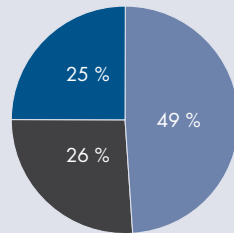
- En **Nouvelle-Écosse**, la part de production étrangère et services de production a pratiquement doublé, passant de 46 millions de dollars à 91 millions de dollars, un nouveau record en 10 ans pour la province. Environ 90 % de la croissance en 2021-2022 provenait de la catégorie des séries télévisées.
- À **Terre-Neuve-et-Labrador**, le tournage de *Peter Pan et Wendy* de Disney a permis à la province d'enregistrer sa première production étrangère sur les dix dernières années.

TOTAL DES PRODUCTIONS ET TYPES

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



Part
2021-22



Taux de croissance annuel moyen

Type	2021-22	2012-13 à 2021-22
Longs métrages	19,8 %	11,1 %
Séries télévisées	(4,1 %)	14,6 %
Autres émissions télévisuelles*	299,5 %	33,5 %
Moyenne : tous types confondus	27,3 %	16,2 %

Source : Association des agences provinciales de financement.

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

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

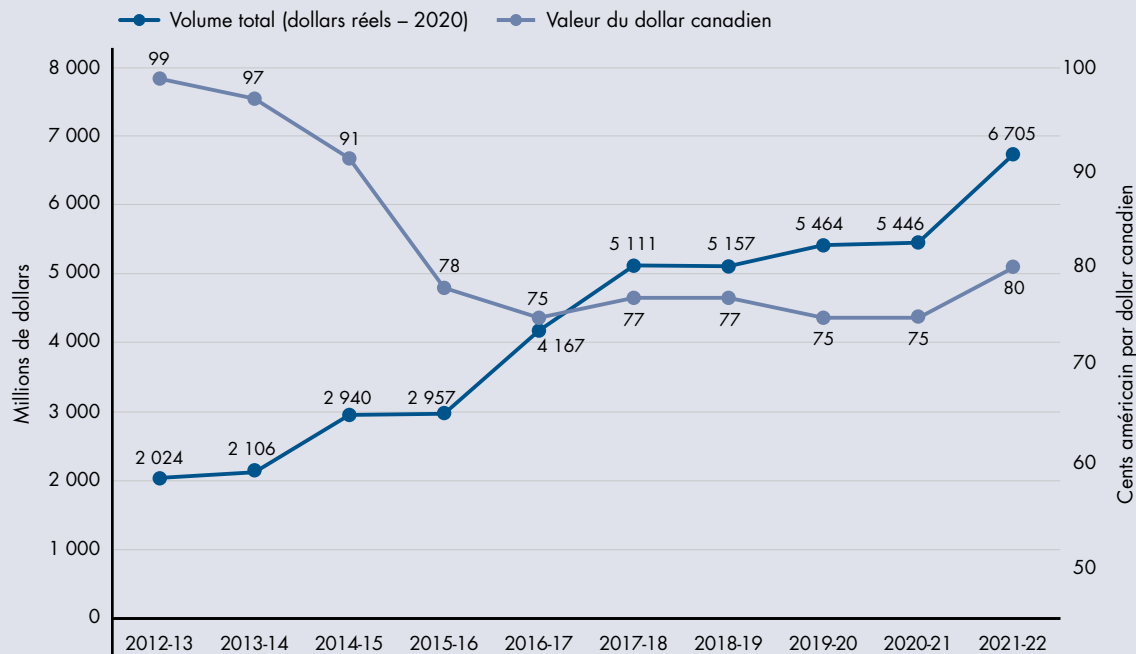
Tableau 6-2 Nombre de productions étrangères et services de production par type

	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22
Longs métrages	93	91	111	128	186	167	164	166	141	171
Séries télévisuelles	85	92	115	156	137	209	208	224	277	258
Autres émissions télévisuelles*	42	51	53	71	77	104	93	131	93	216
Total	220	234	279	355	400	480	465	521	511	645

Source : Association des agences provinciales de financement.

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

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

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

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

REGION

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

(millions de dollars)	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	Part pour 2021-22
Colombie-Britannique*	1 076	1 080	1 672	1 574	2 311	3 040	2 816	2 347	2 719	2 963	44 %
Ontario	399	446	545	698	882	869	985	1 541	1 426	1 672	25 %
Québec	212	147	275	282	404	666	771	1 142	922	1 421	21 %
Manitoba	4	88	92	34	54	31	86	0	68	441	7 %
Alberta	23	47	11	42	70	89	167	171	84	105	2 %
Nouvelle-Écosse	25	17	s.o.	12	39	12	26	40	46	91	1 %
Terre-Neuve-et-Labrador	0	0	0	0	0	0	0	0	0	8	<1 %
Territoires*	2	2	3	3	18	1	7	8	4	3	<1 %
Saskatchewan	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0 %
Nouveau-Brunswick	0	0	1	0	0	0	0	0	s.o.	0	0 %
Île-du-Prince-Édouard	0	0	<1	0	0	0	0	0	s.o.	0	0 %
Total	1 740	1 826	2 599	2 644	3 779	4 707	4 858	5 248	5 269	6 705	100.0 %

Source : Association des agences provinciales de financement.

Remarque : Les chiffres ayant été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre au total indiqué. Les statistiques publiées par les agences provinciales de financement peuvent différer de celles qui figurent dans *Profil 2022*. Se reporter aux *Remarques méthodologiques* pour plus de détails.

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

* À compter de 2021-2022, Creative BC a commencé à déclarer les activités de production et les dépenses en fonction de l'exercice au cours duquel les principaux travaux de prise de vue ou d'animation ont commencé. Avant 2021-2022, Creative BC déclarait les activités de production et les dépenses en fonction de l'exercice financier au cours duquel la demande de crédit d'impôt d'un projet était acceptée. Par conséquent, les statistiques de production annuelles entre 2020-2021 et 2021-2022 pourraient ne pas être directement comparables.

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

PAYS

Tableau 6-5 Productions étrangères et services de production, selon le pays titulaire des droits d'auteur

	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22
Nombre de projets										
États-Unis	171	177	197	261	304	364,5	365	409	404	469,5
Autres pays étrangers	22	31	57	67	72,5	77,5	69	72	72,5	154,5
Canada*	27	26	25	27	23,5	38	31	40	34,5	21,0
Total	220	234	279	355	400	480	465	521	511	645
Pourcentage du total										
États-Unis	78 %	76 %	71 %	74 %	76 %	76 %	78 %	79 %	79 %	73 %
Autres pays	10 %	13 %	20 %	19 %	18 %	16 %	15 %	14 %	14 %	24 %
Canada*	12 %	11 %	9 %	8 %	6 %	8 %	7 %	8 %	7 %	3 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Source : Association des agences provinciales de financement.

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

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

7. Production interne des télédiffuseurs

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

Les statistiques de la présente section portent sur l'année de diffusion 2021, qui s'étend du 1^{er} septembre 2020 au 31 août 2021.

Faits saillants de 2021



- Le volume total de production interne a augmenté de 1,9 % pour atteindre 1,09 milliard de dollars.
- Les dépenses consacrées à la production interne par des services facultatifs et sur demande ont augmenté de 3,8 % pour atteindre 515 millions de dollars.
- Les dépenses consacrées à la production interne d'émissions de nouvelles ont augmenté de 2,3 % pour atteindre 707 millions de dollars.



- Les dépenses des radiodiffuseurs traditionnels consacrées à la production interne sont demeurées pratiquement inchangées, à 571 millions de dollars.



- Les dépenses consacrées à la production interne d'émissions de sports ont diminué de 1 % pour atteindre 202 millions de dollars.

Après avoir chuté de 7,6 % au cours de l'année de diffusion 2020 (en raison de la pandémie de COVID-19), les dépenses de production interne des diffuseurs ont légèrement augmenté de 1,9 % au cours de l'année de diffusion 2021 (tableau 7-1). Malgré la reprise post-pandémie en 2021, à plus long terme, le volume de production interne des télédiffuseurs est en baisse. Entre 2012 et 2021, ce volume a diminué en moyenne de 2,8 % par année.

La quasi-totalité de cette reprise est attribuable au sous-secteur des services facultatifs et sur demande. Dans ce sous-secteur, les dépenses de production interne ont augmenté de 3,8 %, soit 19 millions de dollars (tableau 7-1). Avec le sous-secteur de la télévision conventionnelle (y compris les diffuseurs privés traditionnels, CBC/Radio-Canada et les diffuseurs éducatifs provinciaux), les dépenses n'ont augmenté que de 1 million de dollars pour atteindre 571 millions de dollars.

Les dépenses consacrées à la production interne d'émissions de sports ont continué de diminuer en 2021, avec une baisse d'un pour cent pour atteindre 202 millions de dollars (tableau 7-2). La reprise globale de la production interne est attribuable à des dépenses plus élevées en émissions de nouvelles et autres genres (autres que les émissions de nouvelles et de sports). Les dépenses consacrées aux émissions de nouvelles ont augmenté de 2,3 % pour atteindre 707 millions de dollars, tandis que celles consacrées aux autres genres ont augmenté de 3,5 % pour atteindre 177 millions de dollars.

L'augmentation des dépenses en émissions de nouvelles a été généralisée, avec des hausses par les diffuseurs privés traditionnels et les services facultatifs. Concernant les diffuseurs privés traditionnels, les dépenses en émissions de nouvelles ont augmenté de 8,8 millions de dollars (2,5 %) ³⁴. Pour les services facultatifs, les dépenses ont augmenté de 11 millions de dollars (5 %) ³⁵.

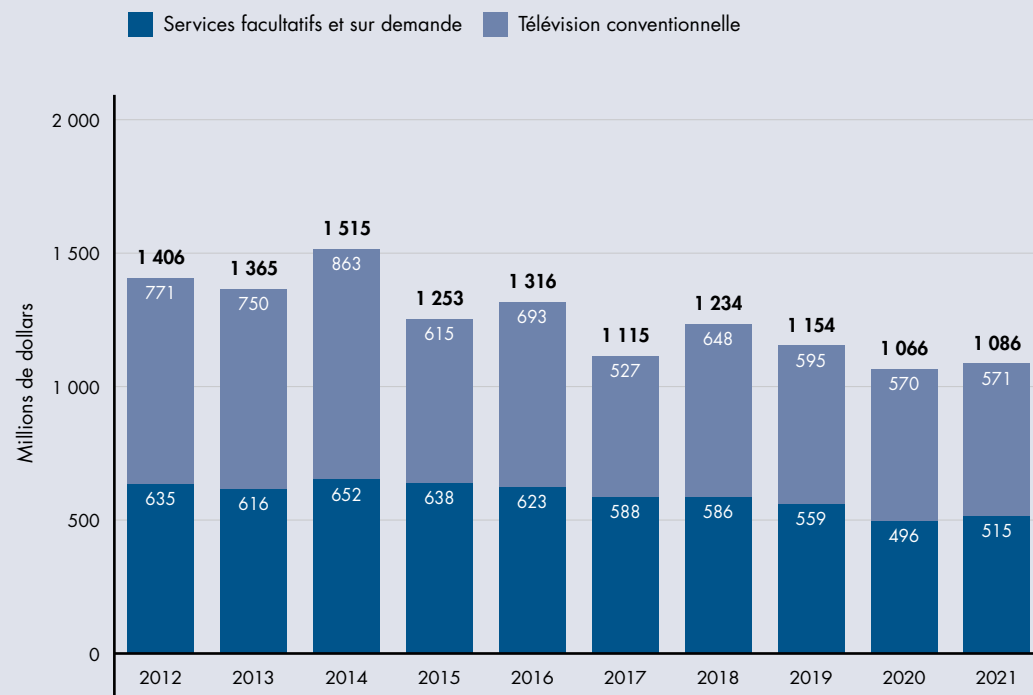
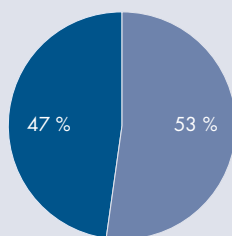
La production interne des télédiffuseurs est demeurée très concentrée en Ontario et au Québec en 2021, les deux provinces qui abritent la grande majorité de l'industrie canadienne de la télédiffusion, en particulier les séries télévisées facultatives. Ces deux provinces représentaient 77 % du volume total de la production interne des télédiffuseurs au Canada (tableau 7-3), ce qui était légèrement supérieur à la part de 74 % de la production télévisuelle canadienne de ces deux provinces (tableau 3-12), réalisée par des producteurs indépendants et affiliés à des diffuseurs.

³⁴ Calculs fondés sur les données du CRTC (2022b), *Télévision traditionnelle : relevés statistiques et financiers, 2017-2021*; et CRTC (2021b), *Télévision traditionnelle : relevés statistiques et financiers, 2016-2020*.

³⁵ Calculs fondés sur les données du CRTC (2022c), *Services facultatifs et sur demande : relevés statistiques et financiers, 2017-2021*; et CRTC (2021c), *Services facultatifs et sur demande : relevés statistiques et financiers, 2016-2020*.

VOLUME DE PRODUCTION

Tableau 7-1 Volume de productions internes des télédiffuseurs, par sous-secteur

Part
2021

Taux de croissance annuel moyen

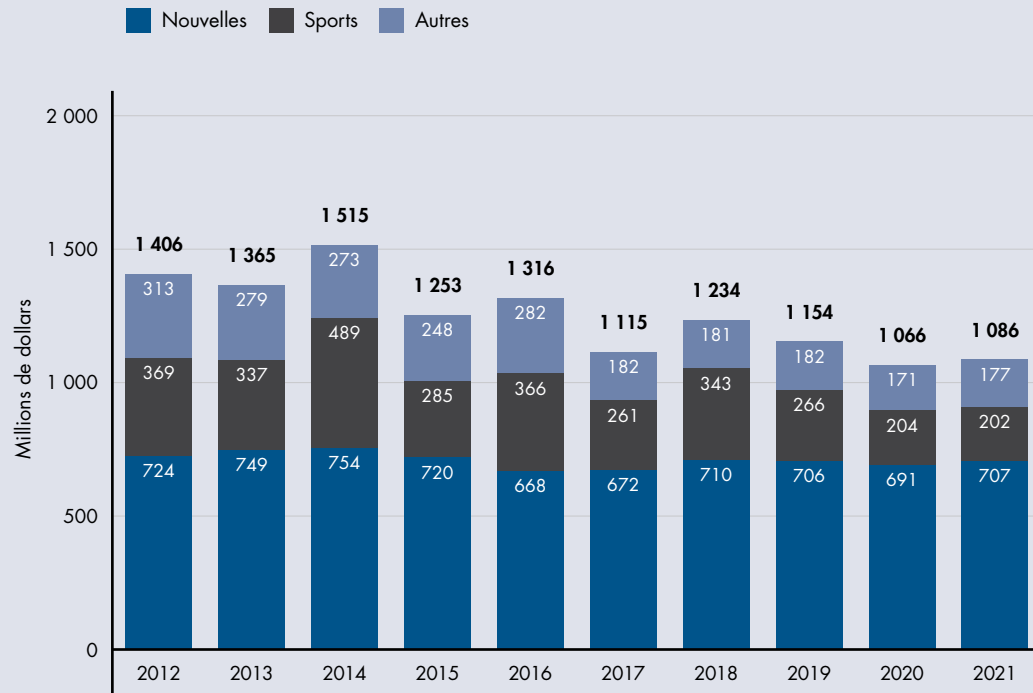
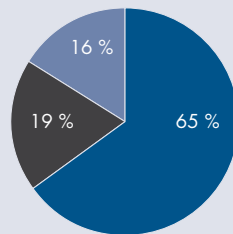
Sous-secteur	2021-22	2012-13 à 2021-22
Services facultatifs et sur demande	3,8 %	(2,3 %)
Télévision conventionnelle	0,2 %	(3,3 %)
Moyenne : tous sous-secteurs confondus	1,9 %	(2,8 %)

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

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

GENRES

Tableau 7-2 Volume de productions internes des télédiffuseurs, par genre

Part
2021

Taux de croissance annuel moyen

Genre	2021-22	2012 à 2021
Nouvelles	2,3 %	(0,3 %)
Sports	(1,0 %)	(6,5 %)
Autre	3,5 %	(6,2 %)
Moyenne : tous les genres	1,9 %	(2,8 %)

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

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

RÉGION

Tableau 7-3 Volume de productions internes des télédiffuseurs, par province et territoire

(millions de dollars)	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	Part pour 2021-22
Ontario	811	767	885	677	729	612	686	622	570	571	53 %
Québec	293	291	331	279	307	258	296	272	247	257	24 %
Alberta	92	92	91	94	88	80	83	87	85	85	8 %
Colombie-Britannique	104	103	101	97	96	87	87	89	80	81	7 %
Manitoba	23	24	29	30	28	25	26	27	26	33	3 %
Saskatchewan	26	28	27	27	24	20	20	21	21	21	2 %
Nouvelle-Écosse	31	32	27	26	23	16	17	18	17	18	2 %
Nouveau-Brunswick	12	13	11	11	10	8	9	9	9	10	1 %
Terre-Neuve-et- Labrador	10	11	10	9	8	7	7	7	7	8	1 %
Île-du-Prince-Édouard	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	<1 %
Territoires*	3	3	3	2	1	1	1	1	1	1	<1 %
Total	1 406	1 365	1 515	1 253	1 316	1 115	1 234	1 154	1 066	1 086	100 %

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

Remarque : Les chiffres ayant été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre au total indiqué. Les statistiques publiées par les agences provinciales de financement peuvent différer de celles qui figurent dans *Profil 2022*. Se reporter aux *Remarques méthodologiques* pour plus de détails.

* Yukon, Nunavut et Territoires du Nord-Ouest.

8. Distribution

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

Remarque : Depuis 2011, Statistique Canada ne publie les données sur l'industrie de la distribution audiovisuelle que sur une base biennale. Pour cette raison, les données sur les revenus de l'industrie ne sont pas disponibles pour 2012, 2014, 2016, 2018 et 2020. L'année la plus récente de données publiées est 2021. Les données sur les investissements des distributeurs dans les émissions de télévision et les films canadiens proviennent du Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens (BCPAC) et sont disponibles, elles, sur une base annuelle.

Faits saillants de 2020-2021 et 2021



- L'investissement des distributeurs canadiens dans les émissions de télévision et les films canadiens en 2021-2022 a augmenté de 7,4 % (par rapport à 2020-2021) et totalisait 356 millions de dollars.
- Les revenus tirés de la distribution d'émissions de télévision et de films canadiens représentaient 15,8 % des revenus totaux de l'industrie en 2021, soit une hausse d'un niveau de 13 % en 2019.



- Les revenus ont diminué de 26,3 % entre 2019 et 2021 pour atteindre un total de 1,31 milliard de dollars.
- Les revenus tirés de la distribution d'émissions de télévision et de films canadiens ont diminué de 10,4 % en 2021 (par rapport à 2019) pour atteindre un total de 207 millions de dollars.
- Les ventes d'émissions de télévision et de films canadiens aux marchés étrangers en 2021 ont diminué de 20 % (par rapport à 2019) pour atteindre un total de 100 millions de dollars.

Les revenus totaux de l'industrie canadienne de la distribution cinématographique et télévisuelle s'élevaient à plus de 2 milliards de dollars en 2017, mais ils ont diminué de près de 40 % depuis (tableau 8-1). Entre 2019 et 2021, les revenus totaux de l'industrie de la distribution cinématographique et télévisuelle au Canada ont chuté de 26,3 % pour s'établir à 1,31 milliard de dollars.

Selon Statistique Canada, la baisse des revenus peut être liée au fait que les spectateurs s'orientent de plus en plus vers les services numériques de diffusion en continu et se détournent des fenêtres de diffusion traditionnelles comme les cinémas et les festivals de cinéma, qui ont souffert de la pandémie de COVID-19 et qui dépendent davantage des services de distribution de contenu³⁶. Les revenus totaux tirés de la distribution de contenus cinématographiques et télévisuels ont chuté de 23,8 % entre 2019 et 2021, atteignant leur plus bas niveau en 10 ans, à 1,2 milliard de dollars. La diminution de l'achat de Blu-ray/DVD par les Canadiens a entraîné une baisse de 45,2 % des revenus associés à ces derniers entre 2019 et 2021 (tableau 8-1).

Les revenus des distributeurs canadiens tirés du contenu canadien ont également chuté en 2021, diminuant de 24 millions de dollars (10,4 %) pour s'établir à 207 millions de dollars (tableau 8-2). Les revenus tirés du contenu canadien provenant du secteur de la télévision, des cinémas, des services de vidéo à la demande et d'autres plateformes ont été relativement stables entre 2019 et 2021, diminuant de moins d'un pour cent. Les revenus tirés de la distribution du contenu canadien sur les marchés étrangers ont toutefois chuté à 100 millions de dollars en 2021, soit une baisse de 20 % par rapport à 2019.

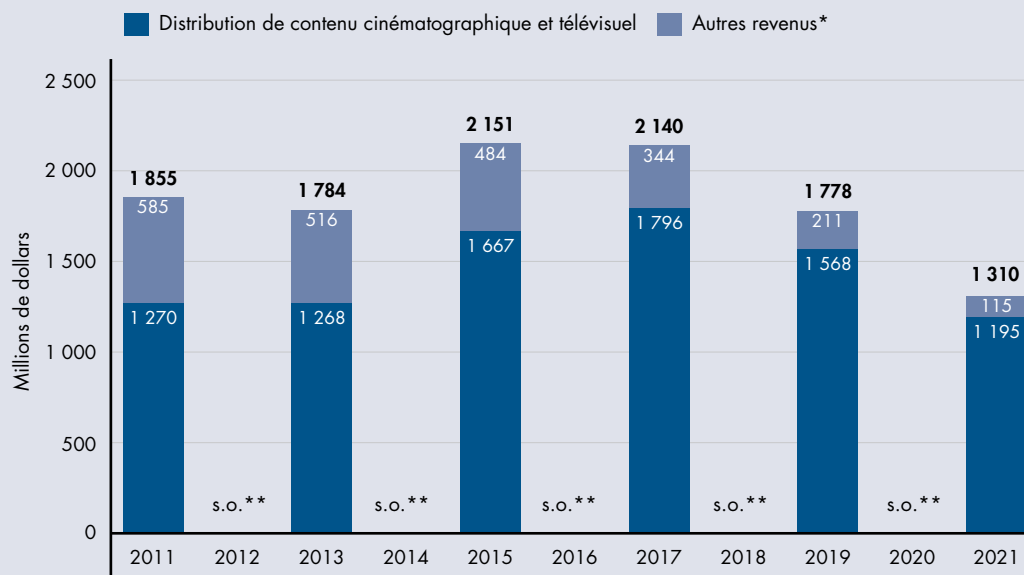
Bien que les revenus tirés du contenu canadien aient diminué entre 2019 et 2021, cette baisse s'est produite à un rythme plus lent que les revenus globaux de l'industrie. La part de marché a alors augmenté, passant de 13 % en 2019 à 15,8 % en 2021 (tableaux 8-1 et 8-2).

Les distributeurs canadiens investissent dans les émissions de télévision et les films canadiens par l'intermédiaire de garanties minimales et d'avances sur les revenus de distribution prévus. En 2021-2022, les distributeurs canadiens ont investi 356 millions de dollars dans des émissions de télévision et des films canadiens, une baisse de 27,9 % par rapport au record sur 10 ans de 494 millions de dollars atteint en 2016-2017, mais légèrement au-dessus de la moyenne sur 10 ans de 353 millions de dollars (tableau 8-3).

³⁶ Statistique Canada (2022), « La pandémie et la demande numérique croissante défavorable aux distributeurs de films et de vidéos en 2021 », *Le Quotidien*, 4 octobre 2022.

REVENUS

Tableau 8-1 Total des revenus de l'industrie canadienne de la distribution



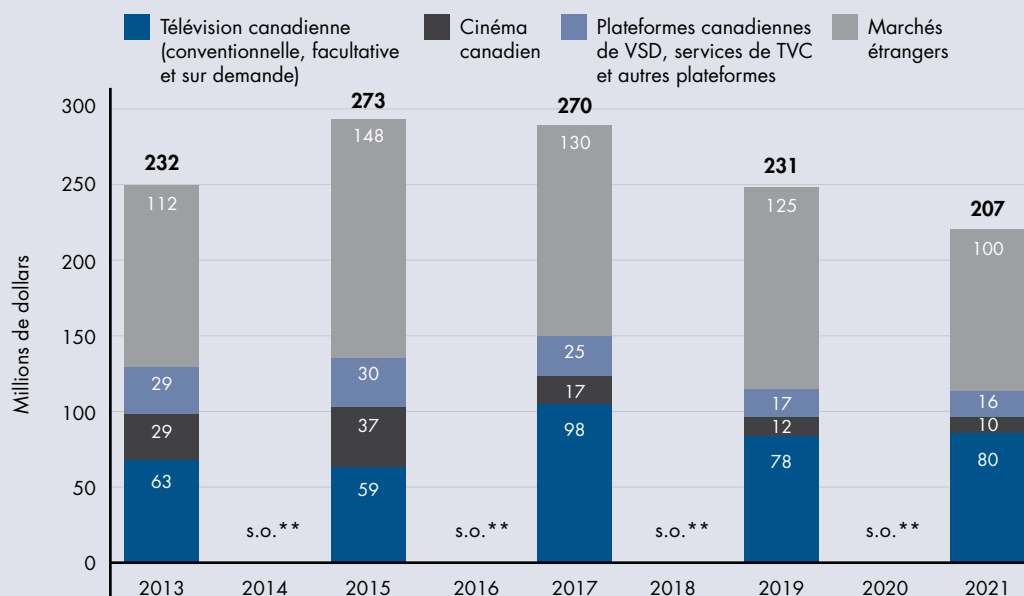
Source : Statistique Canada, tableau 21-10-0075-01.

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

* | Depuis 2011, Statistique Canada ne publie les données que sur une base biennale. Par conséquent, aucune donnée n'est disponible pour 2012, 2014, 2016, 2018 et 2020.

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

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



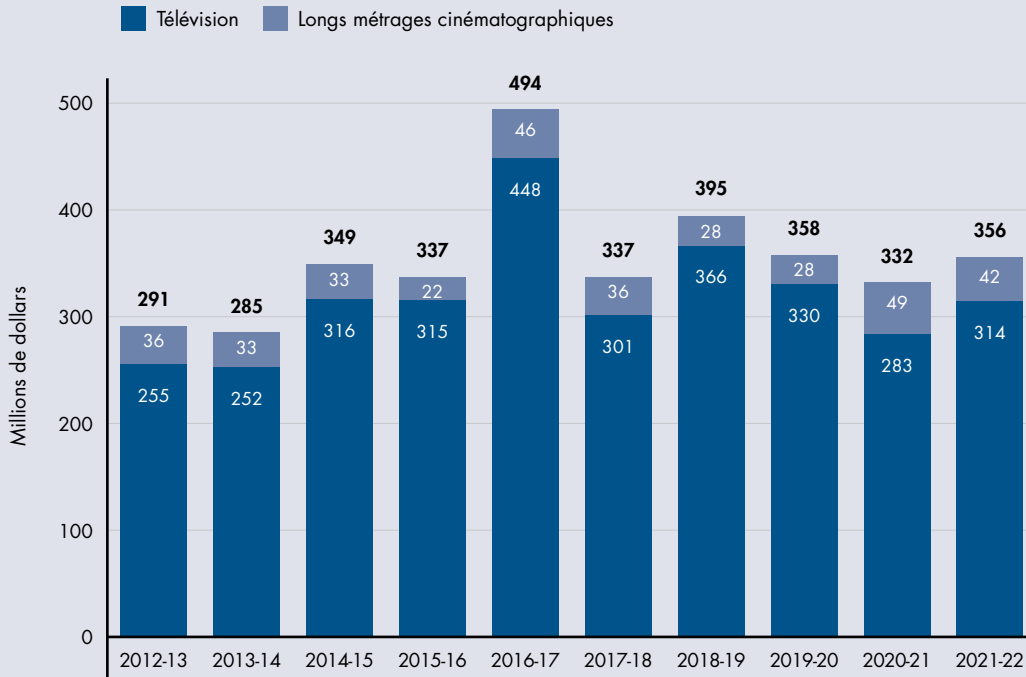
Source : Statistique Canada, tableau 21-10-0074-01.

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

* Depuis 2011, Statistique Canada ne publie les données que sur une base biennale. Par conséquent, aucune donnée n'est disponible pour 2012, 2014, 2016, 2018 et 2020.

INVESTISSEMENTS DANS DES PRODUCTIONS CANADIENNES

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



Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

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

9. Télédiffusion et auditoire

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

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

Faits saillants de 2021-2022



- Les revenus de l'industrie de la télédiffusion ont augmenté de 4,2 % pour s'établir à 6,6 milliards de dollars.
- Les revenus des diffuseurs privés conventionnelle ont augmenté de 6,9 %.
- Les revenus des services conventionnels de CBC/Radio-Canada ont diminué de 14,6 %.
- Les revenus des diffuseurs éducatifs provinciaux ont augmenté de 4,8 %.
- Les émissions canadiennes représentaient cinq des dix émissions les plus populaires de la télévision canadienne pendant la saison de diffusion 2021-2022 (en hausse par rapport aux deux programmes en 2020-2021).
- Sur le marché francophone, la part d'auditoire des émissions canadiennes a légèrement augmenté au cours de la saison de diffusion 2020-2021, passant de 70 % à 71 %.
- Sur le marché anglophone, la part d'auditoire des émissions canadiennes jeunesse a augmenté au cours de la saison de diffusion 2020-2021, passant de 45 % à 59 %.



- Les revenus des services facultatifs et sur demande sont demeurés pratiquement inchangés, à 3,9 milliards de dollars.
- Les 10 émissions canadiennes les plus populaires pendant la saison de diffusion 2021-2022 se trouvaient sur le marché francophone.



- Sur le marché anglophone, la part d'auditoire des émissions canadiennes aux heures de grande écoute a diminué, passant à 18 % durant la saison de diffusion 2020-2021,³⁸ alors qu'elle était de 21 % en 2019-2020.

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

³⁸ Les statistiques d'auditoire agrégées par pays d'origine (et genre) sont disponibles avec un an de décalage en raison du temps requis pour le codage.

Tous les sous-secteurs de l'industrie canadienne de la télédiffusion ont connu des recouvrements de revenus en 2021. Collectivement, ces baisses ont contribué à une hausse des revenus totaux de l'industrie canadienne de la télédiffusion de 4,2 % dans les 12 mois précédant le 31 août 2021, s'établissant à 6,6 milliards de dollars (tableau 9-1). Toutefois, les revenus totaux dans l'industrie de la télédiffusion en 2021 étaient tout de même inférieurs de 12,1 % au record de 7,56 milliards atteint en 2014.

En ce qui concerne précisément le sous-secteur des services facultatifs et sur demande (le plus important dans l'industrie de télédiffusion du Canada), les revenus n'ont presque pas changé, avec une hausse de 0,8 % ou de 31 millions de dollars, pour un total de 3,96 milliards de dollars (tableau 9-1). Les revenus publicitaires des services facultatifs et sur demande ont remonté de 169 millions de dollars, ou 15,6 %, pour atteindre 1,25 milliard de dollars³⁹. Les revenus publicitaires ont tout de même été inférieurs de 3,7 % au niveau d'avant la pandémie de 1,30 milliard atteint au cours de l'année de diffusion 2019⁴⁰.

Cette reprise des revenus publicitaires a été partiellement compensée par une baisse des revenus d'abonnement. Ces revenus ont chuté de 129 millions de dollars, soit 4,7 %, en 2021⁴¹. La baisse en 2021 est attribuable à la poursuite d'une baisse à long terme des revenus des abonnés aux services facultatifs et sur demande. Face au nombre de désabonnements (et à la concurrence générale des services vidéo diffusés sur Internet pour les dépenses de divertissement des ménages canadiens), les revenus d'abonnement dans le sous-secteur des services facultatifs et sur demande du Canada connaissent des baisses d'une année à l'autre depuis 2016⁴².

La reprise des dépenses publicitaires en 2021, à la suite de la pandémie, a entraîné une augmentation de 6,9 % des revenus dans le sous-secteur de la télévision conventionnelle privée. Les revenus totaux ont augmenté de 92 millions de dollars pour atteindre 1,42 milliard de dollars (tableau 9-1).

CBC/Radio-Canada a aussi profité de la reprise du marché publicitaire et du début des Jeux olympiques d'été de Tokyo de 2020 reporté en 2021. Les revenus publicitaires de CBC/Radio-Canada ont augmenté de 58 millions de dollars, ou 33,2 %, pour atteindre 232 millions en 2021⁴³. Les crédits parlementaires de CBC/Radio-Canada ont augmenté de 63 millions de dollars en 2021 et ont ainsi contribué de façon importante à augmenter les revenus globaux de CBC/Radio-Canada de 14,6 % pour atteindre 1,06 milliard de dollars (tableau 9-1).

À l'échelle provinciale, les revenus des diffuseurs éducatifs ont augmenté de 9 millions de dollars, soit 4,8 %, s'établissant à 198 millions, un chiffre record en 8 ans (tableau 9-1).

Au cours de la saison de diffusion 2020-2021, la part de l'auditoire des émissions canadiennes aux heures de grande écoute sur le marché francophone a légèrement augmenté pour atteindre 71 %, ce qui correspond au chiffre le plus haut sur 10 ans atteint en 2018-2019 (tableau 9-7). Les émissions de télévision en français ont encore dominé la liste des 10 séries canadiennes les plus regardées au Canada (sur les deux marchés linguistiques) durant la saison de diffusion 2021-2022, occupant les dix premiers rangs pour la deuxième année consécutive (tableau 9-3). La série canadienne la plus regardée de l'année de diffusion a été la série dramatique policière en français, *District 31* (auditoire moyen par minute de 1,8 million).

Sur le marché anglophone, la part de l'auditoire des émissions canadiennes aux heures de grande écoute a chuté pour correspondre au niveau le plus bas sur 10 ans de 18 % (tableau 9-6). L'émission en anglais la plus regardée était *Transplant* (auditoire moyen par minute de 1,1 million).

³⁹ CRTC (2022c), *Services facultatifs et sur demande : relevés statistiques et financiers, 2017-2021*.

⁴⁰ Ibid.

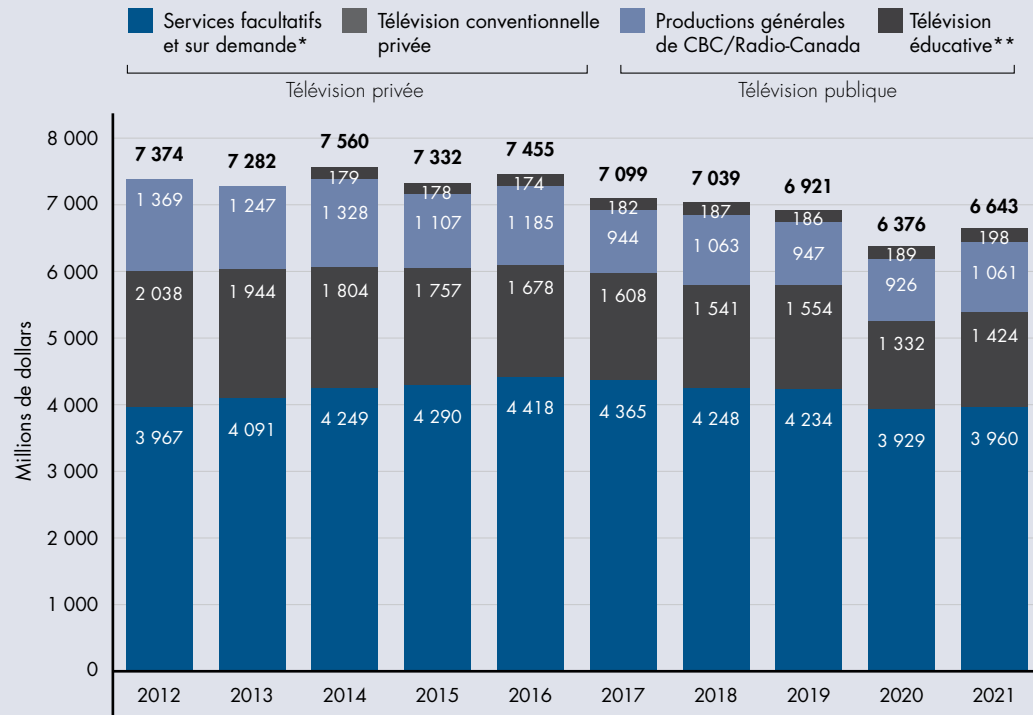
⁴¹ Ibid.

⁴² CRTC (2022c) et CRTC (2020), *Services facultatifs et sur demande : relevés statistiques et financiers, 2015-2019*.

⁴³ CRTC (2022b).

REVENUS

Tableau 9-1 Total des revenus de l'industrie canadienne de la diffusion, par sous-secteur



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

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

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

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

ÉMISSIONS DE TÉLÉVISION LES PLUS REGARDÉES

La section suivante présente des statistiques sur les émissions de télévision les plus populaires au Canada. Les listes des dix émissions de télévision les plus regardées sont tirées de la base de données de statistiques d'auditoire de Numeris pour la saison de diffusion 2021-2022 (du 1^{er} septembre 2021 au 31 août 2022) et comprennent des émissions dans les genres soutenus par le FMC (c.-à-d., fiction, jeunesse, documentaire, et variétés et arts de la scène). Dans les cas où le même titre se classe à plusieurs reprises, seul le niveau d'auditoire de l'instance la plus élevée a été utilisé.

ÉMISSIONS DE TÉLÉVISION LES PLUS POPULAIRES

Tableau 9-2 Les 10 séries télévisées les plus populaires au Canada, saison de diffusion 2021-2022*

Émission (pays d'origine)	Auditoire moyen par minute (milliers)
1. <i>District 31</i> (Canada)	1 818
2. <i>Chanteurs masqués</i> (Canada)	1 726
3. <i>CSI: Vegas</i> (États-Unis)	1 674
4. <i>9-1-1: Lone Star</i> (États-Unis)	1 652
5. <i>The Good Doctor</i> (États-Unis)	1 597
6. <i>Star académie 2022 - Le variété</i> (Canada)	1 569
7. <i>9-1-1</i> (États-Unis)	1 566
8. <i>Le bonheur</i> (Canada)	1 542
9. <i>The Rookie</i> (États-Unis)	1 494
10. <i>Révolution</i> (Canada)	1 432

Source : Recherche du FMC (Numeris), 2022.

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

Tableau 9-3 Les 10 séries télévisées canadiennes les plus populaires, saison de diffusion 2021-2022*

Émission	Auditoire moyen par minute (milliers)
1. <i>District 31</i>	1 818
2. <i>Chanteurs masqués</i>	1 726
3. <i>Star académie 2022 - Le variété</i>	1 569
4. <i>Le bonheur</i>	1 542
5. <i>Révolution</i>	1 432
6. <i>Discussions avec mes parents</i>	1 362
7. <i>Léo</i>	1 278
8. <i>Toute la vie</i>	1 201
9. <i>En direct de l'univers</i>	1 163
10. <i>Les bracelets rouges</i>	1 137

Source : Recherche du FMC (Numeris), 2022.

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

MARCHÉ ANGLOPHONE

Tableau 9-4 Les 10 séries télévisées canadiennes les plus populaires sur le marché anglophone, saison de diffusion 2021-2022*

Émission	Auditoire moyen par minute (milliers)
1. <i>Transplant</i>	1 123
2. <i>Murdoch Mysteries</i>	822
3. <i>Hudson and Rex</i>	805
4. <i>Canada's Got Talent 2022</i>	765
5. <i>Family Law</i>	728
5. <i>Departure</i>	728
6. <i>Son of Critch</i>	705
7. <i>Children Ruin Everything</i>	642
8. <i>Jann</i>	582
9. <i>Coroner</i>	579
10. <i>Still Standing</i>	517

Source : Recherche du FMC (Numeris), 2022.

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

MARCHÉ FRANCOPHONE

Tableau 9-5 Les séries télévisées canadiennes les plus populaires sur le marché francophone, saison de diffusion 2021-2022*

Émission	Auditoire moyen par minute (milliers)
1. <i>District 31</i>	1 818
2. <i>Chanteurs masqués</i>	1 726
3. <i>Star académie 2022 - Le variété</i>	1 569
4. <i>Le bonheur</i>	1 542
5. <i>Révolution</i>	1 432
6. <i>Discussions avec mes parents</i>	1 362
7. <i>Léo</i>	1 278
8. <i>Toute la vie</i>	1 201
9. <i>En direct de l'univers</i>	1 163
10. <i>Les bracelets rouges</i>	1 137

Source : Recherche du FMC (Numeris), 2022.

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

PART D'AUDITOIRE

La présente section contient des statistiques consolidées sur la part d'auditoire des émissions canadiennes dans chacun des genres soutenus par le FMC (c.-à-d. fiction, jeunesse, documentaire, et émissions de variétés et des arts de la scène). Ces statistiques sont disponibles avec un an de décalage et, par conséquent, elles font état des parts d'auditoire pour la saison de diffusion 2020-2021 (du 1^{er} septembre 2020 au 31 août 2021).

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

Saison de diffusion	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22
Drame (fiction)	16 %	17 %	17 %	16 %	15 %	16 %	12 %	13 %	15 %	15 %
Jeunesse	46 %	49 %	49 %	50 %	56 %	52 %	48 %	34 %	45 %	59 %
Documentaire	45 %	49 %	48 %	49 %	50 %	52 %	47 %	48 %	46 %	39 %
Variétés et arts de la scène	22 %	13 %	13 %	18 %	20 %	22 %	9 %	15 %	19 %	19 %
Tous les genres subventionnés par le FMC	23 %	24 %	24 %	23 %	23 %	24 %	18 %	19 %	21 %	18 %

Source : Recherche du FMC (Numeris), 2022.

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

Saison de diffusion	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22
Drame (fiction)	46 %	48 %	49 %	52 %	51 %	53 %	49 %	55 %	57 %	57 %
Jeunesse	73 %	74 %	66 %	66 %	62 %	54 %	63 %	55 %	70 %	72 %
Documentaire	72 %	72 %	73 %	73 %	72 %	74 %	76 %	94 %	81 %	79 %
Variétés et arts de la scène	92 %	91 %	94 %	95 %	96 %	97 %	91 %	99 %	99 %	99 %
Tous les genres subventionnés par le FMC	61 %	62 %	62 %	64 %	64 %	66 %	62 %	71 %	70 %	71 %

Source : Recherche du FMC (Numeris), 2022.

10. Diffusion en salles et auditoire

L'industrie de la diffusion en salles comprend les chaînes de cinéma, les cinémas indépendants et les cinémas IMAX qui présentent des longs métrages. Malgré la croissance des plateformes de distribution numérique en ligne, l'industrie de la diffusion en salles demeure une fenêtre de diffusion importante pour les longs métrages au Canada. On recensait plus de 2700 salles de cinéma au Canada et plus de 22 millions d'entrées payées au Canada en 2020. Plus de 96 millions d'entrées ont été payées en 2018 (l'année d'exploitation complète la plus récente pour laquelle les données sur les entrées sont disponibles)⁴⁴.

Faits saillants de 2022



- Les revenus de l'industrie de la diffusion en salles ont augmenté de 71 % pour s'établir à 1,39 milliard de dollars, par rapport au niveau atténué par la pandémie observé en 2021.
- Les recettes-guichet totales ont augmenté de 95 % pour atteindre 669 millions de dollars.
- Le nombre de longs métrages canadiens diffusés dans les salles canadiennes est passé de 92 à 129⁴⁵.



- Les recettes-guichet des films canadiens ont diminué à 12 millions de dollars au pays.
- La part des recettes-guichet générées par des films canadiens a baissé à 1,8 %.
- Sur le marché francophone, les recettes-guichet des films canadiens ont diminué à 9,7 millions de dollars et leur part à 12,2 %.
- Sur le marché anglophone, les recettes-guichet des films canadiens ont diminué à 2,1 millions de dollars et leur part à 0,4 %.

⁴⁴ Statistique Canada (2019), tableau 21-10-0180-01.

⁴⁵ À noter que le nombre de nouveaux films canadiens sortis en salles dans une année civile sera différent du nombre de longs métrages produits durant l'exercice financier associé puisque, par exemple, certains films à l'affiche peuvent avoir été produits au cours des années précédentes.

En 2022, l'industrie canadienne de la diffusion en salles a continué de se remettre des effets des fermetures dues à la COVID-19 en 2020; toutefois, elle n'a toujours pas atteint son niveau de recettes-guichet d'avant la pandémie. En effet, les recettes-guichet totales en 2022 (669 millions de dollars) ne représentaient encore que deux tiers de celles de 2019 (1,01 milliard de dollars), juste avant le début de la pandémie de COVID-19 au Canada (tableau 10-3).

Cette reprise incomplète des recettes-guichet concordait avec la situation sur d'autres marchés comme les États-Unis, où les recettes-guichet fin 2022 étaient à environ 70 % de leur niveau d'avant la pandémie⁴⁶. Au début de 2022, le variant Omicron a entraîné l'imposition de limites de capacité dans les salles de cinéma au Canada, ce qui a pesé sur la fréquentation⁴⁷. Malgré quelques succès mondiaux comme *Top Gun : Maverick*, au printemps, la deuxième moitié de 2022 a connu moins de succès mondiaux que prévu. De plus, il y a eu un changement évident dans les attentes du public, de nombreux anciens cinéphiles optant pour les services de vidéo sur demande par abonnement en ligne (VSDA) pour remplacer leur expérience des « nouveautés » au cinéma⁴⁸.

Au Canada, les recettes-guichet totales ont augmenté de 95 % en 2022 (tableau 10-3), ce qui a contribué à hausser les recettes totales de l'industrie (y compris les ventes d'aliments et de boissons, la publicité et d'autres revenus) de 71 % pour atteindre 1,39 milliard de dollars (tableau 10-1). Bien que les recettes-guichet globales et celles de l'industrie aient continué de s'améliorer en 2022, le succès en salles des films canadiens a chuté en pourcentage et en valeur absolue. Les films canadiens ont enregistré au total 12 millions de dollars aux recettes-guichet du Canada en 2022, soit une baisse par rapport aux 18 millions de dollars en 2021 (tableau 10-3). Par conséquent, la part des recettes-guichet des films canadiens a atteint 1,8 %, le niveau le plus bas en 10 ans (tableau 10-4).

Le faible succès en salles des films canadiens a été observé sur les deux marchés linguistiques. Sur le marché francophone, les recettes-guichet des films canadiens ont reculé de 10,2 % pour s'établir à 9,7 millions de dollars (tableau 10-6), faisant chuter leur part à 12,2 %. Sur le marché anglophone, les recettes-guichet des films canadiens ont chuté d'un peu plus des deux tiers pour atteindre 2,1 millions de dollars. La part de marché est passée de 2,3 % en 2021, le plus haut niveau en 10 ans, à 0,4 % en 2022. Le faible succès en salles des films canadiens en 2022 par rapport à 2021 s'explique en partie par le fait qu'un film, *La Pat' Patrouille : Le film*, a fait augmenter les recettes-guichet de 2021.

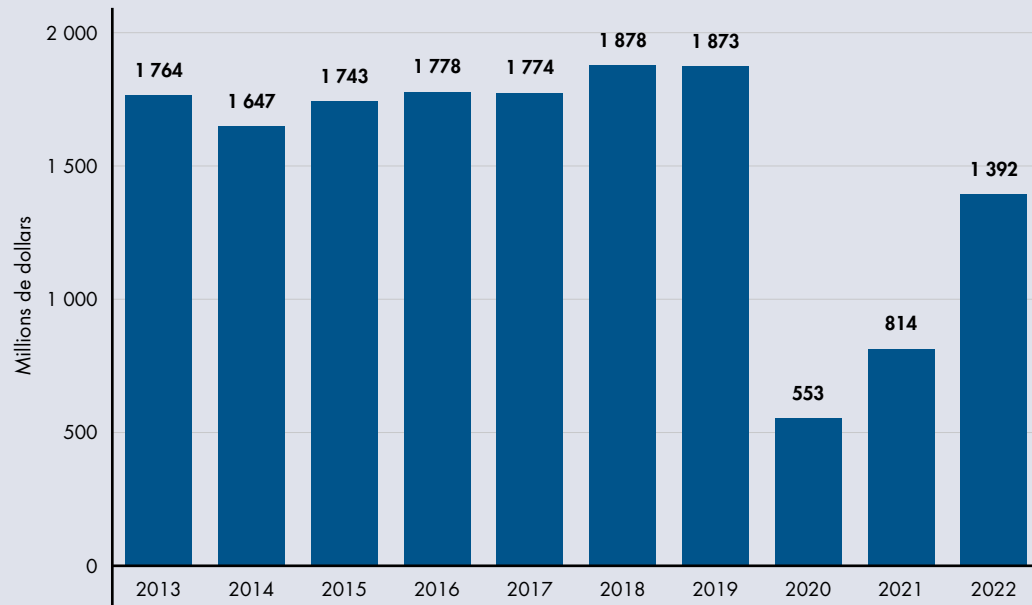
⁴⁶ Lang, B. et Rubin, R. (2022), *Variety*, 29 décembre 2022. Gower Street (2023), « Gower Street estimates 2022 global box office hit \$25,9 billion », Gower.st., 5 janvier 2023.

⁴⁷ Vlesing, E. (2021), « Canada Tightens Movie Theater Restrictions Amid Omicron Surge », *The Hollywood Reporter*, 23 décembre 2021.

⁴⁸ Lee, B. (2022), « Box office blues: why are so many films bombing this season? », *The Guardian*, 2 décembre 2022.

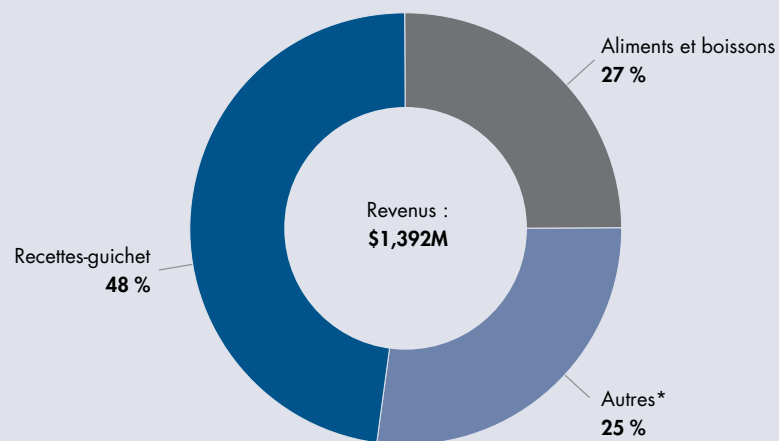
TOTAL DES REVENUS

Tableau 10-1 Total des revenus de l'industrie de la diffusion en salles au Canada



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

Tableau 10-2 Sources de revenus de l'industrie de la diffusion en salles au Canada, 2022



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

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

FESTIVALS DE CINÉMA

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

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

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

En 2021-2022, dans le cadre de son soutien à la promotion des films canadiens, Téléfilm Canada a octroyé des fonds à 141 festivals de films canadiens et à 75 événements et initiatives de l'industrie au Canada⁴⁹. Ces 141 festivals représentent d'importants événements au Canada et bon nombre d'entre eux ont adopté des formats hybrides avec des projections en direct et en ligne. De plus, il existe de nombreux petits festivals régionaux qui fonctionnent sans grand soutien public. Sur les 141 festivals de cinéma financés, 111 se déroulaient dans les régions et 51 étaient axés sur la diversité et l'inclusion⁵⁰.

Au total, 135 festivals de films canadiens ont reçu un financement du Fonds de réouverture du ministère du Patrimoine canadien, administré par Téléfilm Canada, dont 10 millions de dollars sont réservés au décaissement en 2021-2022 et 2022-2023⁵¹.

Dans le cadre d'une aide financière d'un montant de 3,9 millions de dollars dédiée aux activités promotionnelles nationales et internationales, Téléfilm Canada a également soutenu la projection de films canadiens ou leur commercialisation dans 36 festivals, marchés et événements internationaux⁵².

⁴⁹ Téléfilm Canada (2022), *Un nouvel esprit de collaboration : Rapport annuel 2021-2022*, p. 9.

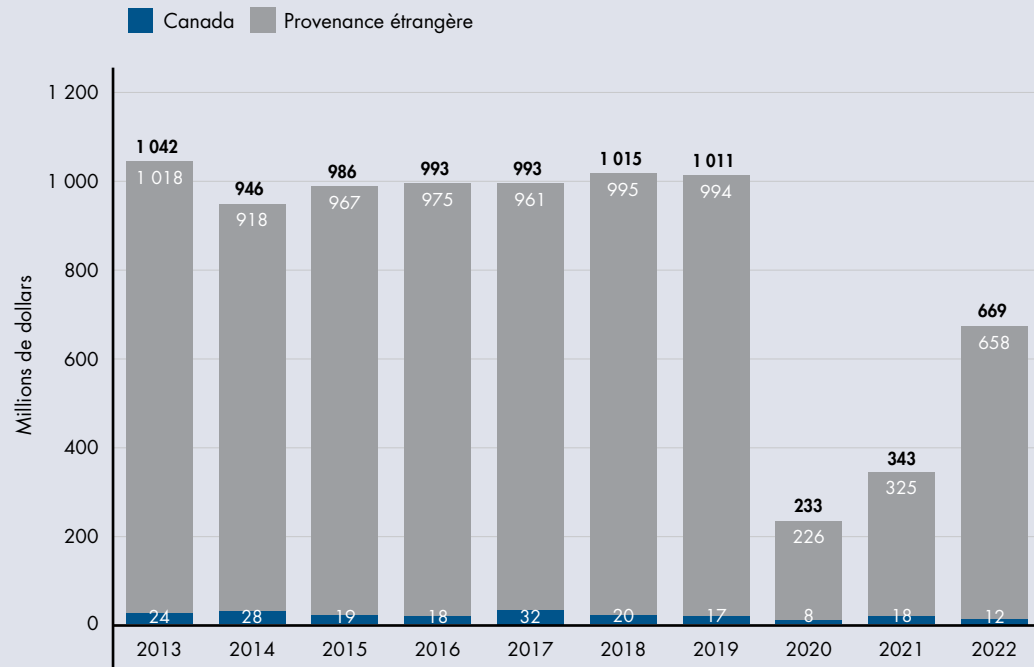
⁵⁰ Téléfilm Canada, 2022. p. 49.

⁵¹ Téléfilm Canada, 2022. p. 36.

⁵² Ibid.

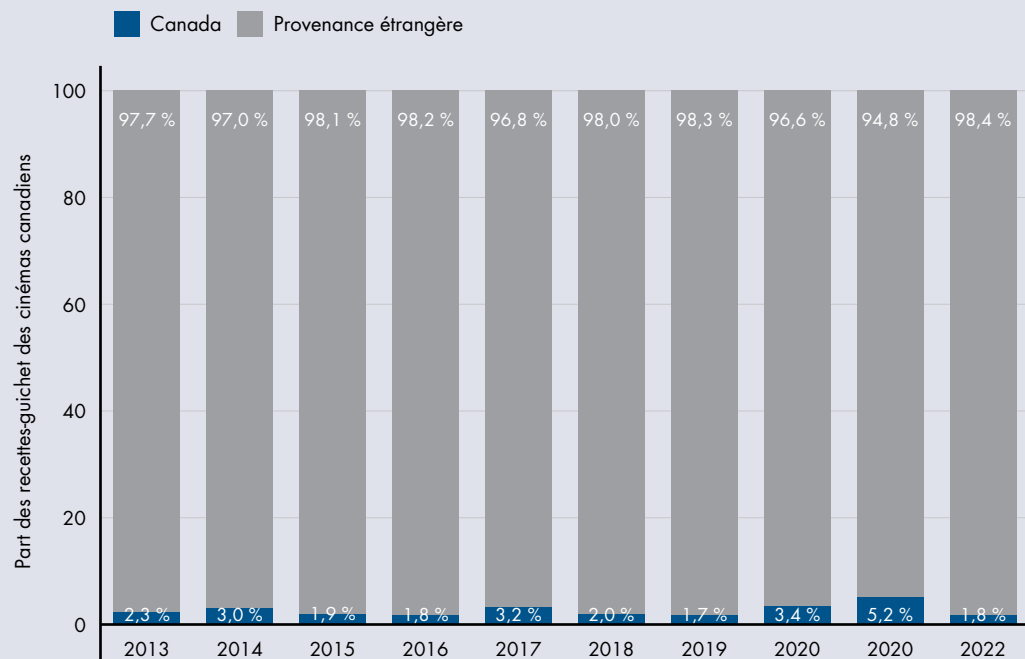
TENDANCES EN MATIÈRE DE RECETTES-GUICHET AU PAYS

Tableau 10-3 Recettes-guichet au Canada, par pays de production



Source : Association des cinémas du Canada.

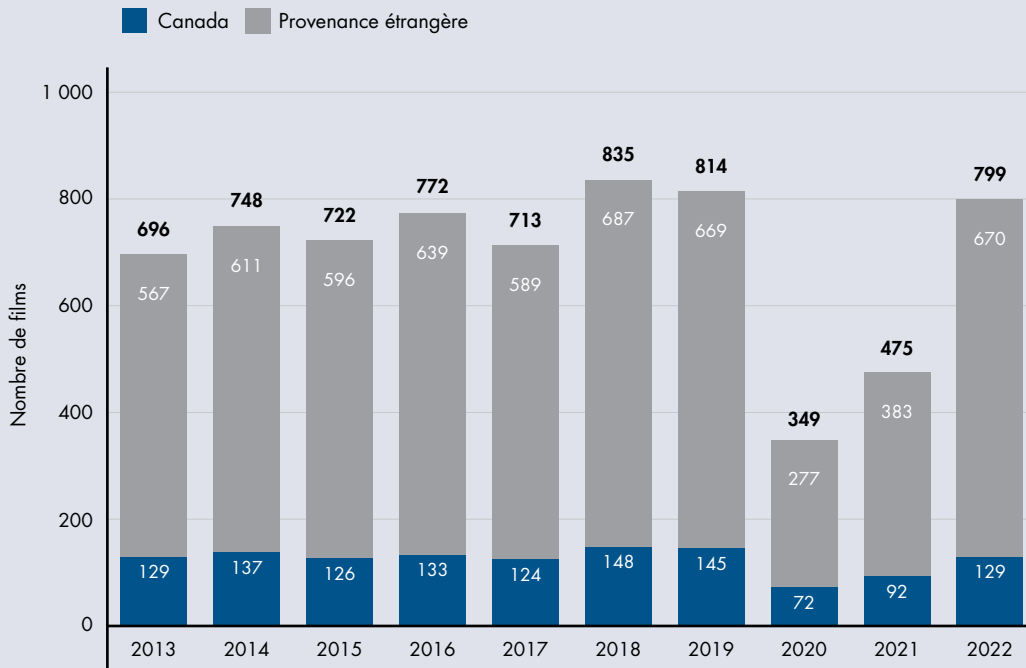
Tableau 10-4 Part des recettes-guichet totales au Canada, par pays de production



Source : Association des cinémas du Canada.

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

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



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

Remarque : Les données ne comprennent que les longs métrages diffusés pour la première fois en salles au cours d'une année donnée. Par exemple, les statistiques pour 2022 ne comprennent que le nombre de films diffusés dans les salles canadiennes pour la première fois en 2022.

RECETTES-GUICHET PAR MARCHÉ DE LANGUE

Tableau 10-6 Recettes-guichet et part de marché dans les cinémas au Canada, par marché de langue

Marché francophone	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
(M\$)										
Recettes-guichet des films canadiens présentés en français	12,6	12,1	13,8	10,3	23,6	15,8	14,0	6,0	10,8	9,7
Recettes-guichet des films étrangers présentés en français	126,7	108,4	115,2	108,7	103,9	101,6	105,4	28,3	38,4	69,7
Recettes-guichet totales des films présentés en français	139,3	120,5	129,0	119,0	127,5	117,4	119,4	34,3	49,2	79,4
Part des films canadiens	9,0 %	10,0 %	10,7 %	8,7 %	18,5 %	13,5 %	11,7 %	17,5 %	22,1 %	12,2 %
(Nombre de films)										
Films canadiens présentés dans les cinémas canadiens	97	91	84	104	95	112	111	68	79	95
Films étrangers présentés dans les cinémas canadiens	301	280	280	291	289	318	345	236	212	262
Nombre total de films présentés dans les cinémas canadiens	398	371	364	395	384	430	456	304	291	357
Proportion de films étrangers et canadiens	3,1	3,1	3,3	2,8	3,0	2,8	3,1	3,5	2,7	2,8
Marché anglophone										
(M\$)										
Recettes-guichet des films canadiens présentés en anglais	11,2	16,3	4,9	7,4	8,6	4,6	3,1	1,7	6,9	2,1
Recettes-guichet des films étrangers présentés en anglais	891,8	809,1	852,2	866,4	857,3	893,1	888,7	196,9	287,0	587,9
Recettes-guichet totales des films présentés en anglais	903,0	825,3	857,1	873,8	865,9	897,7	891,8	198,6	293,9	590,0
Part des films canadiens	1,2 %	2,0 %	0,6 %	0,8 %	1,0 %	2,0 %	0,3 %	0,9 %	2,3 %	0,4 %
(Nombre de films)										
Films canadiens présentés dans les cinémas canadiens	111	121	102	113	113	120	132	87	85	136
Films étrangers présentés dans les cinémas canadiens	867	870	803	973	949	1 058	1 084	774	702	1 039
Nombre total de films présentés dans les cinémas canadiens	978	991	905	1 086	1 062	1 178	1 216	861	787	1 175
Proportion de films étrangers et canadiens	7,8	7,2	7,9	8,6	8,4	8,8	8,2	8,9	8,3	7,6

Source : Association des cinémas du Canada.

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

PRINCIPAUX LONGS MÉTRAGES PAR MARCHÉ DE LANGUE

Tableau 10-7 Les 10 longs métrages canadiens les plus populaires présentés sur le marché anglophone, 2022

Titre	Recettes-guichet* (M\$)	Langue officielle de production
1. <i>Le loup et le lion</i>	0,52	Anglais-français
2. <i>Crimes of the Future</i>	0,30	Anglais
3. <i>Peace by Chocolate</i>	0,18	Anglais-arabe
4. <i>Scarborough</i>	0,10	Anglais
5. <i>All My Puny Sorrows</i>	0,08	Anglais
6. <i>Guitar Lessons</i>	0,08	Anglais
7. <i>Marlene</i>	0,06	Anglais
8. <i>Fire of Love</i>	0,06	Anglais-français
9. <i>Drinkwater</i>	0,05	Anglais
10. <i>Run Woman Run</i>	0,04	Anglais

Source : Association des cinémas du Canada.

* Recettes-guichet obtenues entre le 1^{er} janvier et le 31 décembre 2022. Ce montant peut sous-estimer le total des recettes-guichet d'un film particulier si le film a été présenté dans des cinémas canadiens au cours d'autres années civiles.

Tableau 10-8 Les 10 longs métrages canadiens les plus populaires présentés sur le marché francophone, 2022

Titre	Recettes-guichet* (M\$)	Langue officielle de production
1. <i>23 Décembre</i>	1,76	Français
2. <i>Confessions</i>	1,38	Français-anglais
3. <i>Tu te souviendras de moi</i>	0,82	Français
4. <i>Au revoir le bonheur</i>	0,75	Français
5. <i>Norbourg</i>	0,74	Français
6. <i>Arlette!</i>	0,65	Français
7. <i>Arsenault & Fils</i>	0,46	Français
8. <i>Niagara</i>	0,44	Français
9. <i>Le loup et le lion</i>	0,33	Anglais-français
10. <i>Lignes de fuite</i>	0,32	Français

Source : Association des cinémas du Canada.

* Recettes-guichet obtenues entre le 1^{er} janvier et le 31 décembre 2022. Ce montant peut sous-estimer le total des recettes-guichet d'un film particulier si le film a été présenté dans des cinémas canadiens au cours d'autres années civiles.

Tableau 10-9 Les 10 longs métrages les plus populaires présentés sur le marché anglophone, 2022

Titre	Recettes-guichet* (M\$)	Pays d'origine
1. <i>Top Gun: Maverick</i>	56,69	États-Unis
2. <i>Doctor Strange in the Multiverse of Madness</i>	35,83	États-Unis
3. <i>Avatar: The Way of Water</i>	32,73	États-Unis
4. <i>The Batman</i>	31,62	États-Unis
5. <i>Thor: Love and Thunder</i>	30,80	États-Unis et Australie
6. <i>Black Panther: Wakanda Forever</i>	30,67	États-Unis
7. <i>Minions: The Rise of Gru</i>	29,75	États-Unis
8. <i>Jurassic World Dominion</i>	23,48	États-Unis et Malte
9. <i>Spider-Man: No Way Home</i>	21,92	États-Unis
10. <i>Uncharted</i>	14,60	États-Unis

Source : Association des cinémas du Canada.

* Recettes-guichet obtenues entre le 1^{er} janvier et le 31 décembre 2022. Ce montant peut sous-estimer le total des recettes-guichet d'un film particulier si le film a été présenté dans des cinémas canadiens au cours d'autres années civiles.

Tableau 10-10 Les 10 longs métrages les plus populaires présentés sur le marché francophone, 2022

Titre	Recettes-guichet* (M\$)	Langue officielle de production
1. <i>Top Gun: Maverick</i>	7,20	US
2. <i>Avatar: The Way Of Water</i>	5,18	US
3. <i>Minions: The Rise Of Gru</i>	5,10	US
4. <i>Jurassic World Dominion</i>	3,44	US-Malta
5. <i>Thor: Love And Thunder</i>	3,16	US-Australie
6. <i>Spider-Man: No Way Home</i>	2,72	US
7. <i>Doctor Strange in the Multiverse of Madness</i>	2,49	US
8. <i>Black Panther: Wakanda Forever</i>	2,35	US
9. <i>Uncharted</i>	2,17	US
10. <i>Sonic the Hedgehog 2</i>	2,15	US-Japan

Source : Association des cinémas du Canada.

* Recettes-guichet obtenues entre le 1^{er} janvier et le 31 décembre 2022. Ce montant peut sous-estimer le total des recettes-guichet d'un film particulier si le film a été présenté dans des cinémas canadiens au cours d'autres années civiles.

11. Entreprises de distribution de radiodiffusion

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

Faits saillants de 2021



- Le nombre d'abonnés à la télévision par IP est passé à 4,3 millions.



- Le nombre d'abonnés aux EDR a diminué de 3 % pour s'établir à 9,9 millions.
- Les revenus des EDR ont diminué de 3,3 % pour s'établir à 7,8 milliards de dollars.
- Les contributions des EDR à la production canadienne ont diminué de 2,9 % pour atteindre 397 millions de dollars.

L'industrie canadienne des EDR a continué de connaître un taux important de désabonnements en 2021, quoique légèrement plus lent qu'en 2020. Selon les statistiques du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), le nombre d'abonnements aux services canadiens des EDR a atteint un sommet de 11 529 000 en 2012 (tableau 11-1). Depuis cette année, l'industrie connaît des baisses annuelles, dont une perte nette record de 338 000 abonnés (3,2 %) en 2020. En 2021, l'industrie des EDR a perdu 305 000 abonnés, soit 3 % de la base d'abonnés à la fin de 2020.

La poursuite des désabonnements en 2020 n'a pas été surprenante, compte tenu de l'utilisation des services de vidéo sur demande par abonnement (VSDA) et d'autres services de vidéo diffusés par Internet, y compris les services de vidéo sur demande transactionnelle (VSDT) et les services de vidéo sur demande publicitaires (VSDP). En 2021, les revenus totaux récoltés par les services vidéo diffusés par Internet au Canada ont augmenté de 17,2 % pour atteindre 4,6 milliards de dollars⁵³. Entre 2014 et 2021, les revenus de ces services ont augmenté en moyenne de 24,8 % par année⁵⁴. Les services de VSDA, comme Netflix, Amazon Prime Video, Disney+, Crave, Club illico, Gem, ICI Tou.tv et Sportsnet Now, représentaient des revenus de 2,4 milliards en 2021; les services de VSDP comme YouTube ont récolté 1,8 milliard de dollars; et les services de VSDT comme iTunes, 321 millions de dollars⁵⁵.

Par leurs contributions au Fonds des médias du Canada (FMC), aux fonds de production indépendants et au financement de la programmation locale, les EDR soutiennent la création de contenu canadien. En 2021, les contributions des EDR à la production canadienne ont diminué de 2,9 % pour atteindre 397 millions de dollars (tableau 11-3). Cette diminution globale comprend une baisse de 2,2 % des contributions au FMC, une baisse de 4,4 % des contributions dédiées à l'expression locale (c.-à-d. programmes communautaires et nouvelles offrant un reflet du contexte local) et une diminution de 4,3 % des contributions au Fonds pour les nouvelles locales indépendantes. Pendant ce temps, les contributions des EDR aux fonds de productions indépendantes sont demeurées pratiquement inchangées, à 43 millions de dollars en 2021, mais elles demeurent inférieures d'un tiers au niveau (65 millions de dollars) qu'elles atteignaient aussi récemment qu'en 2015.

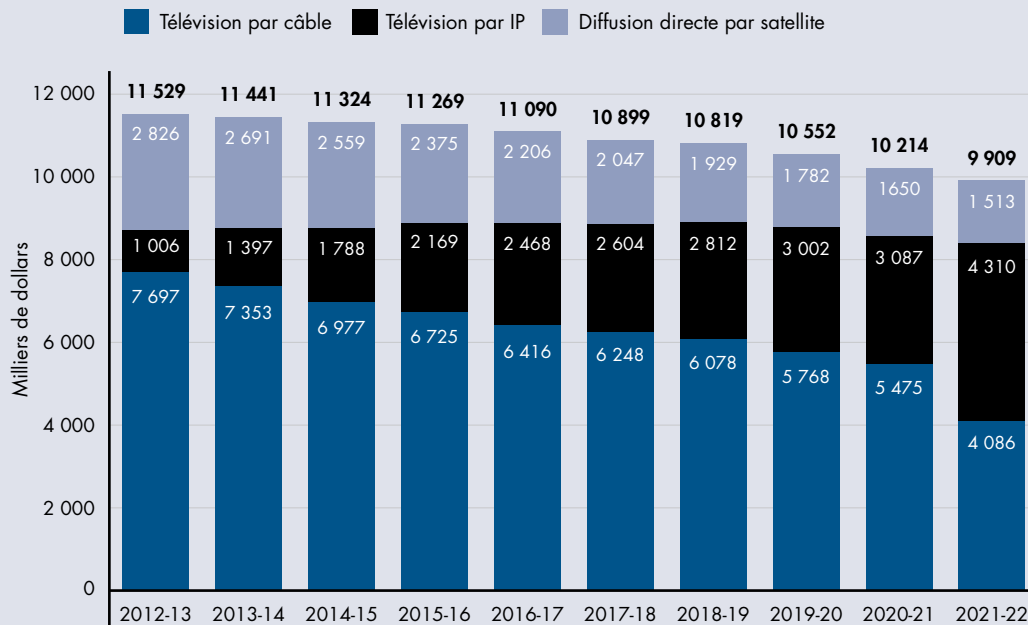
⁵³ CRTC (2022d), [Rapports sur le marché des communications de 2022](#), tableau TV-T9.

⁵⁴ Ibid.

⁵⁵ Ibid.

ABONNÉS ET REVENUS DES EDR

Tableau 11-1 Nombre d'abonnés aux EDR*

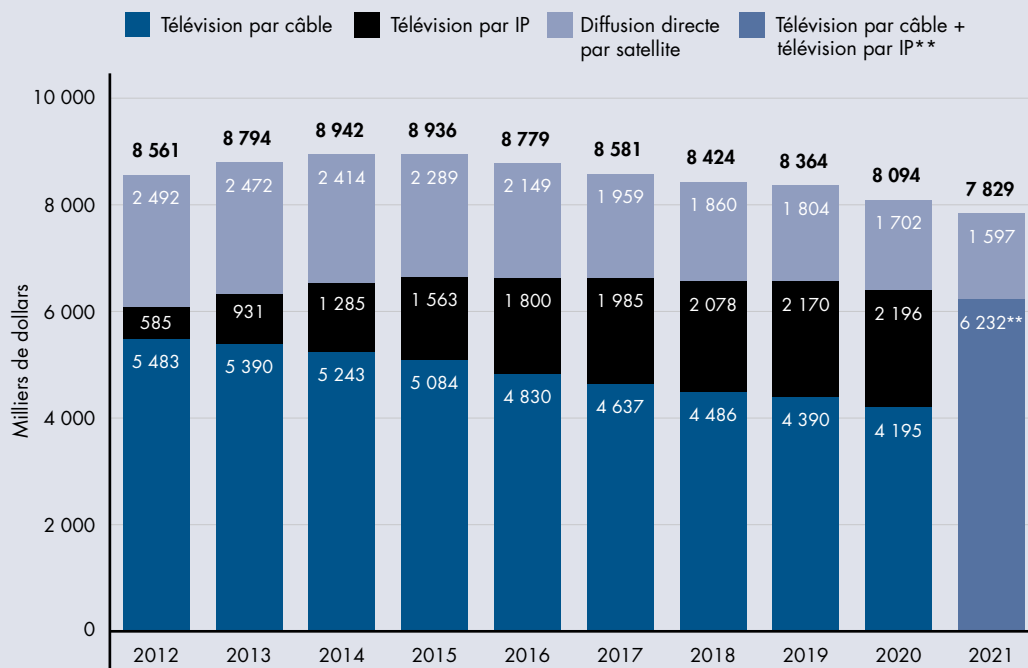


Source : CRTC.

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

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

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



Source : CRTC.

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

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

** À compter de 2021, le CRTC regroupe les revenus totaux des abonnés de la télévision par câble et de la télévision par IP dans ses déclarations.

INVESTISSEMENTS DANS LES PRODUCTIONS CANADIENNES

Tableau 11-3 Investissements des EDR dans la programmation canadienne

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
FMC	209	216	219	219	215	206	193	191	189	185
Fonds indépendants de production	62	61	64	65	63	58	46	45	44	43
Fonds pour l'amélioration de la programmation locale	112	75	40	0	0	0	0	0	0	0
Expression locale										
Canal communautaire du titulaire de licence	—*	—*	—*	—*	—*	—*	112	106	107	105
Programmation communautaire dans d'autres marchés exploités par le titulaire	—*	—*	—*	—*	—*	—*	3	2	1	1
Nouvelles offrant un reflet du contexte local	—*	—*	—*	—*	—*	—*	48	49	47	43
Total partiel	122	141	152	153	154	154	162	156	156	149
Fonds pour les nouvelles locales indépendantes (FNL)	0	0	0	0	0	0	22	21	21	20
Total	505	493	475	437	431	417	422	414	409	397

Source : CRTC.

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

* Ventilation détaillée de l'expression locale non disponible avant 2018

Remarques méthodologiques

Estimations de la production canadienne

Les estimations de la production canadienne sont fondées sur les données du Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens (BCPAC) du ministère du Patrimoine canadien. Afin de tenir compte de la période de 42 mois au cours de laquelle les producteurs peuvent présenter leur demande au BCPAC⁵⁶, Nordicity a appliqué les facteurs de majoration suivants aux données brutes de production fournies par le BCPAC :

- 2019-2020 : 2,9 %
- 2020-2021 : 5,4 %
- 2021-2022 : 11 %

Ces taux sont fondés sur la marge de sous-représentation des statistiques du BCPAC observée au cours de la dernière décennie, avec une importance particulière accordée aux marges des dernières années⁵⁷.

Revisions des statistiques historiques

En raison du délai de demande de 42 mois au BCPAC, il est possible que les données du BCPAC ne donnent pas une indication exhaustive du volume de production tant que quatre ans ne se sont pas écoulés depuis un exercice donné. Par conséquent, les statistiques sur la production canadienne déclarées dans *Profil 2022* pour les trois années précédentes (2018-2019, 2019-2020 et 2020-2021) ont été révisées pour tenir compte de toutes les données actuellement disponibles.

Estimations de la production télévisuelle canadienne certifiées par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes

Les estimations de la production télévisuelle canadienne comprennent une estimation de la production télévisuelle certifiée par le CRTC (c.-à-d. la production télévisuelle que seul le CRTC a certifiée). Des recherches menées par Nordicity et le ministère du Patrimoine canadien en 2009 ont révélé que la production télévisuelle certifiée par le CRTC représentait environ 13,5 % de la production canadienne totale. Ce taux a été utilisé dans *Profil 2022* pour estimer le volume total de production certifiée par le CRTC.

Courts métrages

Les courts métrages comprennent les films de moins de 75 minutes. Dans le *Profil 2012* et les éditions antérieures, les données sur les courts métrages destinés aux salles étaient incluses dans les statistiques globales de la production cinématographique canadienne. Depuis *Profil 2013*, elles se retrouvaient dans les statistiques sur la production télévisuelle canadienne. Dans le *Profil 2022*, elles ont été incluses dans les statistiques sur la production télévisuelle canadienne pour toutes les années – de 2012-2013 à 2021-2022.

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

⁵⁶ Dans le cadre du programme de Crédit d'impôt pour production cinématographique ou magnétoscopique canadienne (CIPC), les producteurs peuvent soumettre leur demande au BCPAC jusqu'à 42 mois après la fin de l'exercice au cours duquel les principaux travaux de prise de vue ont commencé.

⁵⁷ La pondération plus élevée accordée aux années plus récentes (c.-à-d. dans les années précédant 2018-2019) vise à tenir compte du fait que les pratiques de demande des producteurs au cours de ces années plus récentes refléteraient probablement davantage la situation du délai de demande entre 2019-2020 et 2021-2022 qu'au cours des années précédentes.

Fonds des médias du Canada

Les statistiques déclarées pour le FMC comprennent des données sur la production soutenue par le volet convergent du FMC.

Production interne des télédiffuseurs

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

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

Certains organismes de financement fédéraux et provinciaux, dont Téléfilm Canada, publient également des statistiques sur les activités de production cinématographique et télévisuelle. Les statistiques publiées par ces organismes de financement peuvent différer de celles de *Profil 2022* pour diverses raisons :

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

Investissements étrangers dans la production

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

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

Estimation du nombre de personnes employées

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

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

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

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

Estimation des équivalents temps plein (ETP)

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

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

Le salaire moyen hypothétique des ETP pour 2021-2022 était de 77 094 \$. Nordicity a élaboré cette hypothèse à partir des données du recensement de 2016 de Statistique Canada. Depuis 2016, Nordicity ajuste chaque année le salaire moyen hypothétique des ETP en appliquant le taux moyen de variation dans le salaire horaire moyen à l'échelle de l'économie (excluant les heures supplémentaires) des employés rémunérés à l'heure au Canada (voir Statistique Canada, *Enquête sur l'emploi, la rémunération et les heures de travail*, tableau 14-10-0206-01).

Afin de mieux tenir compte des conditions du marché du travail et des coûts de production dans l'industrie de la production cinématographique et télévisuelle, pour 2020-2021, Nordicity a appliqué le taux de variation annuel moyen implicite du salaire horaire moyen (excluant les heures supplémentaires) dans les industries de l'information et de la culture (14,7 %).

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

	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22
Coût moyen des ETP	55 476 \$	56 935 \$	58 016 \$	58 607 \$	59 445 \$	60 396 \$	62 389 \$	64 074 \$	67 213 \$	77 094 \$

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

Incidence des emplois indirects

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

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

Retombées économiques de la production

Revenus du travail

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

Produit intérieur brut

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

Glossaire

Auditoire moyen par minute (AMM)

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

Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens (BCPAC)

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

Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC)

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

Coproduction

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

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

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

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

Programme de crédit d'impôt du gouvernement fédéral servant à appuyer la production de films et d'émissions de télévision qui ne sont pas certifiés comme du contenu canadien. Le CISP offre un crédit d'impôt correspondant à 16 % des dépenses de main-d'œuvre admissibles d'une production, déduction faite de toute aide reçue.

Diffuseurs éducatifs

Désigne les quatre titulaires d'une licence de radiodiffusion contrôlée par les gouvernements provinciaux, qui sont axés sur l'offre d'émissions éducatives. Il s'agit de Télé-Québec, TVO, Knowledge Network (C.-B.) et Groupe Média TFO.

Emplois équivalents temps plein (ETP)

Mesure de l'emploi où le nombre de travailleurs à temps partiel ou travaillant moins d'une année complète est converti en nombre équivalent de travailleurs à temps plein.

Entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR)

Comprend les services de télévision par câble, de distribution par satellite, de distribution multipoint et de télévision IP qui permettent aux ménages et aux entreprises du Canada d'avoir accès à des services de télévision autorisés, qu'ils soient traditionnels, facultatifs ou sur demande, en souscrivant à des forfaits de chaînes et à certains services à la carte.

Fonds des médias du Canada (FMC)

Financé par le gouvernement du Canada et les fournisseurs de services de télévision par câble, satellite et IP. Son mandat est de soutenir la création de contenu numérique convergent canadien, accessible sur de multiples plateformes, dont des applications de télévision et de nouveaux médias d'avant-garde, ainsi que des applications de contenu expérimentales ou des logiciels pour Internet, le sans-fil et d'autres plateformes numériques émergentes. Lancé le 1^{er} avril 2010.

Incidence secondaire

Correspond à la somme des incidences économiques indirectes et induites. L'incidence indirecte comprend les emplois et la contribution au PIB des fournisseurs de biens et des services du secteur de la production. L'incidence induite comprend les emplois et la contribution au PIB du secteur de la consommation de l'économie canadienne, qui bénéficie de la réinjection des salaires gagnés par les interprètes et les techniciens ainsi que par les travailleurs des fournisseurs.

Investissements étrangers dans la production (IEP)

Mesure de la valeur de l'apport financier international au secteur canadien de la production cinématographique et télévisuelle. Ils se composent des préventes et des avances de distribution à l'étranger pour toutes les productions qui sont certifiées par le BCPAC, d'une estimation des préventes et avances de distribution pour les productions non certifiées par le BCPAC et la valeur totale de la production étrangère et des services de production au Canada.

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

Télévision conventionnelle	Cela comprend les diffuseurs privés et publics qui exploitent des réseaux hertziens pour diffuser dans les foyers canadiens, bien que la majorité des Canadiens reçoivent maintenant les signaux de télévision générale de fournisseurs par câble, par satellite ou par IP.
Télévision sur protocole Internet (IP)	Service offert par des EDR aux ménages et aux entreprises au moyen d'une connexion à large bande.
Vidéo sur demande (VSD)	Service de télévision permettant aux consommateurs de payer des frais pour choisir des films ou des émissions de télévision spécifiques à regarder à leur convenance. Au Canada, la VSD est généralement offerte sur des plateformes d'EDR (c.-à-d. télévision par câble, IP ou satellite).
Vidéo sur demande par abonnement (VSDA)	Service de télévision pour lequel les consommateurs paient des frais d'abonnement mensuels pour pouvoir choisir les films ou émissions de télévision qu'ils souhaitent regarder à leur convenance (p. ex., Netflix, Disney+, Crave, Club illico, Amazon Prime Video, NFL Game Pass). Les consommateurs accèdent généralement à ces services par Internet.
Vidéo sur demande transactionnelle (VSDT)	Service en ligne permettant aux consommateurs de payer des frais pour télécharger un film ou une émission de télévision en particulier (p. ex., Apple iTunes). Dans certains cas, un service de VSDT peut être utilisé pour louer un film ou une émission de télévision, lorsque l'utilisation du téléchargement est limitée à une certaine période.
Volet convergent	Volet du FMC qui offre un soutien financier à la production de contenu pour les médias numériques associé à des productions télévisuelles financées par le FMC afin d'alimenter différentes plateformes.
Volet expérimental	Volet du FMC qui offre un soutien financier à la production de contenus numériques interactifs, d'applications logicielles et de séries Web qui ne sont pas liées aux productions télévisées financées par le FMC.