

PROFIL

2023

Un rapport économique
sur l'industrie de la production de
contenu sur écran au Canada

PROFIL

2023

Un rapport économique
sur l'industrie de la production de
contenu sur écran au Canada



Publié par l'Association canadienne des producteurs médiatiques en collaboration avec le Fonds des médias du Canada, 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, le Fonds des médias du Canada (FMC), Téléfilm Canada, l'Association québécoise de la production médiatique (AQPM) et Nordicity ont collaboré à la préparation de *Profil 2023*. Il s'agit de la 27^e édition du rapport économique annuel publié par l'ACPM et ses partenaires au fil des ans.

Profil 2023 offre une analyse de l'activité économique de l'industrie de la production de contenu sur écran au Canada pour la période du 1^{er} avril 2022 au 31 mars 2023. Il présente par ailleurs des examens poussés des tendances historiques de l'activité de production entre 2013-2014 et 2022-2023.



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

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

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

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

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

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

Gamiela Fereg
Gestionnaire principale, Relations avec les médias & communications

Tracy Holloway
Analyste d'affaires et projets spéciaux

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 des statistiques et de l'analyse des données, BCPAC

David Carlton
Analyste de recherches, Médias autochtones, numériques et de service public

Vincent Fecteau
Analyste principal de recherche Politique et recherche

Rachel Gordon
Analyste de politique et de la recherche, Médias autochtones, numériques et de service public

Annan Hadzimahovic
Analyste politique Politique de l'audiovisuel et partenariats

Ishti Hossain
Analyste junior des statistiques et de l'analyse des données, BCPAC

Kateri Létourneau
Analyste politique Politique de l'audiovisuel et partenariats

Samra Panlaqui
Analyste des statistiques et de l'analyse des données, BCPAC

Ali Ruzindana
Gestionnaire, Gestion des enjeux

Aileen-Marie Schatz
Analyste politique Politique de l'audiovisuel et partenariats



50, rue Wellington Est, bureau 202
Toronto ON M5E 1C8

Tél : 1-877-975-0766 / 416-214-4400
info@cmf-fmc.ca
cmf-fmc.ca

Kelly-Ann Jones
Chef principale, recherche sur l'auditoire

Suzanne Keppler
Chef principale des rapports sur les programmes

Michael Mastantuono
Chef principal, élaboration des rapports stratégiques

Kyle O'Byrne
Directeur, affaires publiques

Les opinions, résultats, conclusions ou recommandations exprimés dans cette publication sont ceux de l'auteur et ne reflètent pas nécessairement le point de vue du Fonds des médias du Canada.



360 St. Jacques Street, Suite 500
Montréal QC H2Y 1P5

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

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

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.



1130, rue Sherbrooke Ouest, bureau 1600
Montréal QC H3A 2M8

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
PDG et partenaire de gestion

Stephen Hignell
Directeur

Nicole Matiation
Responsable du secteur de la production audiovisuelle

Jocelyn Pogorbsky
Gestionnaire

Louis Underwood
Analyste

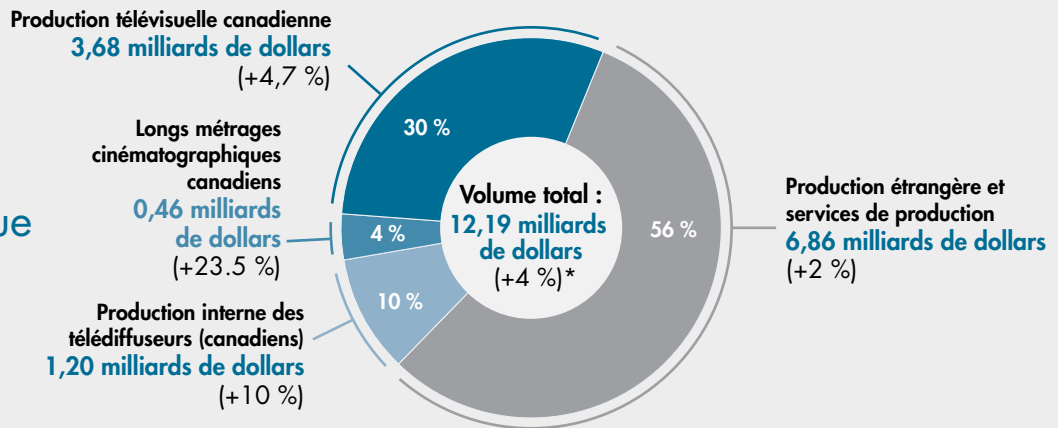
Le Groupe Nordicity est un cabinet conseil international de premier plan qui offre à ses clients des secteurs privé et public des solutions en analyse économique et politique, en stratégie organisationnelle et en réglementation dans quatre domaines clés : arts, culture et patrimoine; médias numériques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

TABLE DES MATIÈRES

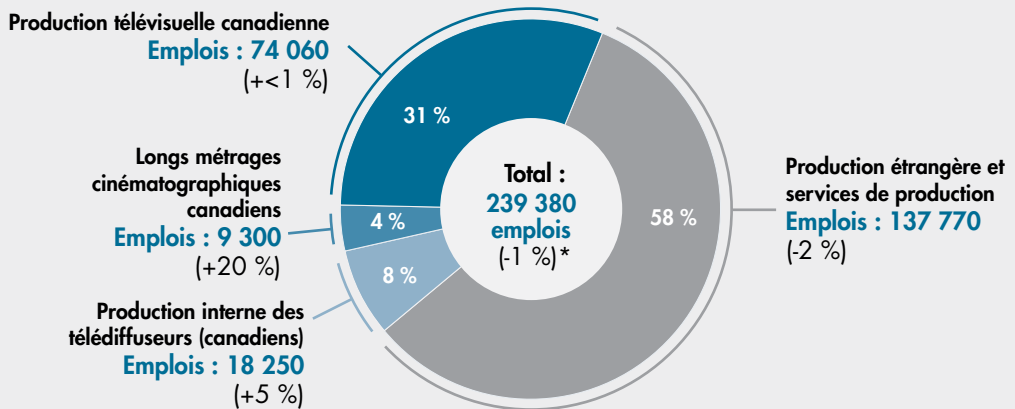
Vue d'ensemble	4	7. Production interne des télédiffuseurs (canadiens) . . .	67
Introduction	5	Volume de production69
1. Survol du secteur du contenu sur écran au Canada . . .	7	Genres70
Production cinématographique et télévisuelle au Canada9	Région71
Région12	8. Distribution	72
Investissements étrangers dans la production12	Revenus74
Apport à l'emploi et à l'économie14	Investissements dans les productions canadiennes75
Résumé de l'incidence sur l'emploi et sur le PIB18	9. Télédiffusion	76
2. Production de contenu canadien	20	Revenus78
Moyen de diffusion22	Dépenses en émissions canadiennes des programmation des diffuseurs canadiens80
Langue24	10. Diffusion en salles et auditoire	84
Genres25	Totals des revenus86
Animation27	Festivals des cinémas87
Région28	Tendances relatives aux recettes-guichet au pays88
Financement28	Recettes-guichet par marché linguistique90
3. Production télévisuelle canadienne	30	Haut du classement des longs métrages par marché linguistique91
Types33	11. Entreprises de distribution de radiodiffusion	93
Langue34	Abonnés et revenus des EDR94
Genres35	Investissements dans les émissions canadiennes95
Budgets39	Remarques méthodologiques	96
Animation40	Glossaire	99
Points de contenu canadien40		
Région41		
Fonds des médias du Canada42		
Financement46		
4. Production de longs métrages cinématographiques canadiens	49		
Langue51		
Budgets52		
Genres53		
Région53		
Financement54		
5. Coproductions audiovisuelles régies par des traités . . .	55		
Résultats pour l'ensemble des fenêtres de diffusion57		
Télévision59		
Longs métrages61		
6. Production étrangère et services de production	62		
Total des productions et types64		
Région66		
Pays66		

VUE D'ENSEMBLE

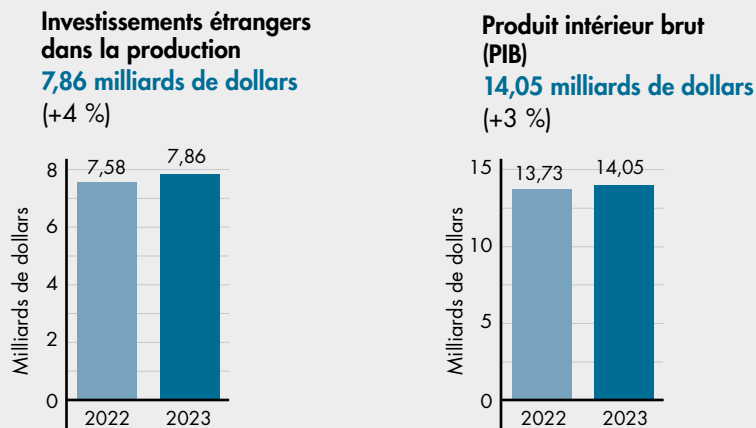
Total de la production cinématographique et télévisuelle au Canada



Emplois canadiens fournis



Retombées économiques canadiennes



Sources : **Production télévisuelle et cinématographique au Canada** : 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 des télédiffuseurs (canadiens)** : Estimations fondées sur les données du CRTC et de CBC/Radio-Canada.

Remarque : Comme les chiffres ont été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués.

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

Introduction

Le volume total de production dans l'industrie canadienne du cinéma et de la télévision a augmenté de 4 % pour atteindre 12,19 milliards de dollars en 2022-2023. Tous les segments de l'industrie de la production ont contribué à cette croissance, bien qu'une part plus importante soit attribuable à la production de contenu canadien, qui a augmenté de 6,5 % pour atteindre 4,14 milliards de dollars. Les facteurs qui ont eu une incidence sur l'augmentation du volume de production sont notamment : le maintien des prix inflationnistes, l'obligation des diffuseurs canadiens à rattraper les montants non dépensés pour les émissions canadiennes pendant la pandémie et la hausse des dépenses consacrées aux émissions sportives, en particulier la couverture des Jeux olympiques d'hiver de Beijing en 2022 par CBC/Radio-Canada¹.

Comme pour les rapports de chaque année, *Profil 2023* donne un aperçu détaillé des activités de production grâce à des renseignements compilés par des organismes fédéraux et provinciaux, ainsi que par des organismes de financement comme le Fonds des médias du Canada. L'information financière concorde avec l'année fiscale de ces organismes et entreprises. Par conséquent, *Profil 2023* contient des renseignements s'échelonnant du début d'avril 2022 à la fin de mars 2023.

En tant que sommaire financier, *Profil* offre une vision rétrospective et comprend des renseignements qui peuvent ne pas refléter l'état de l'industrie au moment de la publication du rapport. Toutes les préoccupations qui pourraient en découler pour la plupart des années sont atténuées par la constance relative de l'information d'une année à l'autre. Toutefois, la situation actuelle est unique, car *Profil 2023* ne reflète pas les bouleversements systémiques qui ont eu une incidence sur l'industrie en 2023.

Bien que l'activité de production ait augmenté lors de l'année fiscale 2022-2023, d'importants secteurs de l'industrie ont été paralysés au cours des mois suivants en raison de deux longues grèves aux États-Unis qui ont interrompu l'activité de production au Canada et à travers le monde. La grève de la Writers Guild of America (WGA) s'est déroulée du 2 mai au 27 septembre 2023, tandis que la grève de la Screen Actors Guild – American Federation of Television and Radio Artists (SAG-AFTRA) s'est déroulée du 14 juillet au 8 novembre 2023. Au cours de l'année fiscale 2023-2024, ces grèves ont entraîné une diminution importante du volume de production. Toutefois, cette diminution et son incidence sur l'industrie de la production canadienne ne sont pas reflétées dans *Profil 2023*. Ces données ne constitueront qu'une partie des résultats financiers dans *Profil 2024*, le rapport de l'an prochain.

¹ Les dernières données disponibles proviennent des rapports annuels du CRTC déposés pour l'année de radiodiffusion 2022 (du 1^{er} septembre 2021 au 31 août 2022).

Cela dit, les récents rapports provenant d'autres sources peuvent contextualiser l'ampleur des répercussions négatives potentielles de ces grèves sur l'industrie. Ontario Créatif fournit des renseignements sommaires sur les activités de production après des périodes déterminées. Publié le 26 avril 2024², le sommaire pour l'année 2023 indique que l'activité de production en Ontario a diminué au total de 42 %, ce qui reflète une diminution du contenu canadien de 21 % et une diminution de la production étrangère (emplacement et service) de 55 %. L'activité de production à la baisse se reflète également dans les plus récentes informations publiées par Statistique Canada.

L'an dernier, *Profil 2022* soulignait les défis potentiels auxquels fait face l'industrie canadienne de la production et signalait qu'il était difficile de prévoir si le secteur pourrait continuer de soutenir l'activité de production à ces niveaux. Le rapport exprimait alors des préoccupations au sujet de l'inflation persistante et des vents contraires dans l'économie générale. Il n'a pas tenu compte des incidences négatives potentielles causées par les grèves ni des changements globaux dans la mise en service du contenu qui affectent l'ensemble de l'industrie de la production.

Pour mettre en œuvre le projet de loi C-11 (*Loi sur la diffusion en continu en ligne*), le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes a entrepris l'examen en plusieurs étapes d'un cadre réglementaire révisé qui comprendra des contributions à la programmation canadienne des entreprises en ligne et des diffuseurs traditionnels. La première étape portait sur une exigence de contribution de base au financement de la production et a été examinée dans le cadre d'une audience publique tenue en novembre-décembre 2023. Bien que l'achèvement de l'ensemble du cadre prendra plusieurs années, une décision concernant la première étape devrait être publiée en 2024. Sa mise en œuvre pourrait accroître l'activité de production de contenu canadien.

Le rapport *Profil 2023*, harmonisé à ceux des années précédentes, relate les efforts déployés pour équilibrer et développer une industrie de production canadienne prospère et florissante, tout en tenant compte de nouvelles difficultés particulières qui pourraient nuire aux perspectives de croissance. Toutefois, comme ce fut le cas pendant cette période, les tendances à long terme sont favorables et démontrent clairement le potentiel continu de cette industrie à titre de contributeur important à l'économie canadienne.

² Ontario Créatif (2024). *Statistiques 2023 sur la production cinématographique et télévisuelle selon le format*. P. 1.

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 canadienne** 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 télévision sont certifiées comme du contenu canadien 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)³.
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 **production étrangère et les services de production**, ce qui 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 étrangers⁴. Pour la 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 télédiffuseurs** englobe les émissions de télévision produites par les diffuseurs canadiens dans leurs propres installations, par opposition à celles qu'ils commandent à des maisons indépendantes ou à des maisons qui leur sont affiliées. Il s'agit essentiellement de bulletins de nouvelles, d'émissions de sport et d'actualités.

Faits saillants de 2022-2023



- Le volume total⁵ de la production cinématographique et télévisuelle au Canada a augmenté de 4,4 % pour s'établir à 12,19 milliards de dollars en 2022-2023.
- Le volume de production de contenu canadien (c.-à-d., production de longs métrages cinématographiques et production télévisuelle) a augmenté de 6,5 % pour atteindre 4,14 milliards de dollars.
- Le volume de la production télévisuelle canadienne a augmenté de 4,7 % pour se chiffrer à 3,68 milliards de dollars.
- Le volume de la production de longs métrages cinématographiques canadiens a augmenté de 23,5 % pour atteindre 458 millions de dollars.
- Le volume de la production étrangère et des services de production a augmenté de 2,3 % pour atteindre 6,86 milliards de dollars.
- Le volume de la production interne des télédiffuseurs a augmenté de 10,3 % pour se chiffrer à 1,20 milliard de dollars.
- La valeur des investissements étrangers dans la production a augmenté de 3,5 % pour s'établir à 7,86 milliards de dollars.
- L'apport total de la production cinématographique et télévisuelle au PIB du Canada a augmenté de 2,5 %, passant de 13,71 milliards de dollars à 14,05 milliards en 2022-2023.
- Selon les estimations, l'ensemble de la chaîne de valeur du secteur du contenu sur écran au Canada (incluant la production télévisuelle et cinématographique, la distribution, la diffusion en salles, la télédiffusion et la distribution de radiodiffusion) a généré 336 120 emplois, des revenus d'emploi de 17,04 milliards de dollars et une contribution de 23,02 milliards de dollars au PIB (y compris les incidences directes et dérivées).



- La production cinématographique et télévisuelle au Canada a généré de l'emploi pour 239 380 Canadiennes et Canadiens (y compris les incidences directes et dérivées) en 2022-2023, soit une hausse de 0,4 % comparativement à 2021-2022.

³ En raison du nombre réduit d'exercices présentant des données sur la production de contenu *d'abord diffusé en ligne* et la production de contenu diffusé exclusivement 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 aussi diffusé sur des plateformes traditionnelles comme la télédiffusion, les salles de cinéma ou sur disque Blu-ray ou DVD. Cette catégorie comprend aussi la « production de contenu diffusé exclusivement en ligne », 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 et figurant dans la Liste des services en ligne acceptables pour les fins de l'[Avis public du BCPAC 2017-01](#). Selon le BCPAC, le volume total de la production de contenu d'abord diffusé en ligne s'élevait à 181,3 millions de dollars en 2018-2019, à 118,9 millions de dollars en 2019-2020, à 193,4 millions de dollars en 2020-2021, à 97,2 millions de dollars en 2021-2022, puis à 94,6 millions de dollars en 2022-2023. Pour en savoir plus, consultez l'Encadré 2.

⁴ 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.

⁵ 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 continué de croître en 2022-2023, après un solide rebond en 2021-2022 à la suite des répercussions de la pandémie de COVID-19. Le **volume total de la production cinématographique et télévisuelle** a augmenté de 4,4 % en 2022-2023 pour atteindre 12,19 milliards de dollars (Tableau 1-1). Tous les segments de l'industrie canadienne de la production cinématographique et télévisuelle ont contribué à cette croissance. Cependant, contrairement à 2021-2022, les augmentations les plus importantes ont concerné la production de contenu canadien plutôt que la production étrangère et les services de production.

L'inflation des coûts de production et l'inflation générale des salaires et des prix dans l'ensemble de l'économie canadienne ont continué de contribuer, en partie, à une augmentation du volume de production. Parmi les autres facteurs importants ayant eu une incidence sur la production, mentionnons les efforts continus déployés par les diffuseurs canadiens pour rattraper leurs dépenses en émissions canadiennes (DEC) sous-utilisées pendant la pandémie, un soutien financier supplémentaire de la part du Fonds des médias du Canada et de Téléfilm Canada, une augmentation des investissements dans la production de contenu canadien de la part des distributeurs canadiens, ainsi que les dépenses supplémentaires de production interne de Radio-Canada pour sa couverture des Jeux olympiques d'hiver de 2022 à Beijing⁶.

Les statistiques sur la production étrangère et les services de production de 2022-2023 qui sont incluses dans le présent rapport visent spécifiquement les activités de production au cours de la période du 1^{er} avril 2022 au 31 mars 2023. Toutefois, dans les mois qui ont suivi, l'industrie de la production aux États-Unis a connu deux grèves majeures de plusieurs mois⁷. Pendant cette période, la majorité des activités du secteur de la production étrangère et des services de production ont été interrompues et de nouveaux projets ont été suspendus. Au cours de l'exercice 2023-2024, ces grèves ont entraîné une diminution importante du volume de production étrangère et de services de production au Canada. Toutefois, cette diminution et son incidence sur l'industrie de la production canadienne ne sont pas reflétées dans *Profil 2023*. En effet, les données pertinentes ne sont pas encore disponibles et s'inscriront plutôt dans les résultats financiers dans *Profil 2024*.

Des rapports récents provenant d'autres sources peuvent fournir un certain contexte quant à l'étendue de l'impact négatif potentiel des grèves sur l'industrie. Ontario Créatif fournit des renseignements sommaires sur les activités de production selon un calendrier. Publié le 26 avril 2024, le résumé pour 2023 indique que l'activité de production en Ontario a diminué d'un total de 42 %, reflétant une diminution à la fois du contenu canadien 21 % et de la production étrangère (emplacement et service) 55 %. Les diminutions de l'activité de production se reflètent également dans les informations les plus récentes publiées par Statistique Canada.

La **production télévisuelle canadienne** a augmenté de 4,7 % pour atteindre un chiffre record de 3,68 milliards de dollars en 2022-2023 (tableau 1-1). Une combinaison de l'inflation des coûts et de la reprise des commandes des diffuseurs canadiens a contribué à soutenir la croissance en 2022-2023. En fait, le CRTC a exigé des diffuseurs canadiens privés (appartenant à un grand groupe de propriétaires) qu'ils rattrapent, avant la fin de l'année de diffusion 2022-2023, leurs contributions inférieures aux dépenses en émissions canadiennes (DEC) minimales requises pendant les années de la pandémie⁸. D'autres facteurs tels que l'inflation des coûts de production, un soutien financier gouvernemental supplémentaire, l'augmentation des dépenses des télédiffuseurs dans le sport et un financement accru de la part des distributeurs canadiens ont également contribué à la croissance de la production télévisuelle canadienne en 2022-2023.

La **production de longs métrages cinématographiques canadiens** a connu une solide année de croissance après la pandémie, le volume ayant augmenté de 23,5 % pour atteindre 458 millions de dollars (tableau 4-1). Toute cette croissance s'est concentrée sur le marché anglophone, car la production de longs métrages cinématographiques de langue française a plutôt connu une baisse en 2022-2023.

Le volume de la **production étrangère et des services de production** a augmenté de 2,3 % pour atteindre 6,86 milliards de dollars en 2022-2023 (tableau 6-1). La majeure partie de cette augmentation en 2022-2023 était liée à la croissance continue de ce secteur dans le domaine des séries télévisées au Canada. En 2022-2023, le nombre de séries télévisées étrangères tournées au Canada a bondi de 258 à 384, portant le volume à 4,67 milliards de dollars.

Le volume de la **production interne des télédiffuseurs** a augmenté de 10,3 %, se chiffrant à 1,20 milliard de dollars (tableau 1-1). Cette croissance est presque entièrement attribuable à l'augmentation des dépenses, tant par les services de télévision facultatifs que les services de télévision traditionnels, pour la production interne d'émissions sportives, en particulier la couverture par CBC/Radio-Canada lors des Jeux olympiques d'hiver de 2022 à Beijing (tableaux 7-1 et 7-2).

⁶ Les dernières données disponibles proviennent des rapports annuels du CRTC déposés pour l'année de radiodiffusion 2022 (du 1^{er} septembre 2021 au 31 août 2022).

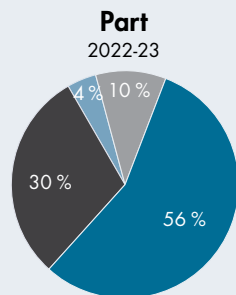
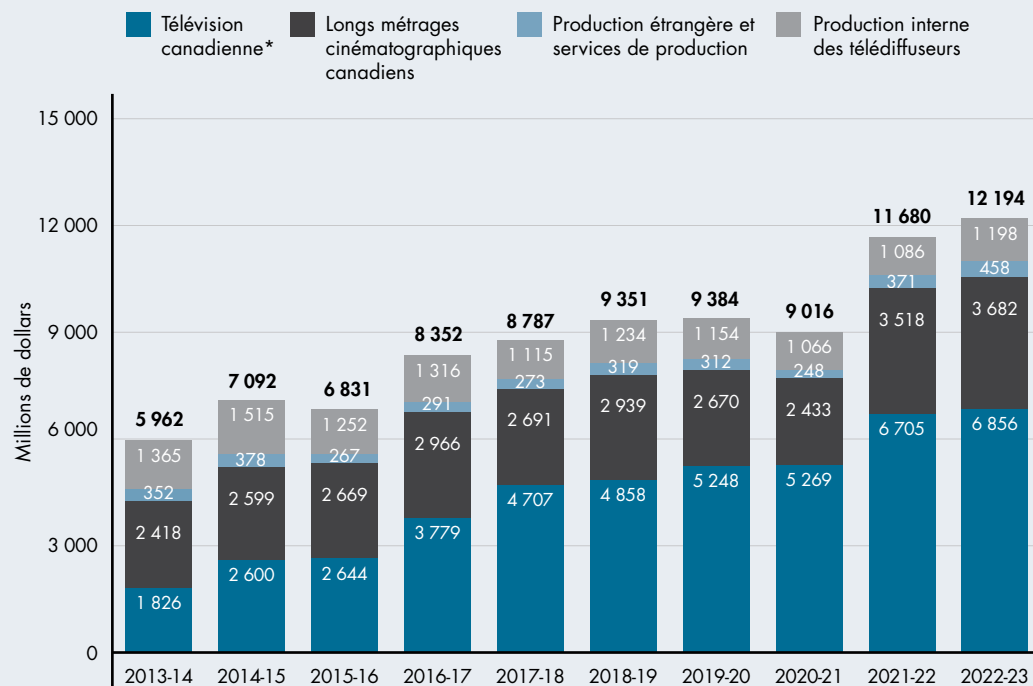
⁷ La grève de la Writers Guild of America (WGA) s'est déroulée du 2 mai au 27 septembre 2023, tandis que la grève de la Screen Actors Guild – American Federation of Television and Radio Artists (SAG-AFTRA) s'est déroulée du 14 juillet au 8 novembre 2023.

⁸ 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.

La chaîne de valeur du secteur du contenu sur écran au Canada a continué d’être une source importante d’emploi et d’activité économique en 2022-2023. Selon les estimations, en tenant compte des incidences directes et dérivées, la chaîne de valeur du secteur du contenu sur écran a généré environ 336 120 emplois, des revenus d’emploi de 17,04 milliards de dollars et une contribution de 23,02 milliards de dollars au produit intérieur brut (PIB) pour l’économie canadienne en 2022-2023 (tableau 1-8). De ce total, la production cinématographique et télévisuelle a généré, à elle seule, 239 380 emplois, 11,53 milliards de dollars en revenus d’emploi et une contribution de 14,05 milliards de dollars au PIB. L’industrie de la production cinématographique et télévisuelle ayant enregistré un plus haut volume de production en 2022-2023, les incidences touchant le revenu du travail et le PIB ont aussi augmenté (tableau 1-7). Toutefois, en raison de la hausse des salaires moyens et des coûts de production, ce volume de production plus élevé s’est accompagné d’une diminution du nombre d’emplois en 2022-2023, bien qu’il s’agisse d’une diminution de moins d’un pour cent (tableau 1-6).

PRODUCTION CINÉMATOGRAPHIQUE ET TÉLÉVISUELLE AU CANADA

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



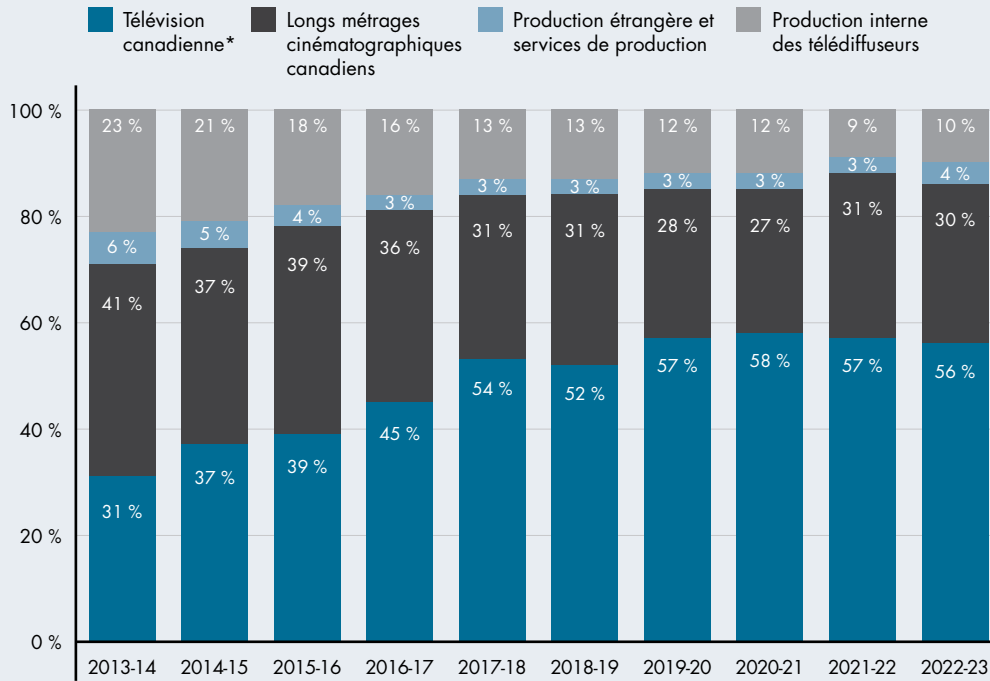
Secteur	2022-23	2013-14 à 2022-23
Production étrangère et services de production	2,3 %	15,8 %
Télévision canadienne*	4,7 %	4,8 %
Longs métrages cinématographiques canadiens	23,5 %	3,0 %
Production interne des télédiffuseurs	10,3 %	(1,4 %)
Moyenne : tous les secteurs	4,4 %	8,3 %

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.

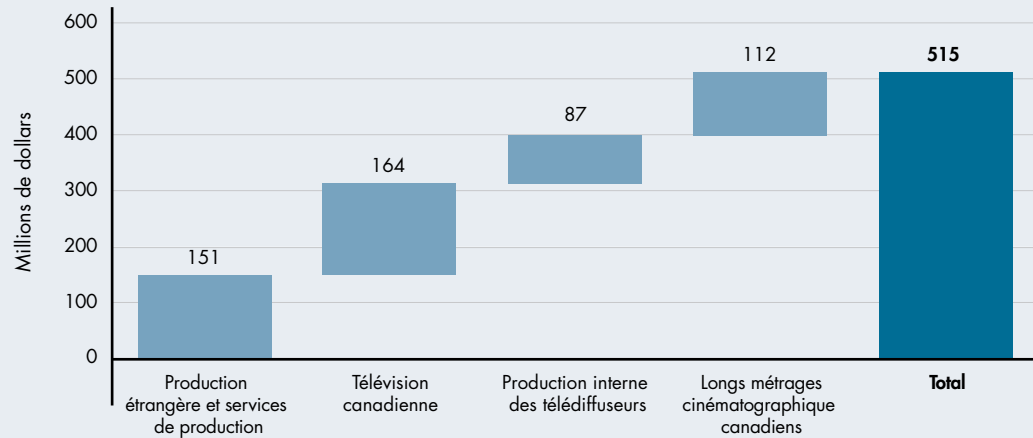
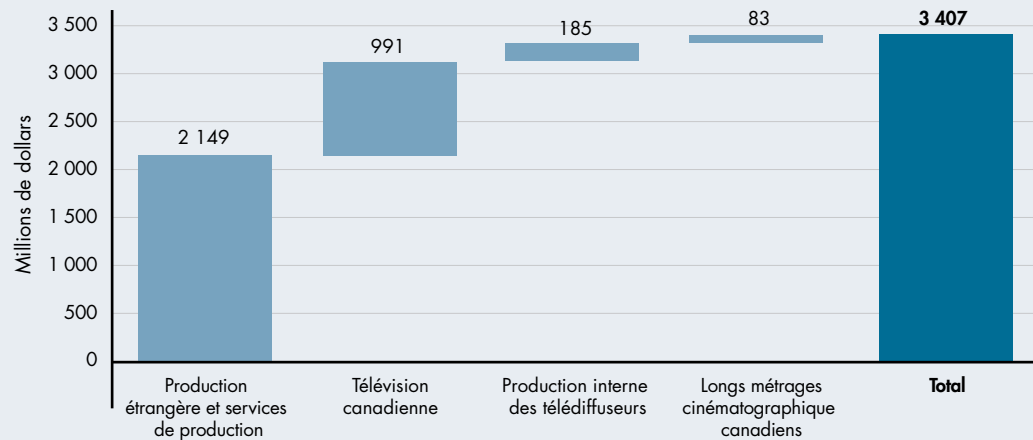
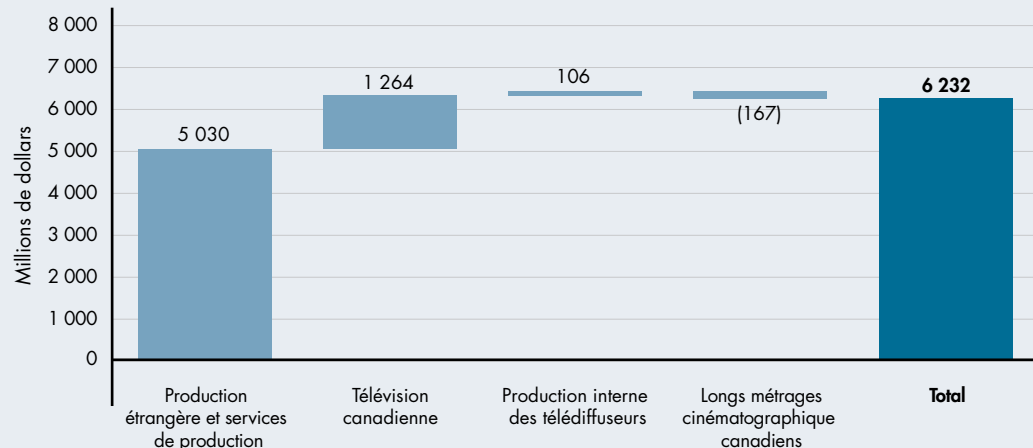
Remarque : Comme les chiffres ont été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués.

* Comprend le contenu audiovisuel d’abord diffusé en ligne, y compris le « contenu diffusé exclusivement en ligne » 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 pour les fins de l’Avis public du BCPAC 2017-01. Selon le BCPAC, le volume total de la production de contenu d’abord diffusé en ligne s’élevait à 181,3 millions de dollars en 2018-2019, à 118,9 millions de dollars en 2019-2020, à 193,4 millions de dollars en 2020-2021, à 97,2 millions de dollars en 2021-2022, puis à 94,6 millions de dollars en 2022-2023.

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 : Comme les chiffres ont été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués.

Tableau 1-3 Sources de croissance du volume total de la production cinématographique et télévisuelle au Canada**2022-23****2017-18 à 2022-23****2013-14 à 2023-24**

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

RÉGION

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

(M\$)	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	Part pour 2022-23
Ontario	2 439	2 769	2 750	3 016	2 891	3 229	3 599	3 185	3 934	4 353	36 %
Colombie-Britannique	1 618	2 243	2 133	2 957	3 556	3 452	2 820	3 211	3 657	3 750	31 %
Québec	1 280	1 582	1 429	1 759	1 761	2 003	2 281	2 062	2 967	3 113	26 %
Provinces des Prairies et territoires*	429	377	361	429	395	525	531	411	881	661	5 %
Canada atlantique**	196	120	157	193	183	141	153	147	241	319	3 %
Total	5 962	7 092	6 831	8 352	8 787	9 351	9 384	9 016	11 680	12 194	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 2023*. En raison du faible nombre de projets (en particulier les projets de longs métrages cinématographiques) dans certaines provinces et certains territoires, les statistiques sur le volume de production sont regroupées par région afin d'éviter de divulguer les budgets propres aux différents projets. Se reporter aux *Remarques méthodologiques* pour plus de détails. Comme les chiffres ont été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués.

* 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

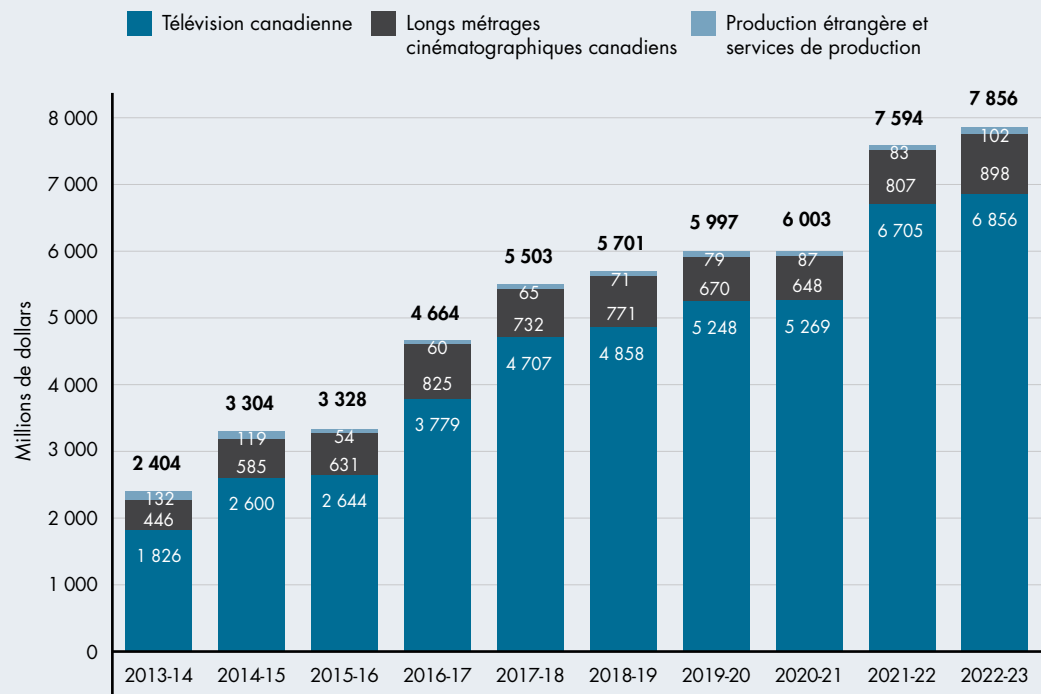
Les investissements étrangers dans la production (IEP) désignent l'apport financier étranger à l'industrie canadienne de la production cinématographique et télévisuelle. Une grande partie de ces investissements découle du secteur de la production étrangère et des services de production. Toutefois, en plus de ce secteur, il y a d'importants investissements étrangers dans la production de contenu canadien. Ces investissements comprennent les préventes et les avances de distribution à l'étranger pour tous les projets certifiés par le BCPAC, ainsi que les estimations des préventes et des avances de distribution pour les productions non certifiées par le BCPAC. Ensemble, les investissements étrangers dans le contenu canadien ont totalisé environ 1 milliard de dollars⁹.

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 généré 100 millions de dollars en 2021 (Tableau 8-2), ce qui signifie que les investissements étrangers dans le contenu canadien étaient même supérieurs à 1 milliard de dollars.

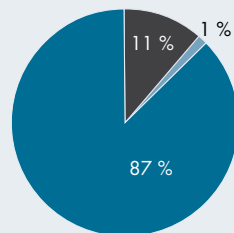
Les investissements étrangers servent principalement à la production de contenu en anglais. En effet, sur les investissements étrangers d'un milliard de dollars liés au contenu canadien en 2022-2023, le contenu en français ne représentait que 24 millions de dollars (voir les données des tableaux 3-17c et 4-7c).

⁹ Dans le cas des coproductions audiovisuelles régies par des traités, les données utilisées pour estimer les investissements étrangers comprennent uniquement la participation canadienne. Par conséquent, 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 connexe comprend des préventes ou des avances de distribution à l'étranger.

Tableau 1-5 Investissements étrangers dans la production canadienne



Part
2022-23



Taux de croissance annuel moyen

Secteur	2022-23	2013-14 à 2022-23
Production étrangère et services de production	2,3 %	15,8 %
Télévision canadienne	11,4 %	8,1 %
Longs métrages cinématographiques canadiens	23,8 %	2,8 %
Moyenne : tous les secteurs	3,5 %	14,1 %

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

Remarque : Comme les chiffres ont été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués. Se reporter aux *Remarques méthodologiques* pour une définition de ce que sont les « investissements étrangers dans 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 Emplois (c.-à-d. nombre de personnes) créés par la production cinématographique et télévisuelle au Canada

	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23
Production télévisuelle canadienne						
Incidence directe	40 130	42 500	42 360	37 080	46 800	47 520
Dérivés	31 810	32 590	27 440	22 510	27 220	26 540
Total	71 940	75 090	69 800	59 590	74 020	74 060
Production de longs métrages cinématographiques canadiens						
Incidence directe	4 110	4 580	4 980	3 780	4 860	5 940
Dérivés	3 250	3 580	3 250	2 240	2 910	3 360
Total	7 360	8 160	8 230	6 020	7 770	9 300
Production étrangère et services de production						
Incidence directe	70 150	70 150	83 130	80 460	89 280	88 380
Dérivés	55 660	53 870	53 980	48 720	51 860	49 390
Total	125 810	124 020	137 110	129 180	141 140	137 770
Production interne des télédiffuseurs						
Incidence directe	11 760	12 660	11 540	10 080	8 960	9 630
Dérivés	13 220	13 660	11 870	9 860	8 400	8 620
Total	24 980	26 320	23 410	19 940	17 360	18 250
Total général						
Incidence directe	126 150	129 890	142 010	131 400	149 900	151 470
Dérivés	103 940	103 700	96 540	83 330	90 390	87 910
Total	230 090	233 590	238 550	214 730	240 290	239 380

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 les revenus d'emploi et le PIB

	2021-22			2022-23		
	Directs	Dérivés	Total	Directs	Dérivés	Total
Revenus d'emploi (M\$)						
Production de contenu canadien						
Production télévisuelle canadienne	2 005	1 371	3 376	2 099	1 381	3 480
Production de longs métrages cinématographiques canadiens	211	147	358	261	175	436
Total partiel	2 216	1 518	3 734	2 360	1 556	3 916
Production étrangère et services de production	3 821	2 612	6 433	3 908	2 570	6 478
Production interne des télédiffuseurs	619	423	1 042	683	449	1 132
Total général	6 656	4 553	11 209	6 951	4 575	11 526
PIB (M\$)						
Production de contenu canadien						
Production télévisuelle canadienne	2 076	2 043	4 119	2 172	2 058	4 230
Production de longs métrages cinématographiques canadiens	219	219	438	270	260	530
Total partiel	2 295	2 262	4 557	2 442	2 318	4 760
Production étrangère et services de production	3 955	3 892	7 847	4 045	3 829	7 874
Production interne des télédiffuseurs	641	668	1 309	707	709	1 416
Total général	6 891	6 822	13 713	7 194	6 856	14 050

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.

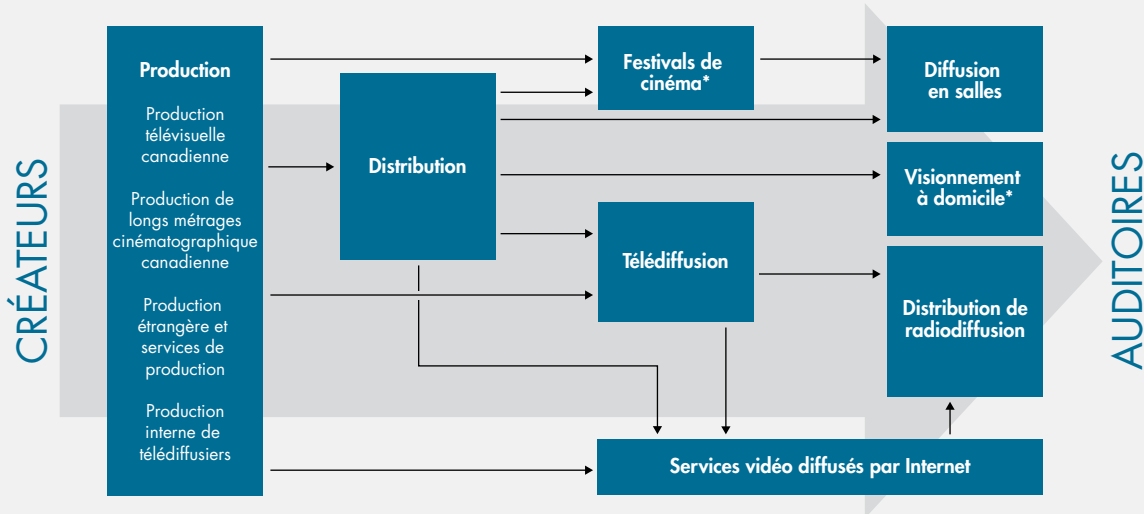
Remarque : Se reporter aux *Remarques méthodologiques* pour la description de la méthodologie.

Segments de la chaîne de valeur du secteur du contenu sur écran

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

- Le secteur de la distribution au Canada a généré 5 490 emplois, des revenus d'emploi de 298 millions de dollars et une contribution de 495 millions de dollars au PIB en 2021 (année la plus récente de données publiées).
- Le secteur de la diffusion en salles a généré 20 090 emplois, des revenus d'emploi de 630 millions de dollars et une contribution de 1,18 million de dollars au PIB en 2023.
- Le secteur de la télédiffusion a généré 18 780 emplois, des revenus d'emploi de 1,37 milliard de dollars et une contribution de 2,38 milliards de dollars au PIB en 2022.
- Le secteur de la distribution de radiodiffusion a généré 52 380 emplois, des revenus d'emploi de 3,22 milliards de dollars et une contribution de 4,92 milliards de dollars au PIB en 2022.

Encadré 1 Chaîne de valeur du secteur du contenu sur écran



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

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

L'étape de la production est suivie de celle de la **distribution**. Les sociétés de distribution canadiennes et étrangères contrôlent habituellement les droits économiques des films et des émissions de télévision, et planifient et mettent en œuvre les fenêtres de diffusion de ces films et émissions de télévision. Ces entreprises forment un maillon clé du marché de la distribution 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 de valeur 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.

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.

De nombreux films sont d'abord **diffusés en salles**, avant de passer à une autre fenêtre de diffusion sur d'autres plateformes. Toutefois, ce n'est pas toujours le cas. Certains films peuvent être diffusés simultanément dans les salles de cinéma et par des **services vidéo diffusés par Internet**, soit dans le cadre d'une sortie simultanée, ou avec une fenêtre de diffusion considérablement raccourcie après la sortie en salle. La sortie d'autres films se fait sur les **services vidéo diffusés par Internet**. Dans ces cas, les films peuvent complètement contourner les industries de la télédiffusion ou de la diffusion en salles.

En ce qui concerne le secteur canadien du contenu sur écran, il est aussi important de reconnaître le rôle primordial de la câblodistribution, de la télévision directe par satellite et de la télévision sur IP. Ces entités englobent le secteur de la **distribution de radiodiffusion** et sont connues sous le terme « entreprises de distribution de radiodiffusion » (EDR). Elles jouent un rôle fondamental en veillant à ce que les auditoires canadiens aient un accès fiable au contenu que produit l'industrie de la télédiffusion et aux services sur demande autorisés. La plupart des services vidéo diffusés par Internet présentent toutefois le contenu directement aux consommateurs au moyen d'une connexion Internet à large bande, court-circuitant ainsi les EDR canadiennes.

La comparaison des estimations des retombées économiques de l'année la plus récente de données publiées montre que la chaîne de valeur du secteur du contenu sur écran a généré plus de 336 120 emplois, des revenus d'emploi de 17,04 milliards de dollars et une contribution au PIB de 23,02 milliards de dollars pour l'économie canadienne (incidences directes et dérivées).

Tableau 1-8 Incidence économique de certains segments de la chaîne de valeur du secteur du contenu sur écran

	Incidence directe	Dérivés	Total
Emplois			
Production cinématographique et télévisuelle (2022-2023)	151 470	87 910	239 380
Distribution (2021*)	810	4 680	5 490
Diffusion en salles (2023)	10 510	9 580	20 090
Télédiffusion** (2022)	4 980	13 800	18 780
Distribution de radiodiffusion (2022)	26 720	25 660	52 380
Total	194 490	141 630	336 120
Revenus d'emploi (M\$)			
Production cinématographique et télévisuelle (2022-2023)	6 951	4 575	11 526
Distribution (2021*)	98	200	298
Diffusion en salles (2023)	200	430	630
Télédiffusion** (2022)	652	721	1 373
Distribution de radiodiffusion (2022)	2 125	1 092	3 217
Total	10 026	7 018	17 044
PIB (M\$)			
Production cinématographique et télévisuelle (2022-2023)	7 194	6 856	14 050
Distribution (2021*)	145	350	495
Diffusion en salles (2023)	379	798	1 177
Télédiffusion** (2022)	1 234	1 147	2 381
Distribution de radiodiffusion (2022)	2 958	1 957	4 915
Total	11 910	11 108	23 018

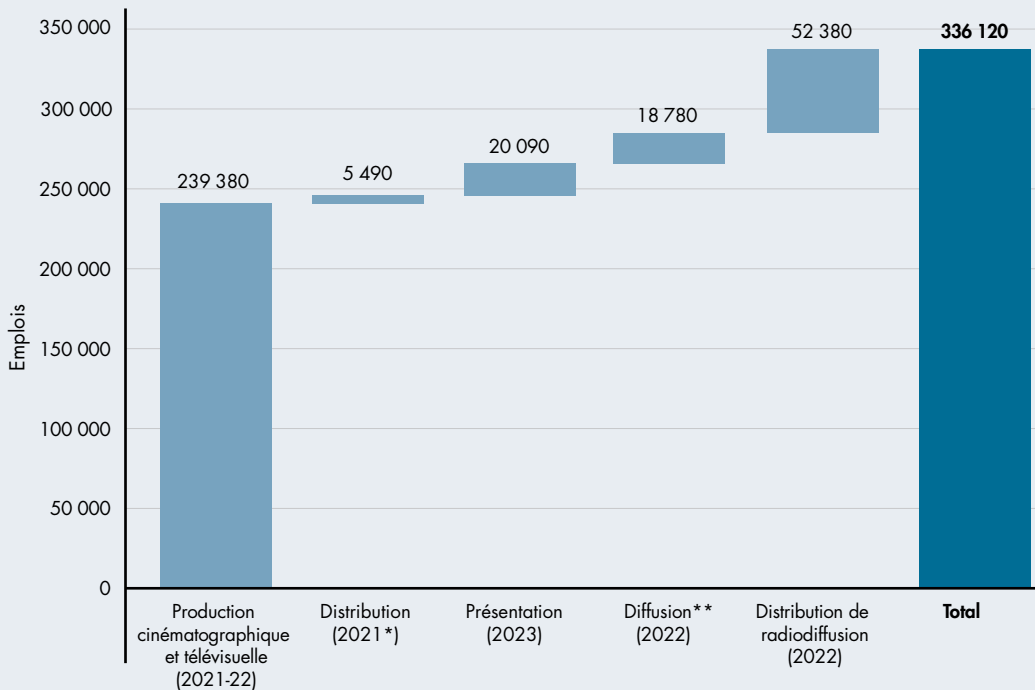
Sources : Estimations fondées sur les données du BCPAC, du CRTC, de CBC/Radio-Canada, de l'Association des agences provinciales de financement, des syndicats et guildes, de Statistique Canada, du Conference Board du Canada, de l'Association des cinémas du Canada et de Cineplex Divertissement.

* 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 L'EMPLOI 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

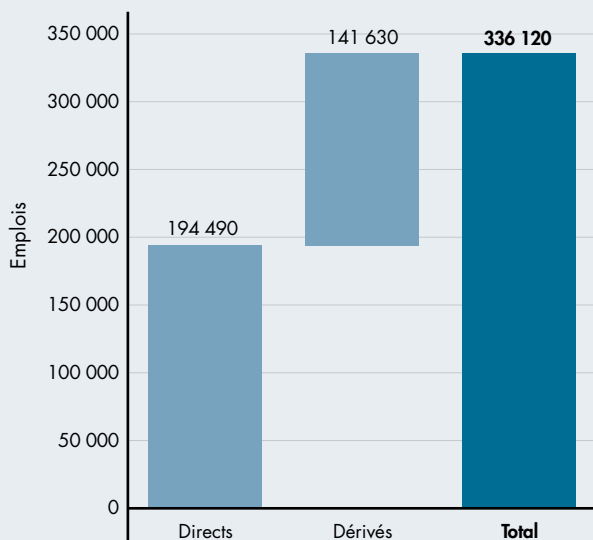


Sources : Estimations fondées sur les données du BCPAC, du CRTC, de CBC/Radio-Canada, de l'Association des agences provinciales de financement, des syndicats et guildes, de Statistique Canada, du Conference Board du Canada, de l'Association des cinémas du Canada et de Cineplex Divertissement.

* Année la plus récente de données publiées

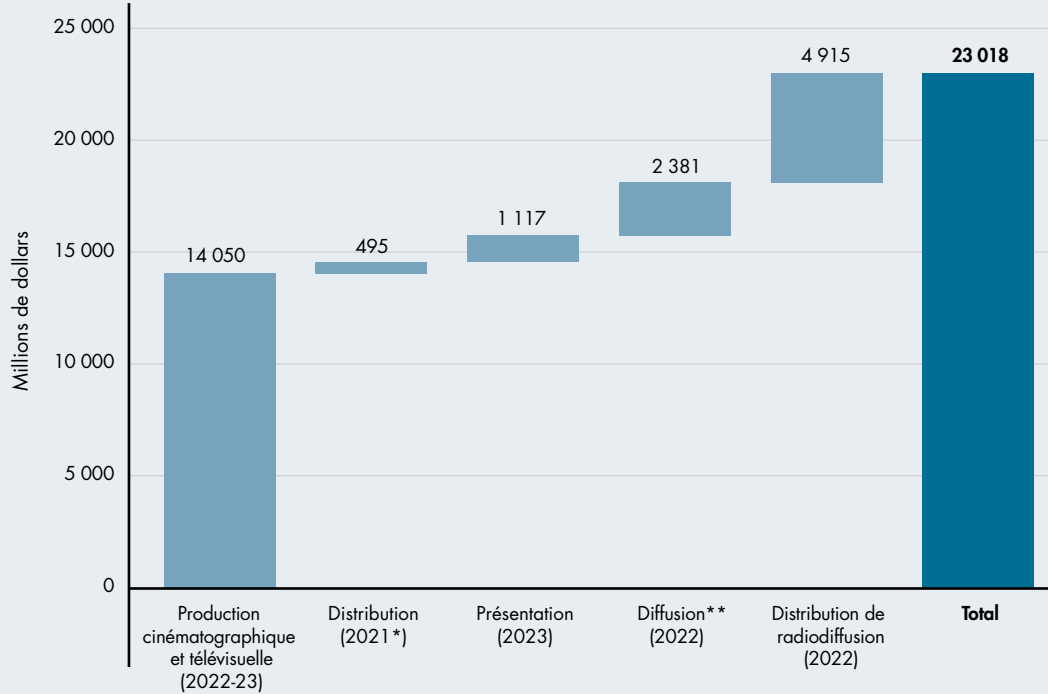
** Exclut la production interne, dont les statistiques sont incluses dans la *production cinématographique et télévisuelle*.

Tableau 1-10 Incidence sur les emplois directs et dérivés 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

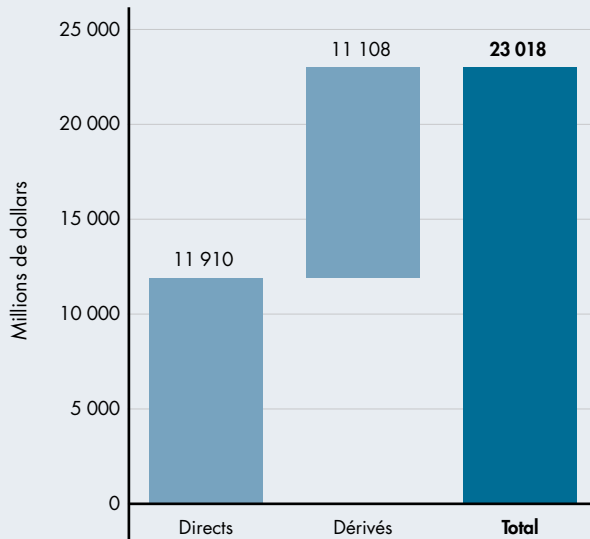


Sources : Estimations fondées sur les recherches de Nordicity et les données du BCPAC, du CRTC, de CBC/Radio-Canada, de l'Association des agences provinciales de financement, des syndicats et guildes, de Statistique Canada, du Conference Board du Canada, de l'Association des cinémas du Canada et de Cineplex 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 dérivée 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), ainsi que 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 canadien¹⁰.

Le secteur de la production de contenu canadien exclut la production interne, de même que la production étrangère et les services de production. La section suivante présente un résumé des statistiques sur la production de contenu canadien. Les sections 3 et 4 présentent respectivement des statistiques plus détaillées sur la production canadienne de contenu télévisuel et de la production de longs métrages cinématographiques canadiens.

En 2022-2023, le secteur de la production de contenu canadien a de nouveau connu une augmentation de la production, ce qui a porté le volume annuel bien au-delà des niveaux d'avant la pandémie. Il est toutefois important de noter que ces augmentations étaient en partie attribuables à une inflation des coûts de production; au rétablissement par les grands télédiffuseurs canadiens privés de leurs niveaux de dépenses en émissions canadiennes (DEC) et à l'obligation établie par le CRTC de rattraper, avant le 31 août 2023, les DEC sous-utilisées pendant la pandémie¹¹; et à un financement public supplémentaire. Pour la période de 2021-2022 à 2023-2024, le Fonds des médias du Canada a reçu 60 millions de dollars supplémentaires du gouvernement fédéral pour des initiatives d'équité, d'inclusion et de diversité, ce qui visait tout particulièrement la production¹². Au cours de cette même période de trois ans, Téléfilm Canada a reçu un financement supplémentaire de 105 millions de dollars du gouvernement fédéral, ce qui a contribué à soutenir la croissance du segment des longs métrages cinématographiques.

Faits saillants de 2022-2023



- Le volume de la production de contenu canadien a augmenté de 6,5 % pour atteindre 4,14 milliards de dollars.
- La production de contenu en anglais s'est¹³ accrue de 10,9 % pour atteindre 2,97 milliards de dollars.
- Le volume de la production d'œuvres de fiction a augmenté de 7,9 % pour un total de 2,20 milliards de dollars.
- Le volume de la production de contenu jeunesse a augmenté de 7,8 % pour atteindre 626 millions de dollars.
- Le volume de la production de documentaires s'est accru de 4,2 % pour passer à 559 millions de dollars.
- Le volume de la production dans le genre « variétés et arts de la scène » a augmenté de 17,3 % pour atteindre 180 millions de dollars.
- Le volume de la production d'œuvres d'animation a augmenté de 28,4 % pour atteindre 357 millions de dollars.



- Le volume de la production de langue française a diminué de 3,3 % pour atteindre 1,17 milliard de dollars.
- Le volume de la production dans le genre « mode de vie et intérêt général »¹⁴ a affiché un recul de 0,8 %, s'établissant à 573 millions de dollars.

¹⁰ Les maisons de production affiliées sont des sociétés de production dans lesquelles un diffuseur canadien détient ou contrôle au moins 30 % de la participation avec droit de vote.

¹¹ CRTC (2021a).

¹² Fonds des médias du Canada (2024). *Créer le changement – Le FMC évalue ses initiatives d'équité et d'inclusion*, p. 2.

¹³ Comprend les données relatives aux projets produits en format bilingue et dans des langues non officielles, qui représentaient moins d'un pour cent du volume total de la 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.

¹⁴ Comprend les magazines et un faible volume d'émissions auparavant considérées comme des émissions éducatives/instructives.

Des niveaux plus élevés de production télévisuelle canadienne et de production de longs métrages cinématographiques canadiens, en particulier sur le marché anglophone, ont contribué à faire grimper le volume total de la production de contenu canadien de 6,5 % en 2022-2023 pour atteindre 4,14 milliards de dollars (tableau 2-1). Ce volume était également 27,0 % plus élevé que le sommet de 3,26 milliards de dollars enregistré avant la pandémie en 2018-2019.

Alors que la production de longs métrages cinématographiques canadiens ne représentait que 10 % du volume total de la production de contenu canadien en 2021-2022, elle comptait pour 35 % de la croissance de la production de contenu canadien en 2022-2023 (tableau 2-1). En effet, le volume de la production de longs métrages cinématographiques canadiens a augmenté de 87 millions de dollars, ou 23,5 %, pour atteindre 458 millions de dollars. Cependant, la production télévisuelle canadienne demeure le plus important sous-secteur de la production de contenu canadien et la principale source de croissance, le volume ayant augmenté de 164 millions de dollars, ou 4,7 %, pour atteindre 3,68 milliards de dollars.

En 2022-2023, la croissance de la production canadienne était entièrement attribuable à des niveaux plus élevés de production de langue anglaise. Effectivement, alors que la production de langue anglaise a augmenté de 10,9 %, le volume total de la production de contenu canadien de langue française a diminué de 3,3 % (tableau 2-2).

Le genre « fiction » a été le principal contributeur à l'augmentation de 252 milliards de dollars de la production de contenu canadien en 2022-2023. Le volume de production d'œuvres de fiction a augmenté de 162 millions de dollars, ce qui représente plus de 60 % de la hausse globale (tableau 2-3). Le genre « jeunesse » était le deuxième contributeur en importance, suivi du genre « variétés et arts de la scène » et du genre « documentaire ». Le genre « mode de vie et intérêt général » a été le seul à enregistrer une baisse en 2022-2023.

Après une diminution en 2021-2022, le volume de production d'œuvres d'animation a été plus élevé en 2022-2023. En effet, ce volume a augmenté de 28,4 % pour atteindre son plus haut niveau en 10 ans, soit 357 millions de dollars (tableau 2-7). La production d'œuvres d'animation pour la télévision a reculé de 16 millions de dollars, ou 6,1 %, pour atteindre 277 millions de dollars. Toutefois, l'augmentation globale du volume de production d'œuvres d'animation au Canada a principalement été stimulée par un bond marqué des dépenses en production d'œuvres d'animation présentées en salles, qui sont passées de 17 à 80 millions de dollars en 2022-2023.

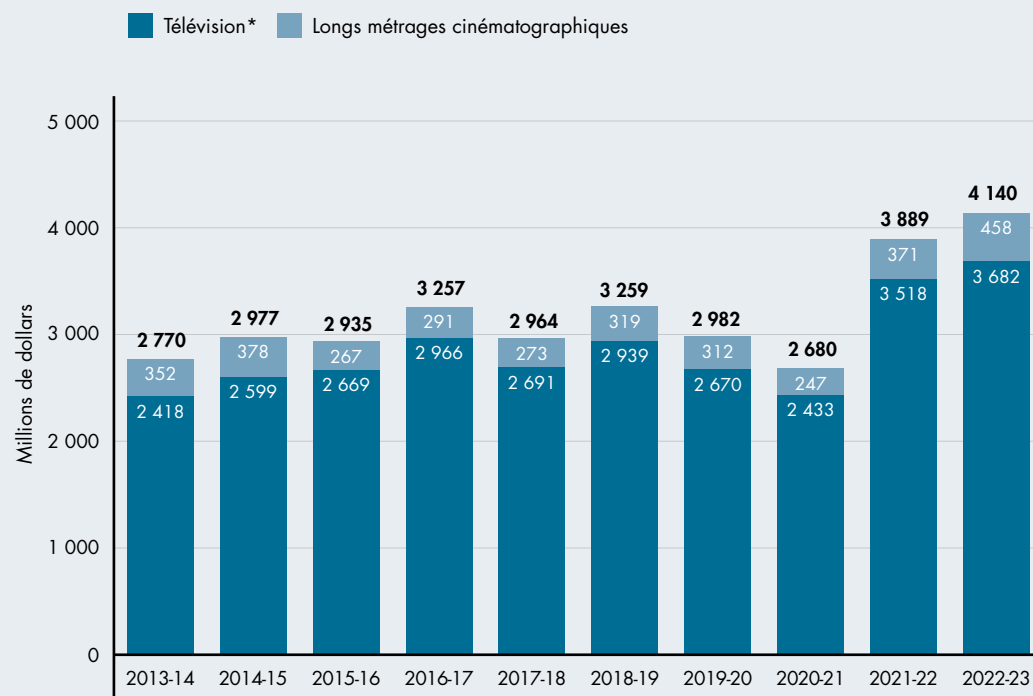
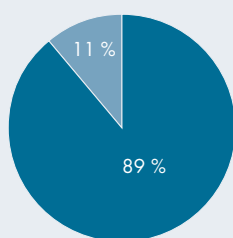
Au sortir de la pandémie de COVID-19, une grande partie du rebond de la production de contenu canadien en 2021-2022 a été propulsée par le fait que les diffuseurs canadiens devaient rapidement rétablir leurs investissements dans les émissions de télévision canadiennes afin de respecter leurs obligations réglementaires. Toutefois, en 2022-2023, la majeure partie de l'augmentation de la production de contenu canadien serait aussi attribuable à une augmentation des investissements des distributeurs canadiens. Ces derniers ont injecté 135 millions de dollars supplémentaires dans la production de contenu canadien, ce qui compte pour plus de la moitié de l'augmentation globale du volume, soit une augmentation de 251 millions de dollars (tableau 2-10). Cette hausse du financement provenant des distributeurs canadiens reflète, en partie, la contribution importante de la production de longs métrages cinématographiques canadiens à la croissance de la production de contenu canadien d'une année à l'autre.

Outre les crédits d'impôt fédéral et provinciaux déclenchés automatiquement, le financement public direct des gouvernements provinciaux a aussi contribué à la croissance de la production de contenu canadien, en plus des contributions plus modestes provenant des droits de licence des diffuseurs canadiens (tableau 2-10). Historiquement, une forte croissance de la production de contenu canadien a souvent été associée à des niveaux accrus de financement étranger. Toutefois, cela n'a pas été le cas en 2022-2023, alors que le financement étranger a plutôt diminué de 25 millions de dollars.

Les plus petites régions du Canada semblent avoir été les principales sources de la croissance globale de la production de contenu canadien en 2022-2023. Sur les cinq régions que couvre le *Profil* (c.-à-d. l'Ontario, le Québec, la Colombie-Britannique, les provinces des Prairies et les territoires, et le Canada atlantique), la région des provinces des Prairies et des territoires est arrivée en tête avec une augmentation de 117,8 % du volume de production de contenu canadien, ayant ajouté 227 millions de dollars à son volume annuel (tableau 2-9). Le Canada atlantique a affiché la deuxième plus forte croissance, avec une augmentation de 61,0 %, soit 63 millions de dollars. Le volume de production de contenu canadien de l'Ontario est demeuré pratiquement le même en 2022-2023, affichant une augmentation de 0,8 %. Enfin, le Québec et la Colombie-Britannique ont tous deux connu une baisse d'une année à l'autre de leurs volumes de production de contenu canadien.

MOYEN DE DIFFUSION

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

Part
2022-23

Taux de croissance annuel moyen

Secteur	2022-23	2013-14 à 2022-23
Télévision*	4,7 %	4,8 %
Longs métrages cinématographiques	23,8 %	3,0 %
Moyenne : tous les secteurs	6,5 %	4,6 %

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

Remarque : Comme les chiffres ont été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués. Les données comprennent des estimations de la production télévisuelle certifiée par le CRTC.

* Comprend le contenu audiovisuel d'abord diffusé en ligne, y compris le contenu « diffusé exclusivement en ligne » soit le contenu qui, 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 pour les fins l'Avis public du BCPAC 2017-01. Selon le BCPAC, le volume total de la production de contenu d'abord diffusé en ligne s'élevait à 181,3 millions de dollars en 2018-2019, à 118,9 millions de dollars en 2019-2020, à 193,4 millions de dollars en 2020-2021, à 97,2 millions de dollars en 2021-2022, puis à 94,6 millions de dollars en 2022-2023. Il convient de souligner que les statistiques relatives à la production de contenu d'abord diffusé en ligne ne tiennent pas compte de l'ajustement des délais de demande du BCPAC pour la production certifiée par le CRTC.

Encadré 2 Production de contenu d'abord diffusé en ligne

Avant 2017, les producteurs canadiens pouvaient seulement profiter du Crédit d'impôt pour production cinématographique ou magnétoscopique canadienne (CIPC) 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 puisse aussi être présenté d'abord en ligne. Toutefois, compte tenu de 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.

L'appellation « production de contenu d'abord diffusé en ligne » désigne ce type de production audiovisuelle. 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 plateformes en ligne reconnues par le BCPAC pour les fins de l'[Avis public du BCPAC 2017-01](#).

Au 19 décembre 2023, cette liste comprenait au moins 17 sites Web de diffuseurs autorisés par le CRTC (p. ex. CBC Gem, ICI.Tou.tv, APTN lumi et CTV GO), trois services hybrides de vidéos sur demande (Club illico, Crave et VRAI) et 54 autres services de vidéo en ligne (dont Netflix Canada, Amazon Prime Canada, Apple TV+, 16 chaînes YouTube approuvées par le BCPAC et 3 chaînes de télévision en continu gratuite avec publicité [FAST]).

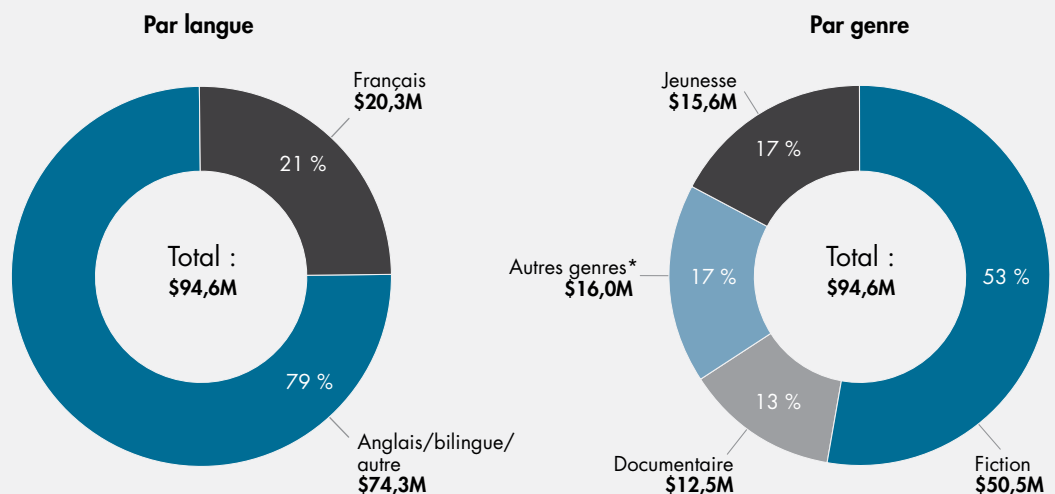
Volume et nombre de contenus audiovisuels canadiens en ligne

	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23
Volume (M\$)	68,9	181,3	118,9	193,4	97,2	94,6
Nombre de projets	100	136	99	117	116	90
Budget moyen (k\$)	689	1 333	1 201	1 653	838	1 051

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, 2022-2023

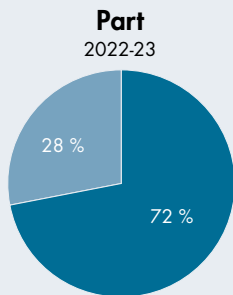
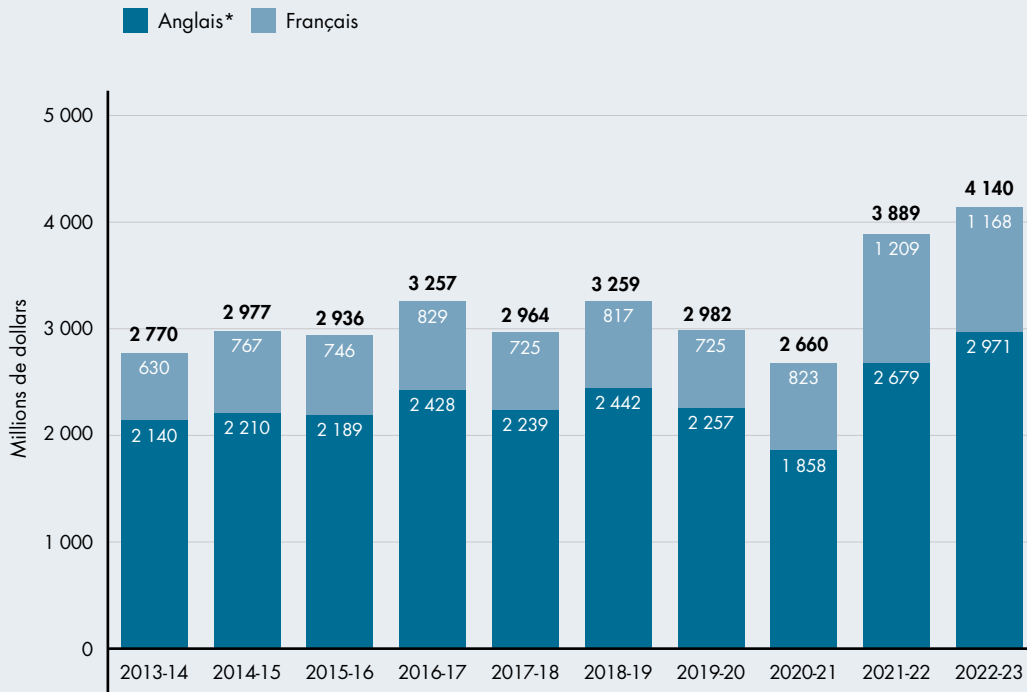


Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

* Comprend les genres « mode de vie et intérêt général » et « variétés 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



Taux de croissance annuel moyen

Langues	2022-23	2013-14 à 2022-23
Anglais*	10,9 %	3,7 %
Français	(3,3 %)	7,1 %
Moyenne – toutes les langues	6,5 %	4,6 %

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

Remarque : Comme les chiffres ont été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués. Les données comprennent des estimations de la production télévisuelle certifiée par le CRTC.

* Comprend les données relatives aux projets produits en format bilingue et dans des langues non officielles, qui représentent moins d'un pour cent du volume total de production de contenu canadien de 2013-2014 à 2022-2023. En raison du faible volume de 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*

(M\$)	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23
Fiction										
Télévision	1 093	1 226	1 188	1 574	1 265	1 416	1 344	1 232	1 745	1 873
Longs métrages cinématographiques	314	295	179	253	205	269	245	171	295	329
Total	1 407	1 521	1 366	1 827	1 470	1 685	1 589	1 403	2 040	2 202
Jeunesse										
Télévision	419	467	552	459	516	531	444	334	537	527
Longs métrages cinématographiques	29	74	76	29	50	31	54	71	43	99
Total	448	541	628	488	566	562	498	405	580	626
Documentaire										
Télévision	311	248	274	247	259	316	270	305	504	528
Longs métrages cinématographiques	8	7	10	10	19	19	12	6	33	31
Total	319	255	284	257	278	335	282	311	537	559
Mode de vie et intérêt général**										
Total	478	542	553	564	497	599	495	414	578	573
Variétés et arts de la scène										
Total	118	118	104	122	155	78	117	148	154	180

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

Remarque : Comme les chiffres ont été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués. Les données comprennent des estimations de la production télévisuelle certifiée par le CRTC.

* En raison du faible nombre de productions dans les genres « mode de vie et intérêt général » et « variétés et arts de la scène » dans le marché de la diffusion en salles, les volumes du secteur de la diffusion en salles ont été combinés à ceux du genre « fiction ».

** Comprend les magazines et un faible volume d'émissions auparavant considérées comme des émissions éducatives/instructives.

Tableau 2-4 Nombre de projets de contenu canadien, par genre et moyen de diffusion, 2022-2023

	Fiction	Jeunesse	Documentaire	Mode de vie et intérêt général*	Variétés et arts de la scène	Tous les genres
Nombre						
Émissions de télévision	416	122	450	286	104	1 378
Longs métrages cinématographiques	109	8	32	—**	—**	149
Total	525	130	482	286	104	1 527
Part du total						
Émissions de télévision	79 %	94 %	93 %	100 %	100 %	90 %
Longs métrages cinématographiques	21 %	6 %	7 %	0 %	0 %	10 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

Remarque : Les données comprennent des estimations de la production télévisuelle certifiée par le CRTC.

* Comprend les magazines et un faible volume d'émissions auparavant considérées comme des émissions éducatives/instructives.

** En raison du faible nombre de productions dans les genres « mode de vie et intérêt général » et « variétés et arts de la scène » dans le marché de la diffusion en salles, les nombres de projets du secteur de la diffusion en salles ont été combinés à ceux du genre « fiction ».

Tableau 2-5 Volume de la production de contenu canadien, par genre et langue, 2022-2023

(M\$)	Fiction	Jeunesse	Documentaire	Mode de vie et intérêt général*	Variétés et arts de la scène	Tous les genres
Anglais**	1,690	510	444	270	57	2 971
Français	511	116	115	303	123	1 168
Total	2 202	626	559	573	180	4 140
Part du total						
Anglais**	77 %	81 %	79 %	47 %	32 %	72 %
Français	23 %	19 %	21 %	53 %	68 %	28 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

Remarque : Comme les chiffres ont été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués. Les données comprennent des estimations de la production télévisuelle certifiée par le CRTC.

* Comprend les magazines et un faible volume d'émissions auparavant considérées comme des émissions éducatives/instructives.

** Comprend les données relatives aux projets produits en format bilingue et dans des langues non officielles, qui représentent moins d'un pour cent du volume total de production de contenu canadien de 2011-2012 à 2022-2023. En raison du faible volume de 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*

(M\$)	2021-22			2022-23		
	Animation	Réel	Total	Animation	Réel	Total
Anglais**	237	196	433	253	163	416
Français	23	81	104	23	90	110
Total	261	277	537	273	253	526

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

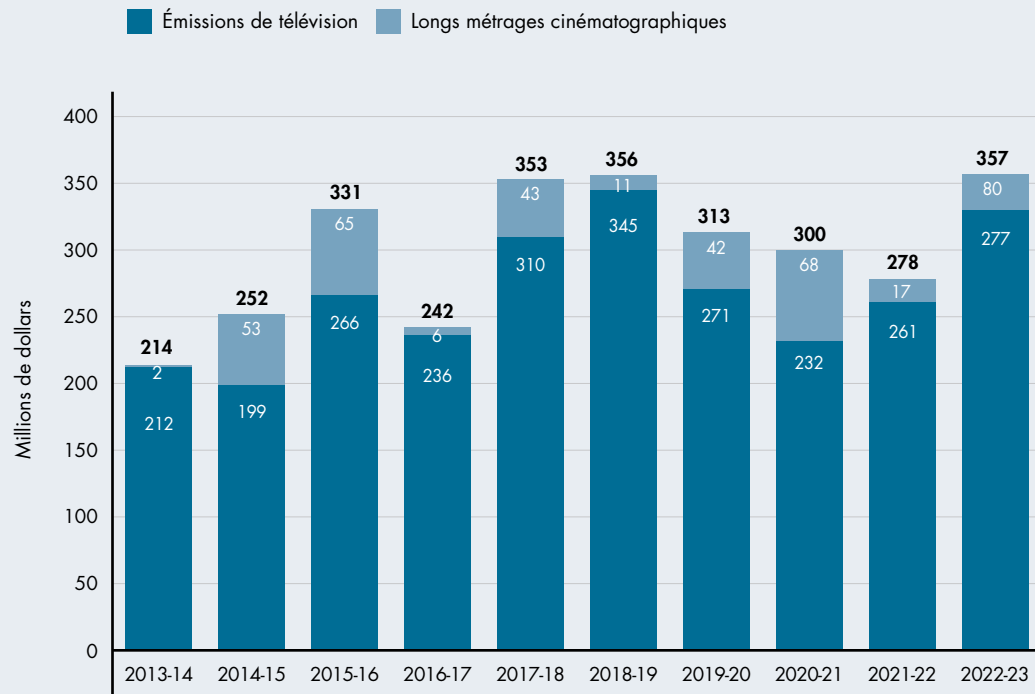
Remarque : Comme les chiffres ont été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués. Les données comprennent des estimations de la production télévisuelle certifiée par le CRTC.

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

** Comprend les données relatives aux projets produits en format bilingue et dans des langues non officielles, qui représentent moins d'un pour cent du volume total de production de contenu canadien en 2020-2021 et en 2022-2023. En raison du faible volume de production dans cette catégorie, les données ne peuvent être divulguées pour des questions de confidentialité.

ANIMATION

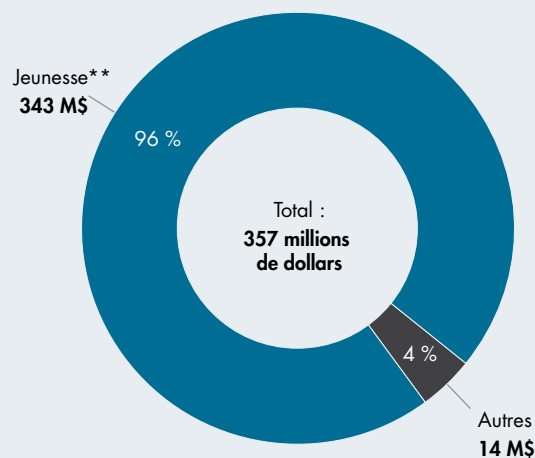
Tableau 2-7 Volume de la production d'œuvres d'animation au Canada



Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

Remarque : Les données comprennent des estimations de la production télévisuelle certifiée par le CRTC.

Tableau 2-8 Volume de la production d'œuvres d'animation au Canada, par genre, 2022-2023*



Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

Remarque : Les données comprennent des estimations de la production télévisuelle certifiée par le CRTC. Comme les chiffres ont été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués.

* Comprend la production télévisuelle et la production cinématographique.

** On suppose que 95 % de la production d'œuvres d'animation présentées en salles en 2022-2023 étaient des œuvres appartenant au genre « jeunesse ». Ce pourcentage correspond à la moyenne constatée entre 2015-2016 et 2018-2019 inclusivement.

RÉGION

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

(M\$)	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	Part pour 2022-23
Ontario	1 225	1 340	1 376	1 405	1 410	1 559	1 436	1 189	1 690	1 703	41 %
Québec	842	977	869	1 048	838	936	867	893	1 289	1 287	31 %
Colombie-Britannique	435	470	463	549	430	549	385	411	614	567	14 %
Provinces des Prairies et territoires*	146	121	130	145	147	133	216	122	192	419	10 %
Canada atlantique**	122	70	98	111	139	81	78	66	104	167	4 %
Total	2 770	2 977	2 935	3 257	2 964	3 259	2 982	2 680	3 889	4 140	100 %

Sources : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

Remarque : Les statistiques publiées par les agences provinciales de financement peuvent différer de celles qui figurent dans *Profil 2023*. En raison du faible nombre de projets (en particulier les projets de longs métrages cinématographiques) dans certaines provinces et certains territoires, les statistiques sur le volume de production sont regroupées par région afin d'éviter de divulguer les budgets propres aux différents projets. Se reporter aux *Remarques méthodologiques* pour plus de détails.

Comme les chiffres ont été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués.

* 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 cinématographique et télévisuelle canadienne

	2018-19		2019-20		2020-21		2021-22		2022-23	
	Millions de dollars	%	Millions de dollars	%	Millions de dollars	%	Millions de dollars	%	Millions de dollars	%
Droits de licence des diffuseurs privés	406	12 %	406	14 %	298	11 %	571	15 %	584	14 %
Droits de licence des diffuseurs publics	337	10 %	313	10 %	344	13 %	421	11 %	429	10 %
Crédit d'impôt fédéral ¹	324	10 %	295	10 %	270	10 %	390	10 %	421	10 %
Crédits d'impôt provinciaux ¹	624	19 %	562	19 %	499	19 %	776	20 %	816	20 %
Distributeurs canadiens ²	395	12 %	287	10 %	366	14 %	357	9 %	492	12 %
Préventes et avances à l'étranger ³	448	14 %	463	16 %	368	14 %	533	14 %	508	12 %
Fonds des médias du Canada	262	8 %	276	9 %	281	10 %	289	7 %	290	7 %
Téléfilm Canada	70	2 %	68	2 %	38	1 %	78	2 %	78	2 %
Autre financement public ⁴	167	5 %	132	4 %	116	4 %	219	6 %	246	6 %
Autre financement privé ⁵	226	7 %	180	6 %	101	4 %	255	7 %	274	7 %
Total	3 259	100 %	2 982	100 %	2 682	100 %	3 889	100 %	4 140	100 %

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

Remarque : Comme les chiffres ont été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués. Les données comprennent des estimations de la production télévisuelle certifiée par le CRTC.

1. Les producteurs canadiens touchent des crédits d'impôt fédéral et provinciaux sur certaines dépenses de main-d'œuvre admissibles, et investissent généralement ces sommes dans leurs projets cinématographiques et télévisuels afin d'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 cinématographiques en contrepartie de droits de mise en marché, de licence et de présentation en salles au Canada, dans des endroits où le projet n'a pas été vendu à l'extérieur du Canada ou sur des plateformes de distribution mondiale.
3. Les préventes et avances à l'étranger comprennent les droits de licence de diffusion, les garanties minimales, les avances et d'autres types de financement provenant de sociétés de diffusion, de distribution et d'autres organisations établies à l'étranger.
4. La catégorie « 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. La catégorie « 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, et certaines provinces (c.-à-d. l'Alberta et le Manitoba) imposent aussi des exigences additionnelles de crédit pour la totalité des frais de production engagés dans la province. Dans la plupart des cas, le crédit d'impôt que reçoit un producteur pour un projet précis est investi directement dans ce projet afin d'en compléter le financement.

Lorsqu'on additionne les crédits d'impôt fédéral et provinciaux réinvestis aux fonds fournis par les maisons de production, l'apport des producteurs aux budgets de production 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 » où les sociétés de production doivent prendre des risques financiers plus importants dans le développement de projets cinématographiques ou télévisuels avant d'obtenir le financement de la production. Cette nouvelle normalité est en partie attribuable à une consolidation parmi les diffuseurs canadiens (c.-à-d. les principaux acheteurs de contenu canadien), ainsi qu'au renforcement connexe de l'emprise de ces diffuseurs sur le marché de la commande de contenu télévisuel.

3. Production télévisuelle canadienne

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

La production télévisuelle se compose d'œuvres de différents genres, dont les suivants : fiction (dramatique et comédie), jeunesse, documentaire, mode de vie et intérêt général, et variétés et arts de la scène. Ce secteur exclut la production interne, qui englobe notamment les bulletins de nouvelles et les émissions de sport et d'affaires publiques que produisent les diffuseurs canadiens¹⁵.

Le secteur de la production télévisuelle canadienne avait connu une augmentation très importante de la production en 2021-2022, et cette croissance s'est poursuivie en 2022-2023, comme l'indiquent les statistiques dans cette section. Une partie de cette augmentation au cours des deux dernières années reflète le fait que les diffuseurs canadiens ont rétabli leurs niveaux de dépenses en émissions canadiennes (DEC), notamment en réponse à l'obligation établie par le CRTC de rattraper les DEC sous-utilisées pendant la pandémie¹⁶. D'autres facteurs tels que l'inflation des coûts de production, le soutien financier gouvernemental supplémentaire, l'augmentation des dépenses des télédiffuseurs dans le sport et l'augmentation du financement des distributeurs canadiens ont également contribué à la croissance de la production télévisuelle canadienne en 2022-2023.

Faits saillants de 2022-2023



- Le volume de la production télévisuelle canadienne a augmenté de 4,7 % pour se chiffrer à 3,68 milliards de dollars.
- Le volume de production de téléfilms a augmenté de 31,8 % pour atteindre 614 millions de dollars.
- Le volume de la production télévisuelle en anglais a augmenté de 7,5 %.
- Le volume de la production télévisuelle canadienne a augmenté dans les genres « fiction » (7,3 %), « documentaire » (4,8 %) et « variétés et arts de la scène » (17,3 %).
- Le budget moyen de la production d'émissions de fiction de langue anglaise a augmenté de 4,8 %, passant à 1,49 million de dollars par heure.
- Les budgets horaires moyens des émissions dans les genres « jeunesse », « documentaire », « mode de vie et intérêt général » et « variétés et arts de la scène » de langue anglaise ont augmenté.
- Les budgets horaires moyens des émissions dans les genres « jeunesse », « documentaire » et « mode de vie et intérêt général » de langue française ont aussi augmenté.
- Le volume de la production télévisuelle d'œuvres d'animation a connu une hausse de 6,1 % pour s'établir à 277 millions de dollars.



- Le volume de production de séries télévisées canadiennes est demeuré pratiquement inchangé, à 2,95 milliards de dollars.

¹⁵ Les statistiques relatives à la production interne des télédiffuseurs sont présentées plus loin à la section 7 du présent rapport.

¹⁶ CRTC (2021a)

Faits saillants de 2022-2023 *suite*



- Le nombre de séries télévisées canadiennes a diminué de 7,8 %, passant de 911 à 840.
- Le volume de la production télévisuelle de langue française a diminué de 1,2 %, s'établissant à 1,05 milliard de dollars.
- Le budget moyen des émissions de fiction de langue française a diminué de 3,9 %, passant à 784 000 \$ par heure.
- Le volume de production télévisuelle soutenu par le Fonds des médias du Canada (FMC) a diminué de 5,6 % pour atteindre 1,63 milliard de dollars.
- L'effet de levier financier des contributions du FMC a diminué de 7,6%, alors que chaque dollar versé par le FMC a attiré 4,63 dollars en financement provenant de tiers.
- Les budgets horaires moyens des émissions du genre « variétés et arts de la scène » de langue française ont diminué de 8,8 % pour atteindre 320 000 \$ par heure.

La production télévisuelle canadienne a poursuivi son rebond en 2022-2023; elle a augmenté de 4,7 % pour atteindre 3,68 milliards de dollars en 2022-2023 (Tableau 3-1). Cette augmentation de la production télévisuelle canadienne s'est produite en dépit d'une absence de croissance dans la production de séries télévisées – la totalité de cette augmentation étant attribuable à l'augmentation du nombre de téléfilms et d'émissions d'un seul épisode.

Après l'atteinte d'un sommet historique de 911 séries télévisées en 2021-2022, le nombre de séries télévisées canadiennes produites en 2022-2023 a chuté de 7,8 % pour s'établir à 840 (tableaux 3-1 et 3-2). Toutefois, comme les budgets moyens des séries ont augmenté, le volume total de production de séries télévisées est demeuré pratiquement inchangé en 2022-2023, n'ayant diminué que de 4 millions de dollars pour s'établir à 2,95 milliards de dollars.

Le nombre de téléfilms canadiens est passé de 264 à 323 en 2022-2023, portant le volume de production à 614 millions de dollars, soit une augmentation de 31,8 % (tableaux 3-1 et 3-2). Le volume de production d'autres contenus télévisés comme les émissions d'un seul épisode a également augmenté de 19,6 % pour atteindre 116 millions de dollars, même si le nombre de projets a plutôt chuté, passant de 253 à 215.

La croissance de la production télévisuelle canadienne en 2022-2023 a été concentrée dans la production de langue anglaise, qui a augmenté de 7,5 % pour atteindre 2,61 milliards de dollars, tandis que la production de contenu en français a diminué de 1,2 % et la production dans d'autres langues a chuté de 33 % (tableau 3-3).

Le genre « fiction » a affiché le plus important volume de production télévisuelle en 2022-2023 et s'est avéré le principal moteur de la croissance d'une année à l'autre. Le volume de production de fiction a enregistré une hausse de 128 millions de dollars, ou 7,3 %, pour atteindre un volume de 1,87 milliard de dollars (tableau 3-5). Les genres « documentaire » et « variétés et arts de la scène » ont aussi affiché des hausses respectives de 4,8 % et 17,3 % en 2022-2023. En revanche, les genres « jeunesse » et « mode de vie et intérêt général » ont connu de faibles baisses de 2,0 % et 0,8 % respectivement.

La croissance de la production dans le genre « fiction » en 2022-2023 a été concentrée sur le marché anglophone, tout comme celle de la production dans le genre « documentaire ». La production de langue anglaise dans le genre « fiction » a augmenté de 167 millions de dollars, soit de 12,9 %, pour atteindre un volume de 1,46 milliard de dollars en 2022-2023, tandis que la production de langue française dans ce même genre a diminué de 8,6 % (tableau 3-8). La production de langue anglaise dans le genre « documentaire » a augmenté de 37 millions de dollars, soit de 9,5 %, tandis que la production de langue française dans ce même genre a diminué de 12 millions de dollars, soit de 10,3 %. La croissance observée dans le genre « variétés et arts de la scène » est attribuable à la production de langue française, dont le volume a augmenté de 21,7 millions de dollars, soit de 21,4 %, en 2022-2023.

Parallèlement, les baisses globales du volume de production dans les genres « jeunesse » et « mode de vie et intérêt général » peuvent être attribuables à des niveaux inférieurs de production de langue anglaise dans ces deux genres en 2022-2023, plus précisément en raison d'une baisse des niveaux de production de langue anglaise. Le volume de la production de langue française dans le genre « jeunesse » a augmenté de 6 millions de dollars, soit de 6,2 %, mais cette augmentation n'a pas suffi à compenser une baisse de 17 millions de dollars de la production de langue anglaise dans ce même genre (tableau 3-8). De même, le volume de la production de langue française dans le genre « mode de vie et intérêt général » a augmenté de 10 millions de dollars, soit de 3,6 %, ce qui n'a toutefois pas suffi à compenser une baisse de 15 millions de dollars de la production de langue anglaise dans ce genre.

Sur le marché anglophone, les budgets horaires étaient plus élevés dans tous les genres, et ont fortement augmenté dans certains cas. Dans le genre « jeunesse », le budget horaire moyen a bondi de 884 000 \$ pour atteindre un sommet en 10 ans de 1 552 000 \$ (tableau 3-9a). Dans le genre « fiction », le budget horaire moyen a augmenté de 4,8 % pour atteindre 1 492 000 \$. Les budgets moyens ont aussi augmenté dans les genres « documentaire » (22,2 %), « mode de vie et intérêt général » (16,6 %) et « variétés et arts de la scène » (4,4 %).

Dans le marché francophone, les budgets horaires ont augmenté dans les genres « jeunesse » (29,7 %), « documentaire » (19,0 %) et « mode de vie et intérêt général » (2,1 %) (tableau 3-9b). Dans le genre « fiction », le budget horaire moyen a diminué de 3,9 % pour s'établir à 784 000 \$, tandis qu'il a aussi diminué de 9,0 % dans le genre « variétés et arts de la scène ».

Les tendances de la production au cours des cinq dernières années (de 2017-2018 à 2022-2023) montrent que les genres « fiction » et « documentaire » ont été les principaux moteurs de la croissance globale de la production télévisuelle canadienne. Le genre « fiction » arrive en tête avec une croissance du volume de 608 millions de dollars, soit une augmentation de 48,1 % (tableau 3-7b). Toutefois, pour ce qui est des pourcentages, c'est le genre « documentaire » qui a affiché la plus forte croissance. Dans ce genre, le volume a augmenté de 104 % entre 2017-2018 et 2022-2023, ajoutant 269 millions de dollars au volume annuel total de la production télévisuelle canadienne.

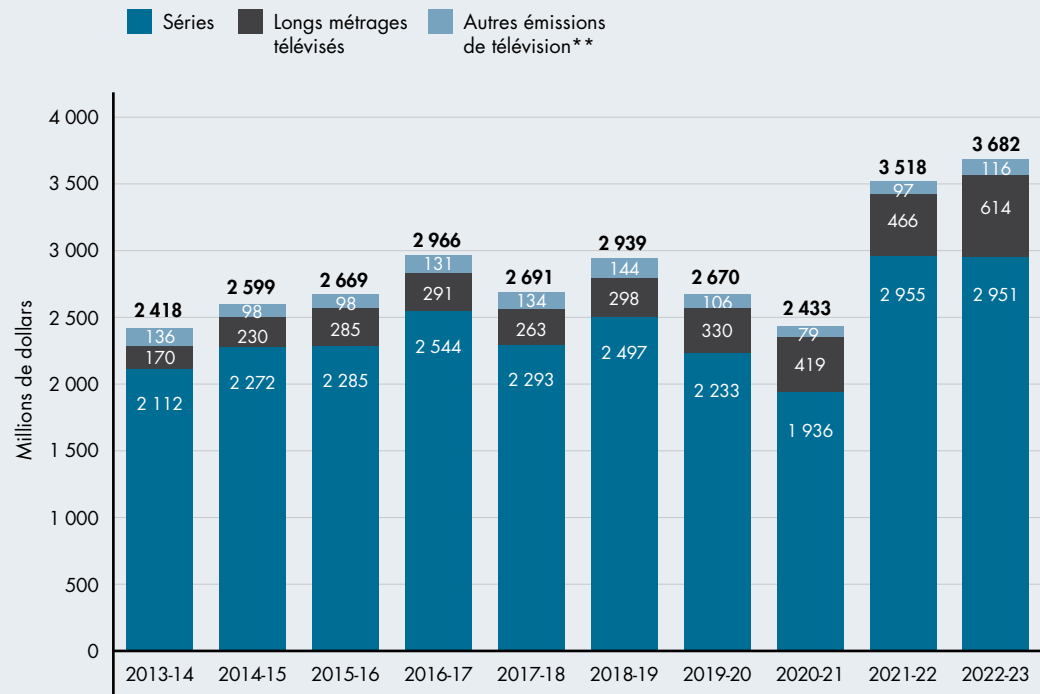
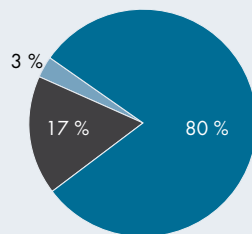
En 2022-2023, le FMC est demeuré un acteur majeur du secteur télévisuel au Canada, avec des contributions chiffrées à 290 millions de dollars et un soutien à la production télévisuelle canadienne de 1,63 milliard de dollars, ce qui représente un peu moins de la moitié (44 %) du volume total de la production télévisuelle canadienne (Tableau 3-13). Il s'agit du plus haut niveau de financement versé par le FMC au cours de la dernière décennie. Toutefois, l'effet de levier financier de ce financement a diminué en 2022-2023. En effet, pour chaque dollar versé par le FMC dans le cadre de son volet convergent, les producteurs avaient obtenu un financement supplémentaire de la production de 4,98 \$ en 2021-2022, puis de 4,63 \$ en 2022-2023. Néanmoins, le taux de levier de financement de la contribution du FMC en 2022-2023 (4,63 \$) était bien supérieur à la moyenne de 3,74 \$ observée au cours des neuf années précédentes (de 2013-2014 à 2021-2022).

Historiquement, les périodes de croissance de la production télévisuelle canadienne ont été accompagnées de niveaux plus élevés de droits de licence des diffuseurs canadiens ou de financement étranger. En effet, ce fut en partie le cas en 2021-2022, alors que les diffuseurs canadiens ont rétabli leurs niveaux de financement des droits de licence pour la production télévisuelle canadienne. Toutefois, en 2022-2023, la croissance de la production télévisuelle de langue anglaise – qui a soutenu la hausse globale de la production télévisuelle canadienne – a été largement financée par une augmentation importante du financement versé par les distributeurs canadiens pour la production de langue anglaise.

Les diffuseurs privés et publics canadiens ont effectivement augmenté leur financement de la production télévisuelle canadienne de 52 millions de dollars en 2022-2023 (tableau 3-17a). Par contre, leur part du financement total de la production est demeurée inchangée. Les distributeurs canadiens ont, quant à eux, injecté 126 millions de dollars supplémentaires dans la production télévisuelle canadienne, portant la valeur totale de leur investissement à 443 millions de dollars – un sommet en 5 ans et une augmentation de 39,7 % par rapport à 2021-2022. Fait important, la part des distributeurs canadiens dans le financement total est passée de 9 % à 12 %. Cette augmentation du financement de la télévision canadienne par les distributeurs canadiens témoigne en partie de leur confiance à l'égard de la possibilité de vendre les émissions canadiennes aux marchés étrangers, y compris à des services mondiaux de vidéo sur demande par abonnement (VSDA).

TYPES

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

Part
2022-23

Taux de croissance annuel moyen

Types	2022-23	2013-14 à 2022-23
Séries	(0,1 %)	3,8 %
Téléfilms	31,8 %	15,3 %
Autres émissions de télévision**	19,6 %	(1,7 %)
Moyenne : tous les types	4,7 %	4,8 %

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

Remarque : Comme les chiffres ont été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués. Les données comprennent des estimations de la production télévisuelle certifiée par le CRTC.

* Comprend le contenu audiovisuel d'abord diffusé en ligne, y compris le contenu « diffusé exclusivement en ligne », 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 pour les fins de l'Avis public du BCPAC 2017-01. Selon le BCPAC, le volume total de la production de contenu d'abord diffusé en ligne s'élevait à 181,3 millions de dollars en 2018-2019, à 118,9 millions de dollars en 2019-2020, à 193,4 millions de dollars en 2020-2021, à 97,2 millions de dollars en 2021-2022, puis à 94,6 millions de dollars en 2022-2023.

** La catégorie « autres émissions de télévision » comprend les émissions d'un seul épisode et les émissions pilotes.

Tableau 3-2 Nombre de projets télévisuels canadiens, par type

	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23
Séries	725	813	836	853	827	896	694	660	911	840
Téléfilms	127	151	170	155	139	392	180	240	264	323
Autres émissions de télévision*	339	300	297	323	313	122	290	211	253	215
Total	1 191	1 264	1 303	1 331	1 279	1 410	1 164	1 111	1 428	1 378

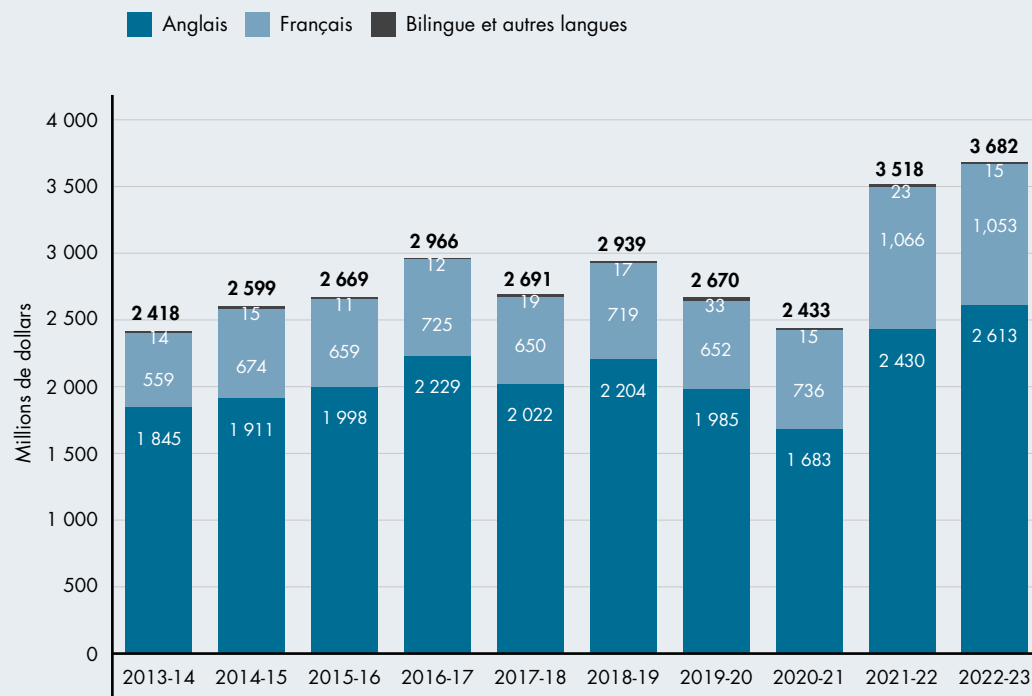
Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

Remarque : Les données comprennent des estimations de la production télévisuelle certifiée par le CRTC.

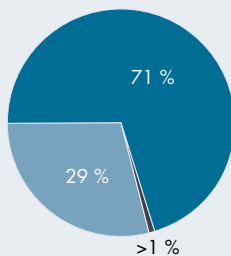
* La catégorie « autres émissions de télévision » comprend les émissions d'un seul épisode et les émissions pilotes.

LANGUE

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



Part
2022-23



Taux de croissance annuel moyen

Langues	2022-23	2013-14 à 2022-23
Anglais	7,5 %	3,9 %
Français	(1,2 %)	7,3 %
Contenu bilingue et langues non officielles	(33,0 %)	0,8 %
Moyenne : toutes les langues	4,6 %	4,8 %

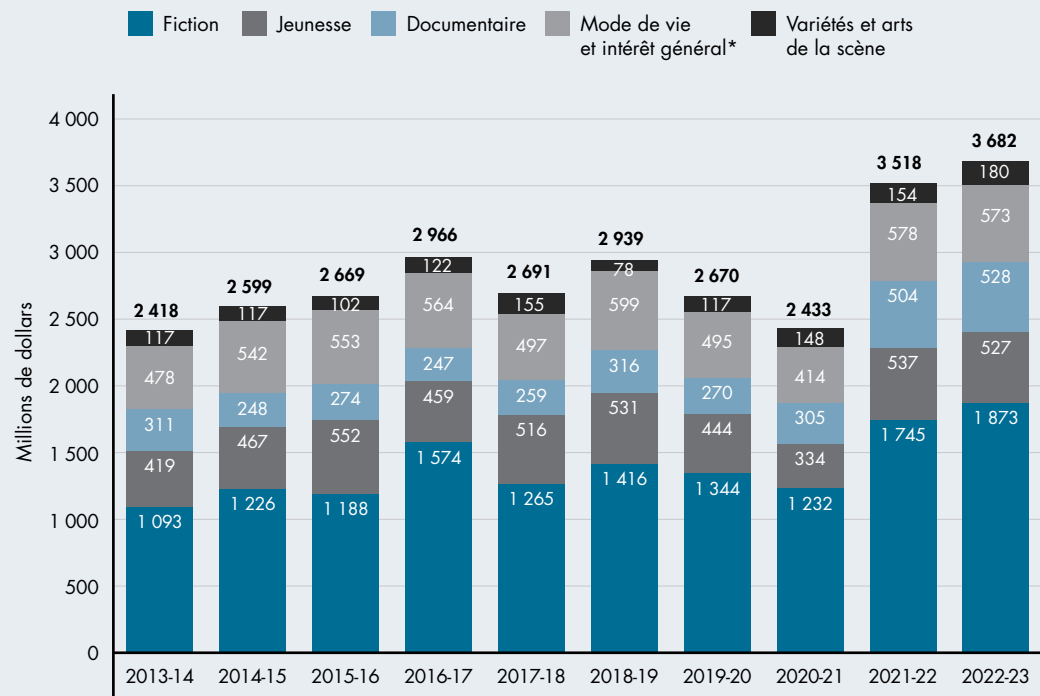
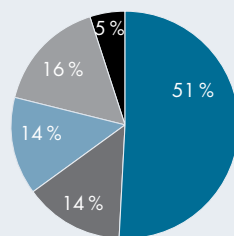
Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

Remarque : Comme les chiffres ont été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués. Les données comprennent des estimations de la production télévisuelle certifiée par le CRTC.

Tableau 3-4 Nombre de projets télévisuels canadiens, par langue

	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23
Anglais	689	662	705	702	697	761	645	593	762	790
Français	485	587	583	615	567	623	493	498	632	575
Contenu bilingue et langues non off-icielles	17	15	15	14	15	25	26	20	34	13
Total	1 191	1 264	1 303	1 331	1 279	1 409	1 164	1 111	1 428	1 378

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

GENRES**Tableau 3-5 Volume de la production télévisuelle canadienne, par genre****Part 2022-23****Taux de croissance annuel moyen**

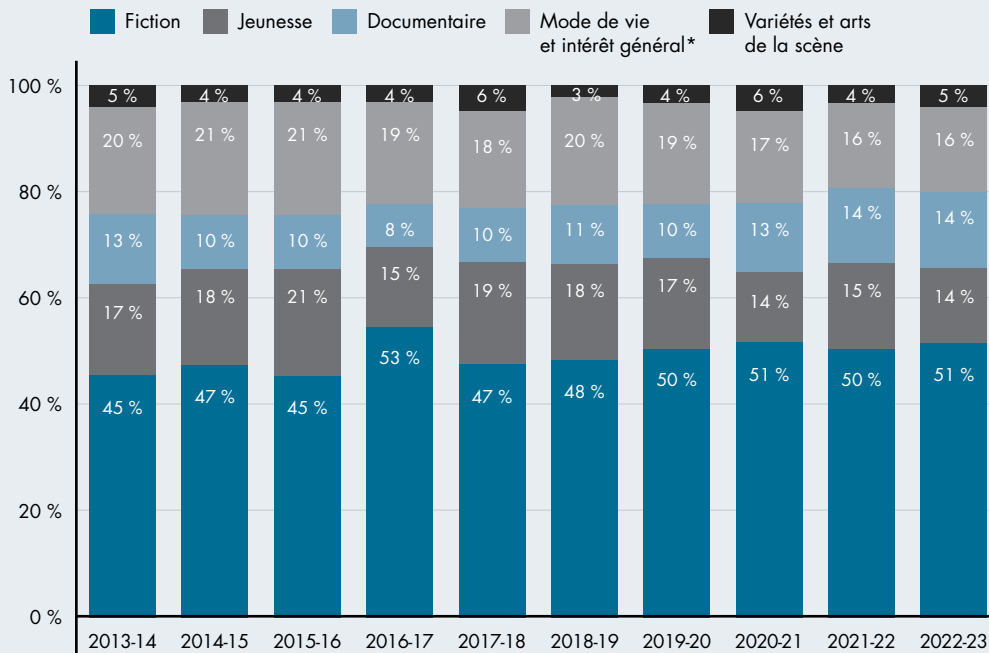
Genre	2022-23	2013-14 à 2022-23
Fiction	7,3 %	6,2 %
Jeunesse	(2,0 %)	2,6 %
Documentaire	4,8 %	6,1 %
Mode de vie et intérêt général*	(0,8 %)	2,0 %
Variétés et arts de la scène	17,3 %	4,9 %
Moyenne : tous les genres	4,6 %	4,8 %

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

Remarque : Comme les chiffres ont été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués. Les données comprennent des estimations de la production télévisuelle certifiée par le CRTC.

* Comprend les magazines et un faible volume d'émissions auparavant considérées comme des émissions éducatives/instructives.

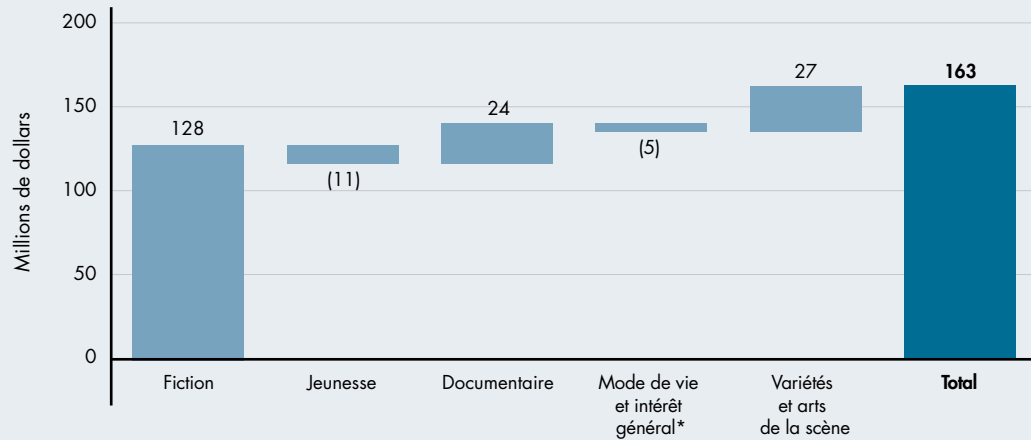
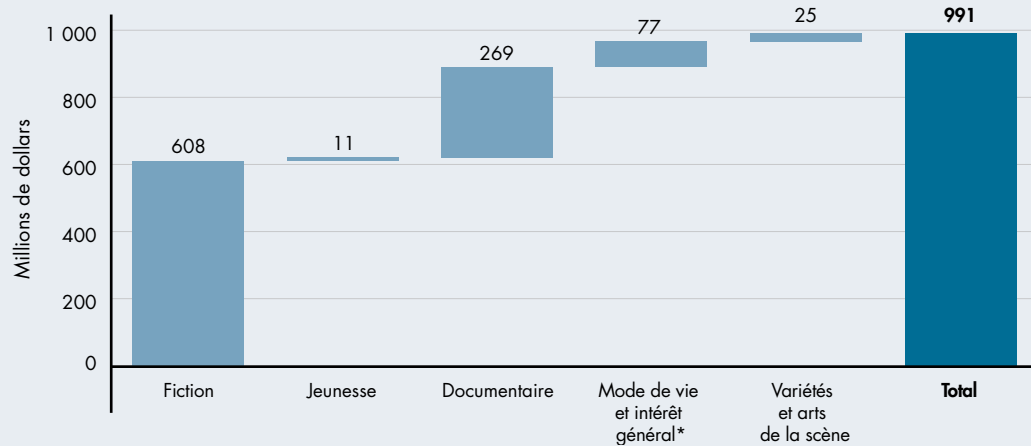
Tableau 3-6 Proportion du volume total de la production télévisuelle canadienne, par genre



Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

Remarque : Comme les chiffres ont été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués. Les données comprennent des estimations de la production télévisuelle certifiée par le CRTC.

* Comprend les magazines et un faible volume d'émissions auparavant considérées comme des émissions éducatives/instructives.

Tableau 3-7 Contribution à la croissance du volume de la production, par genre (M\$)**Un an (2021-22 à 2022-23)****Cinq ans (2017-18 à 2022-23)**

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

Remarque : Comme les chiffres ont été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués. Les données comprennent des estimations de la production télévisuelle certifiée par le CRTC.

* Comprend les magazines et un faible volume d'émissions auparavant considérées comme des émissions éducatives/instructives.

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

(M\$)	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23
Fiction										
Anglais*	909	1,003	988	1,314	1,071	1,162	1,124	1,004	1,296	1,463
Français	184	223	200	260	194	254	220	228	449	410
Total	1 093	1 226	1 188	1 574	1 265	1 416	1 344	1 232	1 745	1 873
Jeunesse										
Anglais*	354	389	468	368	409	416	354	236	433	416
Français	65	78	84	90	106	115	90	98	104	110
Total	419	467	552	459	516	531	444	334	537	527
Documentaire										
Anglais*	238	162	195	175	207	260	206	221	385	422
Français	73	85	79	72	52	55	64	84	119	106
Total	311	248	274	247	259	316	270	305	504	528
Mode de vie et intérêt général**										
Anglais*	327	333	329	326	277	345	293	186	285	270
Français	151	209	224	238	220	254	202	228	293	303
Total	478	542	553	564	497	599	495	414	578	573
Variétés et arts de la scène										
Anglais*	32	37	29	58	76	36	40	50	52	57
Français	85	79	73	64	79	42	77	98	101	123
Total	117	117	102	122	155	78	117	148	154	180

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

Remarque : Comme les chiffres ont été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués. Les données comprennent des estimations de la production télévisuelle certifiée par le CRTC.

* Comprend les données relatives aux projets produits en format bilingue et dans des langues non officielles, qui représentent moins d'un pour cent du volume total de production télévisuelle en anglais de 2013-2014 à 2022-2023. En raison du faible volume de la production dans cette catégorie, les données ne peuvent être divulguées pour des questions de confidentialité.

** Comprend les magazines et un faible volume d'émissions auparavant considérées comme des émissions éducatives/instructives.

BUDGETS

Tableau 3-9 Budgets moyens, par genre

Productions anglophones*

milliers de dollars par heure	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23
Fiction										
Moyen	1 220	1 240	1 298	1 401	1 307	1 316	1 381	1 362	1 424	1 492
Médian	1 150	1 231	1 269	1 454	1 313	1 257	1 293	974	949	1 032
Jeunesse										
Moyen	867	855	1 073	1 190	1 018	1 471	975	799	884	1 552
Médian	656	764	817	528	448	513	461	435	515	658
Documentaire										
Moyen	312	307	333	348	355	380	412	331	336	411
Médian	249	253	260	319	313	291	344	260	242	306
Mode de vie et intérêt général**										
Moyen	322	265	273	298	250	295	310	285	340	396
Médian	286	223	232	240	178	212	249	216	270	327
Variétés et arts de la scène										
Moyen	461	363	424	580	585	448	403	678	617	644
Médian	267	248	258	323	408	300	242	391	387	583

Productions francophones

milliers de dollars par heure	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23
Fiction										
Moyen	402	450	553	597	506	581	622	632	816	784
Médian	342	417	564	575	488	575	632	648	744	745
Jeunesse										
Moyen	187	220	186	187	380	327	326	335	336	435
Médian	143	159	142	134	144	187	214	191	261	357
Documentaire										
Moyen	204	222	196	202	208	186	183	189	193	230
Médian	179	190	168	170	173	167	157	165	166	194
Mode de vie et intérêt général**										
Moyen	119	73	93	105	102	107	101	112	122	125
Médian	63	69	84	97	92	105	97	104	114	109
Variétés et arts de la scène										
Moyen	229	261	226	236	273	252	228	303	351	320
Médian	166	201	150	133	196	192	155	192	246	229

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

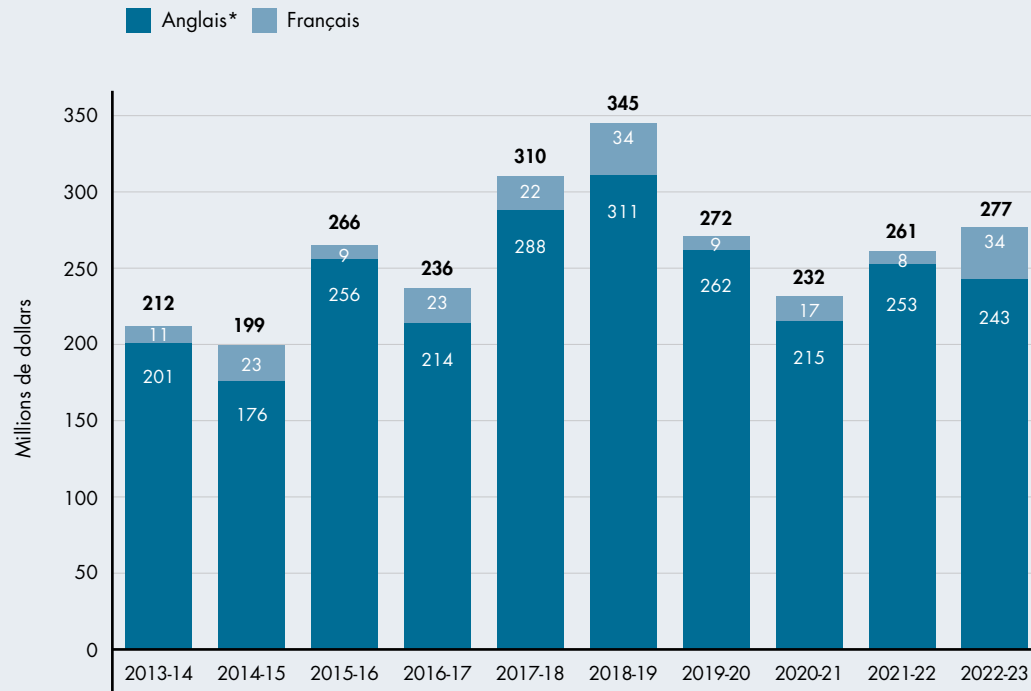
Remarque : Les données n'incluent pas une estimation (comme dans d'autres tableaux) de la production télévisuelle certifiée par le CRTC.

* Comprend les données relatives aux projets produits en format bilingue et dans des langues non officielles, qui représentent moins d'un pour cent du volume total de production télévisuelle en anglais de 2013-2014 à 2022-2023. En raison du faible volume de la production dans cette catégorie, les données ne peuvent être divulguées pour des questions de confidentialité.

** Comprend les magazines et un faible volume d'émissions auparavant considérées comme des émissions éducatives/instructives.

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 : Comme les chiffres ont été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués. Les données comprennent des estimations de la production télévisuelle certifiée par le CRTC.

* Comprend les données relatives aux projets produits en format bilingue et dans des langues non officielles, qui représentent moins d'un pour cent du volume total de production télévisuelle en anglais de 2011-2012 à 2022-2023. En raison du faible volume de la production dans cette catégorie, les données ne peuvent être divulguées pour des questions de confidentialité.

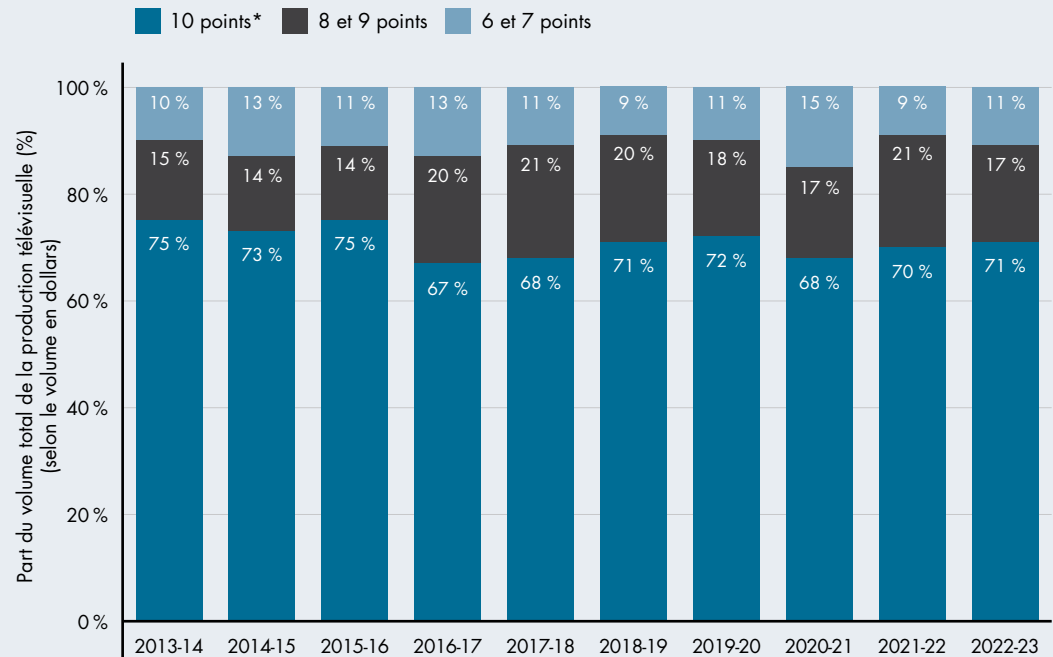
POINTS DE CONTENU CANADIEN

Pour certifier les émissions de télévision et les films produits au Canada en tant que contenu canadien, le BCPAC et le CRTC se servent d'outils d'évaluation semblables pour attribuer des points en fonction des postes clés de création qui sont occupés par une personne canadienne. Les diffuseurs canadiens s'en remettent ensuite à cette certification des films et des émissions de télévision pour satisfaire à leurs obligations de diffusion de contenu télévisuel 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 FMC¹⁷. Pour obtenir la certification de contenu canadien, un film ou une émission de télévision (autre qu'une coproduction audiovisuelle régie par un traité) doit obtenir au moins six points sur une possibilité de dix¹⁸. 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.

¹⁷ Pour obtenir de plus amples renseignements sur l'échelle de points du contenu canadien et toutes les exigences relatives au CIPC, veuillez consulter les [Lignes directrices sur la présentation des demandes – Crédit d'impôt pour production cinématographique ou magnétoscopique canadienne \(CIPC\)](#) du BCPAC.

¹⁸ Un documentaire peut être certifié même s'il obtient moins de six points, pourvu que tous les postes clés de création aient été confiés à des Canadiens.

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



Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

Remarque : Comme les chiffres ont été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués.

* 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 de création clés du barème. Par exemple, une émission de télévision ayant un seul acteur principal peut obtenir un maximum de 9 points sur 9, plutôt que de 10 points sur 10. Pour les besoins du tableau ci-dessus, le pointage de toutes les productions a été transposé sur une échelle de 10 points. Par exemple, une émission de télévision ayant obtenu 7 points sur 9 est classée comme une production ayant un pointage de 8 sur 10.

RÉGION

Tableau 3-12 Volume de la production d'œuvres télévisuelles d'animation au Canada, par région

(M\$)	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	Part pour 2021-22
Ontario	1 094	1 216	1 263	1 323	1 297	1 418	1 294	1 059	1 522	1 475	40 %
Québec	664	774	762	895	703	798	725	800	1 112	1 115	30 %
Colombie-Britannique	417	426	429	512	420	527	378	391	600	552	15 %
Provinces des Prairies et territoires*	127	114	122	127	138	119	199	119	182	383	10 %
Canada atlantique**	116	70	93	109	133	78	73	65	101	157	4 %
Total	2 418	2 599	2 669	2 966	2 691	2 939	2 670	2 433	3 518	3 682	100 %

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

Remarque : Comme les chiffres ont été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués. Les données comprennent des estimations de la production télévisuelle certifiée par le CRTC. Les statistiques publiées par les agences provinciales de financement peuvent différer de celles qui figurent dans *Profil 2023*. En raison du faible nombre de projets (en particulier les projets de longs métrages cinématographiques) dans certaines provinces et certains territoires, les statistiques sur le volume de production sont regroupées par région afin d'éviter de divulguer les budgets propres aux différents projets. 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 exercices (soit l'exercice au cours duquel ont commencé les principaux travaux de prise de vue du projet) ou 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, ainsi que par des fournisseurs de services de câblodistribution, de télévision directe par satellite et de télévision sur IP (aussi désignés collectivement par l'appellation « entreprises de distribution de radiodiffusion » ou EDR). Le FMC favorise, développe, finance et promeut la production de contenus canadiens et d'applications pour toutes les plateformes audiovisuelles.

En 2022-2023, le FMC disposait d'un budget global supérieur à 365 millions de dollars¹⁹. Pendant cette période, le FMC finançait la production de contenu sur écran par l'entremise de deux volets : le volet convergent et le volet expérimental. Il fournissait également du financement pour diverses initiatives de développement de l'industrie dans le cadre de son programme de financement du développement sectoriel²⁰.

Le volet convergent fournissait un soutien financier à des projets combinant du contenu télévisuel à un contenu ou à des applications destinés à au moins une autre plateforme numérique. Le volet expérimental finançait 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 4 (plus loin dans cette section) présente les données liées au Volet expérimental.

En 2021-2022, le financement consenti par le FMC dans le cadre du volet convergent s'est établi à 290 millions de dollars, contribuant à la production d'œuvres télévisuelles d'une valeur totale de 1,63 milliard de dollars²¹ et créant un nombre estimatif de 36 300 emplois (en comptant les incidences directes et dérivées). L'incidence totale sur l'emploi en 2022-2023 a diminué par rapport à 2021-2022 en raison d'un plus faible volume de productions soutenues et du fait que l'inflation des coûts de production ait donné lieu à des salaires moyens plus élevés, et donc à la création de moins d'emplois pour un volume en dollars donné aux fins de la production.

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 ce secteur), un financement supplémentaire du gouvernement du Canada pour compenser cette perte et pour permettre au FMC de promouvoir la production au sein des collectivités autochtones et des communautés en quête d'équité a permis au FMC de maintenir et même d'augmenter ses niveaux de financement²².

Bien que le financement du FMC ait augmenté de 1 million de dollars en 2022-2023, la valeur totale des budgets de production soutenus a diminué de 97 millions de dollars pour atteindre 1,63 milliard de dollars (tableau 3-13). Le nombre total d'heures de production soutenues a également diminué pour tous les genres soutenus par le FMC (tableau 3-15). Étant donné la diminution de la valeur totale des budgets de production soutenus, l'effet de levier financier global des contributions du FMC a aussi diminué en 2022-2023. Chaque dollar de financement dans le cadre du volet convergent du FMC a permis d'attirer 4,63 \$ en financement supplémentaire, en baisse par rapport à 4,98 \$ en 2021-2022. Il convient de noter que puisque le FMC fait rapport des budgets de production avant le BCPAC, la légère baisse pour 2022-2023 est le reflet d'un retour à la normale après le bond du volume de production associé au rétablissement postpandémique, comme le montrent globalement les résultats de production télévisuelle.

En 2022-2023, le FMC a continué de contribuer au financement régulier du secteur, en plus de faire partie des organismes retenus par le gouvernement fédéral pour distribuer les fonds de soutien d'urgence liés à la COVID-19 visant le secteur audiovisuel canadien. Toutefois, les fonds de soutien d'urgence liés à la COVID-19 qu'a distribués le FMC en 2022-2023 ont été considérablement réduits, car un seul programme – le « Fonds en réponse à la COVID-19 – Allocation pour les productions en langues tierces » – demeurait en vigueur²³.

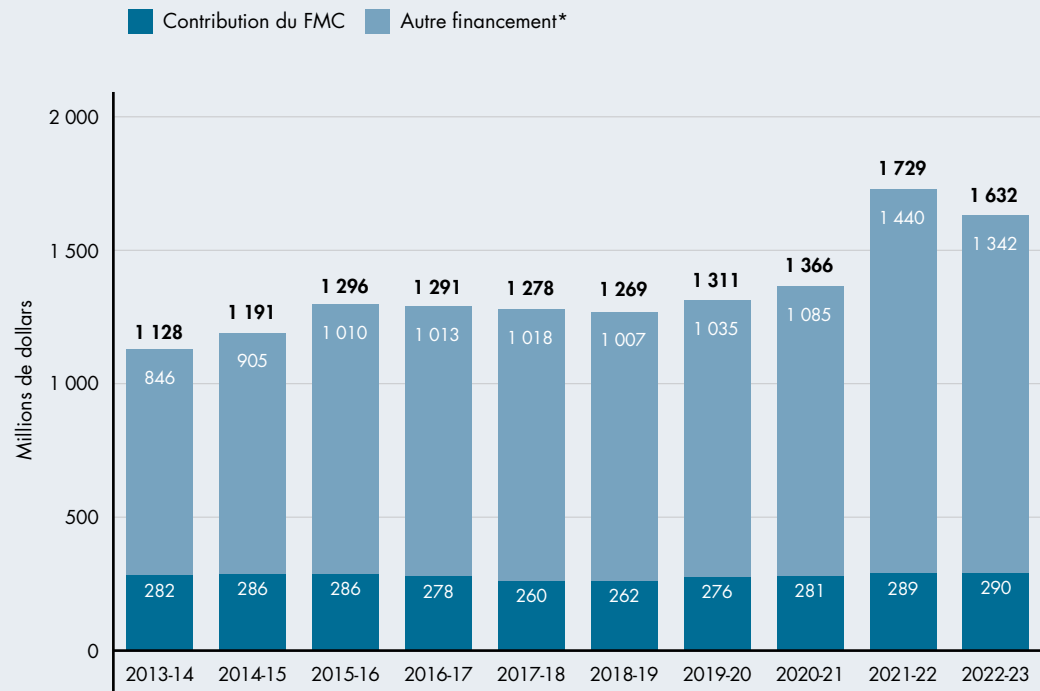
¹⁹ Fonds des médias du Canada (2023). *Rapport annuel 2022-2023*, p. 12.

²⁰ Depuis 2024-2025, le FMC s'est éloigné du modèle des volets convergent et expérimental et propose désormais des programmes distincts répartis dans trois piliers : l'idéation, la création et l'industrie.

²¹ Fonds des médias du Canada, tableaux personnalisés.

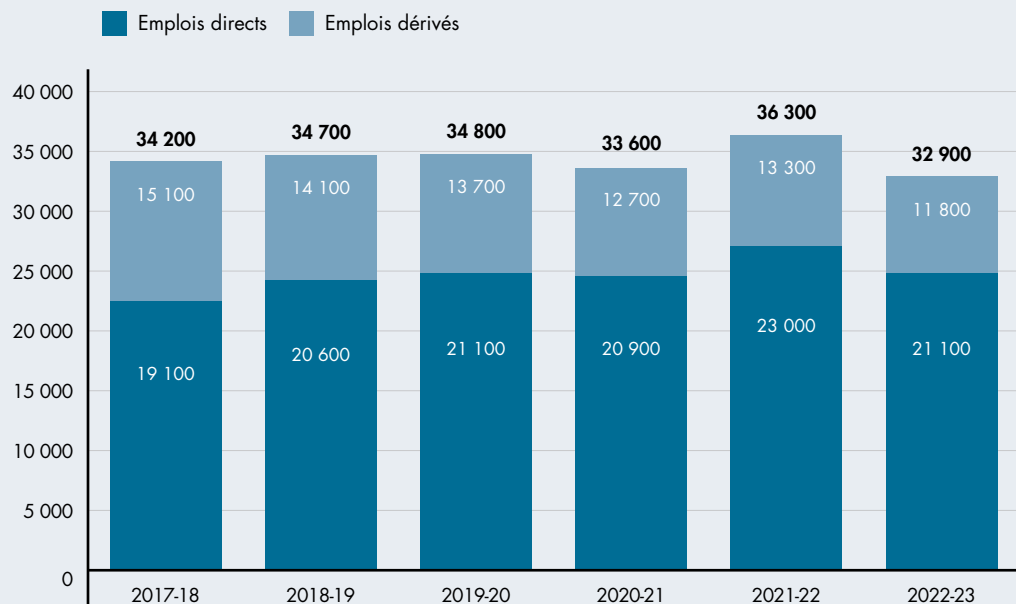
²² Fonds des médias du Canada (2023). p. 131. En 2022-2023, le gouvernement du Canada a augmenté de 4,5 millions de dollars son financement annuel au FMC pour compenser la baisse des revenus des EDR. Le gouvernement du Canada a aussi fourni au FMC un nouveau financement de 20 millions de dollars pour les communautés en quête d'équité.

²³ Fonds des médias du Canada (2023). p. 125.

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

Source : Fonds des médias du Canada.

* Comprend les contributions des maisons de production, des diffuseurs, des distributeurs et d'organismes gouvernementaux autres que le FMC.

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

	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23
Documentaire	886	925	1 041	1 045	831	959	1 051	1 035	1 142	990
Jeunesse	712	799	763	688	697	516	547	546	463	404
Dramatique (c.-à-d. fiction)	661	700	757	728	724	727	760	674	947	908
Variétés et arts de la scène	321	354	398	418	452	393	415	360	317	305
Total	2 580	2 778	2 959	2 878	2 704	2 595	2 773	2 615	2 869	2 607

Source : Fonds des médias du Canada.

Remarque : Comme les chiffres ont été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués.

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

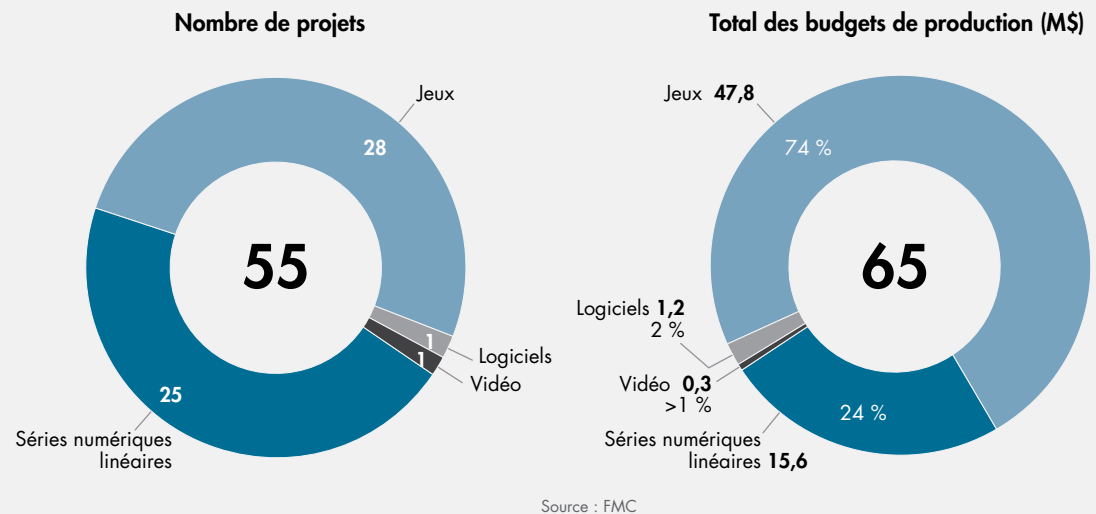
	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23
(M\$)										
Documentaire	57	59	65	69	58	64	69	64	76	69
Jeunesse	56	56	54	39	37	33	38	37	41	40
Dramatique (c.-à-d. fiction)	152	158	153	151	151	153	150	154	157	166
Variétés et arts de la scène	16	13	13	19	15	13	18	26	14	16
Total	282	286	286	278	260	262	276	281	289	290
Part du total										
Documentaire	20 %	21 %	23 %	25 %	22 %	24 %	25 %	23 %	26 %	24 %
Jeunesse	20 %	20 %	19 %	14 %	14 %	13 %	14 %	13 %	14 %	14 %
Dramatique (c.-à-d. fiction)	54 %	55 %	53 %	54 %	58 %	58 %	54 %	55 %	54 %	57 %
Variétés et arts de la scène	6 %	5 %	5 %	7 %	6 %	5 %	7 %	9 %	5 %	6 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Source : Fonds des médias du Canada.

Remarque : Comme les chiffres ont été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués.

Encadré 4 Production de contenus numériques soutenue par le volet expérimental du FMC, 2022-2023

Le volet expérimental finance la création de contenus numériques et de logiciels d'application interactifs à la fine pointe de l'innovation. En 2022-2023, ce volet a versé 36,3 millions de dollars à 55 projets de production, pour des budgets de production totalisant 64,9 millions de dollars²⁴.



²⁴ Les statistiques peuvent différer de celles déclarées dans le rapport annuel du FMC pour deux raisons : (i) les statistiques déclarées dans *Profil 2023* ne comprennent que le financement au stade de la production, tandis que celles 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 2023* comprennent les coproductions internationales, tandis que celles 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 – Fonds Shaw-Rocket). 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, lesquelles sont présentées dans d'autres tableaux de la présente section.

FINANCEMENT

Tableau 3-17 Financement de la production télévisuelle canadienne

	2018-19		2019-20		2020-21		2021-22		2022-23	
	M\$	%	M\$	%	M\$	%	M\$	%	M\$	%
Toute la production télévisuelle canadienne										
Droits de licence des diffuseurs privés	405	14 %	405	15 %	298	12 %	569	16 %	582	16 %
Droits de licence des diffuseurs publics	333	11 %	311	12 %	343	14 %	420	12 %	427	12 %
Crédit d'impôt fédéral ¹	304	10 %	277	10 %	255	10 %	367	10 %	392	11 %
Crédits d'impôt provinciaux ¹	562	19 %	504	19 %	450	19 %	699	20 %	721	20 %
Distributeurs canadiens ²	366	12 %	260	10 %	311	13 %	317	9 %	443	12 %
Préventes et avances de distribution étrangère ³	405	14 %	410	15 %	336	14 %	490	14 %	456	12 %
FMC ⁴	262	9 %	276	10 %	281	12 %	289	8 %	290	8 %
Autre financement public ⁵	126	4 %	98	4 %	76	3 %	157	4 %	169	5 %
Autre financement privé ⁶	176	6 %	130	5 %	82	3 %	210	6 %	202	5 %
Total	2 939	100 %	2 670	100 %	2 433	100 %	3 518	100 %	3 682	100 %
Production de langue anglaise⁷										
Droits de licence des diffuseurs privés	246	11 %	253	13 %	142	8 %	251	10 %	276	11 %
Droits de licence des diffuseurs publics	155	7 %	140	7 %	157	9 %	220	9 %	210	8 %
Crédit d'impôt fédéral ¹	222	10 %	203	10 %	176	10 %	250	10 %	274	10 %
Crédits d'impôt provinciaux ¹	448	20 %	403	20 %	336	20 %	539	22 %	556	21 %
Distributeurs canadiens ²	369	17 %	255	13 %	306	18 %	308	13 %	431	16 %
Préventes et avances de distribution étrangère ³	386	17 %	407	20 %	334	20 %	476	19 %	451	17 %
FMC ⁴	178	8 %	188	9 %	188	11 %	195	8 %	197	7 %
Autre financement public ⁵	95	4 %	85	4 %	25	1 %	70	3 %	101	4 %
Autre financement privé ⁶	121	5 %	85	4 %	34	2 %	143	6 %	131	5 %
Total	2 220	100 %	2 018	100 %	1 698	100 %	2 452	100 %	2 628	100 %
Production francophone										
Droits de licence des diffuseurs privés	162	22 %	153	23 %	158	21 %	321	30 %	308	29 %
Droits de licence des diffuseurs publics	183	25 %	172	26 %	188	26 %	201	19 %	218	21 %
Crédit d'impôt fédéral ¹	82	11 %	74	11 %	79	11 %	118	11 %	118	11 %
Crédits d'impôt provinciaux ¹	113	16 %	101	15 %	114	15 %	160	15 %	165	16 %
Distributeurs canadiens ²	6	1 %	4	1 %	4	1 %	7	1 %	9	1 %
Préventes et avances de distribution étrangère ³	2	<1 %	2	<1 %	0	0 %	10	1 %	2	<1 %
FMC ⁴	84	12 %	88	13 %	92	13 %	93	9 %	93	9 %
Autre financement public ⁵	32	5 %	13	2 %	51	7 %	89	8 %	68	7 %
Autre financement privé ⁶	55	8 %	45	7 %	49	7 %	67	6 %	71	7 %
Total	719	100 %	652	100 %	736	100 %	1 066	100 %	1 053	100 %

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

Remarque : Comme les chiffres ont été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués. Les données comprennent des estimations de la production télévisuelle certifiée par le CRTc.

¹ Comprend les données relatives aux projets produits en format bilingue et dans des langues non officielles. En raison du faible volume de production dans cette catégorie, les données ne peuvent être divulguées pour des questions de confidentialité.² Les producteurs canadiens touchent des crédits d'impôt fédéral et provinciaux sur certaines dépenses de main-d'œuvre admissibles, et investissent généralement ces sommes dans leurs projets télévisuels afin d'en compléter le financement.³ Le financement versé par les distributeurs canadiens comprend les garanties minimales et les avances consenties aux projets télévisuels en contrepartie de droits de mise en marché, de licence et de présentation en salles au Canada, dans des endroits où le projet n'a pas été vendu à l'extérieur du Canada ou sur des plateformes de distribution mondiale.⁴ Les préventes et avances à l'étranger comprennent les droits de licence de diffusion, les garanties minimales, les avances et d'autres types de financement provenant de sociétés de diffusion, de distribution et d'autres organisations établies à l'étranger.⁵ Seuls les émissions des genres « fiction », « jeunesse », « documentaire » et « variétés et arts de la scène » sont admissibles au financement par le FMC.⁶ La catégorie « 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 La catégorie « 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.

Tableau 3-18 Financement de la production télévisuelle canadienne, par genre, 2022-2023

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	176	38	75	252	42	582
Droits de licence des diffuseurs publics	199	47	40	89	52	427
Crédit d'impôt fédéral ²	196	55	54	67	21	392
Crédits d'impôt provinciaux ²	389	127	99	79	27	721
Distributeurs canadiens ³	257	105	63	14	3	443
Préventes et avances à l'étranger ⁴	312	64	64	15	0	456
FMC ⁵	166	40	69	0	16	290
Autre financement public ⁶	105	17	16	19	10	169
Autre financement privé ⁷	72	34	47	38	10	202
Total	1 872	527	527	573	180	3 682
Part du financement total						
Droits de licence des diffuseurs privés	9 %	7 %	14 %	44 %	23 %	16 %
Droits de licence des diffuseurs publics	11 %	9 %	8 %	16 %	29 %	12 %
Crédit d'impôt fédéral ²	10 %	10 %	10 %	12 %	11 %	11 %
Crédits d'impôt provinciaux ²	21 %	24 %	19 %	14 %	15 %	20 %
Distributeurs canadiens ³	14 %	20 %	12 %	2 %	2 %	12 %
Préventes et avances à l'étranger ⁴	17 %	12 %	12 %	3 %	0 %	12 %
FMC ⁵	9 %	8 %	13 %	0 %	9 %	8 %
Autre financement public ⁶	6 %	3 %	3 %	3 %	6 %	5 %
Autre financement privé ⁷	4 %	7 %	9 %	7 %	6 %	5 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %
Production de langue anglaise⁸						
Montant (M\$)						
Droits de licence des diffuseurs privés	72	33	45	105	21	276
Droits de licence des diffuseurs publics	132	10	23	37	8	210
Crédit d'impôt fédéral ²	152	43	42	29	6	274
Crédits d'impôt provinciaux ²	318	104	83	44	8	556
Distributeurs canadiens ³	252	105	61	14	0	431
Préventes et avances à l'étranger ⁴	309	64	63	15	0	451
FMC ⁵	109	28	51	0	9	197
Autre financement public ⁶	66	11	11	9	3	101
Autre financement privé ⁷	52	17	43	16	3	131
Total	1 463	416	421	270	57	2 628
Part du financement total						
Droits de licence des diffuseurs privés	5 %	8 %	11 %	39 %	36 %	11 %
Droits de licence des diffuseurs publics	9 %	2 %	6 %	14 %	14 %	8 %
Crédit d'impôt fédéral ²	10 %	10 %	10 %	11 %	11 %	10 %
Crédits d'impôt provinciaux ²	22 %	25 %	20 %	16 %	13 %	21 %
Distributeurs canadiens ³	17 %	25 %	14 %	5 %	0 %	16 %
Préventes et avances à l'étranger ⁴	21 %	15 %	15 %	5 %	0 %	17 %
FMC ⁵	7 %	7 %	12 %	0 %	16 %	7 %
Autre financement public ⁶	5 %	3 %	3 %	3 %	5 %	4 %
Autre financement privé ⁷	4 %	4 %	10 %	6 %	5 %	5 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

(Suite à la page suivante)

Tableau 3-18 Financement de la production télévisuelle canadienne, par genre, 2022-2023 (suite)

Production francophone	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	106	5	30	147	21	308
Droits de licence des diffuseurs publics	68	37	17	52	44	218
Crédit d'impôt fédéral ²	43	11	12	38	14	118
Crédits d'impôt provinciaux ²	71	22	17	35	19	165
Distributeurs canadiens ³	4	1	2	0	3	9
Préventes et avances à l'étranger ⁴	1	0	1	0	0	2
FMC ⁵	56	12	17	0	7	93
Autre financement public ⁶	40	5	6	9	7	68
Autre financement privé ⁷	20	17	4	22	7	71
Total	409	110	106	303	123	1 053
Part du financement total						
Droits de licence des diffuseurs privés	26 %	4 %	29 %	48 %	17 %	29 %
Droits de licence des diffuseurs publics	17 %	34 %	16 %	17 %	36 %	21 %
Crédit d'impôt fédéral ²	11 %	10 %	11 %	12 %	12 %	11 %
Crédits d'impôt provinciaux ²	17 %	20 %	16 %	12 %	15 %	16 %
Distributeurs canadiens ³	1 %	<1 %	2 %	0 %	3 %	1 %
Préventes et avances à l'étranger ⁴	<1 %	<1 %	1 %	0 %	0 %	<1 %
FMC ⁵	14 %	11 %	16 %	0 %	6 %	9 %
Autre financement public ⁶	10 %	5 %	6 %	3 %	6 %	7 %
Autre financement privé ⁷	5 %	15 %	4 %	7 %	6 %	7 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

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

Remarque : Comme les chiffres ont été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués. Les données comprennent des estimations de la production télévisuelle certifiée par le CRTC.

¹ Comprend les magazines et un faible volume d'émissions auparavant considérées comme des émissions éducatives/instructives.

² Les producteurs canadiens touchent des crédits d'impôt fédéral et provinciaux sur certaines dépenses de main-d'œuvre admissibles, et investissent généralement ces sommes dans leurs projets télévisuels afin d'en compléter le financement.

³ Le financement versé par les distributeurs canadiens comprend les garanties minimales et les avances consenties aux projets télévisuels en contrepartie de droits de mise en marché, de licence et de présentation en salles au Canada, dans des endroits où le projet n'a pas été vendu à l'extérieur du Canada ou sur des plateformes de distribution mondiale.

⁴ Les préventes et avances à l'étranger comprennent les droits de licence de diffusion, les garanties minimales, les avances et d'autres types de financement provenant de sociétés de diffusion, de distribution et d'autres organisations établies à l'étranger.

⁵ Seuls les émissions des genres « fiction », « jeunesse », « documentaire » et « variétés et arts de la scène » sont admissibles au financement par le FMC.

⁶ La catégorie « 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 La catégorie « 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 données relatives aux projets produits en format bilingue et dans des langues non officielles. 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 cinéma²⁵. Parmi les récents exemples de longs métrages canadiens notables, mentionnons *Paw Patrol: The Mighty Movie*, *Le temps d'un été*, *Testament*, et *BlackBerry*.

Faits saillants de 2022-2023



- Le volume de la production de longs métrages cinématographiques canadiens a augmenté de 23,8 % pour atteindre 458 millions de dollars.
- Les producteurs canadiens ont réalisé 149 longs métrages cinématographiques, une hausse par rapport à 147 en 2021-2022.
- Le volume de la production de longs métrages en anglais²⁶ a augmenté de 51,1 % pour atteindre 343 millions de dollars.
- Le nombre de longs métrages cinématographiques en anglais a augmenté de 4,9 %, passant de 102 à 107.
- Le budget moyen des longs métrages canadiens du genre « fiction » a augmenté de 6,9 % pour atteindre 3,1 millions de dollars.
- Le budget moyen des longs métrages du genre « fiction » en anglais a augmenté de 11,6 % pour atteindre 2,9 millions de dollars.
- Le volume total de la production de longs métrages cinématographiques du genre « fiction » a augmenté de 11,5 % pour atteindre 329 millions de dollars.
- La part de longs métrages cinématographiques dotés d'un budget se situant entre 2,5 millions et 5 millions de dollars est passée de 24 % à 32 %.
- La part de longs métrages cinématographiques dotés d'un budget supérieur à 5 millions de dollars est passée de 16 % à 18 %.



- Le nombre de longs métrages cinématographiques du genre « fiction » est demeuré inchangé à 109.



- Le volume de la production de longs métrages canadiens en français a diminué de 19,6 % pour atteindre 115 millions de dollars.
- Le nombre de longs métrages cinématographiques produits en français a diminué de 6,7 %, passant de 45 à 42.
- Le budget moyen des longs métrages du genre « fiction » en français a diminué de 5,4 % pour atteindre 3,5 millions de dollars.
- La part de longs métrages cinématographiques dotés d'un budget supérieur à 1 million de dollars a diminué, passant de 27 % à 19 %.
- La part de longs métrages cinématographiques dotés d'un budget se situant entre 1 million et 2,5 millions de dollars a diminué, passant de 33 % à 31 %.

²⁵ 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.

²⁶ En raison du faible nombre de projets produits en format bilingue et dans des langues non officielles, les données pour cette catégorie ont été combinées à celles du marché anglophone pour la période de 2016-2017 à 2022-2023

Le financement supplémentaire de la production par Téléfilm Canada a contribué à propulser le volume de production de longs métrages canadiens à 458 millions de dollars en 2022-2023, un sommet en 10 ans (tableau 4-1). En effet, en fournissant un financement fédéral supplémentaire de 105 millions de dollars (sur trois ans) à compter de 2021-2022, Téléfilm Canada a été en mesure d'accroître son soutien financier à la production de longs métrages cinématographiques, ce qui s'est traduit par des volumes plus élevés au cours des dernières années²⁷.

Malgré la très légère augmentation du nombre de films, qui sont passés de 148 à 149 en 2022-2023, les dépenses moyennes plus élevées par film – 3,1 millions de dollars en 2022-2023 par rapport à 2,9 millions de dollars en 2021-2022 (tableau 4-4) ont contribué à faire augmenter le volume total de production de 23,8 % (tableau 4-1).

Alors que le fort rebond de la production de longs métrages en salles en 2021-2022 avait été partagé dans les deux marchés linguistiques, en 2022-2023, c'est la croissance de la production de langue anglaise qui a compensé une baisse de la production de langue française. Le nombre de longs métrages de langue anglaise est passé de 102 à 107 en 2022-2023, mais le volume des dépenses associées à ces films a augmenté de 51,1 % pour atteindre 343 millions de dollars (tableaux 4-1 et 4-2). En fait, il semblerait qu'un petit nombre de films à gros budget soit à l'origine de cette forte augmentation du volume.

En revanche, du côté du marché francophone, le nombre de films produits a reculé de 45 à 42, tandis que le volume de production a chuté de 19,6 % pour atteindre 115 millions de dollars. Cela étant dit, même à ce niveau, la production de longs métrages cinématographiques de langue française en 2022-2023 a été plus élevée que toute autre année au cours de la décennie précédente, à l'exclusion de 2021-2022.

Téléfilm Canada

En tant que Partenaire de choix, Téléfilm Canada est une société d'État vouée à la réussite de l'industrie audiovisuelle canadienne, qui favorise l'accès et l'excellence en offrant des programmes qui appuient la résonance culturelle et l'engagement du public. Téléfilm soutient les entreprises dynamiques et les talents créatifs au pays et dans le monde, en considérant toujours ses objectifs d'équité, d'inclusion et de durabilité. De plus, elle formule des recommandations auprès du ministère du Patrimoine canadien concernant la certification des coproductions audiovisuelles régies par des traités, et elle administre les programmes du Fonds des médias du Canada. Lancé en 2012, le Fonds des talents accepte des dons privés qui servent principalement à soutenir les talents émergents.

En 2022-2023, l'aide financière apportée à l'industrie audiovisuelle par Téléfilm Canada s'est chiffrée à 158,7 millions de dollars²⁸. Cela comprenait 101,0 millions de dollars en soutien au développement de l'industrie audiovisuelle (p. ex. production, développement, documentaires d'abord diffusés en salles) et 49,2 millions de dollars en soutien promotionnel (p. ex., soutien aux festivals de cinéma canadiens, marketing et promotion à l'échelle nationale et internationale, soutien aux exploitants dans le cadre du Programme d'aide à la diffusion en salle, et Programme de compensation pour la distribution en salles)²⁹. Outre ce soutien financier permanent, Téléfilm Canada a versé 8,5 millions de dollars en fonds de soutien d'urgence liés à la COVID-19³⁰.

Bien que le rebond de la production de longs métrages cinématographiques en 2021-2022 se soit aussi clairement concentré dans le genre « fiction », la croissance en 2022-2023 s'est également concentrée sur d'autres genres, notamment « documentaire » et « jeunesse » (tableau 4-5). Ces autres genres représentaient 62 % de l'augmentation globale du volume de production en 2022-2023, même s'ils ne représentaient que 20 % du niveau de base du volume de production en 2021-2022.

²⁷ Téléfilm Canada (2022). *Un nouvel esprit de collaboration : Rapport annuel 2021-2022*, p. 18.

²⁸ Téléfilm Canada (2023). *Plein écran – Rapport annuel 2022-2023*, p. 13.

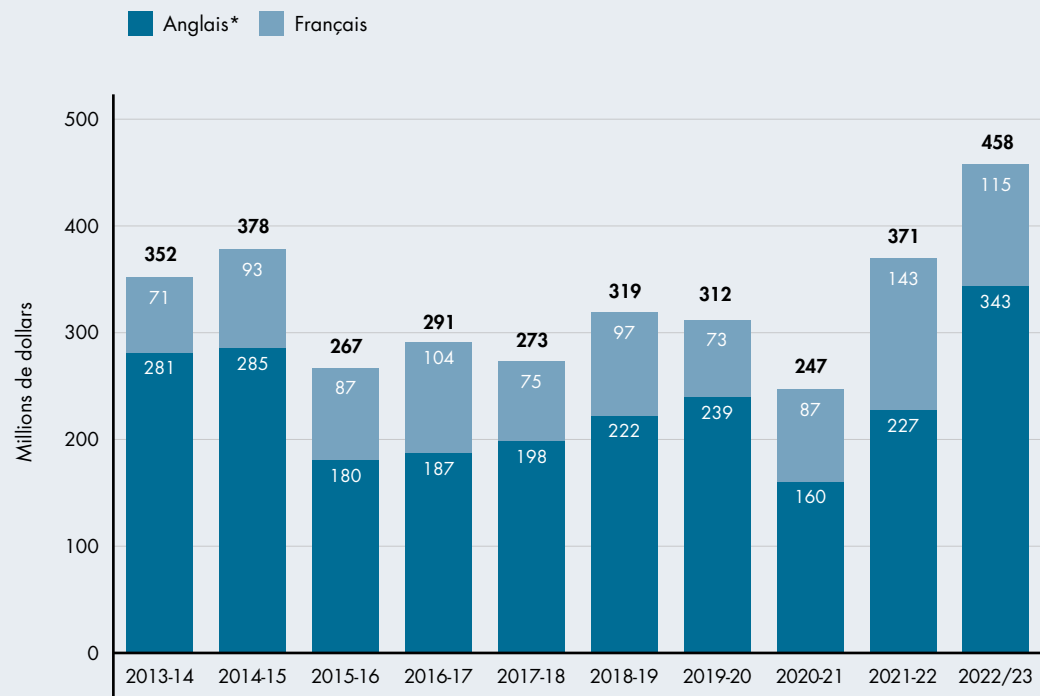
²⁹ Ibid.

³⁰ Ibid.

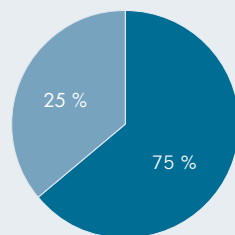
Historiquement, le marché mondial du cinéma, la coproduction internationale régie par des traités et les niveaux annuels d'investissements étrangers dans la production³¹ ont été des facteurs clés des fluctuations d'une année à l'autre du volume de la production de longs métrages cinématographiques canadiens. En 2022-2023, les investissements étrangers dans la production ont encore une fois joué un rôle clé dans le financement de la croissance de la production de langue anglaise et, par conséquent, de la croissance globale du sous-secteur. Cependant, les sources de financement privées nationales ont joué un rôle tout aussi important. Le financement privé national de la production de longs métrages en langue anglaise a augmenté de 36 millions de dollars, soutenant ainsi le tiers de l'augmentation du volume de production de langue anglaise (tableau 4-7b).

LANGUE

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



Part
2022-23



Taux de croissance annuel moyen

Langue	2022-23	2013-14 à 2022-23
Anglais*	51,1 %	2,2 %
Français	(19,6 %)	5,5 %
Moyenne : toutes les langues	23,5 %	3,0 %

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 de projets produits en format bilingue et dans des langues non officielles, les données pour cette catégorie ont été combinées à celles du marché anglophone pour la période de 2016-2017 à 2022-2023, et à celles du marché francophone pour la période de 2013-2014 à 2015-2016.

³¹ 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.

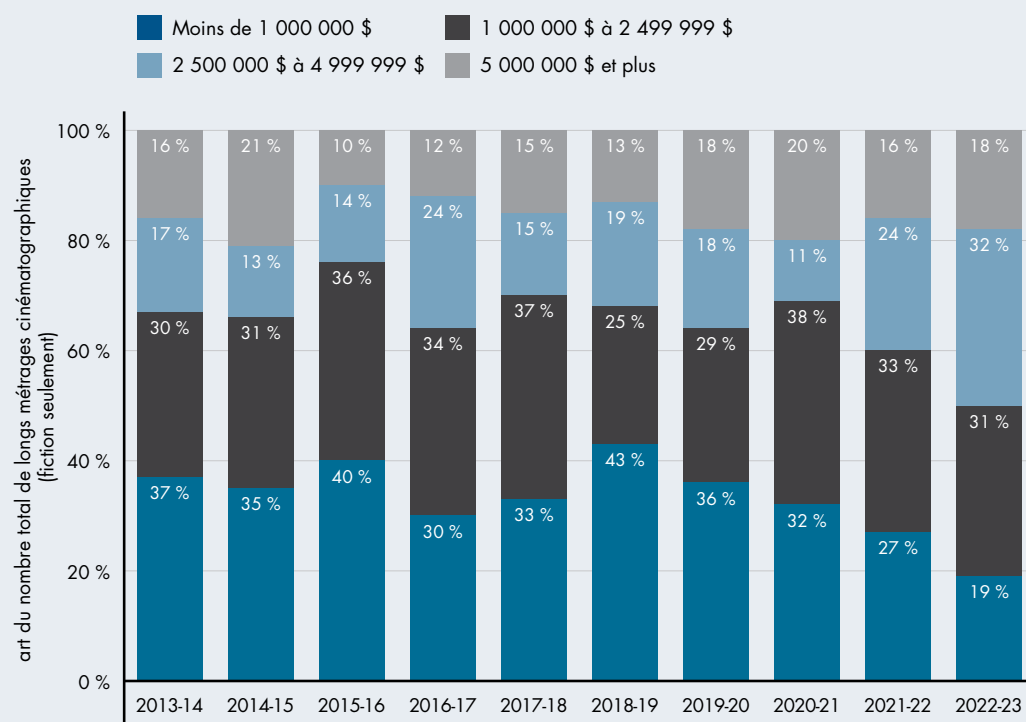
Tableau 4-2 Nombre de longs métrages cinématographiques canadiens produits annuellement au Canada, par langue

	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23
Anglais/Bilingue/ Autre*	75	89	84	81	82	108	95	47	102	107
Français*	42	42	38	42	40	40	41	27	45	42
Total	117	131	122	123	122	148	136	74	147	149

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

* En raison du très faible nombre de projets produits en format bilingue et dans des langues non officielles, les données pour cette catégorie ont été combinées à celles du marché anglophone pour la période de 2016-2017 à 2022-2023, et à celles du marché francophone pour la période de 2013-2014 à 2015-2016.

BUDGETS

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

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

Remarque : Comme les chiffres ont été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués. Les calculs excluent la participation étrangère aux budgets des coproductions audiovisuelles régies par des traités.

Tableau 4-4 Budgets des longs métrages cinématographiques (seulement le genre « fiction »)

(M\$ par film)	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23
Anglais										
Moyen	3,9	3,5	1,8	2,6	2,8	2,2	2,5	2,7	2,6	2,9
Médian	1,3	1,4	1,0	1,6	1,3	1,2	1,2	1,2	1,5	2,1
Français										
Moyen	2,5	2,4	2,2	3,4	2,2	3,2	2,6	3,5	3,7	3,5
Médian	1,9	1,3	1,8	2,4	1,7	3,0	1,9	2,2	2,9	3,1
Toutes les langues*										
Moyen	3,5	3,1	2,0	2,8	2,6	2,5	2,5	3,0	2,9	3,1
Médian	1,4	1,3	1,3	1,8	1,4	1,6	1,3	1,6	2,1	2,5

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

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

* Y compris les projets produits en format bilingue et dans des langues non officielles.

GENRES

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

Volume (M\$)	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23
Volume (M\$)										
Fiction	314	295	179	253	205	269	245	171	295	329
Autres*	38	83	88	39	69	50	66	76	76	130
Total	352	378	267	291	273	319	312	247	371	458
Nombre de films										
Fiction	89	94	91	90	80	110	104	70	109	109
Autres*	28	37	31	33	42	38	32	14	39	40
Total	117	131	122	123	122	148	136	74	147	149

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

Remarque : Comme les chiffres ont été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués.

* Comprend les genres « documentaire », « jeunesse » et « variétés et arts de la scène ».

RÉGION

Tableau 4-6 Volume de la production de longs métrages cinématographiques canadiens, par région

(M\$)	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	Part en 2022-23
Ontario	131	124	113	82	113	141	142	130	168	228	50 %
Quebec	178	203	107	153	135	138	142	93	177	172	38 %
British Columbia	18	44	34	37	10	22	7	20	14	15	3 %
Prairie Provinces and Territories*	19	7	8	18	9	14	17	3	10	36	8 %
Atlantic Canada**	6	0	5	2	6	3	4	1	2	10	<1 %
Total	352	378	267	291	273	319	312	247	371	458	100 %

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

Remarque : Comme les chiffres ont été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués. Les statistiques publiées par les agences provinciales de financement peuvent différer de celles qui figurent dans *Profil 2023*. En raison du faible nombre de projets (en particulier les projets de longs métrages cinématographiques) dans certaines provinces et certains territoires, les statistiques sur le volume de production sont regroupées par région afin d'éviter de divulguer les budgets propres aux différents projets. 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 exercices (soit l'exercice au cours duquel ont commencé les principaux travaux de prise de vue du projet) ou 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

Toutes les langues	2018-19		2019-20		2020-21		2021-22		2022-23	
	M\$	%	M\$	%	M\$	%	M\$	%	M\$	%
Droits de licence des diffuseurs privés	1	<1 %	2	1 %	<1	<1 %	2	1 %	2	1 %
Droits de licence des diffuseurs publics	4	1 %	2	1 %	1	<1 %	2	<1 %	2	<1 %
Crédit d'impôt fédéral ¹	20	6 %	19	6 %	15	6 %	23	6 %	29	6 %
Crédits d'impôt provinciaux ¹	62	19 %	57	18 %	49	20 %	77	21 %	95	21 %
Distributeurs canadiens ²	28	9 %	27	9 %	55	22 %	40	11 %	49	11 %
Préventes et avances à l'étranger ³	43	13 %	52	17 %	32	13 %	43	12 %	53	12 %
Téléfilm Canada	70	22 %	68	22 %	38	15 %	78	21 %	78	17 %
Autre financement public ⁴	41	13 %	35	11 %	40	16 %	62	17 %	77	17 %
Autre financement privé ⁵	50	16 %	50	16 %	19	8 %	45	12 %	73	16 %
Total	319	100 %	312	100 %	269	100 %	371	100 %	458	100 %

Langue anglaise, format bilingue et langues non officielles ⁶	2018-19		2019-20		2020-21		2021-22		2022-23	
	M\$	%	M\$	%	M\$	%	M\$	%	M\$	%
Droits de licence des diffuseurs privés	1	<1 %	2	1 %	<1	<1 %	1	<1 %	2	<1 %
Droits de licence des diffuseurs publics	3	1 %	2	1 %	<1	<1 %	2	1 %	2	1 %
Crédit d'impôt fédéral ¹	16	7 %	17	7 %	13	8 %	18	8 %	28	8 %
Crédits d'impôt provinciaux ¹	42	19 %	43	18 %	32	20 %	48	21 %	72	21 %
Distributeurs canadiens ²	23	10 %	21	9 %	47	30 %	29	13 %	44	13 %
Préventes et avances à l'étranger ³	38	17 %	51	21 %	28	18 %	36	16 %	55	16 %
Téléfilm Canada	47	21 %	41	17 %	23	14 %	53	23 %	53	15 %
Autre financement public ⁴	13	6 %	20	8 %	5	3 %	8	4 %	20	6 %
Autre financement privé ⁵	39	18 %	42	18 %	11	7 %	33	15 %	69	20 %
Total	222	100 %	239	100 %	160	100 %	227	100 %	343	100 %

Français	2018-19		2019-20		2020-21		2021-22		2022-23	
	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	4	4 %	2	3 %	3	3 %	4	3 %	3	3 %
Crédits d'impôt provinciaux ¹	20	20 %	15	20 %	18	21 %	29	20 %	23	20 %
Distributeurs canadiens ²	6	6 %	6	8 %	6	7 %	10	7 %	8	7 %
Préventes et avances à l'étranger ³	5	5 %	0	0 %	2	3 %	5	4 %	4	4 %
Téléfilm Canada	23	24 %	27	37 %	15	17 %	25	17 %	25	22 %
Autre financement public ⁴	27	28 %	16	23 %	35	40 %	56	39 %	40	35 %
Autre financement privé ⁵	11	12 %	7	9 %	8	9 %	12	9 %	10	9 %
Total	97	100 %	73	100 %	87	100 %	143	100 %	115	100 %

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

Remarque : Comme les chiffres ont été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués.

¹ Les producteurs canadiens touchent des crédits d'impôt fédéral et provinciaux sur certaines dépenses de main-d'œuvre admissibles, et investissent généralement ces sommes dans leurs projets de film afin d'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 du contenu audiovisuel au Canada, dans des endroits où le projet n'a pas été vendu à l'extérieur du Canada ou sur des plateformes de distribution mondiale.

³ Les préventes et avances à l'étranger comprennent les droits de licence de diffusion, les garanties minimales, les avances et d'autres types de financement provenant de sociétés de diffusion, de distribution et d'autres organisations établies à l'étranger.

⁴ La catégorie « 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 La catégorie « 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 Les données relatives aux projets produits en format bilingue et dans des langues non officielles ne peuvent pas être publiées en raison des questions de confidentialité pouvant résulter du faible volume de production dans cette catégorie.

5. Coproductions audiovisuelles régies par des traités

Le gouvernement du Canada est actuellement signataire de traités de coproduction audiovisuelle ou de protocoles d'entente conclus avec 60 pays partenaires³². 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 qui obtiennent le statut de production nationale dans leurs pays respectifs.

Pour les coproductions ayant obtenu le statut de production nationale, les producteurs canadiens peuvent se prévaloir des incitatifs offerts au Canada ainsi que des quotas de diffusion. 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 2022-2023



- Le Canada a participé à 59 coproductions régies par des traités, par rapport à 53 en 2021-2022.
- Le budget total des coproductions régies par des traités a augmenté de 29,3 % pour s'établir à 371 millions de dollars.
- Le budget de projet médian pour les coproductions de longs métrages régies par des traités est passé de 3,3 millions de dollars à 4,4 millions de dollars.
- Le budget total des coproductions de longs métrages régies par des traités au Canada a augmenté de 20,5 % pour s'établir à 212 millions de dollars.
- Le Canada était un partenaire majoritaire (ou égal) pour 44 % de ses projets de coproductions régies par des traités en 2022-2023, soit une hausse par rapport à 40 % en 2021-2022.
- La part canadienne des budgets de coproductions régies par des traités a augmenté, passant de 114 millions de dollars à 168 millions de dollars en 2022-2023.
- Le nombre total de coproductions télévisuelles régies par des traités est passé de 20 à 24.
- Le nombre total de coproductions télévisuelles dans le genre « dramatique » a légèrement augmenté, passant de 5 à 6, mais le volume a pratiquement doublé pour atteindre 47 millions de dollars.
- Dans le genre « documentaire », le nombre total de coproductions télévisuelles a augmenté à 14 pour atteindre un volume de 48 millions de dollars.
- Le budget total des coproductions télévisuelles régies par des traités a augmenté de 43,2 % pour s'établir à 159 millions de dollars.
- Les coproductions régies par des traités ont connu une excellente année, avec des budgets totaux de 86 millions de dollars, soit le chiffre le plus élevé des 10 dernières années.



- Le Royaume-Uni et la France ont été les principaux partenaires de coproduction du Canada entre 2013-2014 et 2022-2023. Le Royaume-Uni était le principal partenaire des coproductions télévisuelles régies par des traités. La France était le principal partenaire pour les longs métrages.

³² La liste de ces ententes se trouve sur le site Web de Téléfilm Canada, à l'adresse <https://telefilm.ca/fr/financement-et-soutien/coproductions/traites-internationaux>.

Faits saillants de 2022-2023 *suite*



- Le nombre total de coproductions télévisuelles régies par des traités dans le genre « jeunesse » a diminué, passant de 8 à 4, tandis que le volume est passé de 73 millions de dollars à 64 millions de dollars.

Le volume global des coproductions régies par des traités du Canada (c.-à-d. le total des budgets globaux) a connu une deuxième année consécutive de croissance en 2022-2023. Après avoir augmenté de 22,1 % en 2021-2022, ce volume a encore augmenté de 29,3 % pour atteindre 371 millions de dollars en 2022-2023 (tableau 5-1). La part canadienne de ces budgets totaux a augmenté encore plus rapidement en 2022-2023, soit de 47,4 % pour atteindre 168 millions de dollars.

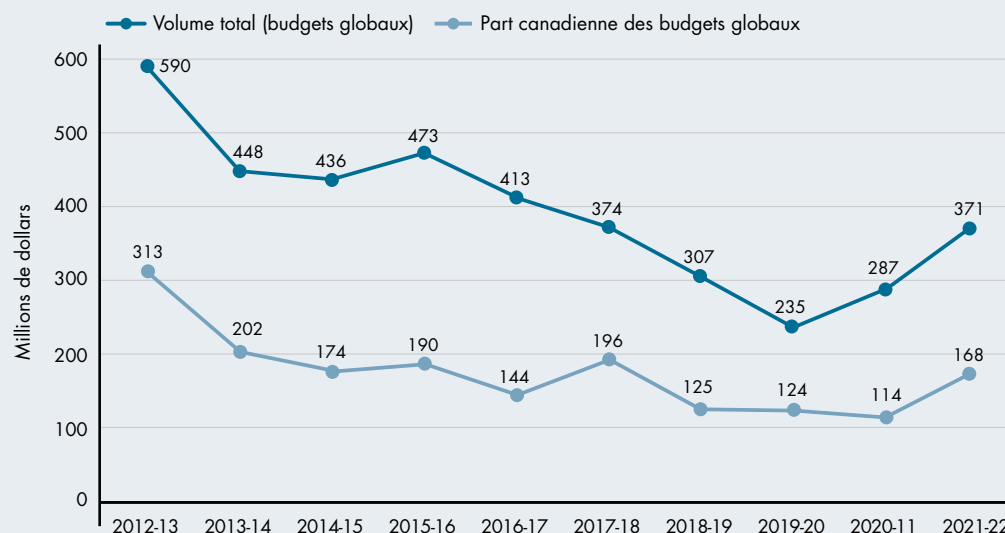
Le volume annuel de coproductions régies par des traités peut être sujet à d'importantes fluctuations d'une année à l'autre en raison d'un petit nombre de productions à gros budget (longs métrages ou séries télévisées). Pour cette raison, les augmentations du volume global en 2021-2022 et en 2022-2023 pourraient aussi bien laisser place à des diminutions en 2023-2024 ou par la suite. Cela dit, depuis l'atteinte d'un volume de 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 des huit dernières années. Dans l'ensemble, le volume total des coproductions régies par des traités du Canada en 2022-2023 (371 millions de dollars) était inférieur de 37,1 % au sommet sur 10 ans atteint en 2013-2014 (590 millions de dollars).

La croissance des coproductions régies par des traités en 2022-2023 relève d'une augmentation du nombre de coproductions régies par des traités, tant pour les émissions de télévision que pour les longs métrages. La hausse du volume de coproductions télévisuelles régies par des traités en 2022-2023 est attribuable à de plus hauts niveaux de production de dramatiques et de documentaires, tandis que le nombre de coproductions régies par des traités a diminué pour ce qui est des émissions de télévision du genre « jeunesse ». Le volume de coproductions télévisées régies par des traités dans le genre « dramatique » a presque doublé pour atteindre 47 millions de dollars (tableau 5-7). Le nombre de coproductions télévisées régies par des traités dans le genre « documentaire » a doublé, passant de 7 à 14 en 2022-2023, et le volume a grimpé de plus de 240 % pour atteindre 48 millions de dollars – le niveau le plus élevé depuis 2014-2015 (tableau 5-7). En revanche, le volume de coproductions télévisuelles régies par des traités dans le genre « jeunesse » a diminué de 12,3 %, passant de 73 millions de dollars à 64 millions de dollars.

La grande majorité de la coproduction télévisuelle régie par des traités du Canada en 2022-2023 était concentrée dans la production de langue anglaise, représentant 93 % du volume global de coproduction canadiennes en 2022-2023 (tableau 5-6). Alors que le volume des coproductions régies par des traités pour les longs métrages de langue française est demeuré pratiquement inchangé à 75 millions de dollars en 2022-2023, c'est la production de langue anglaise qui a soutenu la croissance en 2022-2023 (tableau 5-9). Même si le nombre de longs métrages de langue anglaise a diminué de 22 à 20, le volume a bondi de 37 % et de 37 millions de dollars pour atteindre 137 millions de dollars. Dans l'ensemble, la coproduction de langue française a connu une solide année en 2022-2023 avec des budgets totaux de 86 millions de dollars, soit le nombre le plus élevé des 10 dernières années (tableau 5-2).

RÉSULTATS POUR L'ENSEMBLE DES FENÊTRES 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 date de septembre 2023.

* Le volume de coproduction désigne la valeur 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

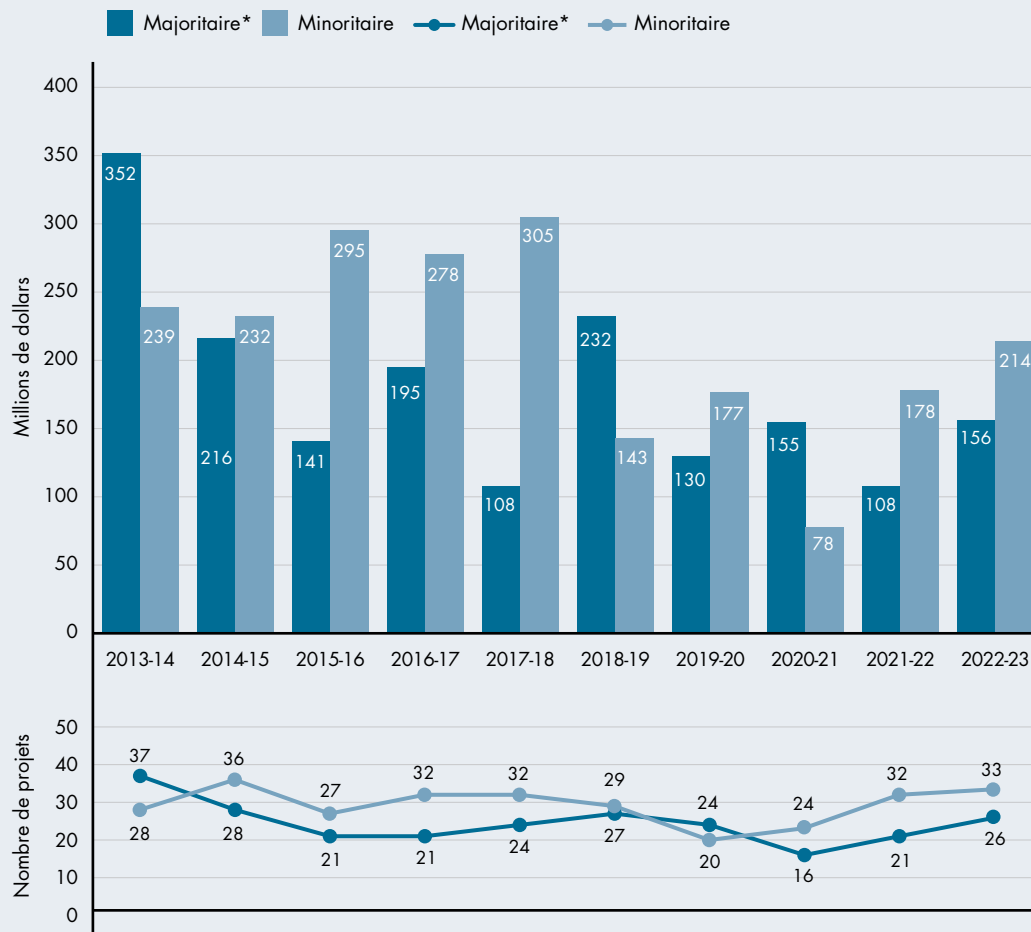
	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23
Anglais										
Part canadienne des budgets (M\$)	304	182	141	–**	132	185	114	117	–**	136
Part étrangère des budgets (M\$)	260	225	214	–**	226	142	143	88	–**	149
Budgets totaux (M\$)	564	407	355	–**	358	327	257	205	–**	285
Nombre de projets	58	50	31	–**	35	44	35	32	–**	42
Français										
Part canadienne des budgets (M\$)	9	21	33	–**	12	11	11	8	–**	22
Part étrangère des budgets (M\$)	17	20	47	–**	43	36	40	20	–**	64
Budgets totaux (M\$)	26	41	80	–**	55	47	51	28	–**	86
Nombre de projets	7	14	17	–**	21	12	9	7	–**	17
Toutes les langues										
Part canadienne des budgets (M\$)	313	202	174	190	144	196	125	126	114	168
Part étrangère des budgets (M\$)	278	245	262	283	269	178	182	110	173	203
Budgets totaux (M\$)	590	448	436	473	413	374	307	234	287	371
Nombre de projets	65	64	48	53	56	56	44	39	53	59

Source : Téléfilm Canada.

Remarque : Comme les chiffres ont été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués. Statistiques en date de septembre 2023.

* 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).

** Les statistiques ne peuvent être divulguées en raison du faible nombre de projets.

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

Source : Téléfilm Canada.

Remarque : Statistiques en date de septembre 2023.

* 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\$)

(M\$)	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23
Par langue										
Anglais	4,6	2,7	5,1	4,2	2,2	3,8	4,8	2,5	3,4	4,2
Français	2,4	1,7	3,5	1,7	1,1	3,0	2,0	3,2	3,3	5,1
Par moyen de diffusion										
Télévision	2,8	2,0	1,6	1,7	1,3	2,6	3,4	2,6	3,6	4,2
Longs métrages	10,2	5,7	5,5	6,2	4,1	3,9	3,6	4,1	3,3	4,4
Tous les projets	3,8	2,6	4,1	3,1	1,8	3,8	3,6	2,6	3,3	4,4

Source : Téléfilm Canada.

Remarque : Statistiques en date de septembre 2023.

Tableau 5-5 Pays partenaires de coproductions audiovisuelles régies par des traités, de 2013-2014 à 2022-2023

	Nombre de projets	Total des budgets globaux (M\$)	Part canadienne du total des budgets globaux	
			M\$	%
France	129	958	387	40 %
Royaume-Uni	122	728	379	52 %
Allemagne	36	345	198	57 %
Irlande	35	725	227	31 %
Australie	23	151	86	57 %
Israël	21	43	28	65 %
Belgique	16	118	66	56 %
Nouvelle-Zélande	14	50	19	38 %
Afrique du Sud	13	70	35	50 %
Suisse	10	24	14	56 %
Italie	9	48	22	47 %
Hongrie	8	163	75	61 %
Brésil	7	36	19	53 %
Autres coproductions bipartites	63	238	113	47 %
Coproductions multipartites*	31	235	84	36 %
Total	537	3,932	1,752	45 %

Source : Téléfilm Canada.

Remarque : Comme les chiffres ont été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués. Statistiques en date de septembre 2023.

* 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, par langue, segment de la télévision

	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23
Anglais										
Part canadienne des budgets (M\$)	122	105	107	97	87	76	46	63	-**	61
Part étrangère des budgets (M\$)	124	169	175	174	192	63	99	55	-**	87
Budgets totaux (M\$)	246	274	282	271	279	139	145	118	-**	148
Nombre de projets	38	35	23	26	20	18	15	23	-**	22
Français										
Part canadienne des budgets (M\$)	2	5	2	7	7	4	3	1	-**	-**
Part étrangère des budgets (M\$)	5	7	3	18	10	13	3	4	-**	-**
Budgets totaux (M\$)	7	12	5	25	17	17	6	5	-**	-**
Nombre de projets	3	7	4	8	16	5	4	4	-**	-**
Toutes les langues										
Part canadienne des budgets (M\$)	124	109	108	104	94	80	49	65	42	64
Part étrangère des budgets (M\$)	129	177	178	193	202	76	101	58	69	95
Budgets totaux (M\$)	253	286	287	297	296	156	150	123	111	159
Nombre de projets	41	42	27	34	36	23	19	27	20	24

Source : Téléfilm Canada.

Remarque : Comme les chiffres ont été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués. Statistiques en date de septembre 2023.

* 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).

** Les statistiques ne peuvent être divulguées en raison du faible nombre de projets.

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

	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23
Total global budgets (M\$)										
Dramatique (fiction)	134	184	185	222	223	52	98	36	24	47
Documentaire	36	63	23	35	33	45	17	32	14	48
Jeunesse	83	39	78	39	40	58	35	55	73	64
Total	253	286	287	297	296	156	150	123	111	159
Nombre de projets										
Dramatique (fiction)	11	8	5	7	4	-**	6	7	5	6
Documentaire	19	27	16	21	27	16	8	14	7	14
Jeunesse	11	7	6	6	5	-**	5	6	8	4
Total	41	42	27	34	36	23	19	27	20	24
Budgets moyens des projets (M\$)										
Dramatique (fiction)	12,2	23,0	37,1	31,7	55,8	-**	16,3	5,1	4,8	7,9
Documentaire	1,9	2,3	1,5	1,7	1,2	2,8	2,2	2,3	2,0	3,4
Jeunesse	7,6	5,5	13,0	6,5	8,0	-**	7,0	9,1	9,1	15,9
Total	6,2	6,8	10,6	8,7	8,2	6,8	7,9	4,6	5,5	6,6
Tous les genres										

Source : Téléfilm Canada.

Remarque : Comme les chiffres ont été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués. Statistiques en date de septembre 2023.

* 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).

** Les statistiques ne peuvent être divulguées en raison du faible nombre de projets.

Tableau 5-8 Pays partenaires de coproductions audiovisuelles régies par des traités, segment de la télévision, de 2013-2014 à 2022-2023

	Nombre de projets	Total des budgets globaux (M\$)	Part canadienne du total des budgets globaux	
			M\$	%
Royaume-Uni	96	554	274	49 %
France	69	346	128	37 %
Australie	19	136	81	59 %
Irlande	16	595	147	25 %
Allemagne	15	32	12	38 %
Nouvelle-Zélande	12	39	10	27 %
Israël	9	20	14	69 %
Afrique du Sud	6	44	20	45 %
Brésil	5	31	16	53 %
Hongrie	5	124	57	46 %
Belgique	4	42	24	58 %
Malte	4	7	3	40 %
Autres coproductions bipartites	19	52	21	41 %
Coproductions multipartites*	14	96	30	31 %
Total	293	2,118	838	40 %

Source : Téléfilm Canada.

Remarque : Comme les chiffres ont été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués. Statistiques en date de septembre 2023.

* 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, par langue, segment des longs métrages cinématographiques

	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23
Anglais										
Part canadienne des budgets (M\$)	182	77	35	–**	45	109	68	54	52	75
Part étrangère des budgets (M\$)	136	55	39	–**	35	79	44	33	48	62
Budgets totaux (M\$)	318	133	73	–**	79	188	112	87	100	137
Nombre de projets	20	15	8	–**	15	26	20	9	22	20
Français										
Part canadienne des budgets (M\$)	6	16	31	–**	6	7	8	8	20	29
Part étrangère des budgets (M\$)	12	13	45	–**	32	23	37	15	56	46
Budgets totaux (M\$)	19	29	76	–**	37	30	45	23	76	75
Nombre de projets	4	7	13	–**	5	7	5	3	11	15
Toutes les langues										
Part canadienne des budgets (M\$)	189	93	66	87	51	116	76	61	72	104
Part étrangère des budgets (M\$)	148	69	83	90	66	102	81	49	104	108
Budgets totaux (M\$)	337	161	149	177	117	218	157	110	176	212
Nombre de projets	24	22	21	19	20	33	25	12	33	35

Source : Téléfilm Canada.

Remarque : Comme les chiffres ont été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués. Statistiques en date de septembre 2023.

* 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).

** Les statistiques ne peuvent être divulguées en raison du faible nombre de projets.

Tableau 5-10 Pays partenaires de coproductions audiovisuelles régies par des traités, segment des longs métrages cinématographiques, de 2013-2014 à 2022-2023

	Nombre de projets	Total des budgets globaux (M\$)	Part canadienne du total des budgets globaux	
			M\$	%
France	60	612	258	42 %
Royaume-Uni	26	174	105	60 %
Allemagne	21	314	186	59 %
Irlande	19	129	80	62 %
Israël	12	23	14	61 %
Belgique	12	77	42	55 %
Suisse	9	24	13	56 %
Afrique du Sud	7	25	15	60 %
Italie	7	24	17	68 %
Espagne	4	37	12	32 %
Cuba	4	13	9	72 %
Australie	4	14	5	37 %
Danemark	4	33	16	48 %
Autres coproductions bipartites	38	176	87	50 %
Coproductions multipartites*	17	139	54	39 %
Total	244	1,814	914	50 %

Source : Téléfilm Canada.

Remarque : Statistiques en date de septembre 2023. Comme les chiffres ont été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués.

* 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 grande majorité des projets de production étrangère et de services de production, 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 diffusés à l'échelle mondiale. Parmi les films hollywoodiens récents qui ont été tournés au Canada ou dont les effets visuels ont été réalisés au Canada, mentionnons *Dune, deuxième partie* et *Priscilla*.

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*, *Fargo* et *Star Trek: Strange New Worlds*.

Grèves à Hollywood en 2023 : Les statistiques pour 2022-2023 présentées dans cette section se rapportent à la période de l'exercice allant du 1er avril 2022 au 31 mars 2023. Au cours de l'exercice 2023-2024 qui a suivi, Hollywood a connu deux grèves majeures de plusieurs mois. La grève de la Writers Guild of America (WGA) s'est déroulée du 2 mai au 27 septembre 2023, tandis que la grève de la Screen Actors Guild – American Federation of Television and Radio Artists (SAG-AFTRA) s'est déroulée du 14 juillet au 8 novembre 2023. Au cours de l'exercice 2023-2024, ces grèves ont entraîné une diminution importante du volume de production étrangère et de services de production, tant au Canada qu'aux États-Unis et à l'échelle mondiale.

Faits saillants de 2022-2023



- Le volume total de la production étrangère et des services de production au Canada a augmenté de 2,3 % pour atteindre 6,86 milliards de dollars.
- Le nombre total de productions étrangères et de services de production a augmenté, passant de 645 à 705.
- Le volume total de la production étrangère et des services de production pour des séries télévisées a augmenté de 41,3 % pour atteindre 4,67 milliards de dollars.
- Le nombre de séries télévisées étrangères tournées au Canada a augmenté, passant de 258 à 384.
- Le volume total de la production étrangère et des services de production pour des longs métrages a augmenté de 4,5 % pour atteindre 1,74 milliard de dollars.
- Le nombre de longs métrages étrangers tournés au Canada est passé de 171 à 206.



- Le volume total des autres³³ productions étrangères et services de production pour la télévision a diminué de 74,2 % pour s'établir à 449 millions de dollars.
- Le nombre d'autres productions télévisuelles étrangères et de services de production a diminué de 46,8 %, passant de 216 à 115.

³³ 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 avoir affiché une certaine résilience durant la pandémie de COVID-19 et après une année remarquable en 2021-2022, le secteur de la production étrangère et des services de production a connu une croissance plus lente en 2022-2023. La croissance annuelle du volume total de la production étrangère et des services de production a ralenti à 2,3 % en 2022-2023 (tableau 6-1). Malgré ce ralentissement, ce sous-secteur a néanmoins atteint un volume total de 6,86 milliards de dollars en 2022-2023.

La forte croissance du secteur de la production étrangère et des services de production au Canada au cours des dernières années – y compris le « rattrapage » rapide en 2021-2022 – a été soutenue par la demande mondiale continue de contenu original, provenant tout particulièrement des services de vidéo sur demande par abonnement (VSDA), comme Netflix, Amazon Prime Video, Disney+ et Apple TV+.

La production d'autres contenus télévisuels (c.-à-d., films télévisés, émissions spéciales et émissions d'un seul épisode) – dont une grande partie devait être destinée aux services de VSDA – avait triplé en 2021-2022 pour atteindre 1,74 milliard de dollars (tableau 6-1). Toutefois, en 2022-2023, le volume de la production étrangère et des services de production pour ce type de contenu a chuté de 74,2 % pour s'établir à 449 millions de dollars, alors que le nombre de projets a pratiquement diminué de moitié, passant de 216 en 2021-2022 à 115 en 2022-2023 (tableau 6-2). S'établissant à 449 millions de dollars, le volume de production se rapprochait davantage du niveau d'avant la pandémie (soit 508 millions de dollars en 2019-2020).

Cette baisse abrupte du volume des autres productions télévisuelles a été compensée par des niveaux plus élevés de production de longs métrages et les niveaux considérablement plus élevés de production de séries télévisées. Le nombre de longs métrages étrangers tournés au Canada a augmenté de 20,5 %, passant de 171 à 206 films en 2022-2023, tandis que les dépenses consacrées à la production de ces films ont augmenté de 4,5 % pour atteindre 1,74 milliard de dollars (tableaux 6-1 et 6-2).

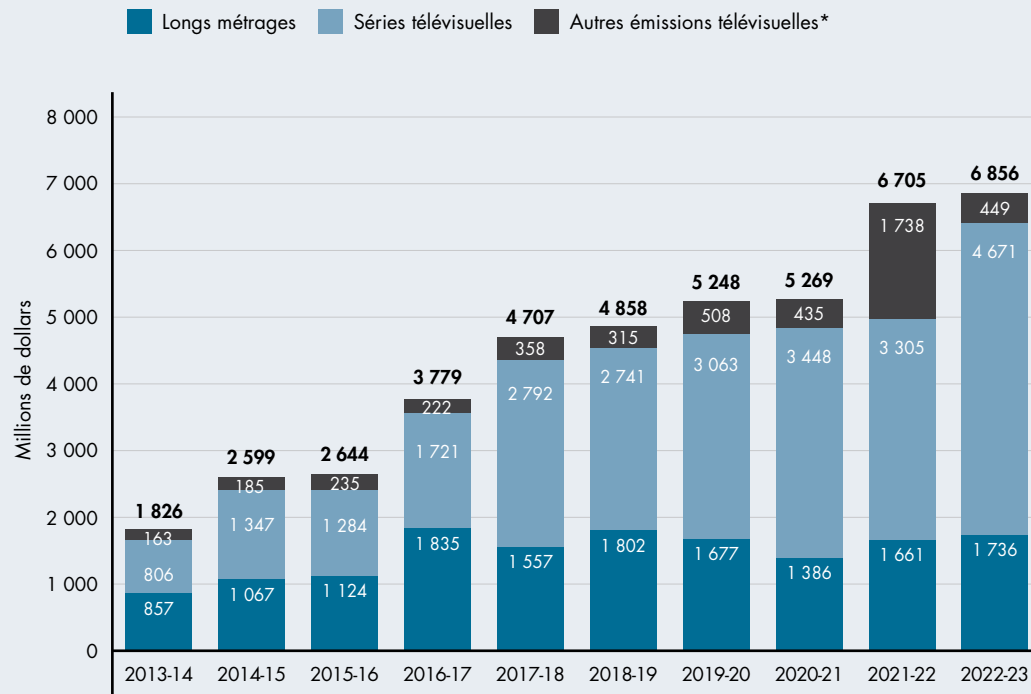
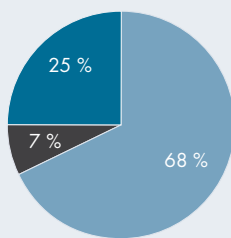
La production étrangère et les services de production pour des séries télévisées ont atteint un sommet historique en 2022-2023. Au total, 384 séries télévisées étrangères ont été tournées au Canada en 2022-2023 (tableau 6-2). Ce nombre était de 48,8 % supérieur à 2021-2022 et plus du double de la moyenne annuelle observée au cours des neuf années précédentes (de 2013-2014 à 2021-2022). Le tournage de ces 384 séries télévisées a généré des dépenses de production record de 4,67 milliards de dollars (tableau 6-1). Il s'agit d'une augmentation de 41,3 % par rapport à 2021-2022 et de plus du double de la moyenne annuelle observée au cours des neuf années précédentes (de 2013-2014 à 2021-2022).

Contrairement à la croissance de la production étrangère et des services de production observée dans toutes les régions en 2021-2022, la croissance en 2022-2023 s'est concentrée dans certaines provinces (Tableau 6-4).

- La **Colombie-Britannique** est, une fois de plus, arrivée en tête des provinces canadiennes quant au volume de la production étrangère et des services de production. Dans cette province, le volume a augmenté de 4,8 %, soit de 141 millions de dollars en 2022-2023.
- L'**Ontario** a enregistré les gains les plus importants en matière de production étrangère et de services de production au Canada en 2022-2023. Des volumes plus élevés de production de séries télévisées, mais aussi de longs métrages, ont contribué à faire grimper de 18,5 % la valeur de la production étrangère et des services de production en Ontario pour atteindre un montant record de 1,98 milliard de dollars.
- Au **Québec**, des niveaux plus élevés de production étrangère et de services de production pour des longs métrages ont contribué à une augmentation de 8,4 % ou 119 millions de dollars du volume pour ce type de production. Le Québec a atteint un volume record de production étrangère et de services de production en 2022-2023, soit un volume total de 1,54 milliard de dollars.
- En **Nouvelle-Écosse**, le volume annuel de production étrangère et de services de production a augmenté de 29,7 %, soit de 27 millions de dollars, passant ainsi devant l'Alberta et le Manitoba pour devenir le quatrième plus important centre de production étrangère du Canada en 2022-2023, avec un volume record de 118 millions de dollars.
- Le **Manitoba** a maintenu sa position de cinquième plus important centre de production étrangère au Canada en 2022-2023, avec un volume total de 60 millions de dollars. Il est à noter que ce volume de 60 millions de dollars a été atteint malgré une chute du volume de production étrangère de 42,9 %, soit une diminution de 45 millions de dollars.
- En **Alberta**, la production étrangère et les services de production ont fortement chuté en 2022-2023. Après avoir plus que quintuplé en 2021-2022 pour atteindre 492 millions de dollars, le volume total de la production étrangère en Alberta a chuté de presque 90 % pour s'établir à 49 millions de dollars en 2022-2023.

TOTAL DES PRODUCTIONS ET TYPES

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

Part
2022-23

Taux de croissance annuel moyen

Type	2022-23	2013-14 à 2022-23
Longs métrages	4,5 %	8,2 %
Séries télévisuelles	41,3 %	21,6 %
Autres émissions télévisuelles*	(74,2 %)	11,9 %
Moyenne : tous les types	2,3 %	15,8 %

Source : Association des agences provinciales de financement.

Remarque : Comme les chiffres ont été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués.

* 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 comptabilisées dans la catégorie des séries télévisées. Pour cette raison, la croissance de la production des séries télévisées d'une année à l'autre est légèrement surestimée en 2017-2018. Toutefois, la grande majorité de la production dans la catégorie des séries télévisées demeure probablement composée de séries plutôt que de miniséries.

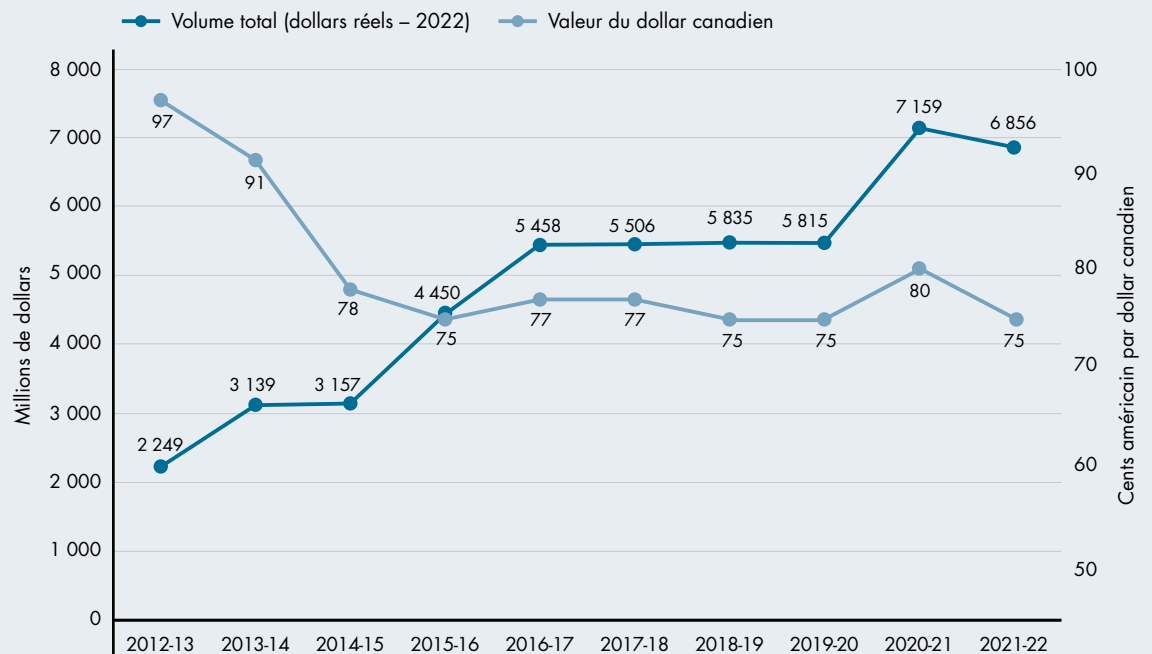
Tableau 6-2 Nombre annuel de productions étrangères et services de production, par type

	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23
Longs métrages	91	111	128	186	167	164	166	141	171	206
Séries télévisuelles	92	115	156	137	209	208	224	277	258	384
Autres émissions télévisuelles*	51	53	71	77	104	93	131	93	216	115
Total	234	279	355	400	480	465	521	511	645	705

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 comptabilisées dans la catégorie des séries télévisées. Pour cette raison, la croissance de la production des séries télévisées d'une année à l'autre est légèrement surestimée en 2017-2018. Toutefois, la grande majorité de la production dans la catégorie des séries télévisées demeure probablement composée de séries plutôt que de miniséries.

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

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

RÉGION

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

(M\$)	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	Part pour 2022-23
Colombie-Britannique	1 080	1 672	1 574	2 311	3 040	2 816	2 347	2 719	2 963	3 104	45 %
Ontario	446	545	698	882	869	985	1 541	1 426	1 672	1 981	29 %
Québec	147	275	282	404	666	771	1 142	922	1 421	1 540	22 %
Nouvelle-Écosse	17	n/a	12	39	12	26	40	46	91	118	2 %
Manitoba	47	11	42	70	89	167	171	84	105	60	1 %
Alberta	88	92	34	54	31	86	0	68	441	49	1 %
Territoires*	2	3	3	18	1	7	8	4	3	4	<1 %
Terre-Neuve-et-Labrador	0	0	0	0	0	0	0	0	8	0	0 %
Saskatchewan	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0 %
Nouveau-Brunswick	0	1	0	0	0	0	0	s.o.	0	0	0 %
Île-du-Prince-Édouard	0	<1	0	0	0	0	0	s.o.	0	0	0 %
Total	1 826	2 599	2 644	3 779	4 707	4 858	5 248	5 269	6 705	6 856	100 %

Source : Association des agences provinciales de financement.

Remarque : Comme les chiffres ont été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués. Les statistiques publiées par les agences provinciales de financement peuvent différer de celles qui figurent dans *Profil 2023*. 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 Nombre de productions étrangères et services de production, par pays titulaire des droits d'auteur

	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23
Nombre de projets										
États-Unis	177	197	261	304	364,5	365	409	404	469,5	523
Autres pays étrangers	31	57	67	72,5	77,5	69	72	72,5	154,5	182
Canada*	26	25	27	23,5	38	31	40	34,5	21,0	0
Total	234	279	355	400	480	465	521	511	645	705
Part du total										
États-Unis	76 %	71 %	74 %	76 %	76 %	78 %	79 %	79 %	73 %	74 %
Autres pays étrangers	13 %	20 %	19 %	18 %	16 %	15 %	14 %	14 %	24 %	26 %
Canada*	11 %	9 %	8 %	6 %	8 %	7 %	8 %	7 %	3 %	0 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Source : Association des agences provinciales de financement.

Remarque : Comme les chiffres ont été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués.

* 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 (canadiens)

La production interne des télédiffuseurs (« production interne ») est composée des émissions de télévision produites à l'interne par des télédiffuseurs traditionnels privés, 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 2022, qui s'étend du 1^{er} septembre 2021 au 31 août 2022.

Faits saillants de 2022



- Le volume total de production interne a augmenté de 10,3 % pour atteindre 1,20 milliard de dollars.
- Les dépenses consacrées à la production interne par des services facultatifs et sur demande ont augmenté de 8,0 % pour atteindre 556 millions de dollars.
- Les dépenses de production interne des diffuseurs traditionnels ont augmenté de 12,4 % pour atteindre 642 millions de dollars.
- Les dépenses consacrées à la production interne d'émissions de sports ont augmenté de 65,8 % pour atteindre 335 millions de dollars.



- Les dépenses consacrées à la production interne d'émissions de nouvelles sont demeurées pratiquement inchangées, à 709 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 avaient rebondi de 1,9 % au cours de l'année de diffusion 2021, et ont connu un autre bond de 10,3 % durant l'année de diffusion 2022 (tableau 7-1). Cette forte croissance globale des dépenses de production interne au cours de l'année de radiodiffusion 2022 est attribuable à l'augmentation des dépenses des services de télévision traditionnelle et des services facultatifs et sur demande. L'augmentation des dépenses consacrées à la production interne reflète, en partie, la nécessité pour les radiodiffuseurs de rattraper le déficit de dépenses des années précédentes liées à la COVID, ainsi que l'augmentation des dépenses consacrées aux programmes sportifs.

Dans le sous-segment de la télévision traditionnelle (y compris les diffuseurs traditionnels privés, CBC/Radio-Canada et les diffuseurs éducatifs provinciaux), les dépenses ont augmenté de 71 millions de dollars, soit de 12,4 % (tableau 7-1). Cette augmentation serait largement attribuable à une hausse des dépenses consacrées à la programmation sportive en 2022³⁴. Plus particulièrement, les dépenses consacrées à la production interne d'émissions sportives étaient nettement plus élevées à CBC/Radio-Canada, qui a télévisé les Jeux olympiques d'hiver de Beijing en 2022³⁵.

Dans le sous-segment des services facultatifs et sur demande, les dépenses ont augmenté de 8,0 % pour atteindre 556 millions de dollars (tableau 7-1). L'augmentation du volume de la production interne dans ce sous-segment était aussi liée à des dépenses plus élevées dans les émissions sportives, principalement par les grandes chaînes sportives de langue anglaise que sont Sportsnet et TSN³⁶.

Les dépenses globales consacrées à la production interne d'émissions sportives ont augmenté de 65,8 % pour atteindre un sommet sur cinq ans de 335 millions de dollars en 2022 (tableau 7-2). Par ailleurs, les dépenses consacrées aux émissions de nouvelles ont augmenté de 2 millions de dollars pour atteindre 709 millions de dollars – soit une augmentation inférieure à 1 %.

La production interne des télédiffuseurs est demeurée très concentrée en Ontario et au Québec en 2022, ces deux provinces englobant la grande majorité de l'industrie canadienne de la télédiffusion, en particulier les séries télévisées qu'offrent les services facultatifs. Ces deux provinces représentaient 80 % du volume total de la production interne des télédiffuseurs au Canada (tableau 7-3), ce qui était supérieur à la part de 70 % de la production télévisuelle canadienne dans ces deux provinces appartenant aux producteurs indépendants et à des producteurs externes affiliés aux diffuseurs (tableau 3-12).

Malgré la reprise des dépenses de production internes après la pandémie au cours de l'année de radiodiffusion 2021, et tout particulièrement en 2022, la tendance à plus long terme du volume de production interne des télédiffuseurs est à la baisse. En 2022, le volume était, comme toute, inférieur de 20,9 % au sommet sur 10 ans atteint en 2014, qui s'était chiffré à 1,52 milliard de dollars.

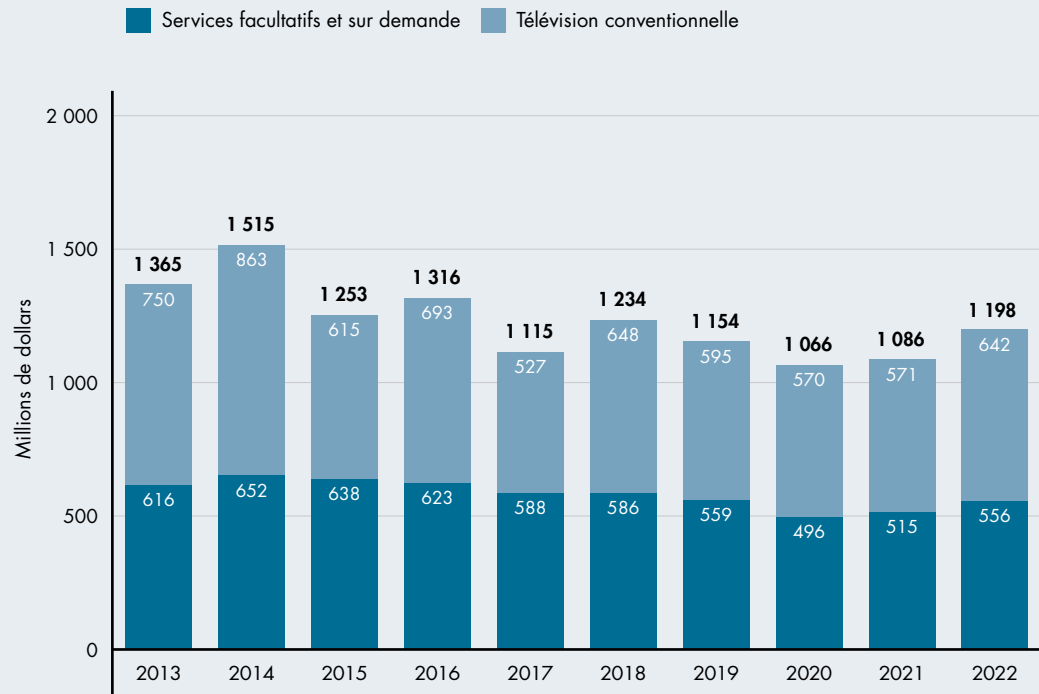
³⁴ Calculs fondés sur les données du CRTC (2023b). *Télévision traditionnelle : Relevés statistiques et financiers, 2018-2022*. CRTC (2022b). *Télévision traditionnelle : Relevés statistiques et financiers, 2017-2021*.

³⁵ Calculs fondés sur les données du CRTC (2023b) et du CRTC (2022b).

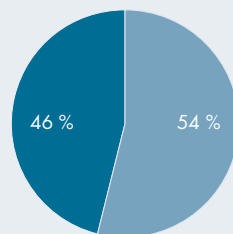
³⁶ Calculs fondés sur les données du CRTC (2023c). *Services facultatifs et sur demande : Relevés statistiques et financiers, 2018-2022*. CRTC (2022c). *Services facultatifs et sur demande : Relevés statistiques et financiers, 2017-2021*.

VOLUME DE PRODUCTION

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



Part
2022



Taux de croissance annuel moyen

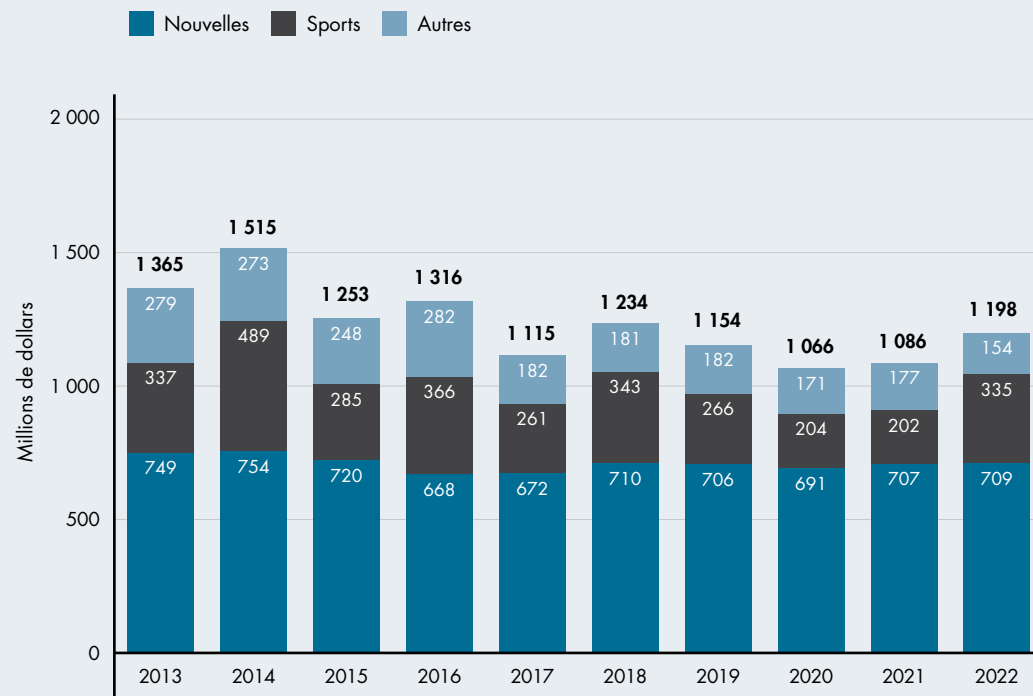
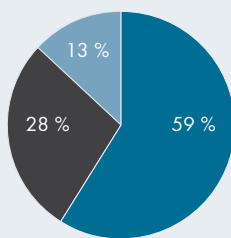
Sous-secteur	2022	2013-2022
Services facultatifs et sur demande	8,0 %	(1,1 %)
Télévision traditionnelle	12,4 %	(1,7 %)
Moyenne : tous les sous-secteurs	10,3 %	(1,4 %)

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

Remarque : Comme les chiffres ont été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués.

GENRES

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

Part
2022

Taux de croissance annuel moyen

Genre	2022	2013-22
Nouvelles	0,3 %	(0,6 %)
Sports*	65,8 %	(0,1 %)
Autre	(13,0 %)	(6,4 %)
Moyenne : tous les genres	10,3 %	(1,4 %)

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

Remarque : Comme les chiffres ont été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués.

* Exclut les montants versés pour les droits des émissions sportives.

RÉGION

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

(M\$)	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	Part en 2022-23
Ontario	767	885	677	729	612	686	622	570	571	669	56 %
Québec	291	331	279	307	258	296	272	247	257	287	24 %
Alberta	92	91	94	88	80	83	87	85	85	82	7 %
Colombie-Britannique	103	101	97	96	87	87	89	80	81	79	7 %
Manitoba	24	29	30	28	25	26	27	26	33	26	2 %
Saskatchewan	28	27	27	24	20	20	21	21	21	20	2 %
Nouvelle-Écosse	32	27	26	23	16	17	18	17	18	17	1 %
Nouveau-Brunswick	13	11	11	10	8	9	9	9	10	9	1 %
Terre-Neuve-et-Labrador	11	10	9	8	7	7	7	7	8	7	1 %
Île-du-Prince-Édouard	2	2	2	2	1	1	1	2	2	1	<1 %
Territoires*	3	3	2	1	1	1	1	1	1	1	<1 %
Total	1 365	1 515	1 253	1 316	1 115	1 234	1 154	1 066	1 086	1 198	100 %

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

Remarque : Comme les chiffres ont été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués. Les statistiques publiées par les agences provinciales de financement peuvent différer de celles qui figurent dans *Profil 2023*. 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 Elevation Pictures and Immina Films, 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 les maisons de distribution des grands studios hollywoodiens.

Remarque : Depuis 2011, Statistique Canada publie seulement les données sur l'industrie de la distribution audiovisuelle tous les deux ans. Par conséquent, les données sur les revenus de l'industrie ne sont pas disponibles pour 2012, 2014, 2016, 2018, 2020 et 2022. 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, quant à elles, disponibles pour chaque exercice financier.

Faits saillants de 2022-2023 et de 2021



- L'investissement des distributeurs canadiens dans les émissions de télévision et les films canadiens en 2021-2022 a augmenté de 37,9 % (par rapport à 2021-2022) et totalisait 492 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 de 13,0 % par rapport à 2019.



- Les revenus de l'ensemble de l'industrie de la distribution canadienne 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 contenu³⁷. 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. Le fait que les Canadiens aient acheté moins de Blu-ray/DVD a entraîné une baisse de 45,2 % des revenus associés à ces produits 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 de la télévision nationale, 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.

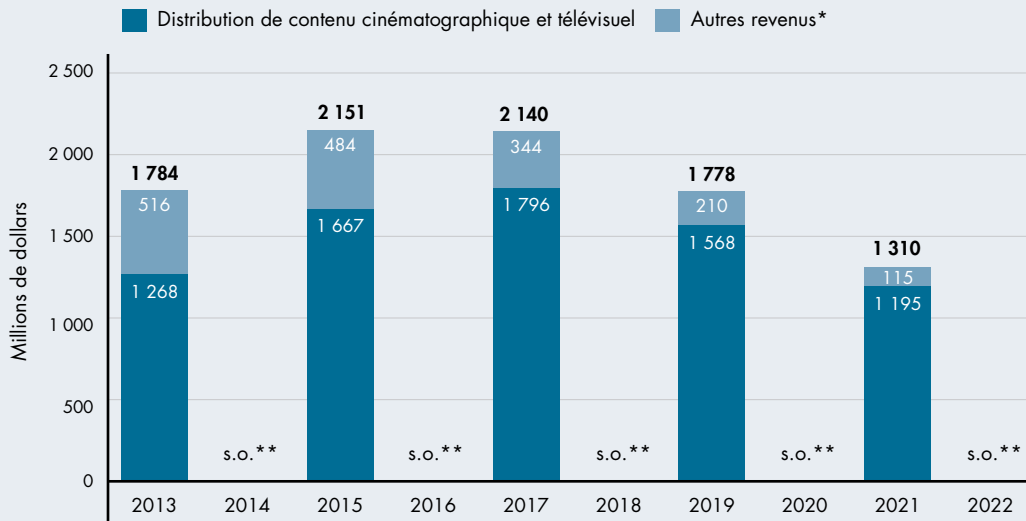
Bien que les revenus tirés du contenu canadien aient diminué entre 2019 et 2021, cette baisse s'est produite à un rythme plus lent que celle des revenus globaux de l'industrie, et la part de marché de cette distribution a donc augmenté, passant de 13 % en 2019 à 15,8 % en 2021 (tableaux 8-1 et 8-2).

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 2022-2023, les distributeurs canadiens ont investi environ 492 millions de dollars dans des émissions de télévision et des films canadiens. Il s'agit d'une augmentation de 37,9 % par rapport à 2021-2022 et d'un niveau tout juste inférieur au plus haut niveau de la période de 10 ans, atteint en 2016-2017, où les distributeurs canadiens avaient investi 494 millions de dollars (tableau 8-3).

³⁷ 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.

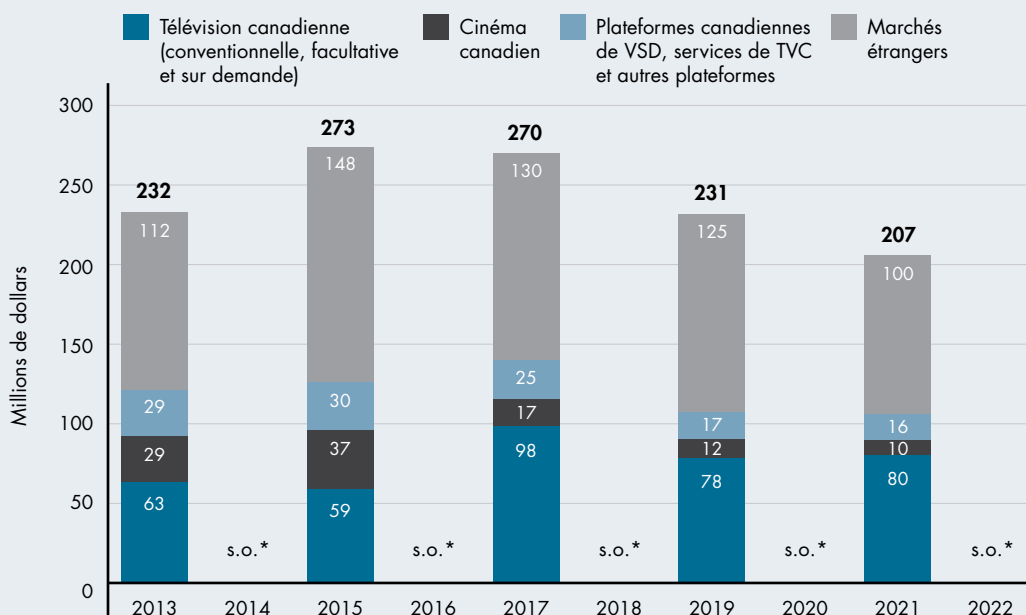
Remarque : Depuis 2013, Statistique Canada a adopté une nouvelle méthodologie pour mesurer les revenus totaux de l'industrie de la distribution de films et de vidéos. Pour cette raison, les chiffres déclarés avant et après 2012 pourraient ne pas être directement comparables aux fins de l'analyse des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

S.O. : Aucune donnée disponible.

* 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 forfait d'œuvres audiovisuelles et d'autres sources.

** Depuis 2011, Statistique Canada publie seulement les données tous les deux ans. Par conséquent, aucune donnée n'est disponible pour 2012, 2014, 2016, 2018, 2020 et 2022.

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



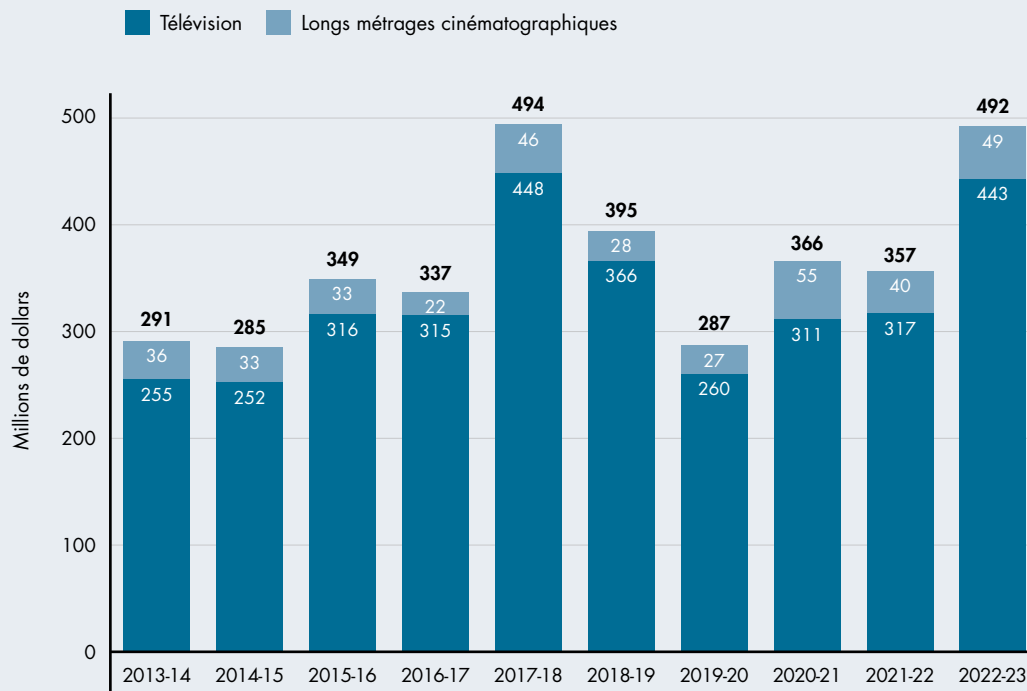
Source : Statistique Canada, tableau 21-10-0074-01.

Remarque : Comme les chiffres ont été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués.

* Depuis 2011, Statistique Canada publie seulement les données tous les deux ans. Par conséquent, aucune donnée n'est disponible pour 2012, 2014, 2016, 2018, 2020 et 2022.

INVESTISSEMENT DANS LES 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 : Comme les chiffres ont été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués.

9. Télédiffusion

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

- Le sous-segment de la **télévision traditionnelle privée** comprend les diffuseurs privés qui exploitent un réseau hertzien pour diffuser leur contenu dans les foyers³⁸.
- 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** qui mènent des activités au Québec, en Ontario et en Colombie-Britannique.
- Les services **facultatifs et sur demande**, qui sont seulement offerts par les fournisseurs de télévision par câble, de télévision directe par satellite ou de télévision sur IP. Les services facultatifs offrent habituellement des émissions de sports, des nouvelles 24 heures sur 24, des films, des émissions sur les 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.

Les statistiques financières relatives aux revenus totaux de l'industrie de la radiodiffusion et aux dépenses totales en émissions canadiennes ne couvrent que l'année de radiodiffusion 2022, allant du 1^{er} septembre 2021 au 31 août 2022, car le CRTC n'a pas encore fourni d'informations pour l'année de radiodiffusion 2023. Toutefois, les statistiques sur les grands groupes de radiodiffusion relatives aux dépenses en émissions canadiennes (DEC), aux émissions d'intérêt national³⁹ (EIN) et aux productions indépendantes sont disponibles à partir de l'année de radiodiffusion 2023 et les informations relatives à ces groupes, à partir de cette année, sont présentées dans cette section.

Faits saillants de 2021-2022



- Les revenus de l'industrie de la radiodiffusion ont augmenté de 1,9 % pour atteindre 6,8 milliards de dollars au cours de l'année de radiodiffusion 2022 (du 1^{er} septembre 2021 au 31 août 2022).
- Les revenus des diffuseurs traditionnels privés ont augmenté de 5,1 % pour atteindre 1,5 milliard de dollars.
- Les revenus des services de nouvelles nationales et de sports ont augmenté de 15,4 % pour atteindre 1,8 milliard de dollars.
- Les dépenses totales en émissions canadiennes de l'industrie ont augmenté de 13,1 % pour atteindre 3,2 milliards de dollars, y compris une augmentation de 22,9 % pour atteindre 1,2 milliard de dollars pour les services de nouvelles nationales et de sports.
- Augmentation des DEC pour les services facultatifs – Les autres services ont augmenté de 1,5 % pour atteindre 552 millions de dollars.
- Les DEC des stations traditionnelles privées ont augmenté de 14,3 % pour atteindre 753 millions de dollars, tout comme celles de CBC/Radio Canada, qui ont augmenté de 7,9 % pour atteindre 568 millions de dollars.



- Les revenus des services de télévision traditionnelle de CBC/Radio Canada ont diminué de 7,4 % au cours de l'année de radiodiffusion 2022 en raison d'une réduction de ses crédits parlementaires annuels.
- Les revenus des services facultatifs (autres que les nouvelles et les sports) ont diminué de 3,4 % pour atteindre 2,1 milliards de dollars.
- En proportion des revenus de l'année précédente, les DEC de Radio Canada ont diminué en 2022, passant de 58,2 % à 54,8 %.
- En proportion des revenus de l'année précédente, les DEC de Radio Canada et ses dépenses consacrées aux EIN ont diminué en 2022, passant de 55,3 % à 52,0 % et de 19,8 % à 18,6 %, respectivement.

³⁸ La vaste majorité des foyers canadiens reçoivent maintenant les signaux de télévision traditionnelle par les fournisseurs de télévision par câble, de télévision directe par satellite ou de télévision sur IP.

³⁹ Comprend les comédies et les dramatiques canadiens; les documentaires de longue durée; les émissions de remise de prix de langue anglaise; et les émissions de musique, de danse et de variétés de langue française.

Faits saillants de 2022-2023



- Les DEC des grands groupes de propriété en radiodiffusion ont augmenté de 13,7 % pour atteindre 2 milliards de dollars en 2022, 28,3 % de l'augmentation respective des DEC provenant des services de nouvelles nationales et de sports.
- En pourcentage des revenus de l'année précédente, les DEC des groupes de radiodiffusion de langue anglaise ont légèrement augmenté pour atteindre 30,8 %, tandis que les groupes de langue française ont enregistré des augmentations plus importantes pour atteindre 62,6 % des revenus de l'année précédente.
- Les dépenses consacrées aux émissions d'intérêt national (EIN) par les groupes de radiodiffusion de langue anglaise ont légèrement augmenté pour atteindre 7,4 % des revenus de l'année précédente, avec une augmentation similaire de la part de CBC/Radio Canada, à 29,8 %, mais une augmentation beaucoup plus importante de la part des groupes de radiodiffusion de langue française, de 21,3 % à 29,8 % en 2022, par rapport aux revenus de l'année précédente.
- Les dépenses des grands groupes de propriété en radiodiffusion en faveur de la production indépendante canadienne ont augmenté de 20,8 % en 2022.

L'augmentation des revenus des services de télévision privée du Canada a contribué à compenser les baisses enregistrées par les diffuseurs publics fédéraux et provinciaux au cours de l'année de radiodiffusion 2022 (du 1^{er} septembre 2021 au 31 août 2022), ce qui a donné lieu à une augmentation de 1,9 % des revenus de l'ensemble de l'industrie canadienne de la télédiffusion pour atteindre 6,7 milliards de dollars (tableau 9-1). Néanmoins, les revenus totaux dans l'industrie canadienne de la télédiffusion en 2022 demeuraient inférieurs de 10,5 % au record de 7,56 milliards atteint en 2014.

En ce qui concerne plus particulièrement le segment des services facultatifs - le plus important de l'industrie canadienne de la télédiffusion - les revenus totaux ont légèrement augmenté en 2022 (tableau 9-1). Cette augmentation globale s'explique en partie par l'augmentation de 15,4 % des revenus des services de nouvelles nationales et de sports, à 1,8 milliard de dollars, qui a plus que compensé la baisse de 3,4 % des revenus des autres services facultatifs, qui s'élèvent à 2,1 milliards de dollars.

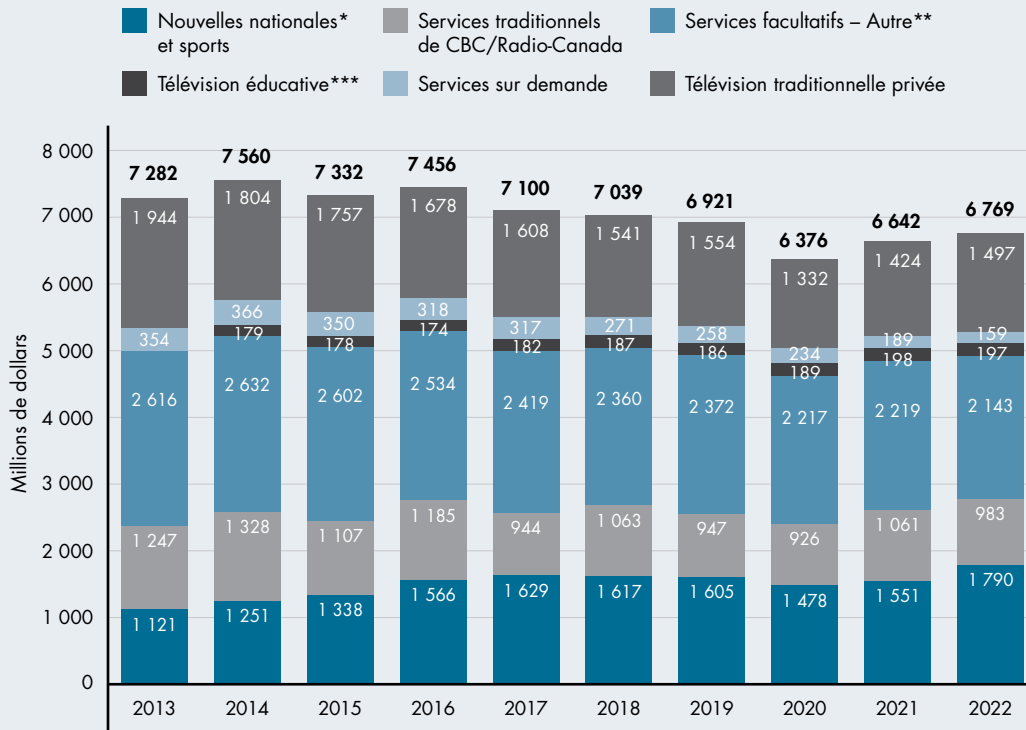
Stimulés par la hausse des recettes publicitaires, les revenus du segment de la télévision traditionnelle privée au Canada ont augmenté de 5,1 % pour atteindre 1,50 milliard de dollars (tableau 9-1) pour les services de télévision traditionnelle privée. Néanmoins, les revenus de la télévision traditionnelle privée ont été inférieurs de 23 % à ceux de 2013.

CBC/Radio Canada a également bénéficié d'un marché publicitaire plus porteur. Ses recettes publicitaires ont augmenté de 5,7 % en 2022. Toutefois, cette augmentation des recettes publicitaires n'a pas suffi à compenser une baisse de 9,4 % des crédits parlementaires de CBC/Radio Canada, ce qui a entraîné une diminution globale de 7,4 % de ses revenus totaux (tableau 9-1).

Les niveaux de dépenses des diffuseurs canadiens au titre des DEC, des EIN et des productions indépendantes canadiennes ont tous été plus élevés en 2023 (tableaux 9-4, 9-6 et 9-8). Toutefois, il est important de noter que ces niveaux élevés de dépenses ont suivi plusieurs années de dépenses historiquement faibles en raison de la pandémie. En effet, les dépenses annuelles moyennes des diffuseurs canadiens au titre des DEC, des EIN et des productions indépendantes au Canada entre 2020 et 2022 ont été inférieures à la moyenne observée au cours de la période 2013-2019.

REVENUS

Tableau 9-1 Revenus totaux du secteur canadien de la diffusion, par segment de service



Source : Données des relevés statistiques et financiers du CRTC.

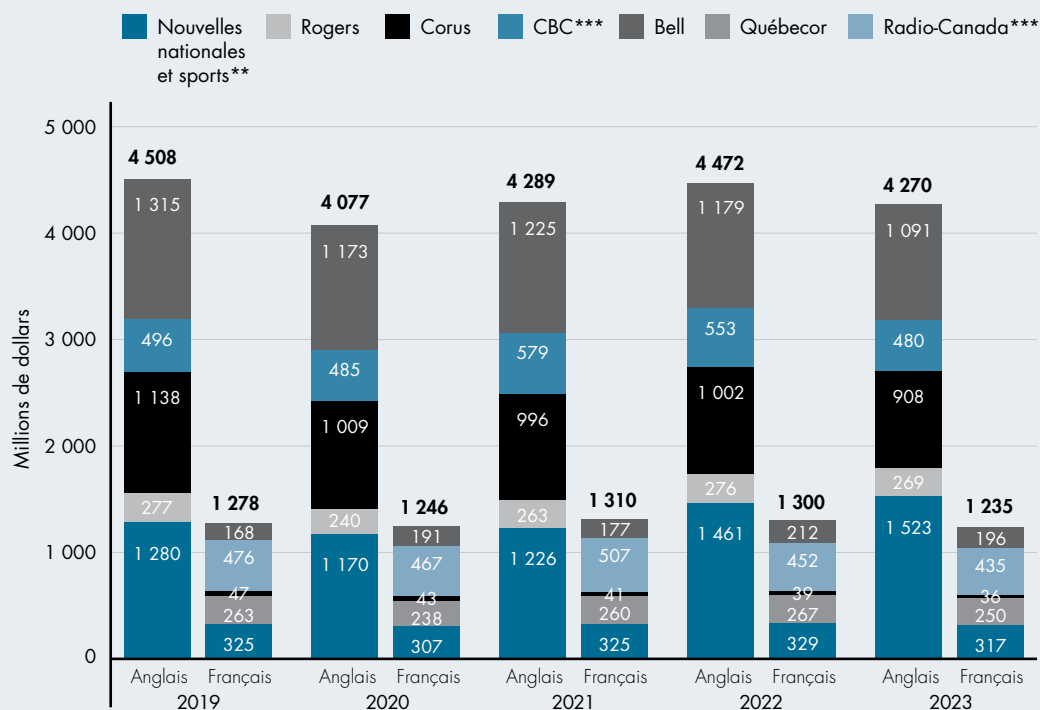
Remarque : Comme les chiffres ont été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués.

* Comprend les services facultatifs suivants : CTV News Channel, CBC News Network, TSN, Sportsnet, Sportsnet One, LCN, ICI RDI, TVA Sports et RDS.

** Comprend les revenus gagnés par les services facultatifs appartenant à CBC/Radio-Canada, autres que les services de nouvelles nationales (c.-à-d. CBC News Network et ICI RDI).

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

Tableau 9-2 Total des revenus, par grand groupe de diffusion*



Source : Données du CRTC tirées des *rapports annuels cumulés* déposés par les groupes de diffusion.

Remarque : Comme les chiffres ont été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués.

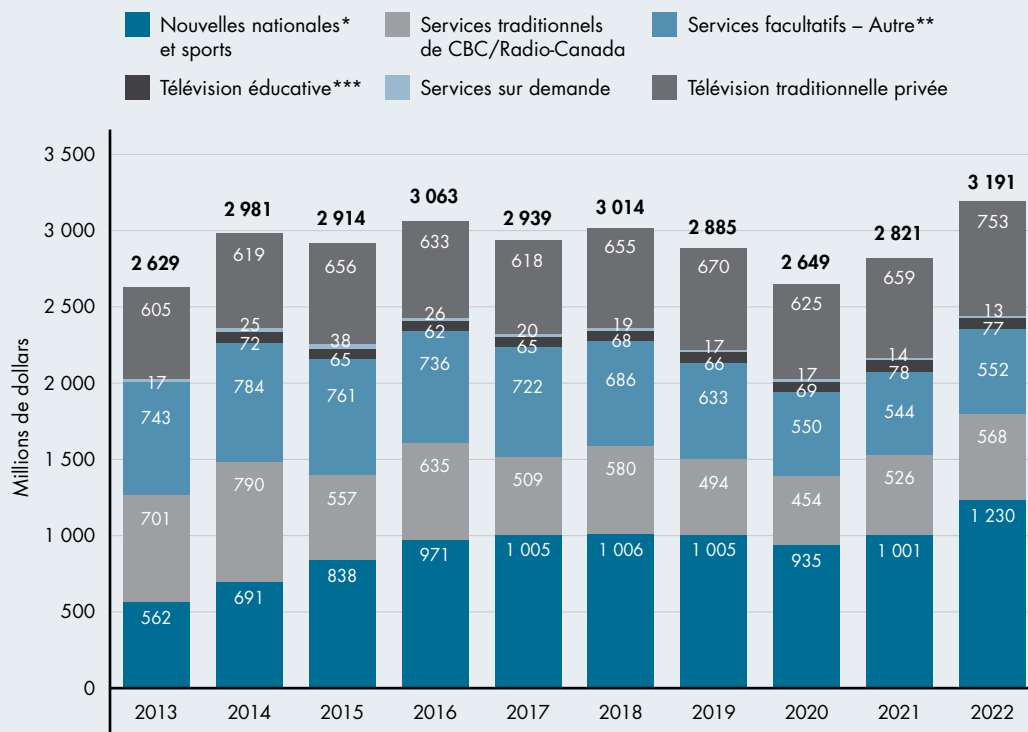
* Groupe désigné du CRTC.

** Les données pour 2023 sont des estimations, car elles ne sont pas encore publiées par service individuel.

*** Bien que CBC et Radio-Canada ne soient pas des groupes désignés, les chiffres respectifs pour la télévision traditionnelle et les services facultatifs (à l'exclusion des services de nouvelles nationales) sont fournis à des fins de comparaison.

DÉPENSES DE PROGRAMMATION DES RADIODIFFUSEURS CANADIENS

Tableau 9-3 Total des dépenses en émissions canadiennes (DEC), par segment de service



Source : Données des relevés statistiques et financiers du CRTC.

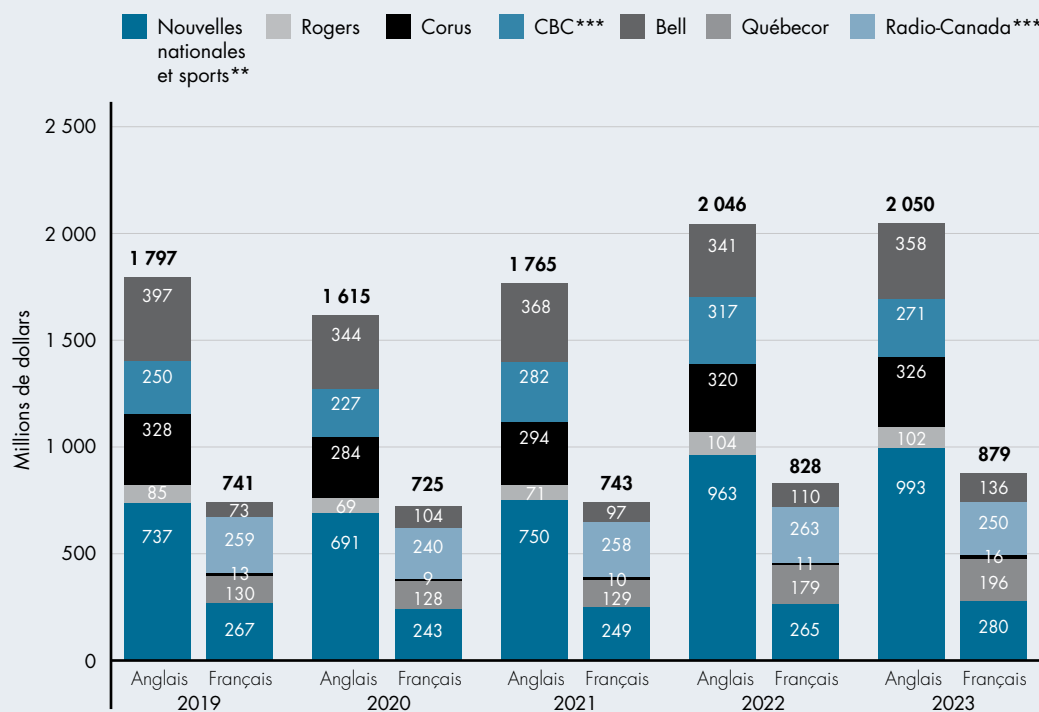
Remarque : Comme les chiffres ont été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués.

* Comprend les services facultatifs suivants : CTV News Channel, CBC News Network, TSN, Sportsnet, Sportsnet One, LCN, ICI RDI, TVA Sports et RDS.

** Comprend les revenus gagnés par les services facultatifs appartenant à CBC/Radio-Canada, autres que les services de nouvelles nationales et de CBC News Network et ICI RDI.

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

Tableau 9-4 Total des dépenses en émissions canadiennes (DEC), par grand groupe de diffusion*



Source : Données tirées des rapports annuels cumulés déposés par les groupes de diffusion.

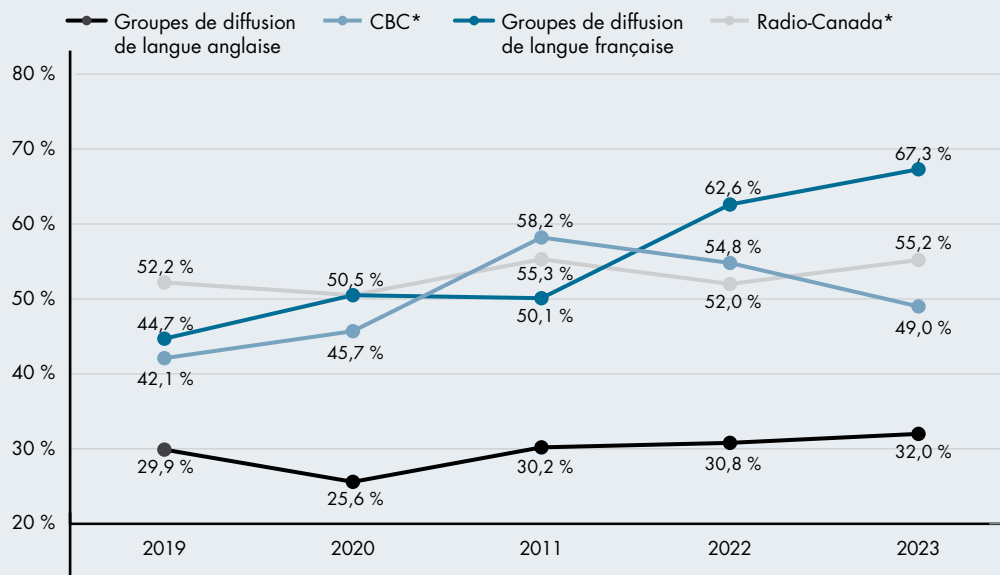
Remarque : Comme les chiffres ont été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués.

* Groupe désigné du CRTC.

** Les données pour 2023 sont des estimations, car elles ne sont pas encore publiées par service individuel.

*** Bien que CBC et Radio-Canada ne soient pas des groupes désignés, les chiffres respectifs pour la télévision traditionnelle et les services facultatifs (à l'exclusion des services de nouvelles nationales) sont fournis à des fins de comparaison.

Tableau 9-5 Dépenses en émissions canadiennes en tant que part des revenus de l'année précédente

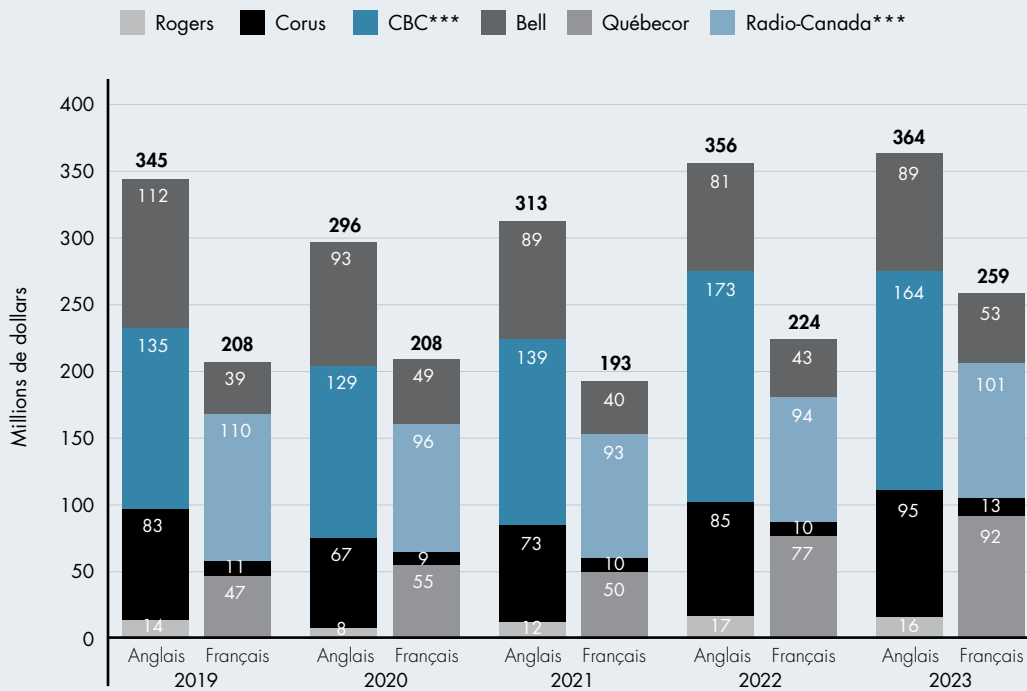


Source : Données tirées des rapports annuels cumulés déposés par les groupes de diffusion.

Remarque : Comme les chiffres ont été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués.

* Comprend la télévision traditionnelle et les services facultatifs, mais exclut les services de nouvelles nationales (CBC News Network et ICI RDI).

Tableau 9-6 Émissions d'intérêt national* (EIN), par groupe de diffusion**



Source : Données tirées des rapports annuels cumulés déposés par les groupes de diffusion.

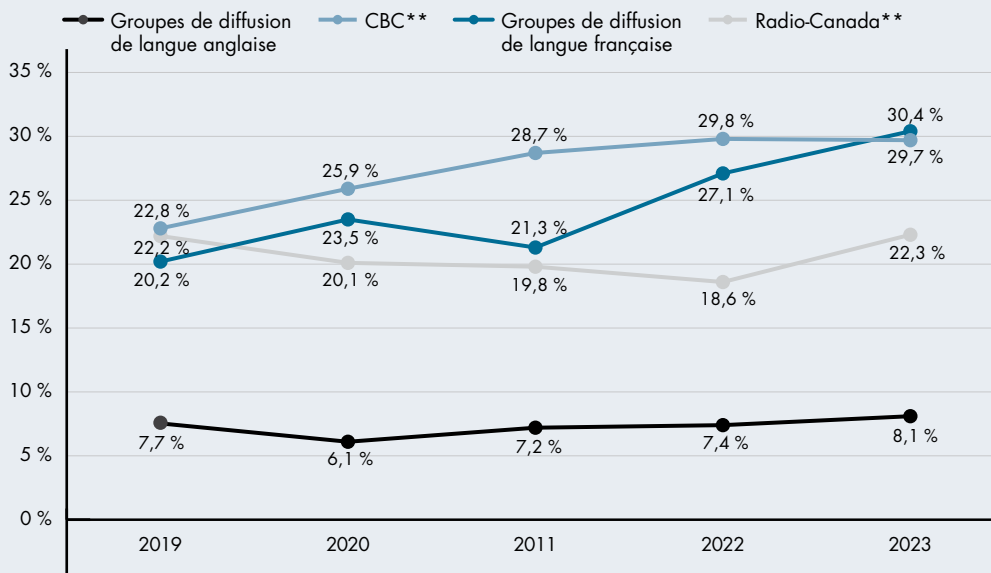
Remarque : Comme les chiffres ont été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués.

* Comprend les émissions dramatiques et comique, les documentaires de longue durée, la musique, la danse et les variétés (en français seulement) ainsi que les émissions de remises de prix (en anglais seulement).

** Groupe désigné du CRTC.

*** Les totaux des EIN pour CBC et Radio-Canada sont des estimations basées en partie sur les données du CRTC et incluront également les dépenses des services de nouvelles nationales (CBC News Network and ICI RDI).

Tableau 9-7 EIN* en tant que part des revenus de l'année précédente

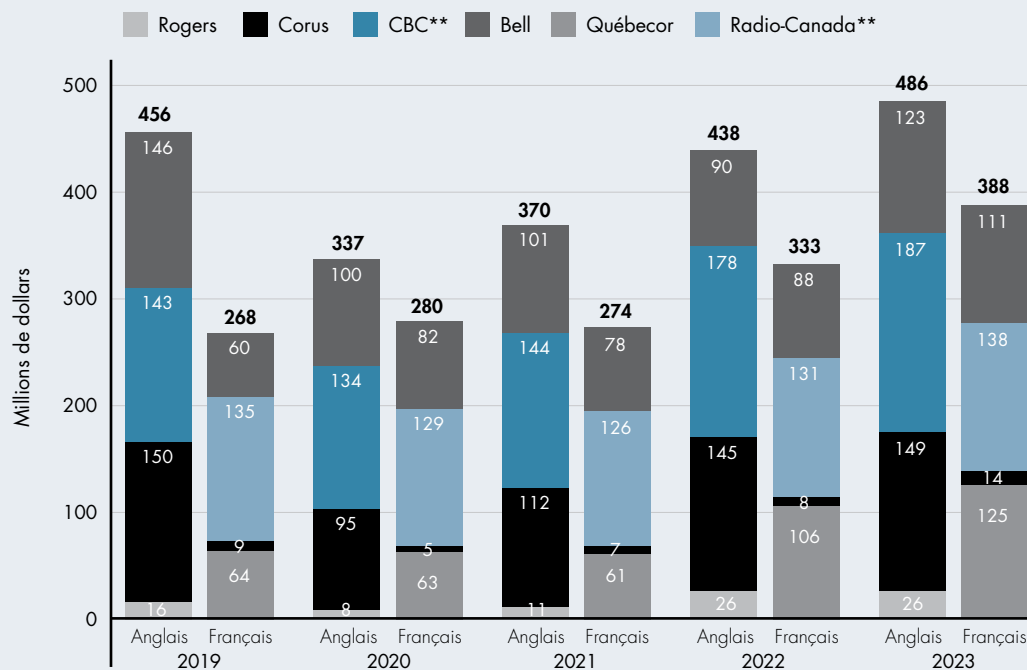


Source : Données tirées des rapports annuels cumulés déposés par les groupes de diffusion.

Remarque : Comme les chiffres ont été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués.

* Comprend les émissions dramatiques et comiques, les documentaires de longue durée, la musique, la danse et les variétés (en français seulement) et les émissions de remises de prix (en anglais seulement).

** Les totaux des EIN pour CBC et Radio-Canada sont des estimations basées en partie sur les données du CRTC et incluront également les dépenses des services de nouvelles nationales (CBC News Network and ICI RDI).

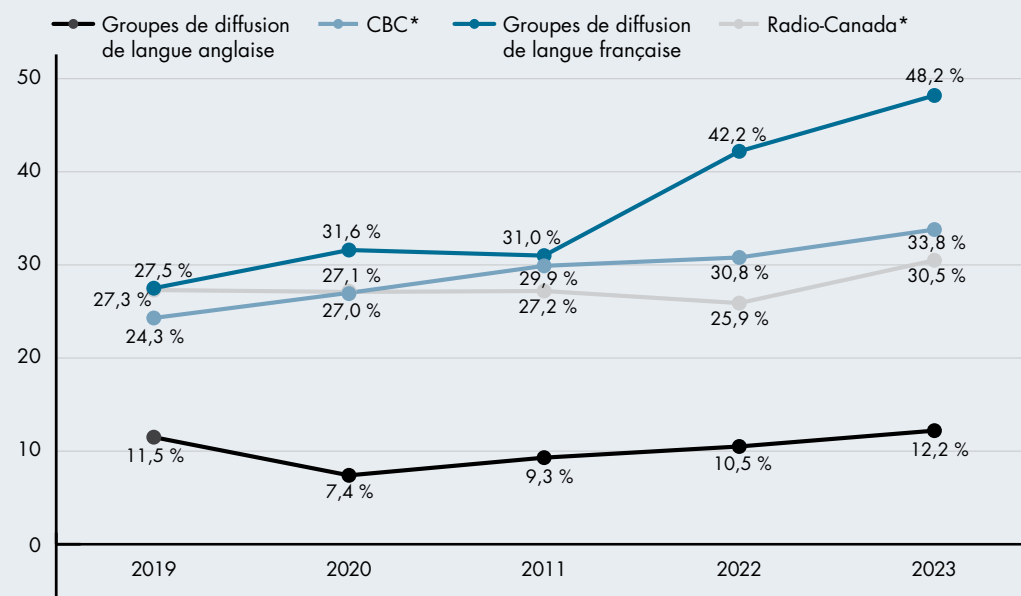
Tableau 9-8 Dépenses des diffuseurs canadiens au titre de productions indépendantes par grand groupe de diffusion*


Source : Données tirées des *rapports annuels cumulés* déposés par les groupes de diffusion.

Remarque : Comme les chiffres ont été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués.

* Groupe désignés du CRTC.

** Bien que CBC et Radio-Canada ne soient pas des groupes désignés, les chiffres respectifs pour la télévision traditionnelle et les services facultatifs (à l'exclusion des services de nouvelles nationales) sont fournis à des fins de comparaison.

Tableau 9-9 Productions indépendantes en tant que part des revenus de l'année précédente


Source : Données tirées des *rapports annuels cumulés* déposés par les groupes de diffusion.

Remarque : Comme les chiffres ont été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués.

* Comprend la télévision traditionnelle et les services facultatifs, mais exclut les services de nouvelles nationales (CBC News Network et ICI RDI).

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 en ligne, l'industrie de la diffusion en salles demeure une fenêtre de diffusion importante pour les longs métrages au Canada. En 2022 (plus récente année de données publiées par Statistique Canada), le Canada comptait plus de 2 677 écrans de cinéma ayant vendu plus de 56 millions de billets⁴⁰. En 2018, plus de 96 millions de billets de cinéma avaient été vendus⁴¹.

Faits saillants de 2023



- Les revenus de l'industrie de la diffusion en salles ont augmenté de 14,2 % pour s'établir à 1,66 milliard de dollars, affichant un rebond par rapport au ralentissement observé en 2022.
- Les recettes-guichet totales ont augmenté de 32,9 % pour atteindre 889 millions de dollars.
- Les recettes-guichet des films canadiens au Canada ont grimpé de 148,8 % pour atteindre à 29 millions de dollars.
- La part des recettes-guichet générées par des films canadiens a augmenté à 3,3 %.
- Sur le marché francophone, les recettes-guichet des films canadiens sont passées à 18,7 millions de dollars et leur part à 17,5 %.
- Sur le marché anglophone, les recettes-guichet des films canadiens sont passées à 10,6 millions de dollars et leur part à 1,4 %.



- Le nombre de longs métrages canadiens diffusés en salles au Canada est demeuré pratiquement inchangé en 2023, passant de 129 à 128⁴².



- La proportion de films canadiens par rapport au total des nouvelles sorties dans les cinémas canadiens a diminué de 16,1 %, leur part en déclin à 14,0 %.

⁴⁰ Statistique Canada (2023), tableau 21-10-0180-01.

⁴¹ Statistique Canada (2019), tableau 21-10-0180-01.

⁴² Il est 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, car certains films à l'affiche peuvent, par exemple, avoir été produits au cours des années précédentes.

En 2023, l'industrie canadienne de la diffusion en salles a continué de se remettre des effets des fermetures en raison de la COVID-19 en 2020; toutefois, elle n'a toujours pas retrouvé son niveau de recettes-guichet d'avant la pandémie. En effet, malgré une augmentation de 32,9 % des recettes-guichet totales en 2023 (889 millions de dollars), ce chiffre demeurait 12,1 % inférieur à celui de 2019 (1,01 milliard de dollars), juste avant le début de la pandémie de COVID-19 au Canada (tableau 10-3).

Les recettes-guichet générées au Canada en 2023 correspondaient aux tendances mondiales. À l'échelle mondiale, les lancements de *Barbie* et d'*Oppenheimer* à l'été 2023 ont contribué à ramener le public de masse dans les cinémas de nombreux pays. Toutefois, bien que les recettes-guichet mondiales aient augmenté d'environ 30 % par rapport à 2022, on s'attendait à ce qu'elles soient de 15 % inférieures aux niveaux d'avant la pandémie (c.-à-d. la moyenne des recettes-guichet mondiales de 2017 à 2019)⁴³.

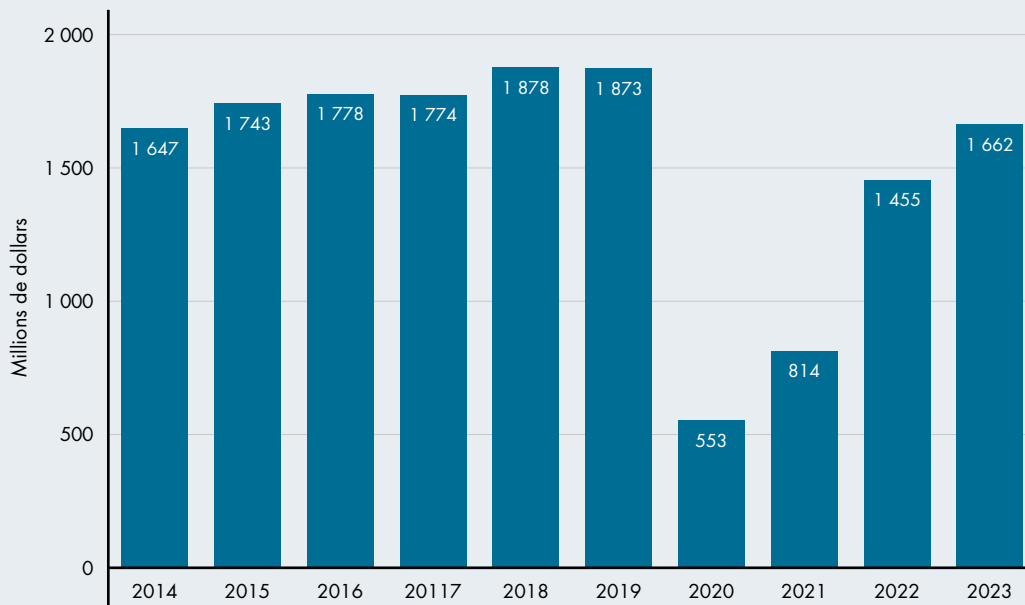
Au Canada, les recettes-guichet totales ont augmenté de 32,9 % en 2023 (tableau 10-3), contribuant à une hausse des recettes totales de l'industrie (y compris les ventes d'aliments et de boissons, la publicité et d'autres revenus) de 14,2 % pour atteindre 1,66 milliard de dollars (tableau 10-1). Alors que les recettes-guichet et les revenus de l'industrie ont continué de s'améliorer à l'échelle mondiale en 2023, le rendement des recettes-guichet des films canadiens s'est amélioré à un rythme légèrement plus rapide, ce qui a permis aux films canadiens d'accroître leur part de marché. Les films canadiens ont rapporté au total 29 millions de dollars en 2023, par rapport à 12 millions en 2022, portant leur part des recettes-guichet de 1,8 % à 3,3 % (tableaux 10-3 et 10-4).

L'amélioration du rendement des recettes-guichet des films canadiens a été observée sur les deux marchés linguistiques. Sur le marché francophone, sept films canadiens ont généré des recettes-guichet de plus de 1 million de dollars au Canada en 2023, cela qui a contribué à pratiquement doubler les recettes-guichet totales pour atteindre 18,7 millions de dollars et porter à 17,5 % la part des films canadiens (tableau 10-6). Sur le marché anglophone, *Paw Patrol: The Mighty Movie* et *BlackBerry* ont contribué à faire grimper les recettes-guichet des films canadiens à 10,6 millions de dollars, soit le plus haut niveau depuis 2014. La part des recettes-guichet des films canadiens dans le marché anglophone a augmenté à 1,4 % par rapport à seulement 0,4 % en 2022.

⁴³ Gower Street Analytics (2024), « Gower Street Analytics estimates 2023 global box office hit \$33.9 billion », 4 janvier 2024.

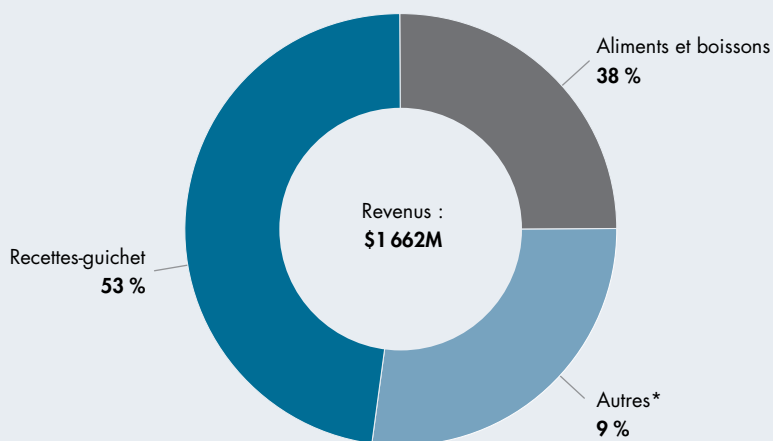
TOTAL DES REVENUS

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 Cinplex 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 Cinplex 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 évoluées. 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, en plus d'offrir aux spécialistes de l'industrie la possibilité de discuter entre eux et avec les cinéastes. Durant 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. Toutefois, en 2023, la plupart des festivals ont repris leur programmation en direct, tout en maintenant leur programmation numérique.

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 2022-2023, dans le cadre de son soutien à la promotion des films canadiens, Téléfilm Canada a octroyé des fonds s'élevant à 12,2 millions de dollars à l'appui de 150 festivals de films canadiens et de 86 événements et initiatives de l'industrie au Canada⁴⁴. Ces 150 festivals étaient 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 plusieurs petits festivals régionaux qui fonctionnent sans grand financement public⁴⁵. Sur les 150 festivals de cinéma financés, 76 se déroulaient dans les régions⁴⁶ et 43 étaient axés sur la diversité et l'inclusion⁴⁷.

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 2022-2023⁴⁸.

Dans le cadre d'une aide financière d'un montant de 15 millions de dollars dédiée aux activités promotionnelles nationales et internationales, Téléfilm Canada a aussi soutenu la projection de films canadiens ou leur commercialisation dans 40 festivals, marchés et événements internationaux⁴⁹.

⁴⁴ Téléfilm Canada (2023). *Plein écran – Rapport annuel 2022-2023*, p. 13.

⁴⁵ Téléfilm Canada utilise les termes « régional » et « régions » pour désigner toute région située à l'extérieur d'un rayon de 150 km du centre-ville de Montréal ou de Toronto.

⁴⁶ Tous les secteurs situés à l'extérieur d'un rayon de 150 km du centre-ville de Montréal ou de Toronto.

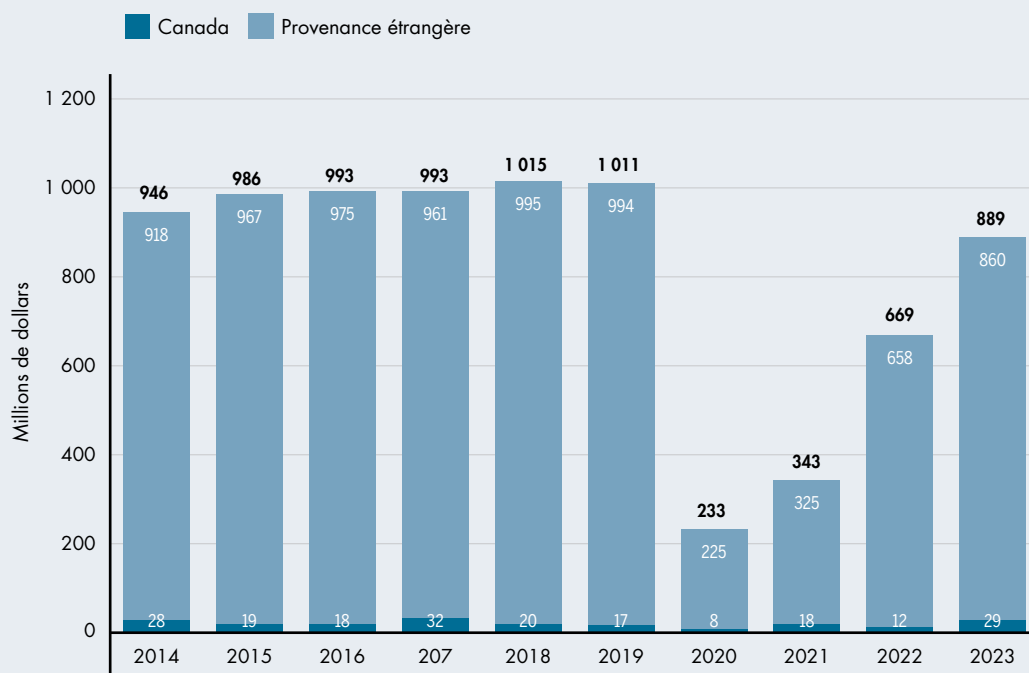
⁴⁷ Téléfilm Canada (2023). *Plein écran – Rapport annuel 2022-2023*, p. 45.

⁴⁸ Ministère du Patrimoine canadien (2021), « Document d'information – Maintien du soutien apporté aux organismes voués aux arts, à la culture, au patrimoine et au sport », 28 juin 2021.

⁴⁹ Téléfilm Canada (2023). *Plein écran – Rapport annuel 2022-2023*, p. 13.

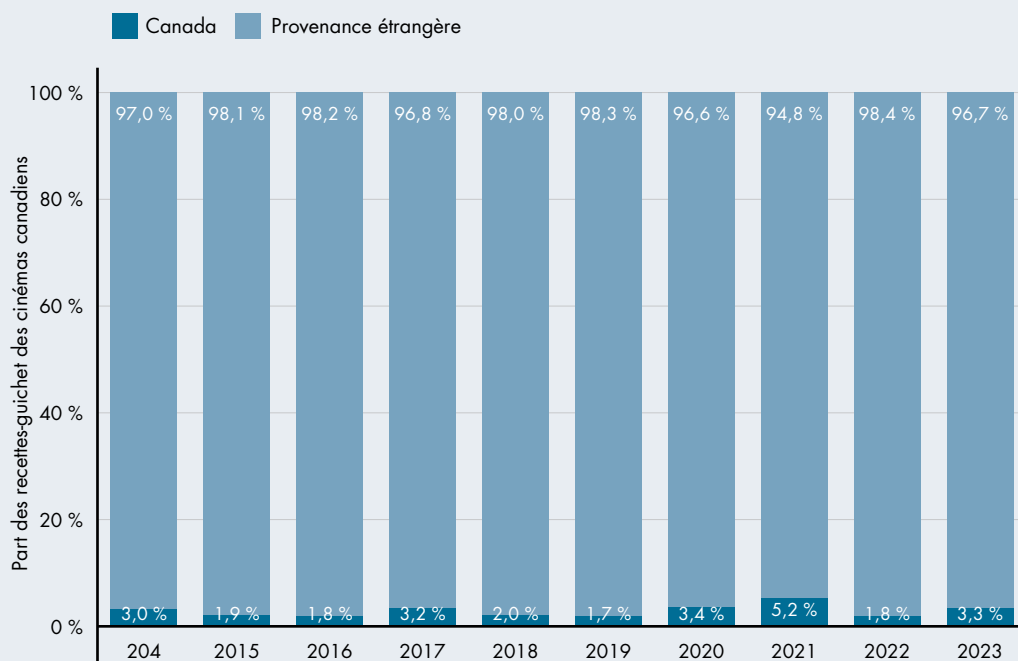
TENDANCES RELATIVES AUX RECETTES-GUICHET AU PAYS

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



Source : Association des cinémas du Canada.

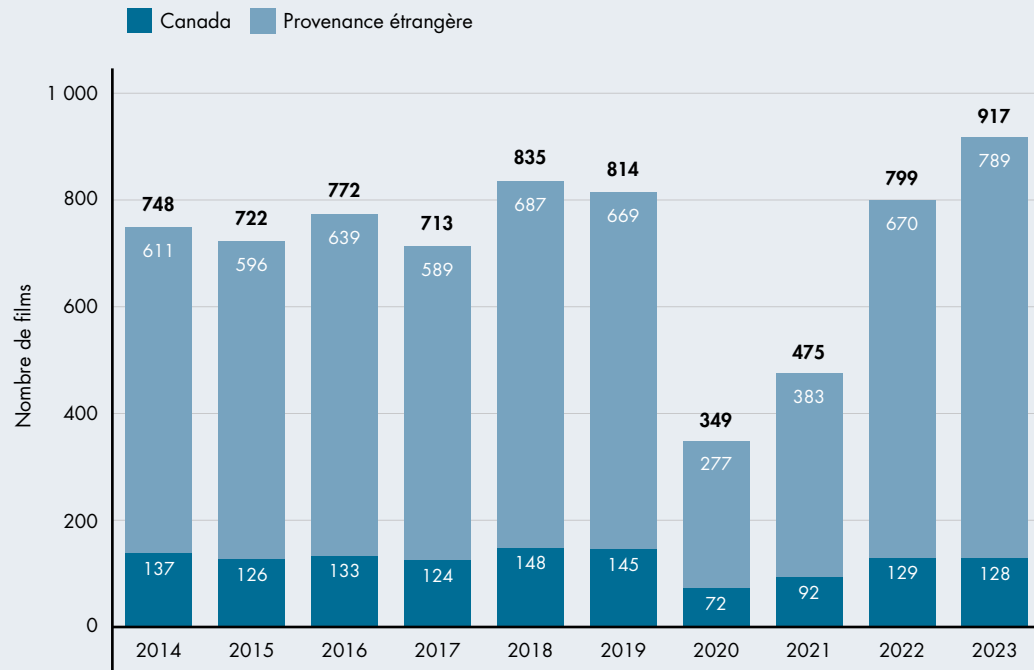
Tableau 10-4 Part des recettes-guichet totales au Canada, par pays de production



Source : Association des cinémas du Canada.

Remarque : Comme les chiffres ont été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués.

Eableau 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 comprennent uniquement les longs métrages diffusés pour la première fois en salles au cours d'une année donnée. Par exemple, les statistiques pour 2023 ne comprennent que le nombre de films diffusés dans les salles canadiennes pour la première fois en 2023.

RECETTES-GUICHET PAR MARCHÉ LINGUISTIQUE

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

Marché francophone	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
(M\$)										
Recettes-guichet des longs métrages canadiens	12,1	13,8	10,3	23,6	15,8	14,0	6,0	10,8	9,7	18,7
Recettes-guichet des longs métrages étrangers	108,4	115,2	108,7	103,9	101,6	105,4	28,3	38,4	69,7	88,4
Total des recettes-guichet des longs métrages	120,5	129,0	119,0	127,5	117,4	119,4	34,3	49,2	79,4	107,1
Part des longs métrages canadiens	10,0 %	10,7 %	8,7 %	18,5 %	13,5 %	11,7 %	17,5 %	22,1 %	12,2 %	17,5 %
Nombre de longs métrages en salles au Canada										
Canadiens	91	84	104	95	112	111	68	78	95	117
Étrangers	280	280	291	289	318	345	236	213	262	283
Total	371	364	395	384	430	456	304	291	357	400
Proportion de longs métrages étrangers et canadiens	3,1	3,3	2,8	3,0	2,8	3,1	3,5	2,7	2,8	2,4
Marché anglophone										
(M\$)										
Recettes-guichet des longs métrages canadiens	16,3	4,9	7,4	8,6	4,6	3,1	1,7	6,9	2,1	10,6
Recettes-guichet des longs métrages étrangers	809,1	852,2	866,4	857,3	893,1	888,7	196,9	287,0	587,9	771,7
Total des recettes-guichet des longs métrages	825,3	857,1	873,8	865,9	897,7	891,8	198,6	293,9	590,0	782,3
Part des longs métrages canadiens	2,0 %	0,6 %	0,8 %	1,0 %	0,5 %	0,3 %	0,9 %	2,3 %	0,4 %	1,4 %
Nombre de longs métrages en salles au Canada										
Canadiens	121	102	113	113	120	132	87	84	136	156
Étrangers	870	803	973	949	1 058	1 084	774	703	1 039	1 261
Total	991	905	1 086	1 062	1 178	1 216	861	787	1 175	1 417
Proportion de longs métrages étrangers et canadiens	7,2	7,9	8,6	8,4	8,8	8,2	8,9	8,4	7,6	8,1

Source : Association des cinémas du Canada.

Remarque : Comme les chiffres ont été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués.

HAUT DU CLASSEMENT DES LONGS MÉTRAGES PAR MARCHÉ LINGUISTIQUE

Tableau 10-7 Les 10 longs métrages canadiens les plus populaires sur le marché anglophone, 2023

Titre	Recettes-guichet* (M\$)	Langue de production originale
1. <i>Paw Patrol: The Mighty Movie</i>	5,95	Anglais
2. <i>BlackBerry</i>	1,08	Anglais
3. <i>Infinity Pool</i>	0,54	Anglais
4. <i>La légende du Papillon</i>	0,36	Français-anglais
5. <i>Bones of Crows</i>	0,33	Anglais-Cri
6. <i>Toupie et Binou, le film</i>	0,31	Français
7. <i>Katak, le brave béluga</i>	0,30	Français
8. <i>Brother</i>	0,16	Anglais
9. <i>I Like Movies</i>	0,14	Anglais
10. <i>Skinamarink</i>	0,11	Anglais

Source : Association des cinémas du Canada.

* Recettes-guichet obtenues entre le 1^{er} janvier et le 31 décembre 2023. 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 sur le marché francophone, 2023

Titre	Recettes-guichet* (M\$)	Langue de production originale
1. <i>Le temps d'un été</i>	2,18	Français
2. <i>Testament</i>	1,73	Français
3. <i>Les hommes de ma mère</i>	1,71	Français
4. <i>Paw Patrol: The Mighty Movie</i>	1,53	Anglais
5. <i>Katak, le brave béluga</i>	1,48	Français
6. <i>Ru</i>	1,36	Français
7. <i>Simple comme Sylvain</i>	1,01	Français
8. <i>Le plongeur</i>	0,95	Français
9. <i>La cordonnère</i>	0,72	Français
10. <i>Coco ferme</i>	0,58	Français

Source : Association des cinémas du Canada.

* Recettes-guichet obtenues entre le 1^{er} janvier et le 31 décembre 2023. 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 sur le marché anglophone, 2023

Titre	Recettes-guichet* (M\$)	Pays d'origine
1. <i>Barbie</i>	64,82	É.-U. et Royaume-Uni
2. <i>The Super Mario Bros. Movie</i>	51,72	É-U et Japon
3. <i>Oppenheimer</i>	37,98	É.-U. et Royaume-Uni
4. <i>Avatar: The Way of Water</i>	37,91	États-Unis
5. <i>Spider-Man: Across the Spider-Verse</i>	32,36	États-Unis
6. <i>Guardians of the Galaxy Vol. 3</i>	29,34	É.-U. et Nouvelle-Zélande
7. <i>Mission: Impossible - Dead Reckoning Part One</i>	21,15	États-Unis
8. <i>John Wick: Chapter 4</i>	20,25	É.-U. et Allemagne
9. <i>Ant-Man and the Wasp: Quantumania</i>	19,43	É.-U. et Australie
10. <i>Taylor Swift: The Eras Tour</i>	16,33	États-Unis

Source : Association des cinémas du Canada.

* Recettes-guichet obtenues entre le 1^{er} janvier et le 31 décembre 2023. 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 sur le marché francophone, 2023

Titre	Recettes-guichet* (M\$)	Pays d'origine
1. <i>Avatar: The Way Of Water</i>	8,68	États-Unis
2. <i>The Super Mario Bros. Movie</i>	8,39	É-U et Japon
3. <i>Barbie</i>	5,75	É.-U. et Royaume-Uni
4. <i>Elemental</i>	2,81	États-Unis
5. <i>Oppenheimer</i>	2,78	É.-U. et Royaume-Uni
6. <i>Guardians of the Galaxy Vol. 3</i>	2,48	É.-U. et Nouvelle-Zélande
7. <i>Puss in Boots: The Last Wish</i>	2,47	États-Unis
8. <i>Mission: Impossible - Dead Reckoning Part One</i>	2,42	États-Unis
9. <i>Indiana Jones and the Dial of Destiny</i>	2,40	États-Unis
10. <i>Le temps d'un été</i>	2,18	Canada

Source : Association des cinémas du Canada.

* Recettes-guichet obtenues entre le 1^{er} janvier et le 31 décembre 2023. 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 télévision par câble, de télévision directe par satellite et de télévision sur protocole Internet (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 télévision par câble, de télévision directe par satellite et de télévision sur IP sont appelés les entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR) et forment collectivement l'industrie des EDR.

Faits saillants de 2022



- Les abonnés aux services de télévision sur IP ont augmenté de 28 % pour atteindre 5,5 millions⁵⁰.



- Le nombre d'abonnés aux services des EDR a diminué de 2,9 % pour s'établir à 9,7 millions.
- Les revenus des EDR ont diminué de 5,2 % pour s'établir à 7,4 milliards de dollars.
- Les contributions des EDR à la production canadienne ont diminué de 1,8 % pour atteindre 390 millions de dollars.

⁵⁰ Une partie de l'augmentation du nombre d'abonnés aux services de télévision sur IP est due à la migration des certains abonnés de la télévision par câble vers une plateforme de distribution sur IP.

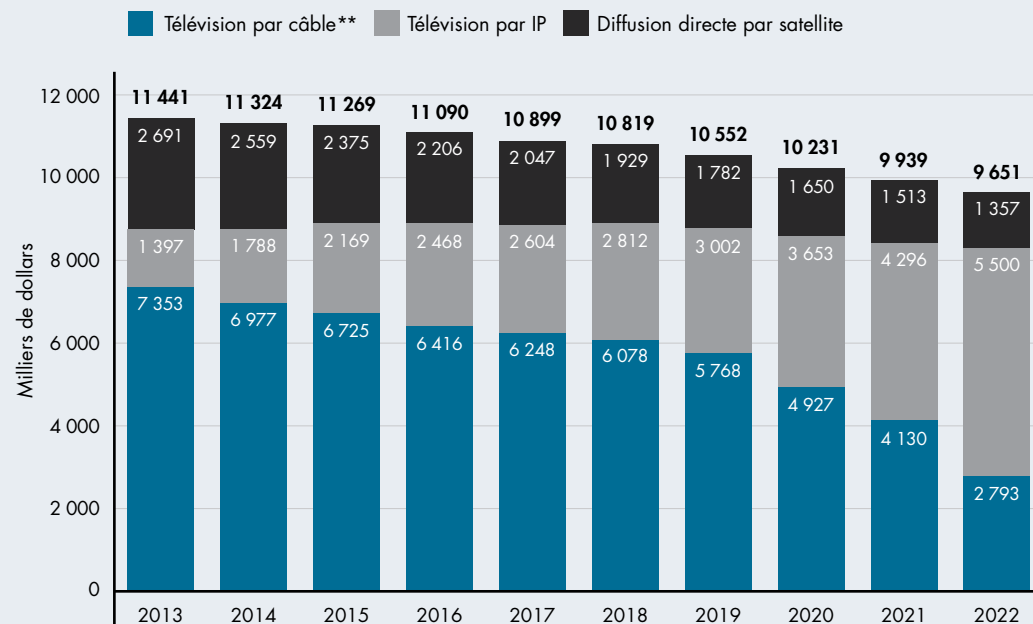
Les dernières données disponibles proviennent des rapports annuels du CRTC déposés pour l'année de radiodiffusion 2022 (du 1^{er} septembre 2021 au 31 août 2022). L'industrie canadienne des EDR a continué de connaître un taux important de désabonnements au cours de l'année 2022. Selon les statistiques 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 2022, l'industrie des EDR a perdu 288 000 abonnés, soit 2,9 % de la base d'abonnés à la fin de 2021. Depuis 2019, l'industrie canadienne des EDR perd en moyenne 2,9 % des abonnés annuellement.

La poursuite des désabonnements en 2022 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 soutenu par la publicité (VSDP). En 2022, les revenus totaux des services vidéo diffusés par Internet au Canada ont augmenté de 13 % pour atteindre 5,7 milliards de dollars⁵¹. Entre 2014 et 2022, les revenus de ces services ont augmenté en moyenne de 24,6 % par année⁵². En 2022, les services de VSDA, comme Netflix, Amazon Prime Video, Disney+, Crave, Club illico, Gem, ICI Tou.tv et Sportsnet Now, représentaient des revenus de 2,6 milliards; les services de VSDP comme YouTube ont récolté 2,4 milliards de dollars; et les services de VSDT comme iTunes comptaient pour 285 millions de dollars⁵³.

Les EDR soutiennent la création de contenu canadien par leurs contributions au Fonds des médias du Canada (FMC), aux fonds de production indépendants certifiés et au financement de la programmation locale. En 2022, les contributions des EDR à la production canadienne ont diminué de 1,8 % pour atteindre 390 millions de dollars (Tableau 11-3). Cette diminution globale comprenait une diminution de 4,1 % des contributions au FMC. Les contributions des EDR aux fonds de production indépendants ont diminué de 5,6 %, et demeuraient inférieures d'un tiers au niveau de 2015 (65 millions de dollars). D'autre part, les contributions des EDR à l'expression locale (c.-à-d. les émissions communautaires et les nouvelles locales) ont augmenté de 1,8 %.

ABONNÉS ET REVENUS DES EDR

Tableau 11-1 Nombre d'abonnés aux EDR*



Source : CRTC.

Remarque : Comme les chiffres ont été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués.

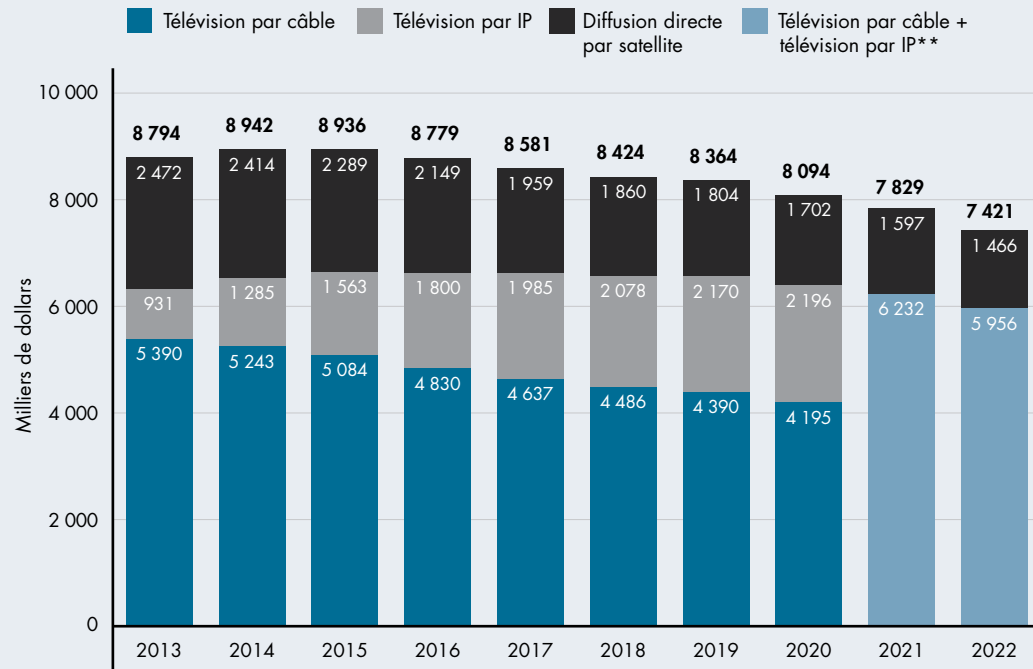
* Exclut les EDR qui ne sont pas tenues par règlement de déclarer des données financières et opérationnelles au CRTC.

** Une partie de la diminution du nombre d'abonnés à la télévision par câble est due à la migration des abonnés vers une plateforme de distribution sur IP, plutôt qu'au désabonnement des abonnés de la télévision par câble.

⁵¹ CRTC (2022d). *Rapports sur le marché des communications – Données ouvertes*, tableau TV-21.

⁵² Ibid.

⁵³ Ibid.

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

Source : CRTC.

Remarque : Comme les chiffres ont été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués.

* 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 tirés des abonnements à la télévision par câble et à la télévision sur IP dans ses déclarations.

INVESTISSEMENTS DANS LES ÉMISSIONS CANADIENNES

Tableau 11-3 Investissements des EDR dans les émissions canadiennes

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
FMC	216	219	219	215	206	193	191	189	185	177
FPIC	61	64	65	63	58	46	45	44	43	41
Fonds pour l'amélioration de la programmation locale	75	40	0	0	0	0	0	0	0	0
Expression locale										
Canal communautaire du titulaire de licence	—*	—*	—*	—*	—*	112	106	107	105	110
Programmation communautaire dans d'autres marchés exploités par le titulaire	—*	—*	—*	—*	—*	3	2	1	1	3
Nouvelles offrant un reflet du contexte local	—*	—*	—*	—*	—*	48	49	47	43	39
Total partiel	141	152	153	154	154	162	156	156	149	152
Fonds pour les nouvelles locales indépendantes (FNLI)	0	0	0	0	0	22	21	21	20	19
Total	493	475	437	431	417	422	414	409	397	390

Source : CRTC.

Remarque : Comme les chiffres ont été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués.

* 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 BCPAC⁵⁴, Nordicity a appliqué les facteurs de majoration suivants aux données brutes de production fournies par le BCPAC :

- 2020-2021 : 2,9 %
- 2021-2022 : 5,4 %
- 2022-2023 : 11,0 %

Ces taux sont fondés sur la marge de sous-représentation des statistiques du BCPAC observée entre 2012-2013 et 2018-2019 (c.-à-d. avant la pandémie de COVID-19), avec un poids particulier accordé aux marges des dernières années de cette période de sept ans⁵⁵.

Révisions des statistiques historiques

En raison du délai de demande de 42 mois au BCPAC, il est possible que les données du BCPAC ne donnent pas une indication exhaustive du volume de production avant que jusqu'à quatre années se soient écoulées après la fin d'un exercice donné. Par conséquent, les statistiques sur la production canadienne déclarées dans *Profil 2023* pour les trois années précédentes (2019-2020, 2020-2021 et 2021-2022) ont été révisées pour tenir compte de toutes les données du BCPAC actuellement disponibles.

Estimations de la production télévisuelle canadienne certifiée 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 exclusivement certifiée par le CRTC). 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 2023* 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 au cinéma étaient incluses dans les statistiques globales de la production cinématographique canadienne. Depuis *Profil 2013*, ces données se retrouvaient dans les statistiques sur la production télévisuelle canadienne. Dans *Profil 2023*, elles ont été incluses dans les statistiques sur la production télévisuelle canadienne pour toutes les années – de 2012-2013 à 2022-2023.

Bien que la définition des courts métrages destinés au cinéma semble indiquer qu'ils devraient être inclus dans les statistiques de la production cinématographique canadienne, le fait de les supprimer de cette catégorie permet de mieux isoler les données sur les longs métrages cinématographiques. De plus, le faible volume de production de courts métrages destinés au cinéma rapportés dans les éditions précédentes de *Profil* laisse croire que les demandeurs avaient, en fait, fait rapport de plusieurs de ces projets dans la catégorie de la production télévisuelle canadienne.

⁵⁴ 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.

⁵⁵ La pondération plus élevée accordée aux années plus récentes de la période de sept ans (c.-à-d. les années avant 2018-2019) vise à tenir compte du fait que les pratiques de demande des producteurs au cours de ces années 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 que soutient le volet convergent du FMC. Les statistiques sur le financement et la production que soutient le FMC sont présentées pour chaque exercice, du 1^{er} avril au 31 mars. Les données sont recueillies par le FMC pendant la préproduction. Dans ce rapport, si la source des données est uniquement le FMC, les données représentent une année de pré-production. Si la source fait référence à des données du FMC avec celles d'autres sources, comme le BCPAC, l'exercice financier d'un projet est ajusté en conséquence.

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 que publient ces organismes de financement peuvent différer de celles de *Profil 2023* pour diverses raisons :

- Certains organismes de financement publient des statistiques de production selon l'année civile, alors que celles présentées dans *Profil* sont présentées par exercice financier.
- Les statistiques publiées par Téléfilm Canada comprennent uniquement les longs métrages ayant reçu un soutien financier de l'organisme ou ayant 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 (comme le fait le BCPAC). Par exemple, Téléfilm Canada fait rapport des 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 (comme le fait le BCPAC).

Investissements étrangers dans la production

Les investissements étrangers dans la production (IEP) désignent 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 dans la production reflètent mieux la nature de la production cinématographique et télévisuelle au Canada que la seule prise en compte des exportations. On reconnaît ainsi 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. On tient aussi 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 comprennent uniquement le financement du budget canadien des coproductions régies par des traités. Par conséquent, 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 connexe 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 (c.-à-d. les emplois directs) ainsi que les emplois dérivés que génère 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 méthode 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 dérivés, 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 79 638 \$. 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)⁵⁶.

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

	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23
Coût moyen des ETP	56 935 \$	58 016 \$	58 607 \$	59 445 \$	60 396 \$	62 389 \$	64 074 \$	67 213 \$	77 094 \$	79 638 \$

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 dérivés

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.

Incidences économiques de la production

Revenu d'emploi

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 d'emploi dérivé a été obtenue en multipliant le nombre d'emplois ETP dérivés par un coût moyen dans l'économie générale, soit 58 275 \$.

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 d'emploi direct 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).

⁵⁶ 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, Nordicity a appliqué, pour 2020-2021, 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 %).

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, le FMC ou des fonds de production indépendants canadiens.

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.

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.

Dépenses en émissions canadiennes (DEC)	Valeur monétaire des dépenses des diffuseurs canadiens titulaires autorisés consacrées à des émissions de télévision originales ou acquises qui sont considérées comme du contenu canadien.
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.
Émissions d'intérêt national (EIN)	Émissions de télévision pouvant correspondre aux catégories que sont les comédies et les dramatiques; les documentaires de longue durée; les émissions de remise de prix de langue anglaise; et les émissions de musique, de danse et de variétés de langue française.
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 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, de télévision directe par satellite et de télévision sur 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.
Incidence dérivée	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. Les IEP 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	Englobe les émissions de télévision produites à l'interne par les diffuseurs. Il s'agit principalement d'émissions de nouvelles et de sports, mais peut aussi inclure d'autres genres.
Produit intérieur brut (PIB)	Somme de la valeur économique ajoutée que génère une industrie ou une économie. Le PIB 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, VSDP, VSDT et de FAST.
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 les plateformes des EDR (VSD) ou sur Internet (VSDA, VSDO, VSDT et FAST).
Téléfilm Canada	Fondée en 1967, Téléfilm Canada est une société d'État du gouvernement du Canada faisant partie du portefeuille du Patrimoine canadien. Le mandat de la société est de promouvoir et favoriser le développement de l'industrie audiovisuelle au Canada. 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 en continu gratuite avec publicité (FAST)	Type de service de télévision sur Internet entièrement financé par la publicité, où les consommateurs ont accès au contenu sans payer d'abonnement.
Télévision sur protocole Internet (IP)	Service offert par des EDR aux ménages et aux entreprises au moyen d'une connexion à large bande.
Télévision traditionnelle	Cela comprend les diffuseurs privés et publics qui exploitent des réseaux hertziens pour diffuser dans les foyers canadiens, bien que la vaste majorité des foyers canadiens reçoivent maintenant les signaux de télévision traditionnelle par les fournisseurs de télévision par câble, de télévision directe par satellite ou de télévision sur IP.
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 habituellement aux services de VSDA au moyen de décodeurs, de téléviseurs intelligents, d'ordinateurs personnels ou d'appareils mobiles.
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.