

Emboîter le pas au changement Modèle financier du secteur télévisuel canadien

Préparé pour :

**Conseil de la radiodiffusion et des
télécommunications canadiennes (CRTC)**

Nordicity

30 septembre 2022



ISBN : 978-0-660-47455-7

N° de cat. : BC92-125/2-2023F-PDF

À moins d'avis contraire, il est interdit de reproduire le contenu de cette publication, en totalité ou en partie, à des fins de diffusion commerciale sans avoir obtenu au préalable la permission écrite de l'administrateur du droit d'auteur du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC). Si vous souhaitez obtenir du gouvernement du Canada les droits de reproduction du contenu à des fins commerciales, veuillez demander l'affranchissement du droit d'auteur de la Couronne en communiquant avec :

Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC)

Ottawa (Ontario)

Canada

K1A 0N2

Tél. : 819-997-0313

Ligne sans frais : 1-877-249-2782 (au Canada seulement)

<https://applications.crtc.gc.ca/contact/fra/librairie>

© Sa Majesté le Roi du chef du Canada, représenté par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, 2023

Also available in English

Table des matières

1	Introduction	2
1.1	Contexte	2
1.2	À propos du mandat	4
1.3	Grandes lignes du rapport	4
2	Aperçu du modèle	5
3	Coûts et financement de la production télévisuelle canadienne	7
3.1	Production interne	7
3.2	Production externe	8
3.3	Modélisation des coûts de programmation	16
4	Revenus des secteurs canadiens de la radiodiffusion	22
4.1	Tendances du marché	22
4.2	Estimations des revenus de la programmation	23
5	Autres revenus de contenu	33
5.1	Valeur des exportations	33
5.2	Ventes secondaires	33
5.3	Résumé	34
6	Résultats du modèle	36
6.1	Excédent et manque à gagner financier de la programmation télévisuelle au Canada	36
6.2	Résumé par genre	40
6.3	Résumé de l'excédent financier sur la programmation non canadienne	44
6.4	Sources de subventions pour la production canadienne	45
7	Conclusions	47
8	Annexe A : Comparaison avec les résultats du modèle 2018	51
9	Annexe B : Aperçu technique du modèle financier	53
9.1	Feuilles de calcul des résultats du modèle	53
9.2	Feuilles de calcul des données et des calculs du modèle	55

[Page de gauche laissée en blanc]

1 Introduction

1.1 Contexte

1. La production télévisuelle est une activité extrêmement risquée. Dans le monde entier, les producteurs de programmation télévisée doivent investir, à l'avance, des sommes considérables pour développer et filmer des émissions pilotes de télévision, voire des séries télévisées entières, avant de savoir si le public regardera la programmation en assez grand nombre pour en tirer des revenus qui compenseront les coûts de création de cette programmation. Même dans le plus grand marché télévisuel du monde, les États-Unis, de nombreuses émissions de télévision sont annulées chaque année parce qu'ils ne parviennent pas à attirer un public suffisamment large.
2. Ce risque élevé est géré dans une certaine mesure par l'utilisation d'émissions pilotes ou d'autres tests d'audience. Cependant, à bien des égards, la diversification par l'« échelle » est devenue essentielle à tout modèle économique dans le secteur de la production télévisuelle. Pendant des décennies, ce besoin de diversification de l'échelle a favorisé les producteurs de télévision sur les grands marchés tels que les États-Unis. Aujourd'hui, la diversification des échelles se mondialise. Les services de vidéo sur demande par abonnement (VSDA) comme Netflix, Amazon Prime Video et Disney+ peuvent amortir leurs investissements en matière de programmation sur une base mondiale d'abonnés et, par conséquent, absorber vraisemblablement encore plus de risques que les services axés sur le seul marché américain.
3. En tant que marché relativement petit par rapport à celui des États-Unis et de certains pays d'Europe occidentale, le secteur canadien de la production télévisuelle a dû, pendant des décennies, relever le défi de la viabilité économique interne. Ce défi a été exacerbé par le fait que le marché intérieur du Canada est fragmenté en deux marchés linguistiques distincts non moins plus petits, le français et l'anglais, et par le fait que la programmation américaine est en concurrence directe avec la programmation canadienne dans les grilles de radiodiffusion hebdomadaires ; ce à quoi aucun autre pays anglophone au monde n'est confronté.
4. L'article 3 de la *Loi sur la radiodiffusion (la Loi)* canadienne promulgue la création d'une programmation canadienne comme objectif politique. Compte tenu de cet objectif politique, le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) et le gouvernement fédéral ont, depuis l'introduction de la télédiffusion, mis en œuvre une variété d'interventions du côté de la demande et de l'offre pour promouvoir la création de contenu télévisuel canadien dans les deux langues officielles. Le projet de loi C-11, la *Loi sur la diffusion continue en ligne*, élargira ces objectifs politiques afin de promouvoir également un contenu télévisuel qui reflète les communautés autochtones du Canada et les Canadiens issus de milieux ethnoculturels racialisés et diversifiés, tout en rendant le système de radiodiffusion accessible aux personnes handicapées.
5. Du côté de la demande, le CRTC maintient des quotas de diffusion ainsi que des exigences minimales en matière de dépenses en émissions canadiennes (DÉC) pour certains radiodiffuseurs titulaires.

6. Ces interventions du côté de la demande s'ajoutent à une variété d'interventions du côté de l'offre qui, entre autres, injectent ou réorientent des ressources financières dans la création d'une programmation canadienne ou le fonctionnement du radiodiffuseur public national, CBC/Radio-Canada. Ces interventions du côté de l'offre comprennent :
 - Crédit parlementaire annuel de CBC/Radio-Canada
 - Crédits d'impôt fédéraux et provinciaux et subventions à la production
 - Financement du Fonds des médias du Canada (FMC)
 - Fonds de production indépendants certifiés par le CRTC
 - Fonds de production locale pour les petits marchés
 - Financement du Fonds pour les nouvelles locales indépendantes
7. Ces interventions du côté de l'offre sont principalement conçues pour subventionner les coûts de création d'une programmation télévisuelle canadienne dans un environnement où le marché intérieur n'a pas l'envergure nécessaire pour générer suffisamment de revenus pour compenser les coûts de création de cette programmation.
8. Le système canadien de radiodiffusion se caractérise par une troisième catégorie d'intervention qui, en théorie, peut également contribuer au financement de la programmation canadienne. Il s'agit du système d'interfinancement de la programmation étrangère. Dans le cadre de ce système d'interfinancement, les radiodiffuseurs canadiens accordent des licences pour la diffusion d'une programmation américaine au Canada. La popularité relative de cette programmation, en particulier sur le marché anglophone, permet aux radiodiffuseurs canadiens de réaliser des excédents financiers sur cette programmation. Les exigences en matière de DÉC applicables aux grands radiodiffuseurs canadiens signifient qu'une partie de ces excédents financiers sur la programmation étrangère peut également être réattribuée de façon à soutenir tout manque à gagner que les radiodiffuseurs canadiens connaissent lorsqu'ils diffusent des émissions canadiennes et respectent leurs exigences en matière de DÉC.
9. Le fondement de ce système d'interfinancement est lié au fait que les excédents financiers réalisés avec la programmation étrangère sont en partie dus aux protections du marché que le CRTC et le gouvernement fédéral ont accordées aux radiodiffuseurs canadiens, notamment la substitution simultanée et l'article 19.1 de la *Loi de l'impôt sur le revenu*.
10. La substitution simultanée signifie que les télédiffuseurs canadiens peuvent substituer leur signal aux signaux de télévision américains dans les cas où ils diffusent une version sous licence de la même émission de télévision. Cela signifie que le radiodiffuseur canadien peut capter tout le potentiel de revenus publicitaires de cette émission de télévision sous licence, que les ménages canadiens la regardent sur un signal de télévision canadien ou américain.
11. L'article 19.1 de la *Loi de l'impôt sur le revenu* empêche les entreprises canadiennes de déduire leurs dépenses de publicité de leur revenu imposable si cette publicité est placée sur des signaux de télévision étrangers. Les entreprises canadiennes sont ainsi davantage incitées à faire de la publicité sur les chaînes de télévision canadiennes et à déduire ces dépenses publicitaires de leur revenu imposable, réduisant ainsi leur facture d'impôt.

1.2 À propos du mandat

12. Afin de quantifier et de mieux comprendre les flux financiers et l'économie qui sous-tendent ce système d'interventions et d'interfinancement dans le secteur audiovisuel canadien, le CRTC a commandé à Nordicity d'élaborer un **modèle financier du secteur audiovisuel canadien**.
13. La version originale de ce modèle a été élaborée par Nordicity en 2018 et utilisée, en partie, pour l'analyse publiée par le CRTC dans *Emboîter le pas au changement : L'avenir de la distribution de la programmation au Canada (Emboîter le pas au changement)*. Cette version originale du modèle a analysé les flux financiers et l'économie du secteur audiovisuel canadien en 2006, 2016 et 2017.
14. En 2021, le CRTC a commandé à Nordicity de préparer une mise à jour du modèle du secteur audiovisuel *Emboîter le pas au changement*. Dans le cadre de cette mise à jour, le modèle a été étendu pour inclure 2018, 2019, 2020 et 2021.
15. Le rapport suivant présente le modèle actualisé du secteur audiovisuel d'*Emboîter le pas au changement*, décrit son élaboration, ses résultats, ses principales conclusions, ainsi que les répercussions sur l'élaboration des futures politiques canadiennes dans le secteur audiovisuel canadien.

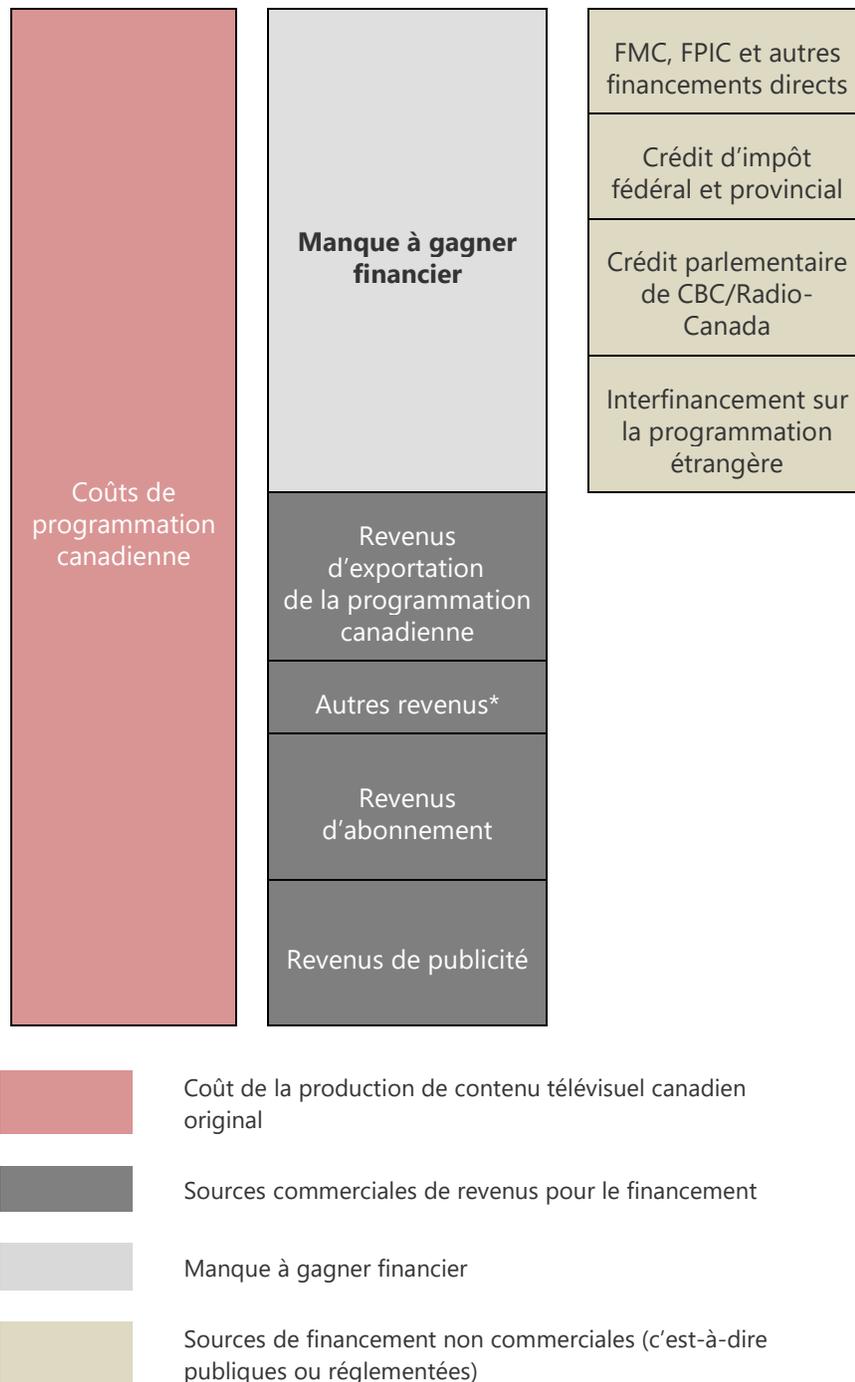
1.3 Grandes lignes du rapport

16. La **section 2** donne un aperçu de la structure du modèle du secteur audiovisuel *Emboîter le pas au changement*. Dans la **section 3**, nous discutons des coûts et du financement de la production télévisuelle canadienne et de la manière dont ils sont intégrés au modèle. Dans la **section 4**, nous analysons les revenus du secteur canadien de la radiodiffusion et la manière dont ils sont intégrés au modèle. Dans la **section 5**, nous discutons des autres types de revenus générés par le contenu canadien, notamment le financement et les ventes à l'étranger générés par le contenu télévisuel canadien, qui compensent le besoin de financement ou de revenus nationaux pour couvrir son coût de production. La **section 6** résume les résultats du modèle. La **section 7** est une annexe qui offre une comparaison avec le modèle 2018 et discute des mises à jour qui ont été apportées au modèle. La **section 8** comprend également une annexe contenant un aperçu technique du modèle.

2 Aperçu du modèle

17. La Figure 1 fournit un aperçu du modèle du secteur audiovisuel *Emboîter le pas au changement*. Le coût total annuel de la production de contenu télévisuel canadien a été comparé aux diverses sources de revenus pouvant être attribuées à cette programmation. Une partie des revenus de publicité, d'abonnement et d'autres sources des radiodiffuseurs canadiens a été attribuée à la programmation canadienne en fonction des parts d'audience et d'abonnés de cette programmation particulière.
18. Les revenus générés par la programmation canadienne des ventes à l'exportation, principalement au moyen du financement étranger avant la vente, ont ensuite été ajoutés au côté des revenus du grand livre. L'interfinancement rapporté par les radiodiffuseurs canadiens sur la diffusion d'une programmation étrangère ont également été inclus, dans la mesure où ils pouvaient être utilisés pour compenser partiellement les coûts de programmation des radiodiffuseurs canadiens. Une fois ces sources de revenus additionnées, la différence entre le côté des coûts et celui des revenus représente le manque à gagner généré par la programmation canadienne. **Ce manque à gagner devrait être comblé par des crédits d'impôt fédéraux et provinciaux, le FMC, le crédit parlementaire de CBC/Radio-Canada, les fonds de production indépendants certifiés (FPIC) et d'autres sources non marchandes.**
19. Il convient de noter que si l'ensemble du système canadien de diffusion peut afficher un manque à gagner, lorsque le modèle est utilisé pour analyser les marchés linguistiques et les genres individuels, certains types d'émissions canadiennes affichent en fait des excédents financiers (par exemple, les émissions sportives de langue anglaise). Ces excédents financiers sont semblables aux excédents réalisés sur la programmation étrangère et contribuent à compenser les coûts totaux de la programmation canadienne au sein du système, réduisant ainsi la taille globale du manque à gagner.

Figure 1 Aperçu du modèle du secteur audiovisuel d'*Emboîter le pas au changement*



Remarque : Diagramme non à l'échelle par rapport aux montants monétaires

*Exclut le crédit parlementaire de CBC/Radio-Canada ; voir non-marchand

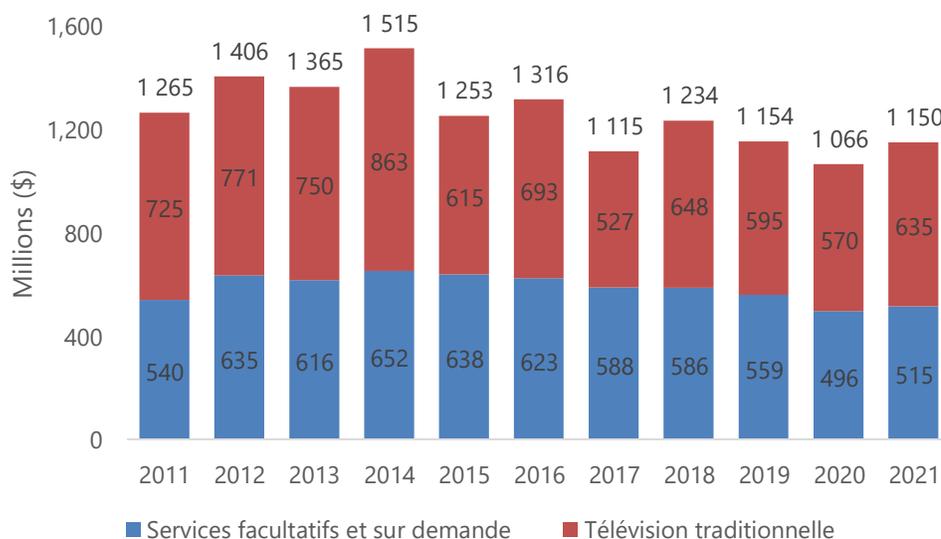
3 Coûts et financement de la production télévisuelle canadienne

20. La section suivante analyse les coûts de la production télévisuelle canadienne et les sources de financement de ces coûts, y compris le financement des radiodiffuseurs canadiens.

3.1 Production interne

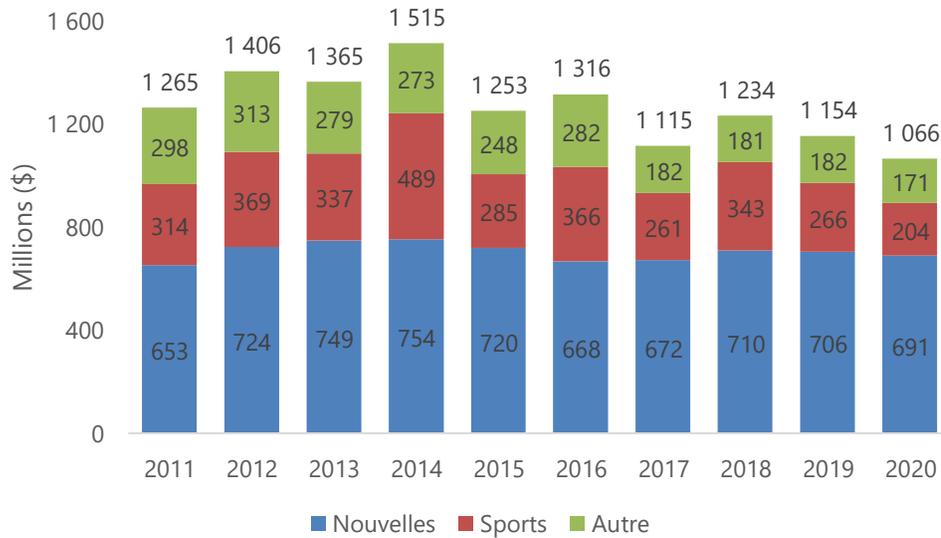
21. La production interne comprend les nouvelles, les sports, l'actualité et d'autre programmation produite par les radiodiffuseurs dans leurs propres studios. Au cours de l'année de diffusion 2020, les radiodiffuseurs canadiens ont dépensé environ 1 066 millions de dollars en production interne (Figure 2). La majorité de ces dépenses a été consacrée aux nouvelles (691 millions de dollars) en 2020, suivies par les sports (204 millions de dollars) et les autres genres (171 millions de dollars) [Figure 3]. En 2021, on estime que la production interne des radiodiffuseurs canadiens aura atteint 1 150 millions de dollars.

Figure 2 Dépenses de production interne (en millions de dollars)



Source : Estimations fondées sur les données du CRTC

Figure 3 Dépenses de production interne par genre (en millions de dollars)



Source : Estimations fondées sur les données du CRTC

3.2 Production externe

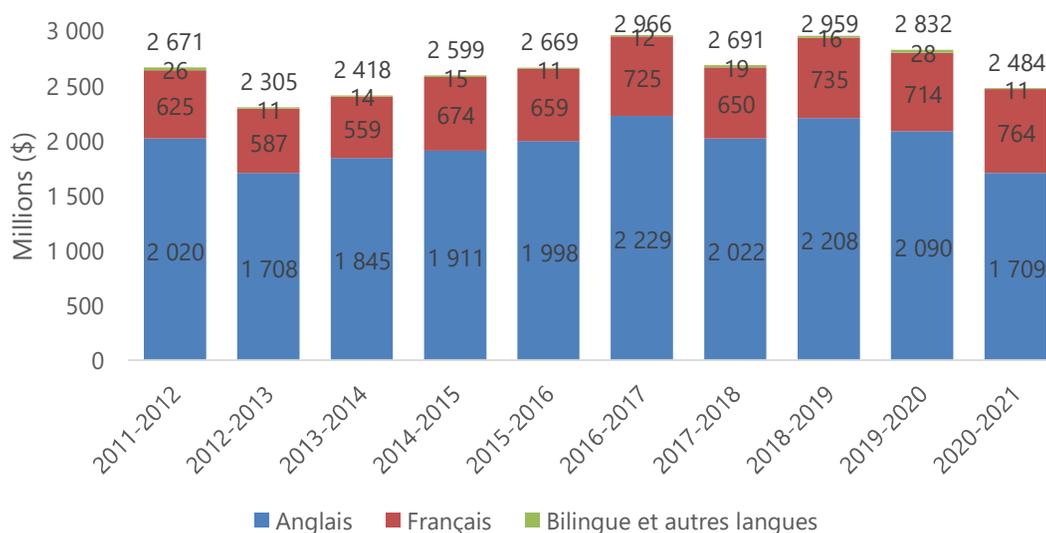
22. La production externe comprend les émissions de télévision canadiennes produites par des sociétés de production indépendantes canadiennes et des sociétés de production affiliées à des groupes de propriété de radiodiffusion canadiens.

3.2.1 Coûts de production

23. Les estimations des coûts de la production télévisuelle canadienne proviennent du site *Profile 2021*, publié par la Canadian Media Producers Association (CMPA), le ministère du Patrimoine canadien, Téléfilm Canada et l'Association québécoise de la production médiatique. Ces estimations sont elles-mêmes fondées sur les données du Programme du crédit d'impôt pour production cinématographique ou magnétoscopique canadienne fournie par le Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens (BCPAC) et sur d'autres renseignements disponibles auprès du CRTC et du FMC.

24. Un total de 2 484 millions de dollars a été consacré à la production télévisuelle externe canadienne au cours de l'exercice 2020-2021 (du 1^{er} avril 2020 au 31 mars 2021) [Figure 4]. Ce montant comprend 1 709 millions de dollars pour le contenu en langue anglaise, 764 millions de dollars pour le contenu en langue française et 11 millions de dollars pour le contenu bilingues et d'autres langues (non officielles).

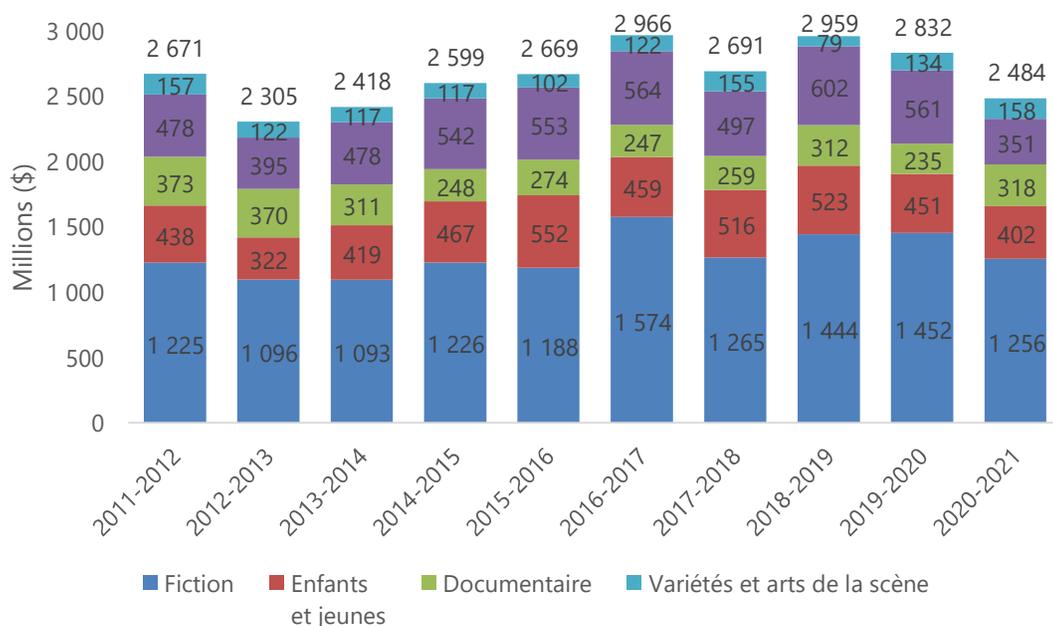
Figure 4 Coût total de la production télévisuelle canadienne (externe), par langue (en millions de dollars)



Source : CMPA Profile 2021

25. Si l'on considère le genre, la grande majorité des dépenses en contenu canadien étaient concentrées dans le genre de la fiction (1 256 millions de dollars), suivi des genres enfants et jeunesse (402 millions de dollars), mode de vie et intérêt humains (351 millions de dollars), documentaire (318 millions de dollars) et variétés et arts de la scène [158 millions de dollars] (Figure 5). Cependant, au cours des exercices précédant immédiatement la pandémie de COVID-19, le genre « mode de vie et intérêt humain » était souvent le deuxième plus important (après le genre de la fiction) en termes de coût annuel de production.

Figure 5 Coût total de la production télévisuelle canadienne (externe), par genre (en millions de dollars)

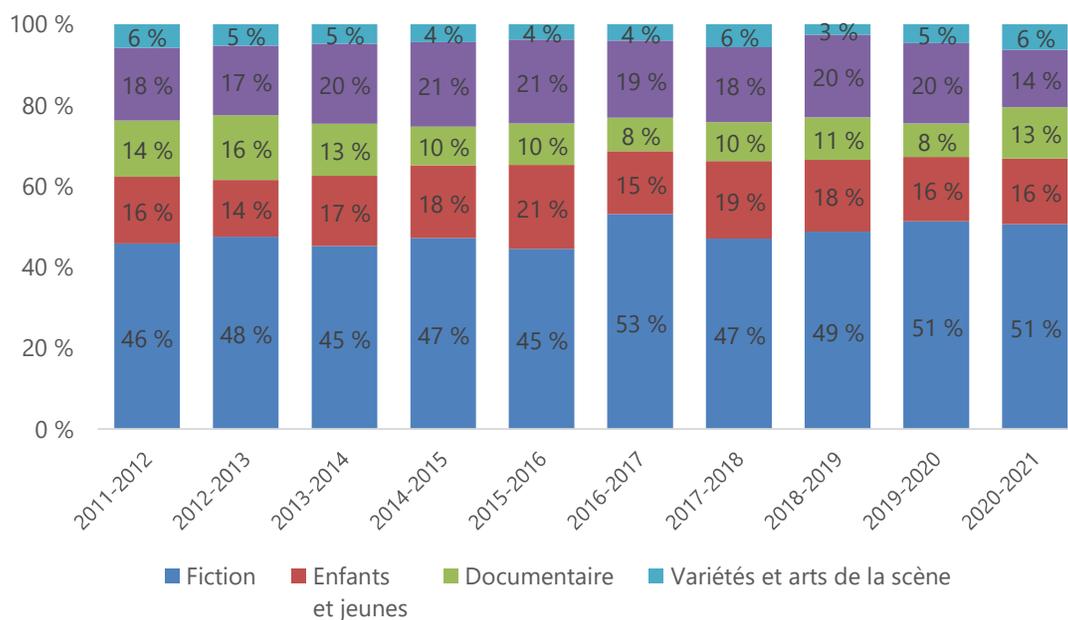


Source : CMPA Profile 2021

*Comprend la programmation de type magazine et un faible volume de programmation qui était auparavant attribué au genre « éducatif/instructif ».

26. À long terme, le genre de la fiction a augmenté sa part des dépenses totales en contenu externe canadien. Entre 2011-2012 et 2020-2021, il est passé de 46 % à 51 % (Figure 6). Cette augmentation s’est faite en grande partie au détriment du genre documentaire, qui a vu sa part des dépenses totales chuter de 14 % à 8 % en 2019-2020, avant de remonter à 13 % en 2020-2021.

Figure 6 Part du coût total de la production télévisuelle canadienne (externe), par genre



Source : CMPA Profile 2021

*Comprend la programmation de type magazine et un faible volume de programmation qui était auparavant attribué au genre « éducatif/instructif ».

27. Le Tableau 1 détaille la répartition des coûts de la programmation canadienne par genre et par langue.

Tableau 1 Coût de la programmation de télévision canadienne (externe), par genre et par langue (en millions de dollars)

	'11/12	'12/13	'13/14	'14/15	'15/16	'16/17	'17/18	'18/19	'19/20	'20/21
Fiction										
Langue anglaise*	1 035	901	909	1 003	988	1 314	1 071	1 183	1 201	1 015
Langue française	190	195	184	223	200	260	194	261	252	240
Total	1 225	1 096	1 093	1 226	1 188	1 574	1 265	1 444	1 452	1 256
Enfants et jeunes										
Langue anglaise*	341	249	354	389	468	368	409	409	361	294
Langue française	97	74	65	78	84	90	106	114	89	109
Total	438	322	419	467	552	459	516	523	451	402
Documentaire										
Langue anglaise*	289	281	238	162	195	175	207	256	169	221
Langue française	84	89	73	85	79	72	52	55	65	97
Total	373	370	311	248	274	247	259	312	235	318
Mode de vie et intérêt général*										
Langue anglaise*	305	246	327	333	329	326	277	340	332	149
Langue française	173	149	151	209	224	238	220	262	230	202
Total	478	395	478	542	553	564	497	602	561	351
Variétés et arts du spectacle										
Langue anglaise*	76	42	32	37	29	58	76	36	55	41
Langue française	80	81	85	79	73	64	79	42	78	116
Total	157	122	117	117	102	122	155	79	134	158

Source : CMPA *Profile 2021*

Remarque : Certains totaux peuvent ne pas correspondre à la somme des nombres, car ils ont été arrondis. Les données comprennent des estimations de la production télévisuelle certifiée par le CRTC.

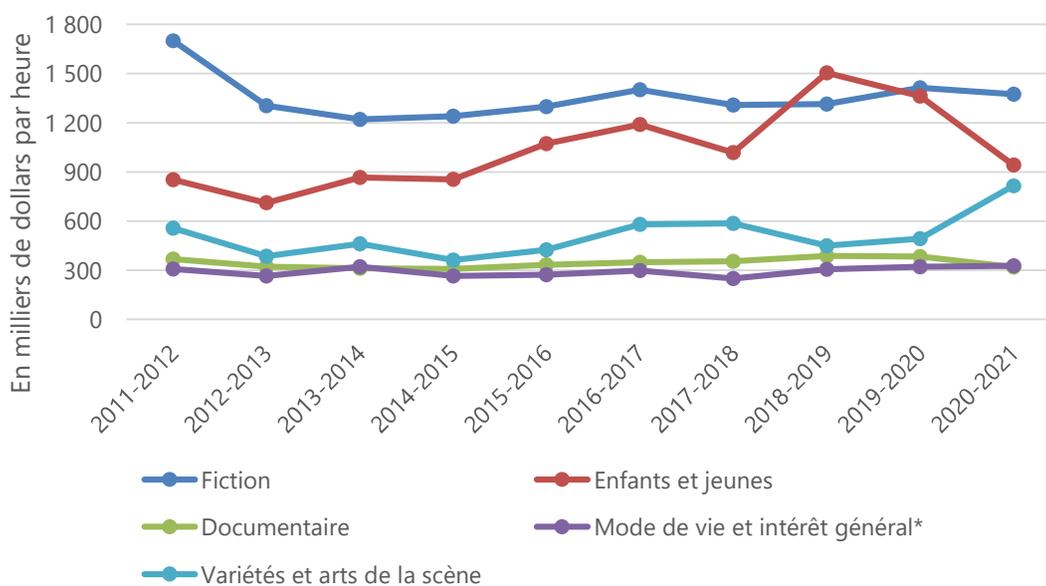
*Comprend les données relatives aux projets produits en format bilingue et dans des langues non officielles, qui représentaient moins d'un pour cent du volume total de la production télévisuelle de langue anglaise entre 2010-2011 et 2019-2020 et qui ne peuvent pas faire l'objet d'un rapport distinct en raison de problèmes de confidentialité découlant du faible volume de production.

**Comprend la programmation de type magazine et un faible volume de programmation qui était auparavant attribuée au genre éducatif/instructif.

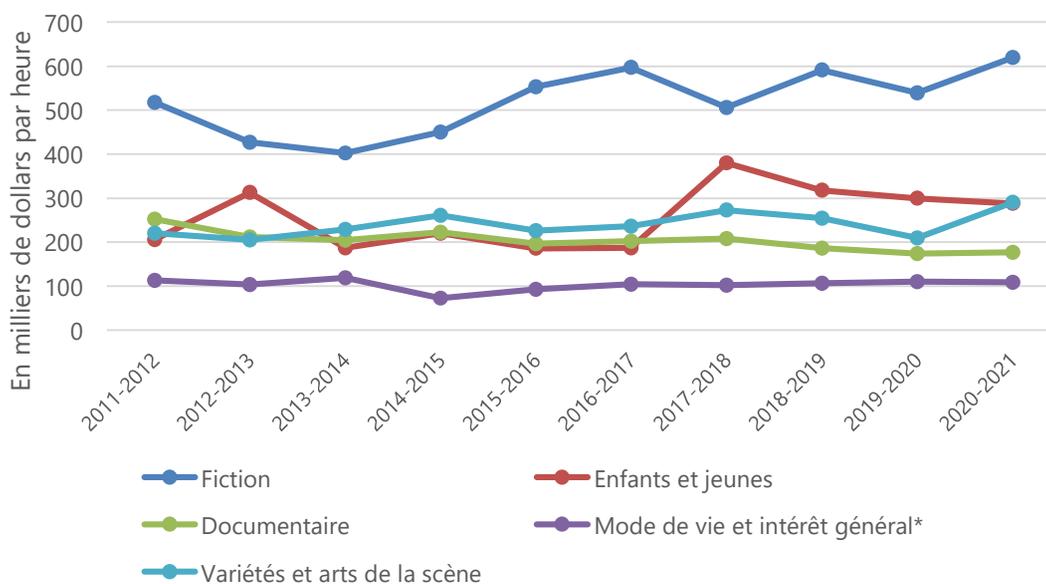
28. Ces tendances en matière de coûts ont été déterminées par l'évolution des niveaux de production (c'est-à-dire le nombre d'heures ou de projets), mais aussi par l'évolution des budgets moyens. La Figure 7a présente les tendances des budgets horaires moyens par genre dans la production télévisuelle de langue anglaise entre 2011-2012 et 2020-2021. La Figure 7b présente les tendances des budgets horaires moyens par genre dans la production télévisuelle de langue française entre 2011-2012 et 2020-2021.

Figure 7 Budgets horaires moyens (en milliers de dollars par heure)

a. Production en langue anglaise



b. Production en langue française



Source : CMPA *Profile 2021*

Remarque : Certains totaux peuvent ne pas correspondre à la somme des nombres, car ils ont été arrondis. Les données comprennent des estimations de la production télévisuelle certifiée par le CRTC.

**Comprend la programmation de type magazine et un faible volume de programmation qui était auparavant attribué au genre éducatif ou instructif.

3.2.2 Finances

29. Les coûts de production du contenu télévisuel canadien sont financés par un large éventail de sources privées et publiques. De plus, la composition du financement varie considérablement entre les marchés linguistiques et les genres. La production de langue française tire un pourcentage beaucoup plus important de son financement total des radiodiffuseurs canadiens que la production de langue anglaise (49 % contre 15 % en 2020-2021) [Tableau 2 et Tableau 3]. La production en langue anglaise, quant à elle, tire une plus grande partie de son financement de sources étrangères (21 % contre <1 %).

Tableau 2 Financement de la production télévisuelle en langue anglaise

	'16/17		'17/18		'18/19		'19/20		'20/21	
	M\$	%								
Redevances des radiodiffuseurs privés	272	12 %	235	12 %	234	11 %	247	12 %	116	7 %
Redevances des radiodiffuseurs publics	159	7 %	161	8 %	155	7 %	141	7 %	146	8 %
Crédit d'impôt fédéral	232	10 %	210	10 %	222	10 %	213	10 %	174	10 %
Crédits d'impôt provinciaux	402	18 %	401	20 %	444	20 %	410	19 %	347	20 %
Distributeurs canadiens	442	20 %	293	14 %	369	17 %	323	15 %	310	18 %
Étranger	373	17 %	425	21 %	389	17 %	421	20 %	354	21 %
FMC	185	8 %	177	9 %	178	8 %	188	9 %	188	11 %
Autre public**	64	3 %	58	3 %	103	5 %	83	4 %	36	2 %
Autre privé***	113	5 %	81	4 %	131	6 %	92	4 %	50	3 %
Total	2 241	100 %	2 041	100 %	2 224	100 %	2 118	100 %	1 720	100 %

Source : Estimations fondées sur les données recueillies auprès du BCPAC

Tableau 3 Financement de la production télévisuelle en langue française

	'16/17		'17/18		'18/19		'19/20		'20/21	
	M\$	%								
Redevances des radiodiffuseurs privés	183	25 %	140	22 %	166	23 %	164	23 %	165	22 %
Redevances des radiodiffuseurs publics	161	22 %	184	28 %	188	26 %	195	27 %	209	27 %
Crédit d'impôt fédéral	81	11 %	75	12 %	84	11 %	82	11 %	87	11 %
Crédits d'impôt provinciaux	115	16 %	99	15 %	115	16 %	109	15 %	124	16 %
Distributeurs canadiens	4	1 %	5	1 %	6	1 %	4	1 %	6	1 %
Étranger	2	<1 %	5	1 %	2	<1 %	2	<1 %	5	1 %
FMC	93	13 %	83	13 %	84	11 %	88	12 %	92	12 %
Autre public**	44	6 %	10	1 %	34	5 %	19	3 %	25	3 %
Autre privé***	41	6 %	49	8 %	57	8 %	50	7 %	50	7 %
Total	725	100 %	650	100 %	735	100 %	714	100 %	764	100 %

Source : Estimations fondées sur les données recueillies auprès du BCPAC

Tableau 4 Financement de la production télévisuelle canadienne, toutes langues confondues

	'16/17		'17/18		'18/19		'19/20		'20/21	
	M\$	%								
Redevances des radiodiffuseurs privés	453	15 %	374	14 %	398	13 %	409	14 %	279	11 %
Redevances des radiodiffuseurs publics	318	11 %	344	13 %	342	12 %	334	12 %	354	14 %
Crédit d'impôt fédéral	313	11 %	285	11 %	305	10 %	294	10 %	261	11 %
Crédits d'impôt provinciaux	517	17 %	500	19 %	560	19 %	520	18 %	472	19 %
Distributeurs canadiens	448	15 %	301	11 %	377	13 %	330	12 %	315	13 %
Étranger	378	13 %	431	16 %	392	13 %	426	15 %	361	15 %
FMC	278	9 %	260	10 %	262	9 %	276	10 %	281	11 %
Autre public**	107	4 %	67	2 %	136	5 %	102	4 %	62	2 %
Autre privé***	154	5 %	129	5 %	188	6 %	142	5 %	99	4 %
Total	2 966	100 %	2 691	100 %	2 959	100 %	2 832	100 %	2 484	100 %

Source : Estimations fondées sur les données recueillies auprès du BCPAC

30. Si l'on considère les genres, ceux de mode de vie et d'intérêt humain reçoivent la plus grande partie de leur financement des radiodiffuseurs canadiens, ce qui reflète probablement leur coût horaire relativement faible et leur attrait pour les auditoires nationaux (Tableau 5). Les programmations de fictions et la programmation pour enfants et adolescents dépendent davantage du financement étranger, ce qui reflète leurs budgets horaires plus élevés et, par conséquent, la nécessité de trouver un auditoire plus large sur lequel amortir les coûts de production. Le genre documentaire dépend du financement du FMC plus que les autres genres.

Tableau 5 Financement de la production télévisuelle canadienne par genre et par langue, 2020-2021

	Fiction		Enfants et jeunes		Documentaire		Mode de vie et intérêt général		Variétés et arts de la scène	
	AN	FR	AN	FR	AN	FR	AN	FR	AN	FR
Redevances des radiodiffuseurs privés	2 %	15 %	1 %	5 %	10 %	31 %	44 %	37 %	5 %	17 %
Redevances des radiodiffuseurs publics	10 %	25 %	2 %	35 %	7 %	14 %	6 %	27 %	33 %	34 %
Crédit d'impôt fédéral	11 %	11 %	9 %	10 %	9 %	11 %	11 %	12 %	11 %	11 %
Crédits d'impôt provinciaux	20 %	18 %	23 %	19 %	19 %	16 %	17 %	14 %	15 %	15 %
Distributeurs canadiens	19 %	2 %	21 %	1 %	18 %	1 %	7 %	<1 %	2 %	<1 %
Étranger	23 %	0 %	31 %	4 %	13 %	0 %	<1 %	<1 %	0 %	0 %
FMC	11 %	18 %	8 %	13 %	19 %	21 %	0 %	0 %	25 %	13 %
Autre public**	1 %	5 %	2 %	3 %	2 %	1 %	8 %	2 %	8 %	4 %
Autre privé***	2 %	7 %	3 %	10 %	3 %	4 %	7 %	7 %	1 %	5 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Source : Estimations fondées sur les données recueillies auprès du BCPAC

3.3 Modélisation des coûts de programmation

31. Les données provenant des relevés financiers du CRTC, du BCPAC et de *Profile 2021* ont été utilisées pour estimer les coûts de programmation au sein du secteur audiovisuel canadien en 2006 et de 2016 à 2021. Les estimations ont été préparées pour chaque marché linguistique et séparément pour les radiodiffuseurs privés et pour CBC/Radio-Canada. Le Tableau 6 et le Tableau 7 présentent les résultats de cette analyse pour 2018 à 2021, pour les marchés anglophone et francophone, respectivement. Les données combinent les montants des radiodiffuseurs privés et de CBC/Radio-Canada.¹
32. Les relevés financiers du CRTC permettent également d'isoler le montant dépensé par les radiodiffuseurs canadiens pour la programmation non canadienne. Ces nombres se trouvent dans la colonne « non canadien » des tableaux, mais ils n'ont pas été ventilés par genre, comme c'est le cas pour les coûts de programmation canadienne. Cela dit, les relevés financiers du CRTC indiquent que les dépenses des radiodiffuseurs canadiens de programmation non canadienne étaient concentrées dans la catégorie de la programmation dramatique et des comédies (40 %) ; la programmation sportive représentait 16 %.

¹ La ventilation détaillée de ces coûts de programmation pour les radiodiffuseurs privés et CBC/Radio-Canada se trouve dans la version Excel du modèle.

33. Les estimations des coûts de programmation canadienne et non canadienne trouvée au Tableau 6 ont été comparées aux estimations des revenus du secteur de la radiodiffusion qui pourraient être raisonnablement attribués à la diffusion du contenu de chaque catégorie. Le calcul de ces estimations est abordé dans la section 4.

**Tableau 6 Coûts de programmation, marché anglophone, radiodiffuseurs privés et publics
(en millions de dollars)**

	Nouvelles	Sports	Fiction	Enfants	Émissions de variétés	Autre*	Total canadien	Non canadien	TOTAL (toute la programmation)
2018									
Production interne	502,8	757,4	4,5	0,0	5,2	58,4	1 328,3	0	1 328,3
Production externe	0,0	0,0	1 071,0	409,0	76,0	557,0	2 113,0	0	2 113,0
Autres coûts de redevance	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-	1 359	1 359,3
Estimations du coût total de la programmation	502,8	757,4	1 075,5	409,0	81,2	615,4	3 441,3	1 359	4 800,6
2019									
Production interne	504,4	707,0	5,2	0,0	5,3	70,4	1 292,4	0,0	1 292,4
Production externe	0,0	0,0	1 183,0	409,0	36,0	533,0	2 161,0	0,0	2 161,0
Autres coûts de redevance	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1 312,7	1 312,7
Estimations du coût total de la programmation	504,4	707,0	1 188,2	409,0	41,3	603,4	3 453,4	1 312,7	4 766,1
2020									
Production interne	495,0	631,5	3,4	0,0	4,5	83,9	1 218,2	0,0	1 218,2
Production externe	0,0	0,0	1 201,0	361,0	55,0	501,0	2 118,0	0,0	2 118,0
Autres coûts de redevance	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1 281,7	1 281,7
Estimations du coût total de la programmation	495,0	631,5	1 204,4	361,0	59,5	584,9	3 336,2	1 281,7	4 617,9
2021									
Production interne	399,2	570,7	2,2	0,0	3,1	64,1	1 039,3	0	1 039,3
Production externe	0	0	450	80	4,1	271,9	805,8	0	805,8
Autres coûts de redevance	0	0	0	0	0,0	0,0	-	1 078,7	1 078,7
Estimations du coût total de la programmation	399,2	570,7	452,1	79,9	7,1	335,9	1 845,1	1 078,7	2 923,8

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

*Comprend les catégories de programmation documentaire, d'autres informations, de type magazine, d'intérêt humain et de jeux.

Tableau 7 Coûts de programmation, marché francophone, radiodiffuseurs privés et publics (en millions de dollars)

	Nouvelles	Sports	Fiction	Enfants	Émissions de variétés	Autre*	Total canadien	Non canadien	TOTAL (toute la programmation)
2018									
Production interne	204,6	212,9	4,8	0,0	4,8	55,2	482,3	0	482,3
Production externe	0,0	0,0	194,0	106,0	79,0	446,0	825,0	0	825,0
Autres coûts de redevance	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-	171,9	171,9
Estimations du coût total de la programmation	204,6	212,9	198,8	106,0	83,8	501,2	1 307,3	171,9	1 479,2
2019									
Production interne	201,3	198,7	4,2	0,0	4,7	62,2	471,2	0	471,2
Production externe	0,0	0,0	261,0	114,0	42,0	275,0	692,0	0	692,0
Autres coûts de redevance	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-	172,9	172,9
Estimations du coût total de la programmation	201,3	198,7	265,2	114,0	46,7	337,2	1 163,2	172,9	1 336,1
2020									
Production interne	196,2	177,3	2,6	0,0	3,8	56,7	436,6	0	436,6
Production externe	0,0	0,0	252,0	89,0	78,0	295,0	714,0	0	714,0
Autres coûts de redevance	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-	172,5	172,5
Estimations du coût total de la programmation	196,2	177,3	254,6	89,0	81,8	351,7	1 150,6	172,5	1 323,1
2021									
Production interne	99,5	120,5	2,1	0	0,3	15,8	238,3	0	238,3
Production externe	0	0	102,1	18,0	36,3	181,9	338,3	0	338,3
Autres coûts de redevance	0	0	0	0	0,0	0,0	-	134,5	134,5
Estimations du coût total de la programmation	99,5	120,5	104,2	18,0	36,6	197,7	576,6	134,5	711,1

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

*Comprend les catégories de programmation documentaire, d'autres informations, de type magazine, d'intérêt humain et de jeux.

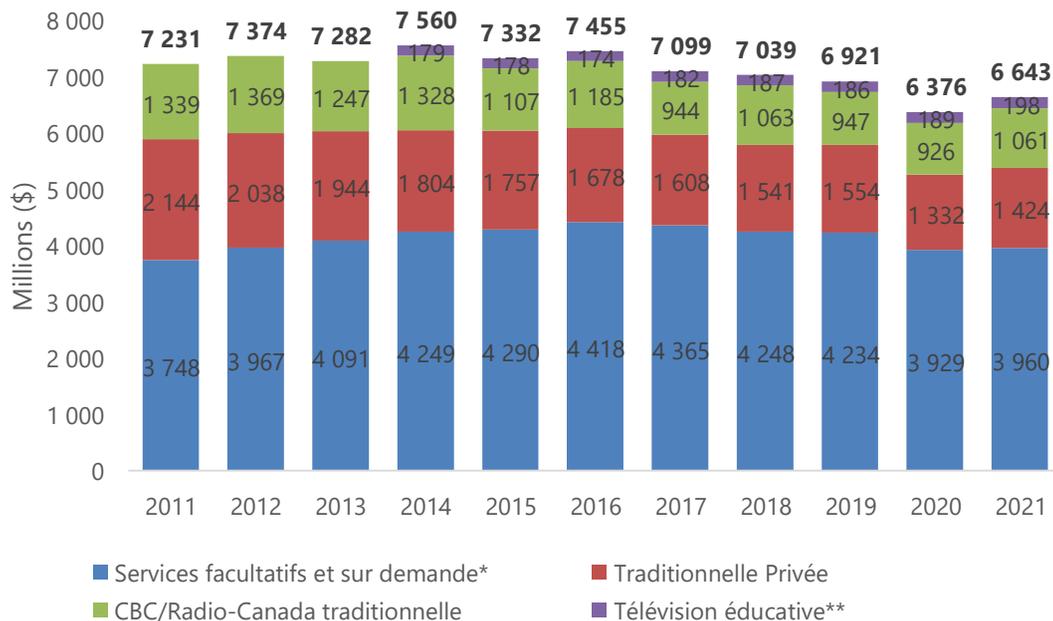
4 Revenus des secteurs canadiens de la radiodiffusion

34. La section suivante présente le contexte des tendances pertinentes en matière de revenus dans le secteur canadien de la radiodiffusion et explique comment les estimations des revenus attribuables à la programmation canadienne et non canadienne ont été calculées dans le modèle financier *Emboîter le pas au changement*.

4.1 Tendances du marché

35. Après avoir atteint un sommet de 7,56 milliards de dollars en 2014, le revenu total du secteur canadien de la radiodiffusion a suivi une trajectoire descendante (Figure 8). En 2020, le revenu total a chuté à 6,37 milliards de dollars, son plus bas niveau en dix ans, et a été inférieur de plus de 15 % à son pic de 2014. Tous les segments du secteur canadien de la radiodiffusion (à l'exception de la télévision éducative) sont en déclin depuis 2014. Toutefois, la baisse la plus importante a été enregistrée dans le segment de la télévision traditionnelle privée, qui a compté presque exclusivement sur les ventes de publicité pour générer ses revenus. Les revenus du segment de la télévision traditionnelle privée ont chuté de plus de 25 % entre 2014 et 2020.
36. Les revenus du secteur canadien de la radiodiffusion se sont partiellement redressés en 2021, augmentant de 4,0 % pour atteindre 6,64 milliards de dollars.

Figure 8 Revenus totaux du secteur canadien de la radiodiffusion (en millions de dollars)



Source : CRTC

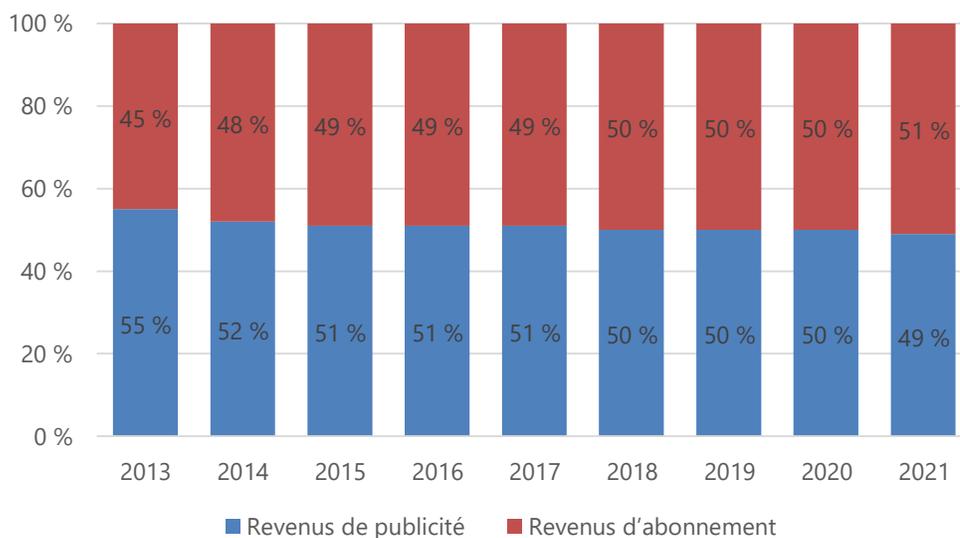
Remarque : Certains totaux peuvent ne pas correspondre à la somme des nombres, car ils ont été arrondis.

*Comprend les revenus gagnés par les services facultatifs appartenant à CBC/Radio-Canada.

**Données pour les services de télévision éducative uniquement disponibles au début en 2014.

37. En effet, selon le CRTC, les radiodiffuseurs privés œuvrant dans les segments des services traditionnels et facultatifs ont vu leur part de revenus provenant des ventes de publicité chuter entre 2013 et 2021, passant de 55 % à 49 % (Figure 9).

Figure 9 Part des revenus des services traditionnels et facultatifs privés, par type



Source : CRTC

4.2 Estimations des revenus de la programmation

38. Les estimations des revenus de la programmation canadienne ont été obtenues essentiellement en estimant quelle portion des revenus totaux du secteur de la radiodiffusion pouvait être raisonnablement attribuée à la programmation canadienne.
39. Pour attribuer les revenus publicitaires gagnés au sein du secteur, nous avons utilisé les données sur les parts d'écoute au niveau de la langue et du genre pour chaque segment de radiodiffusion – c'est-à-dire les services traditionnels privés, les services traditionnels de la CBC/Radio-Canada et les services facultatifs. En général, par exemple, si un genre particulier représentait 10 % de l'audience total et que la programmation canadienne détenait une part d'écoute de 33 % dans ce genre, alors 3,3 % (c'est-à-dire 33 % x 10 %) du revenu publicitaire total était attribué à la programmation canadienne dans ce genre.
40. Pour attribuer les revenus d'abonnement des services facultatifs, une approche légèrement différente a été adoptée. Les données en fonction des services pour les revenus d'abonnement des services facultatifs ont été attribuées par genre et ensuite entre la programmation canadienne et non canadienne afin d'évaluer la partie du total des revenus d'abonnement gagnés dans le segment facultatif et sur demande qui pourrait être attribuée à la programmation canadienne dans chaque genre.
41. Les pourcentages de genre pour chaque service ont été attribués manuellement par Nordicity suivant un examen de l'orientation du genre de chaque service. Ces pourcentages de genre ont été utilisés pour répartir le total des revenus d'abonnement perçus par chaque service.

42. Les revenus en fonction du genre pour chaque service ont été additionnés pour obtenir des sous-totaux pour les services anglophones de CBC/Radio-Canada, les services privés de langue anglaise, les services francophones de CBC/Radio-Canada et les services privés de langue française. Ces totaux ont ensuite été attribués dans la programmation canadienne en fonction de la part d'écoute canadienne globale de chaque genre dans le segment facultatif (par marché linguistique). Les parts d'écoute des contenus canadiens par genre (à l'exception des émissions pour enfants) proviennent des données d'audience fournies par le CRTC. La part d'écoute des émissions pour enfants pour le contenu canadien provient d'une analyse d'audience réalisée par le FMC.
43. Étant donné que les radiodiffuseurs doivent également assumer des coûts autres que ceux liés à la programmation pour offrir la programmation canadienne, un rajustement a été appliqué aux estimations des revenus bruts, soit les revenus de publicité ou d'abonnement, afin d'arriver à des estimations des revenus nets, c'est-à-dire les revenus de publicité ou d'abonnement moins les frais généraux.
44. Les données provenant des relevés financiers des services traditionnels du CRTC ont été utilisées pour obtenir un facteur de rajustement qui pourrait être appliqué aux revenus publicitaires totaux générés par les services traditionnels afin d'estimer les coûts d'exploitation autres que ceux de la programmation encourus par ces services.
45. De même, les données provenant des relevés financiers des services facultatifs du CRTC ont été utilisées pour obtenir un facteur de rajustement qui pourrait être appliqué au revenu total généré par les services facultatifs et les services sur demande afin de prévoir les coûts d'exploitation hors programmation encourus par ces services. Ce calcul particulier visait à ajouter les frais généraux des radiodiffuseurs aux coûts de l'ensemble du système.
46. Les résultats de ce processus d'estimations et d'attribution des revenus sont détaillés dans le Tableau 8 (2018), le Tableau 9 (2019) et le Tableau 10 (2020). Une fois que les revenus attribuables à la programmation canadienne ont été estimés, ils ont été déduits du revenu total pour arriver à une estimation des revenus de publicité et d'abonnement qui pourraient être raisonnablement attribués à la programmation non canadienne.

Tableau 8 Revenus de programmation, radiodiffuseurs privés et publics, 2018 (en millions de dollars).

	Nouvelles	Sports	Fiction	Enfants	Émissions de variétés	Autre*	Total canadien	Non canadien	TOTAL (toute la programmation)
Anglais									
Revenus publicitaires bruts traditionnels des fenêtres canadiennes	304,2	425,1	-17,5 [†]	-2,1 [†]	-0,3 [†]	3,3	712,7	675,3	1 388,0
Revenus publicitaires nets	236,2	330,1	-13,6 [†]	-1,6 [†]	-0,2 [†]	2,6	553,4	524,4	1 077,8
Revenus des sous-spécialités canadiennes	170,4	665,0	117,2	80,1	34,0	170,6	1 237,3	1173,0	2 410,3
Revenus des publicités spécialisées canadiennes	90,1	284,2	29,0	17,4	26,7	89,8	537,1	555,9	1 093,0
Sous-total des revenus des spécialités	260,4	949,2	146,2	97,5	60,7	260,4	1 774,4	1729,0	3 503,3
Revenus nets des spécialités	219,6	870,2	123,3	82,2	51,2	219,5	1 566,0	1388,2	2 954,1
Total des revenus	455,8	1200,3	109,6	80,6	51,0	222,1	2 119,4	1912,5	4 032,0
Français									
Revenus publicitaires bruts traditionnels des fenêtres canadiennes	74,3	11,8	37,7	3,3	7,2	130,0	264,4	128,6	393,0
Revenus publicitaires nets	52,2	8,3	26,5	2,3	5,1	91,3	185,7	90,3	276,0
Revenus des sous-spécialités canadiennes	59,0	108,1	33,6	19,2	8,4	49,0	277,2	271,9	549,1
Revenus des publicités spécialisées canadiennes	25,5	44,0	8,6	3,1	3,5	22,1	106,8	81,3	188,0
Sous-total des revenus des spécialités	84,5	152,0	42,1	22,3	12,0	71,1	383,9	353,2	737,2
Revenus nets des spécialités	71,2	132,9	35,5	18,8	10,1	59,9	328,5	293,1	621,6
Total des revenus	123,4	141,3	62,0	21,1	15,2	151,3	514,2	383,4	897,6

Source : Estimations de Nordicity basées sur des données du BCPAC, du CRTC et de CBC/Radio-Canada.

*Comprend les catégories d'émissions de documentaire, autres informations, type magazine, intérêt humain et jeux.

† Certains genres de programmation de télévision affichent des revenus publicitaires négatifs. Ces revenus publicitaires

négatifs sont liés à la programmation de CBC qui est subventionnée par les revenus du crédit parlementaire annuel de CBC ou subventionnée par interfinancement par les revenus publicitaires générés par la programmation sportive.

Tableau 9 Revenus de programmation, radiodiffuseurs privés et publics, 2019 (en millions de dollars).

	Nouvelles	Sports	Fiction	Enfants	Émissions de variétés	Autre*	Total canadien	Non canadien	TOTAL (Toute la programmation)
Anglais									
Revenus publicitaires bruts traditionnels des fenêtres canadiennes	333,8	68,0	33,1	5,3	0,3	154,9	595,4	774,6	1 370,0
Revenus publicitaires nets	261,4	53,3	25,9	4,2	0,2	121,4	466,4	606,7	1 073,1
Revenus des sous-spécialités canadiennes	167,4	664,6	141,9	76,7	26,5	177,2	1 254,3	1 136,8	2 391,1
Revenus des publicités spécialisées canadiennes	97,3	312,8	39,3	18,4	22,0	99,1	589,0	547,6	1 136,6
Sous-total des revenus des spécialités	264,7	977,4	181,2	95,1	48,5	276,4	1 843,3	1 684,4	3 527,7
Revenus nets des spécialités	226,7	893,0	155,1	81,5	41,5	236,6	1 634,4	1 386,3	3 020,7
Total des revenus	488,1	946,2	181,0	85,6	41,8	358,0	2 100,8	1 993,1	4 093,8
Français									
Revenus publicitaires bruts traditionnels des fenêtres canadiennes	74,3	0,8	43,7	4,1	7,9	127,0	257,8	114,2	372,0
Revenus publicitaires nets	50,2	0,5	29,6	2,7	5,3	85,9	174,2	77,2	251,4
Revenus des sous-spécialités canadiennes	58,6	112,8	35,2	18,8	7,9	48,8	282,1	260,7	542,8
Revenus des publicités spécialisées canadiennes	25,5	40,6	8,0	2,9	2,4	21,0	100,4	74,4	174,8
Sous-total des revenus des spécialités	84,1	153,4	43,2	21,7	10,3	69,9	382,5	335,1	717,6
Revenus nets des spécialités	72,0	133,9	37,0	18,6	8,8	59,8	330,1	284,4	614,5
Total des revenus	122,2	134,5	66,6	21,3	14,1	145,7	504,4	361,6	866,0

Source : Estimations de Nordicity fondées sur des données du BCPAC du CRTC et de CBC/Radio-Canada,
*Comprend les catégories de programmation documentaire, d'autres informations, de type magazine, d'intérêt humain et de jeux.

Tableau 10 Revenus de programmation, radiodiffuseurs privés et publics, 2020 (en millions de dollars).

	Nouvelles	Sports	Fiction	Enfants	Émissions de variétés	Autre*	Total canadien	Non canadien	TOTAL (Toute la programmation)
Anglais									
Revenus publicitaires bruts traditionnels des fenêtres canadiennes	355,7	20,4	15,3	1,7	0,5	44,7	438,3	839,7	1 278,0
Revenus publicitaires nets	267,2	15,3	11,5	1,3	0,3	33,6	329,2	630,8	960,1
Revenus des sous-spécialités canadiennes	153,9	645,2	138,5	64,1	15,2	140,6	1 157,4	1 171,0	2 328,4
Revenus des publicités spécialisées canadiennes	87,3	198,6	36,1	14,0	17,7	89,2	442,9	490,7	933,6
Sous-total des revenus des spécialités	241,2	843,7	174,6	78,1	32,9	229,8	1 600,4	1 661,7	3 262,0
Revenus nets des spécialités	207,8	754,7	150,4	67,3	28,4	198,0	1 406,5	1 403,9	2 810,4
Total des revenus	475,0	770,0	161,9	68,6	28,7	231,6	1 735,8	2 034,7	3 770,5
Français									
Revenus publicitaires bruts traditionnels des fenêtres canadiennes	74,6	0,8	38,9	4,1	7,0	120,4	245,9	87,1	333,0
Revenus publicitaires nets	51,6	0,6	26,9	2,9	4,8	83,2	169,9	60,2	230,1
Revenus des sous-spécialités canadiennes	57,2	112,7	39,8	11,8	5,7	49,4	276,5	244,1	520,6
Revenus des publicités spécialisées canadiennes	25,6	49,9	15,7	3,3	2,7	35,6	132,8	23,0	155,9
Sous-total des revenus des spécialités	82,7	162,6	55,5	15,0	8,4	85,1	409,3	267,1	676,4
Revenus nets des spécialités	71,3	141,4	47,8	13,0	7,3	73,3	353,9	228,8	582,8
Total des revenus	122,8	142,0	74,7	15,8	12,1	156,5	523,9	289,0	812,9

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

*Comprend les catégories de programmation documentaire, d'autres informations, de type magazine, d'intérêt humain et de jeux.

Tableau 11 Revenus de programmation, radiodiffuseurs privés et publics, 2021 (en millions de dollars).

	Nouvelles	Sports	Fiction	Enfants	Émissions de variétés	Autre*	Total canadien	Non canadien	TOTAL (toute la programmation)
Anglais									
Revenus publicitaires bruts traditionnels des fenêtres canadiennes	317,0	35,7	4,3	0,5	0,0	28,7	386,2	823,5	1 209,7
Revenus publicitaires nets	245,1	27,6	3,3	0,4	0,0	22,2	298,7	636,8	935,5
Revenus des sous-spécialités canadiennes	146,0	572,0	93,3	58,7	9,7	128,7	1 008,4	1 200,3	2 208,7
Revenus des publicités spécialisées canadiennes	94,9	179,9	36,6	11,6	12,3	95,2	430,6	650,1	1 080,7
Sous-total des revenus des spécialités	241,0	751,9	129,9	70,3	22,0	223,9	1 439,0	1 850,4	3 289,4
Revenus nets des spécialités	207,8	685,9	112,0	60,6	19,0	193,0	1 278,3	1 557,6	2 835,9
Total des revenus	452,9	713,5	115,3	61,0	19,0	215,3	1 577,0	2 194,4	3 771,4
Français									
Revenus publicitaires bruts traditionnels des fenêtres canadiennes	68,1	10,8	38,5	3,4	5,6	105,3	231,8	75,0	306,8
Revenus publicitaires nets	46,1	7,3	26,1	2,3	3,8	71,4	157,1	50,8	207,9
Revenus des sous-spécialités canadiennes	54,8	99,5	29,4	10,6	5,9	44,0	244,2	257,1	501,3
Revenus des publicités spécialisées canadiennes	28,5	64,5	16,8	2,9	3,4	34,8	150,9	32,7	183,6
Sous-total des revenus des spécialités	83,3	164,0	46,1	13,6	9,4	78,8	395,1	289,8	684,9
Revenus nets des spécialités	71,8	143,5	39,8	11,7	8,1	67,9	342,8	247,7	590,5

Total des revenus	117,9	150,9	65,9	14,0	11,9	139,3	499,9	298,5	798,4
-------------------	-------	-------	------	------	------	-------	--------------	-------	--------------

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

*Comprend les catégories de programmation documentaire, d'autres informations, de type magazine, d'intérêt humain et de jeux.

5 Autres revenus de contenu

47. Dans la section 4, nous avons examiné les revenus au sein du système de radiodiffusion canadien qui pouvaient être attribués à la programmation canadienne et ainsi être réputés présumés d'avoir compenser les coûts de cette programmation. Les données sur le financement présentées à la section 3 indiquent toutefois que la programmation de télévision canadienne génère également des revenus à l'extérieur du Canada, qui servent à compenser les coûts de création de ces émissions, même si une grande partie de ces coûts n'est pas assumée par les radiodiffuseurs canadiens.² Ces revenus étrangers sont en grande partie constitués du financement de la prévente à l'étranger (c'est-à-dire la **valeur d'exportation**), mais comprennent également les revenus des **ventes secondaires**, c'est-à-dire les revenus de distribution générés par le contenu après sa première. Comme indiqué à la section 3.2.2, ces revenus étrangers sont particulièrement importants pour le contenu de langue anglaise, et plus particulièrement pour les genres de fiction, et pour enfants et jeunesse.

5.1 Valeur des exportations

48. La valeur des exportations correspond à la valeur du financement étranger avant la vente de la production télévisuelle canadienne. Les données du BCPAC sur le financement étranger avant la vente de la production télévisuelle par langue et par genre sont multipliées par les niveaux du nombre de production afin d'estimer le montant annuel en dollars de la valeur des exportations par langue et par genre. La répartition par genre du volume global de production attribuable aux radiodiffuseurs privés et à CBC/Radio-Canada est utilisée pour attribuer les estimations par genre de la valeur des exportations au segment de la radiodiffusion privée et à CBC/Radio-Canada.

5.2 Ventés secondaires

49. Les ventes secondaires comprennent les revenus que les distributeurs et producteurs canadiens génèrent de l'octroi de licences pour la programmation dans d'autres fenêtres géographiques ou temporelles. Ces revenus de ventes secondaires sont généralement gagnés à l'extérieur du Canada, puisque les radiodiffuseurs canadiens détiennent souvent déjà les droits de diffusion de la programmation canadienne au Canada sur une base pluriannuelle.
50. Les données du FMC, du BCPAC et de Statistique Canada ont été utilisées pour prévoir le niveau annuel potentiel des ventes secondaires réalisées par la programmation canadienne, par genre. La répartition par genre de la valeur des exportations (c'est-à-dire la valeur du financement étranger avant la vente de la programmation canadienne) a été utilisée pour répartir le niveau global des ventes secondaires (distribution) de programmation canadienne déclarée par Statistique Canada.
51. La répartition par genre du volume global de production attribuable aux radiodiffuseurs privés et à CBC/Radio-Canada a été utilisée pour attribuer les estimations par genre des ventes secondaires au segment de la radiodiffusion privée et à CBC/Radio-Canada.

²Les droits de licence des radiodiffuseurs canadiens ne couvrent généralement qu'une partie du coût de création des émissions canadiennes. Cette partie varie selon le genre et le marché linguistique.

52. Les taux de recouvrement des investissements correspondent au rapport entre les revenus des ventes secondaires et la valeur de la production soutenue par le FMC. Les taux de recouvrement des investissements sont multipliés par le niveau annuel du volume de production dans chaque genre pour obtenir des estimations des ventes secondaires. Toutefois, ces estimations des ventes secondaires ne sont pas utilisées dans le modèle.

5.3 Résumé

53. Les Tableau 12 et Tableau 13 résumant les estimations modélisées des revenus étrangers pour les marchés anglophones et francophones, respectivement.

Tableau 12 Revenus étrangers du contenu télévisuel canadien, marché anglophone, radiodiffuseurs privés et publics (en millions de dollars)

	Nouvelles	Sports	Fiction	Enfants	Émissions de variétés	Autre*	Total canadien	Non canadien	TOTAL (Toute la programmation)
2018									
Valeur des exportations (valeur des préventes à l'étranger)	0,0	0,0	489,4	176,2	4,3	131,7	801,7	0	801,7
Ventes secondaires	0,0	0,0	175,0	63,0	1,5	47,1	286,7	0	286,7
Total des revenus étrangers	0	0	664,5	239,2	5,9	178,8	1 088,4	0	1 088,4
2019									
Valeur des exportations (valeur des préventes à l'étranger)	0,0	0,0	485,9	177,5	1,2	111,6	776,1	0	776,1
Ventes secondaires	0,0	0,0	154,6	56,5	0,4	35,5	247,0	0	247,0
Total des revenus étrangers	0	0	640,5	233,9	1,6	147,1	1 023,2	0	1 023,2
2020									
Valeur des exportations (valeur des préventes à l'étranger)	0,0	0,0	443,0	139,0	3,6	90,0	675,6	0	675,6
Ventes secondaires	0,0	0,0	150,3	47,2	1,2	30,5	229,2	0	229,2
Total des revenus étrangers	0	0	593,3	186,2	4,8	120,5	904,8	0	904,8
2021									
Valeur des exportations (valeur des préventes à l'étranger)	0,0	0,0	419,9	151,7	0,8	78,4	650,9	0	650,9
Ventes secondaires	0,0	0,0	147,2	53,2	0,3	27,5	228,2	0	228,2
Total des revenus étrangers	0	0	567,1	204,9	1,1	105,9	879,1	0	879,1

Source : Estimations de Nordicity fondées sur des données du BCPAC, du CRTC et du FMC.

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

*Comprend les catégories d'émissions documentaires, autres informations, type magazine, intérêt humain et jeu.

Tableau 13 Revenus étrangers du contenu télévisuel canadien, marché francophone, radiodiffuseurs privés et publics (en millions de dollars)

	Nouvelles	Sports	Fiction	Enfants	Émissions de variétés	Autre*	Total canadien	Non canadien	TOTAL (toute la programmation)
2018									
Valeur des exportations (valeur des préventes à l'étranger)	0,0	0,0	2,5	1,5	0,1	0,7	4,7	0	4,7
Ventes secondaires	0,0	0,0	0,9	0,5	0,0	0,2	1,7	0	1,7
Total des revenus étrangers	0	0	3,4	2,0	0,1	0,9	6,4	0	6,4
2019									
Valeur des exportations (valeur des préventes à l'étranger)	0,0	0,0	2,5	7,1	0,4	2,5	12,5	0	12,5
Ventes secondaires	0,0	0,0	0,8	2,2	0,1	0,8	4,0	0	4,0
Total des revenus étrangers	0	0	3,3	9,3	0,5	3,3	16,4	0	16,4
2020									
Valeur des exportations (valeur des préventes à l'étranger)	0,0	0,0	3,1	2,7	0,1	2,5	8,3	0	8,3
Ventes secondaires	0,0	0,0	1,0	0,9	0,0	0,8	2,8	0	2,8
Total des revenus étrangers	0	0	4,1	3,6	0,1	3,3	11,1	0	11,1
2021									
Valeur des exportations (valeur des préventes à l'étranger)	0,0	0,0	3,8	5,3	0,5	1,1	10,8	0	10,8
Ventes secondaires	0,0	0,0	1,3	1,9	0,2	0,4	3,8	0	3,8
Total des revenus étrangers	0	0	5,1	7,1	0,7	1,5	14,5	0	14,5

Source : Estimations de Nordicity fondées sur des données du BCPAC, du CRTC et du FMC.

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

*Comprend les catégories d'émissions documentaires, autres informations, type magazine, intérêt humain et jeux.

6 Résultats du modèle

54. La section suivante résume les principaux résultats du modèle en termes d'excédents et de manques à gagner financiers affichés pour la programmation canadienne et non canadienne.

6.1 Excédent et manque à gagner financier de la programmation télévisuelle au Canada

55. Les Tableau 14 et Tableau 15 rassemblent les estimations du revenu total généré par la programmation de télévision diffusée par les radiodiffuseurs canadiens (canadiens et non canadiens) et les comparent au revenu généré par cette programmation.
56. Au sein du marché anglophone, les résultats indiquent qu'en 2018, la programmation des nouvelles a généré un manque à gagner de 47 millions de dollars, tandis que la programmation sportive a généré un excédent de 442,9 millions de dollars. Tous genres confondus, la programmation canadienne a généré un manque à gagner de 223,5 millions de dollars.
57. La programmation non canadienne, quant à elle, a généré des revenus totaux de 1 912,5 millions de dollars, par rapport à un coût de 1 359,3 millions de dollars. En d'autres termes, la programmation non canadienne a généré un excédent financier de 553,3 millions de dollars. Cet excédent financier a plus que compensé le manque à gagner de 223,5 millions de dollars sur la programmation canadienne, ce qui a donné lieu à un excédent financier global de 329,8 millions de dollars pour le système de radiodiffusion canadien en 2018.
58. Cet excédent global s'élevait à 326,1 millions de dollars en 2019, avant de chuter à 130 millions de dollars en 2020 en raison de la baisse des revenus générés au sein du système. En 2021, cependant, l'excédent global est passé à 600,6 millions de dollars. Bien que les revenus n'aient pas été entièrement récupérés en 2021, les coûts de programmation canadiens étaient environ 12 % moins élevés qu'en 2020.
59. Sur le marché francophone, tous les genres ont affiché un manque à gagner en 2018. Le manque à gagner global, tous genres confondus, s'élève à 621,7 millions de dollars. Ce manque à gagner a été partiellement compensé par un excédent financier de 211,5 millions de dollars dans la programmation non canadienne. Par conséquent, le marché francophone a affiché un manque à gagner global de 410,2 millions de dollars en 2018.
60. Ce manque à gagner global était de 454,4 millions de dollars en 2019 et de 499,5 millions de dollars en 2020. En 2021, le manque à gagner du marché francophone se réduit à 38,7 millions de dollars. Cela correspond à l'amélioration significative de l'excédent observée sur le marché anglophone. Même si les revenus du marché francophone n'étaient pas complètement rétablis en 2021, les coûts de la programmation ont diminué de moitié en 2021, réduisant ainsi le manque à gagner global.

Tableau 14 Excédent/(manque à gagner) financier sur la programmation canadienne et non canadienne, marché anglophone (en millions de dollars)

	Nouvelles	Sports	Fiction	Enfants	Émissions de variétés	Autre*	Total canadien	Non canadien	TOTAL (toute la programmation)
2018									
Total des revenus	455,8	1200,3	109,6	80,6	51,0	222,1	2 119,4	1 912,5	4 032,0
Coûts de programmation prévus	502,8	757,4	1105,5	417,0	84,2	564,4	3 431,3	1 359,3	4 790,6
Excédent/(manque à gagner) de la radiodiffusion canadienne	(47,0)	442,9	(995,8)	(336,4)	(33,2)	(342,3)	(1 311,8)	553,3	(758,6)
Total des revenus étrangers	0	0	664,5	239,2	5,9	178,8	1 088,4	0	1 088,4
Excédent/(manque à gagner) global	(47,0)	442,9	(331,4)	(97,2)	(27,4)	(163,5)	(223,5)	553,3	329,8
2019									
Total des revenus	488,1	946,2	181,0	85,6	41,8	358,0	2 100,8	1 993,1	4 093,8
Coûts de programmation prévus	504,4	707,0	1 188,2	409,0	41,3	603,4	3 453,4	1 312,7	4 766,1
Excédent/(manque à gagner) de la radiodiffusion canadienne	(16,3)	239,2	(1 007,2)	(323,4)	0,4	(245,4)	(1 352,7)	680,4	(672,3)
Total des revenus étrangers	0	0	628,7	220,7	1,1	147,9	998,4	0	998,4
Excédent/(manque à gagner) global	(16,3)	239,2	(378,5)	(102,7)	1,5	(97,6)	(354,3)	680,4	326,1
2020									
Total des revenus	475,0	770,0	161,9	68,6	28,7	231,6	1 735,8	2 034,7	3 770,5
Coûts de programmation prévus	495,0	631,5	1 204,4	361,0	59,5	584,9	3 336,2	1 281,7	4 617,9
Excédent/(manque à gagner) de la radiodiffusion canadienne	(20,0)	138,5	(1 042,5)	(292,4)	(30,7)	(353,3)	(1 600,5)	753,0	(847,4)
Total des revenus étrangers	0	0	612,6	221,6	4,9	138,3	977,4	0	977,4
Excédent/(manque à gagner) global	(20,0)	138,5	(429,9)	(70,8)	(25,9)	(215,0)	(623,1)	753,0	130,0
2021									
Total des revenus	452,9	713,5	115,3	61,0	19,0	215,3	1 577,0	2 194,4	3 771,4

Coûts de programmation prévus	508,2	631,5	1 018,0	294,0	44,2	454,8	2 950,7	1 099,2	4 049,9
Excédent/(manque à gagner) de la radiodiffusion canadienne	(55,3)	82,0	(902,7)	(233,0)	(25,3)	(239,5)	(1 373,7)	1 095,2	(278,4)
Total des revenus étrangers	0	0	567,1	204,9	1,1	105,9	879,1	0	879,1
Excédent/(manque à gagner) global	(55,3)	82,0	(335,6)	(28,0)	(24,2)	(133,6)	(494,6)	1 095,2	600,6

Tableau 15 Excédent/(manque à gagner) financier sur la programmation canadienne et non canadienne, marché francophone (en millions de dollars)

	Nouvelles	Sports	Fiction	Enfants	Émissions de variétés	Autre*	Total canadien	Non canadien	TOTAL (toute la programmation)
2018									
Total des revenus	123,4	141,3	62,0	21,1	15,2	151,3	514,2	383,4	897,6
Coûts de programmation prévus	204,6	212,9	202,8	104,0	85,8	332,2	1 142,3	171,9	1 314,2
Excédent/(manque à gagner) de la radiodiffusion canadienne	(81,2)	(71,6)	(140,8)	(82,9)	(70,6)	(181,0)	(628,1)	211,5	(416,6)
Total des revenus étrangers	0	0	3,4	2,0	0,1	0,9	6,4	0	6,4
Excédent/(manque à gagner) global	(81,2)	(71,6)	(137,4)	(80,9)	(70,5)	(180,0)	(621,7)	211,5	(410,2)
2019									
Total des revenus	122,2	134,5	66,6	21,3	14,1	145,7	504,4	361,6	866,0
Coûts de programmation prévus	201,3	198,7	265,2	114,0	46,7	337,2	1 163,2	172,9	1 336,1
Excédent/(manque à gagner) de la radiodiffusion canadienne	(79,1)	(64,2)	(198,7)	(92,7)	(32,6)	(191,5)	(658,8)	188,7	(470,1)
Total des revenus étrangers	0	0	3,3	8,8	0,5	3,1	15,7	0	15,7
Excédent/(manque à gagner) global	(79,1)	(64,2)	(195,4)	(83,8)	(32,1)	(188,5)	(643,1)	188,7	(454,4)
2020									
Total des revenus	122,8	142,0	74,7	15,8	12,1	156,5	523,9	289,0	812,9
Coûts de programmation prévus	196,2	177,3	254,6	89,0	81,8	351,7	1 150,6	172,5	1 323,1
Excédent/(manque à gagner) de la radiodiffusion canadienne	(73,4)	(35,4)	(179,9)	(73,2)	(69,7)	(195,2)	(626,7)	116,5	(510,2)
Total des revenus étrangers	0	0	3,9	3,2	0,1	3,4	10,7	0	10,7
Excédent/(manque à gagner) global	(73,4)	(35,4)	(176,0)	(70,0)	(69,5)	(191,8)	(616,0)	116,5	(499,5)
2021									
Total des revenus	62,7	143,7	49,3	12,6	5,3	110,1	383,7	283,9	667,6

Coûts de programmation prévus	99,5	120,5	104,2	18,0	36,6	197,7	576,6	134,5	711,1
Excédent/(manque à gagner) de la radiodiffusion canadienne	(36,9)	23,2	(54,9)	(5,4)	(31,3)	(87,6)	(192,9)	149,4	(43,5)
Total des revenus étrangers	0	0	2,2	1,2	0,4	1,0	4,8	0	4,8
Excédent/(manque à gagner) global	(36,9)	23,2	(52,7)	(4,3)	(30,9)	(86,6)	(188,1)	149,4	(38,7)

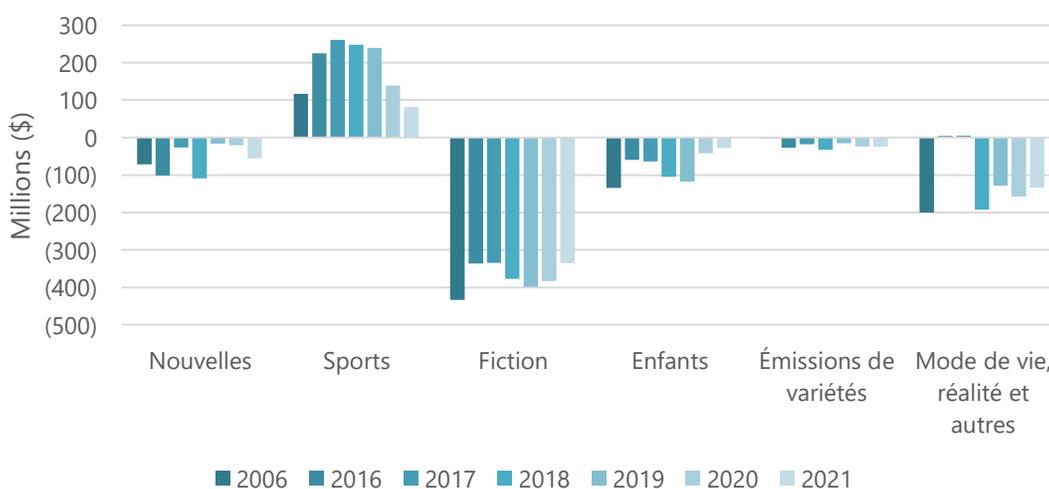
Source : Estimations de Nordicity fondées sur des données du BCPAC, du CRTC et de CBC/Radio-Canada.

*Comprend les catégories de programmation documentaire, d'autres informations, de type magazine, d'intérêt humain et de jeux.

6.2 Résumé par genre

61. Dans le marché anglophone, les nouvelles, la fiction, les enfants et les variétés et arts de la scène ont tous affiché des manques à gagner constants d'une année à l'autre pour le contenu canadien (Figure 10). Les manques à gagner les plus importants ont été enregistrés dans le genre de la fiction, où les coûts de production élevés et la part d'écoute relativement faible ont occasionné des manques à gagner annuels de 300 à 400 millions de dollars.
62. Le seul genre qui a généré un excédent financier constant est le genre sportif, où les revenus des émissions ont souvent dépassé les coûts des émissions de 100 millions de dollars et de plus de 400 millions de dollars en 2018.
63. En général, les autres genres de programmation ont également affiché des manques à gagner, bien qu'en 2016 et 2017 ils aient affiché un léger excédent de 4 à 5 millions de dollars.

Figure 10 Excédent (manque à gagner) financier sur le contenu canadien dans son ensemble, par genre, marché anglophone (en millions de dollars)



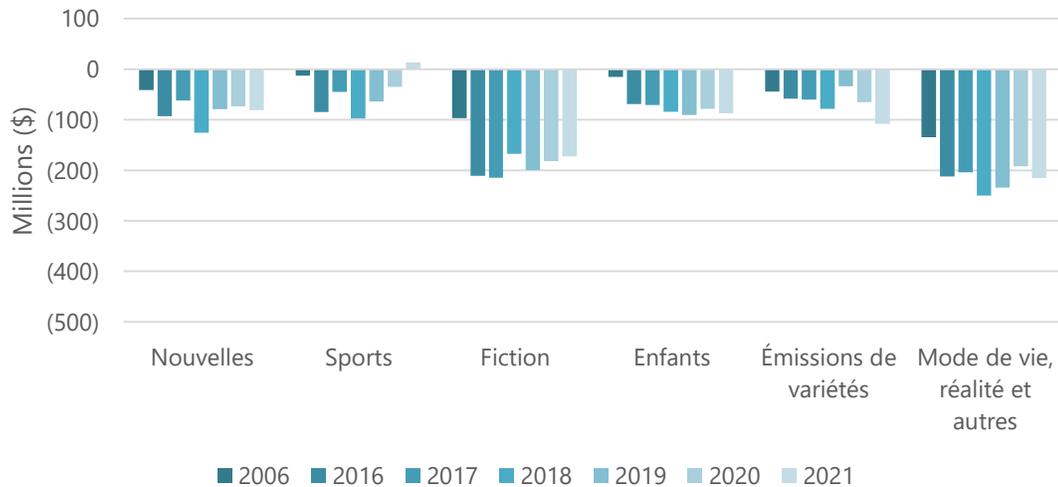
	2006	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Nouvelles	(72)	(101)	(26)	(47)	(16)	(20)	(55)
Sports	117	226	261	443	239	139	82
Fiction	(433)	(337)	(335)	(331)	(399)	(383)	(336)
Enfants	(134)	(59)	(64)	(97)	(117)	(41)	(28)
Émissions de variétés	(2)	(27)	(17)	(27)	(15)	(24)	(24)
Mode de vie, réalité et autres	(201)	4	5	(164)	(128)	(157)	(134)

Source : Estimations de Nordicity fondées sur des données du CRTC, du BCPAC, du FMC et de Statistique Canada.

64. Dans le marché francophone, tous les types de programmation ont affiché des manques à gagner de façon constante (Figure 11). Les manques à gagner les plus importants se situent dans le genre de la fiction, où les pertes annuelles sont d'environ 200 millions de

dollars. D'autres genres ont également affiché des manques à gagner d'environ 200 millions de dollars.

Figure 11 Excédent (manque à gagner) financier sur le contenu canadien dans son ensemble, par genre, marché francophone (en millions de dollars)



	2006	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Nouvelles	(42)	(93)	(62)	(81)	(79)	(73)	(81)
Sports	(13)	(85)	(46)	(72)	(64)	(35)	14
Fiction	(97)	(211)	(214)	(137)	(199)	(182)	(172)
Enfants	(15)	(69)	(71)	(81)	(90)	(79)	(88)
Émissions de variétés	(45)	(58)	(60)	(71)	(33)	(66)	(108)
Mode de vie, réalité et autres	(135)	(213)	(204)	(180)	(234)	(192)	(215)

Source : Estimations de Nordicity fondées sur des données du CRTC, du BCPAC, du FMC et de Statistique Canada.

65. Contrairement au marché anglophone, dans le marché francophone, la programmation sportive a en fait généré des manques à gagner d'une année à l'autre. Ce résultat particulier est surprenant, étant donné l'opinion largement répandue selon laquelle la programmation sportive a historiquement offert aux radiodiffuseurs canadiens de nombreuses occasions de générer des excédents financiers. Comme sur le marché anglophone, sur le marché francophone, la grande partie de la programmation sportive est diffusée sur des services facultatifs. En effet, trois services facultatifs – RDS, RDS Info et TVA Sports – représentent la grande majorité de la programmation sportive et des auditoires du marché francophone du Canada.
66. En fait, selon les résumés financiers du CRTC, entre 2016 et 2020, ces trois services sportifs facultatifs ont combiné un bénéfice avant intérêts et impôts (BAII) négatif pour chaque année de diffusion (Tableau 16). Ainsi, bien que RDS génère un BAII positif, celui-ci est compensé par les BAII négatifs de RDS Info et de TVA Sports.

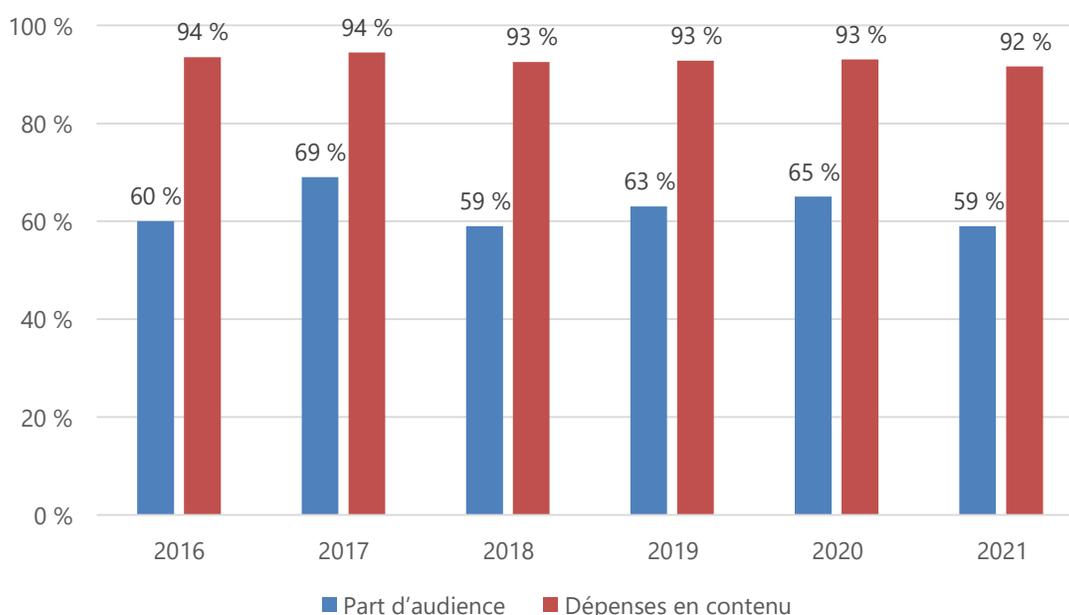
Tableau 16 BAII des services sportifs facultatifs de langue française

	2016	2017	2018	2019	2020	2021
RDS	27,8	26,8	14,8	(0,2)	8,8	
RDS Info	(5,3)	(5,0)	(5,7)	(5,6)	(6,2)	
TVA Sports	(33,8)	(21,5)	(21,8)	(17,0)	(10,0)	
Total	(12,3)	(0,2)	(13,8)	(22,8)	(7,8)	

Source : CRTC

67. Les BAII négatifs observés dans les services de sports facultatifs de langue française ne représentent encore qu'une fraction des manques à gagner estimés par le modèle financier *Emboîter le pas au changement*. Les manques à gagner affichés par le modèle reflètent essentiellement la différence entre les dépenses de contenu et la part d'écoute pour la programmation sportive canadienne. Alors que les dépenses consacrées à la programmation sportive canadienne représentaient plus de 90 % des dépenses totales de contenu des services facultatifs de langue française, elles ne représentaient qu'environ 60 % de la part d'écoute (Figure 12).
68. Même si la part d'écoute de la programmation sportive canadienne ne représentait qu'environ les deux tiers de son coût pour les services sportifs facultatifs, il est probable que la programmation sportive canadienne, notamment les matchs de la Ligue nationale de hockey (LNH), puisse obtenir des taux publicitaires plus élevés que ceux qui ne sont pas pratiqués sur le marché francophone du Canada. Si c'est effectivement le cas, alors le manque à gagner réel pour la programmation sportive canadienne serait beaucoup plus faible que ce qu'indiquent les données financières et peut-être même inexistant.

Figure 12 Part d'écoute et de dépenses de contenu de la programmation sportive canadienne, services facultatifs de langue française

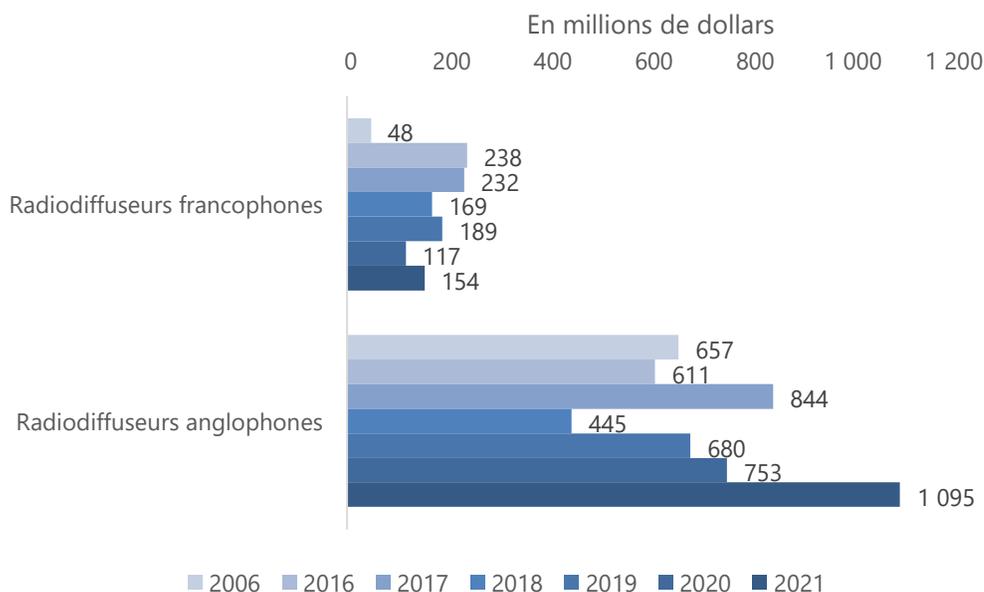


Source : Estimations de Nordicity basées sur des données du CRTC et de Numeris.

6.3 Résumé de l'excédent financier sur la programmation non canadienne

69. Le modèle financier *Emboîter le pas au changement* indique que la programmation non canadienne génère des surplus importants sur les marchés francophones et anglophones (Figure 13). Ces excédents contribuent en partie à compenser les manques à gagner de la programmation canadienne en contribuant à s'assurer que les radiodiffuseurs canadiens disposent de ressources financières suffisantes pour répondre à leurs exigences de DÉC. Ainsi, les excédents financiers de la programmation non canadienne aident le système canadien de radiodiffusion à demeurer financièrement viable tout en atteignant ses objectifs de la politique.
70. Sur le marché francophone, les excédents annuels de la programmation non canadienne varient de 48 millions de dollars (2006) à 238 millions de dollars (2016). Sur le marché anglophone, les excédents annuels varient de 553 millions de dollars (2018) à pas moins de 1,1 milliard de dollars (2021). En effet, la hausse des parts d'écoute de la programmation non canadienne combinée à la baisse des coûts de programmation pour la programmation non canadienne ce qui signifiait que l'excédent annuel avait doublé entre 2018 et 2021.

Figure 13 Excédent financier des radiodiffuseurs canadiens sur la programmation non canadienne (en millions de dollars)

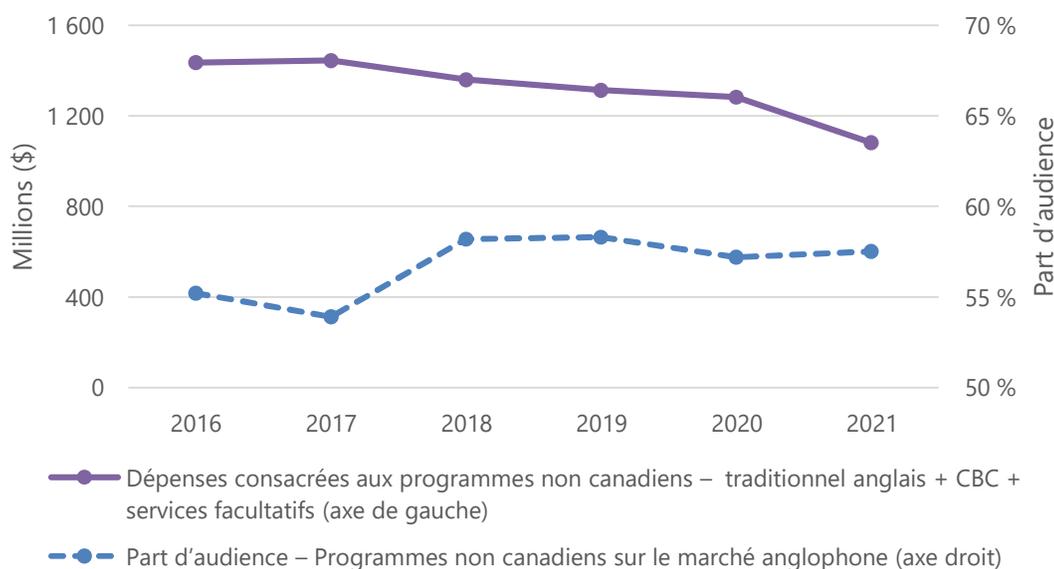


Source : Analyse de Nordicity fondée sur des données du BCPAC, du CRTC, de CBC/Radio-Canada et du FMC.

71. Entre 2016 et 2021, les dépenses des radiodiffuseurs canadiens de langue anglaise de la programmation non canadienne ont diminué de 1 436 millions de dollars à 1 081 millions de dollars, soit une baisse d'environ 25 % (Figure 14). Pendant ce temps, le visionnement par les publics anglophones de la programmation non canadienne a connu une augmentation graduelle en 2018. En 2017 et 2018, la part d'écoute de programmation

non canadienne sur le marché anglophone était de 54 % à 55 %. En 2018, elle est passée à 58 % et est ensuite restée entre 57 % et 58 % par la suite. La combinaison de cette augmentation de la part d'écoute et de la diminution des dépenses de contenu a conduit à l'élargissement de la valeur de l'excédent financier sur la programmation non canadienne.

Figure 14 Programmation non canadienne sur le marché anglophone, dépenses de contenu et part d'écoute



Source : CRTC et Numeris

6.4 Sources de subventions pour la production canadienne

72. Tel qu'indiqué aux sections 6.1 et 6.2, la plupart des types de programmation canadienne, en particulier la production originale de programmation canadienne scénarisée et non scénarisée, occasionne des manques à gagner pour le secteur canadien de la radiodiffusion dans les deux marchés linguistiques. Et bien que, comme nous l'avons mentionné à la section 6.3, les radiodiffuseurs canadiens peuvent avoir accès aux excédents financiers de la programmation non canadienne pour compenser les revenus publicitaires limités générés par la programmation canadienne dans certains cas, les producteurs canadiens n'ont pas accès aux excédents financiers de cette programmation non canadienne pour créer une programmation canadienne originale en premier lieu. Au lieu de cela, le CRTC et le gouvernement fédéral ont mis en place une variété de programmes de subventions publiques pour combler le manque à gagner financier lié à la production de contenu canadien.
73. Ces programmes de subventions comprennent le crédit parlementaire de CBC/Radio-Canada, le FMC, le CIPC, les FPIC et le Fonds indépendant pour les nouvelles locales. Ces programmes de subventions à l'échelon fédéral sont complétés par des crédits d'impôt provinciaux pour la production télévisuelle canadienne.

74. Sur le marché anglophone, les subventions publiques pour le contenu télévisuel canadien se sont élevées à un montant estimé à 1,16 milliard de dollars en 2021 (Tableau 17). Les plus importantes sources de subvention étaient le crédit parlementaire de CBC/Radio-Canada (411 millions de dollars), suivi du financement de l'Enveloppe de rendement des télédiffuseurs (ERT) du FMC (188 millions de dollars) et du niveau estimé du CIPC (174 millions de dollars). Les fonds de production indépendants certifiés ont contribué environ 27 millions de dollars à la production télévisuelle de langue anglaise et le Fonds indépendant pour les nouvelles locales a contribué environ 16 millions de dollars. Au total, les subventions fédérales pour la production télévisuelle canadienne sur le marché anglophone s'élevaient donc à 816 millions de dollars en 2021. Les crédits d'impôt provinciaux ont ajouté 347 millions de dollars en subvention, ce qui porte le niveau total de subvention à 1,16 milliard de dollars.

Tableau 17 Subventions publiques pour le contenu télévisuel canadien, marché anglophone (en millions de dollars)

	2018	2019	2020	2021
Crédit parlementaire CBC/Radio-Canada	415	371	369	411
ERT du FMC	177	178	188	188
CIPC	210	222	213	174
Fonds de production indépendants certifiés*	30	29	28	27
Fonds pour les nouvelles locales indépendantes*	18	17	17	16
Sous-total fédéral	850	818	815	816
Crédits d'impôt provinciaux	401	444	410	347
Totaux généraux	1 251	1 262	1 225	1 163

Source : CMPA *Profile 2021* et CRTC

*Part prévue du total des montants canadiens rapportés par le CRTC

75. Sur le marché francophone, les subventions publiques pour le contenu télévisuel canadien se sont élevées à un montant estimé à 653 millions de dollars en 2021 (Tableau 18). Les plus importantes sources de subvention étaient le crédit parlementaire de CBC/Radio-Canada (332 millions de dollars), suivi du financement de l'ERT du FMC (92 millions de dollars) et du niveau prévu du CIPC (87 millions de dollars). Les fonds de production indépendants certifiés ont contribué environ 14 millions de dollars à la production télévisuelle de langue française et le Fonds indépendant pour les nouvelles locales a contribué environ 4 millions de dollars. Au total, les subventions fédérales à la production télévisuelle canadienne sur le marché francophone s'élevaient donc à 529 millions de dollars en 2021. Les crédits d'impôt provinciaux ont ajouté 124 millions de dollars en subvention, ce qui porte le niveau total de subvention à 653 millions de dollars.

Tableau 18 Subventions publiques pour le contenu télévisuel canadien, marché francophone (en millions de dollars)

	2018	2019	2020	2021
Crédit parlementaire de CBC/Radio-Canada	327	315	311	332
ERT du FMC	83	84	88	92

CIPC	75	84	82	87
Fonds de production indépendants certifiés*	16	16	15	14
Fonds pour les nouvelles locales indépendantes*	4	4	4	4
Sous-total fédéral	505	502	500	529
Crédits d'impôt provinciaux	99	115	109	124
Totaux généraux	604	617	609	653

Source : CMPA Profile 2021 et CRTC

*Part prévue du total des montants canadiens rapportés par le CRTC

76. Dans les deux marchés linguistiques, ces subventions sont nécessaires pour combler l'écart entre les coûts de production de contenu télévisuel original (voir section 3.2.1) et le financement obtenu des radiodiffuseurs canadiens et des sources étrangères. De plus, le crédit parlementaire pour CBC/Radio-Canada couvre le manque à gagner de ce radiodiffuseur parce que les revenus publicitaires qu'il perçoit ne couvrent pas ses coûts d'exploitation globaux, y compris ses dépenses en matière de programmation canadienne originale.

7 Conclusions

77. Le modèle financier *Emboîter le pas au changement* démontre clairement qu'à l'exception de la programmation sportive sur le marché anglophone, tous les genres de programmation de télévision canadienne sont incapables de générer suffisamment de revenus commerciaux pour couvrir leurs coûts totaux de production. Les manques à gagner les plus importants sont enregistrés dans la programmation de fiction de langue anglaise. Toutefois, la programmation de fiction de langue française et la programmation de mode de vie et de télé-réalité affichent également des manques à gagner constants.
78. Le système de radiodiffusion canadien et le secteur de la production comptent sur une variété de subventions et d'interfinancements pour compenser ces manques à gagner. Premièrement, les radiodiffuseurs canadiens réalisent d'importants excédents financiers sur leur programmation non canadienne pour laquelle le nombre de téléspectateurs et les revenus publicitaires associés dépassent de loin les coûts de licence de la programmation. Cet excédent financier génère un interfinancement que les radiodiffuseurs canadiens peuvent utiliser pour respecter leurs DÉC, mais aussi pour investir dans de nouvelles technologies ou dans leurs autres secteurs d'activité, ou même, dans le cas des radiodiffuseurs privés canadiens, pour retourner à leurs actionnaires.
79. Sur le marché anglophone, l'excédent financier disponible pour cette activité d'interfinancement a atteint plus de 1,2 milliard de dollars (Figure 13). La combinaison de la baisse des coûts de licence pour la programmation télévisuelle non canadienne et de l'augmentation de la part d'écoute a contribué à la croissance de cet interfinancement sur le marché anglophone au cours des dernières années (Figure 14).
80. Toutefois, à long terme, la valeur de cet interfinancement pourrait très probablement diminuer. Même avec des téléspectateurs importants pour la programmation non canadienne, chaque année, une part plus importante des dépenses publicitaires au Canada va vers l'Internet et d'autres plateformes numériques. En fin de compte, cela signifie que même une part d'écoute élevée de la plateforme de radiodiffusion produira moins de revenus publicitaires que cette même part ne le fait aujourd'hui.

81. De plus, l'audience canadienne s'éloigne des plateformes télévisuelles principalement financées par la publicité pour se tourner vers des plateformes principalement financées par abonnement. Cette migration finira par se refléter dans les nombres relatifs à l'audience et aux revenus publicitaires, en particulier pour la programmation non canadienne, qui pourrait elle-même migrer de plus en plus vers les plateformes de VSDA telles que Netflix et Amazon Prime Video. Ces tendances de migration du contenu et de l'audience éroderont invariablement la valeur de l'interfinancement de la programmation non canadienne, à moins que les coûts de licence de cette programmation ne diminuent plus rapidement.
82. Au fur et à mesure que la valeur de cet interfinancement diminuera, il deviendra de plus en plus difficile pour les radiodiffuseurs canadiens de satisfaire à leurs exigences de DÉC et de payer les droits de licence pour la programmation télévisuelle canadienne originale. Cet interfinancement n'est que la première ligne des couches de soutien financier du système canadien de radiodiffusion pour la création d'une programmation canadienne.

Les radiodiffuseurs canadiens, bien sûr, ne couvrent qu'une partie des coûts de création du contenu télévisuel canadien, de sorte que l'interfinancement dont ils disposent ne peut être déployé que pour couvrir une partie du coût global de création de la programmation télévisuelle canadienne. Comme mentionné à la section 3.2.2, les radiodiffuseurs canadiens ne représentaient que 15 % du financement total de la production télévisuelle canadienne de langue anglaise en 2020-2021 (voir Tableau 2) et 49 % de la production télévisuelle de langue française (Tableau 3). Sur les deux marchés linguistiques, les radiodiffuseurs canadiens représentent environ 25 % du financement total de la production (

83. Tableau 4).

Pour aider à couvrir les coûts totaux de production au-delà des droits de licence des radiodiffuseurs canadiens, les producteurs canadiens doivent faire appel à des sources de financement auprès de sources commerciales nationales et étrangères. Le premier représente généralement de 4 % à 6 % du financement total de la production télévisuelle canadienne (

84. Tableau 4). Le dernier, qui représente 25 % à 30 %, a déjà été pris en compte dans le modèle financier *Emboîter le pas au changement* sous la forme de la valeur des exportations.
85. Il reste donc un manque à gagner de 40 % à 45 % sur les coûts de production, qui doit être comblé par les divers programmes de financement fédéraux et provinciaux offerts aux producteurs canadiens. Ces programmes de subvention fédéraux et provinciaux ont fourni un financement estimé à 1,8 milliard de dollars à l'industrie canadienne de la production et au système de radiodiffusion en 2021 (Tableau 17 et Tableau 18). De ce 1,8 milliard de dollars, 743 millions, soit 41 % du total, sont consacrés au soutien des activités de CBC/Radio-Canada. Cela inclut la capacité du radiodiffuseur public à payer les droits de licence pour les Canadiens. Contrairement aux radiodiffuseurs privés canadiens, CBC/Radio-Canada n'a pas accès à un interfinancement sur la programmation non canadienne, dans lequel elle peut puiser afin de financer ses droits de licence pour la programmation canadienne.
86. Le solde des subventions fédérales et provinciales, c'est-à-dire un peu moins de 1,1 milliard de dollars, en 2021 est versé directement dans l'industrie de production canadienne pour couvrir le manque à gagner du financement de la production. Bon nombre de ces sources de financement échappent au contrôle direct du gouvernement fédéral et du CRTC. Par exemple, les crédits d'impôt provinciaux, dont la valeur a été estimée à 471 millions de dollars, soit 44 % du montant allant directement à la production, sont sous le contrôle des gouvernements provinciaux.
87. Le FMC représentait 280 millions de dollars du 1,1 milliard de dollars mis à la disposition des producteurs canadiens en 2021. Cependant, même s'il a été complété par le gouvernement fédéral au cours des dernières années, si les revenus des entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR) du Canada continuent de diminuer, sa viabilité financière à long terme en tant que source importante de subvention à la production sera érodée.
88. L'analyse qui précède démontre que le manque à gagner pour la programmation télévisuelle canadienne est important et qu'il touche tous les genres et tous les marchés linguistiques. Sans une source durable de subvention ou d'interfinancement, la capacité des radiodiffuseurs canadiens à commander une programmation canadienne originale et des producteurs canadiens à financer les coûts de production au-delà des droits de licence des radiodiffuseurs canadiens sera menacée.

8 Annexe A : Comparaison avec les résultats du modèle 2018

89. Plusieurs modifications ont été apportées au modèle financier *Emboîter le pas au changement* depuis 2018 afin d'améliorer la précision de ses estimations des excédents (manques à gagner) financiers. Plus précisément :
- Une écriture de rajustement a été incorporée dans le modèle, de sorte que les résultats de l'analyse de service par service des revenus des services facultatifs soient cohérents avec les niveaux globaux des revenus tel qu'indiqué dans les relevés financiers des services facultatifs. L'inclusion de cette écriture de rajustement a eu un effet significatif sur l'estimation des excédents financiers associés à la programmation étrangère et à la programmation sportive canadienne.
 - Des corrections ont été apportées à l'application des données d'écoute pour les années de radiodiffusion 2015-2016 et 2016-2017.
90. Les effets de ces modifications sont détaillés dans les tableaux ci-dessous.

Tableau 19 Excédent financier des radiodiffuseurs canadiens sur la programmation étrangère au Canada (en millions de dollars)

	2006		2016		2017	
	Vieux	Nouveau	Vieux	Nouveau	Vieux	Nouveau
Marché anglophone	692	657	870	611	836	844
Marché francophone	59	48	194	238	212	232

Source : Analyse de Nordicity fondée sur des données du BCPAC, du CRTC, de CBC/Radio-Canada et du FMC.

Tableau 20 Excédent (manque à gagner) financier sur le contenu canadien dans son ensemble par genre, marché anglophone (en millions de dollars)

	2006		2016		2017	
	Vieux	Nouveau	Vieux	Nouveau	Vieux	Nouveau
Nouvelles	(71)	(72)	(152)	(101)	(162)	(26)
Sports	(48)	117	56	226	65	261
Fiction	(375)	(433)	(273)	(337)	(312)	(335)
Enfants	(126)	(134)	(161)	(59)	(59)	(64)
Émissions de variétés	4,0	(2)	18	(27)	(27)	(17)
Mode de vie, télé-réalité et autres	(143)	(201)	(1)	4	62	5

Source : Analyse de Nordicity fondée sur des données du BCPAC, du CRTC, de CBC/Radio-Canada et du FMC.

Tableau 21 Excédent (manque à gagner) financier sur le contenu canadien dans son ensemble par genre, marché francophone (en millions de dollars)

	2006		2016		2017	
	Vieux	Nouveau	Vieux	Nouveau	Vieux	Nouveau
Nouvelles	(60)	(42)	(106)	(93)	(107)	(62)
Sports	(15)	(13)	(41)	(85)	(62)	(46)
Fiction	(92)	(97)	(125)	(211)	(201)	(214)
Enfants	(14)	(15)	(51)	(69)	(64)	(71)
Émissions de variétés	(43)	(45)	(83)	(58)	(57)	(60)
Mode de vie, télé réalité et autres	(121)	(135)	(154)	(213)	(213)	(204)

Source : Analyse de Nordicity fondée sur des données du BCPAC, du CRTC, de CBC/Radio-Canada et du FMC.

9 Annexe B : Aperçu technique du modèle financier

91. La section suivante fournit une description technique de la méthodologie et des calculs utilisés pour élaborer le modèle financier *Emboîter le pas au changement*. La description technique est organisée en fonction des feuilles de calcul présentes dans le modèle Excel.
92. Les descriptions ne sont fournies que pour les feuilles de travail qui font partie du modèle d'estimation des excédents (manques à gagner) financiers annuels de la programmation canadienne et étrangère au sein du système canadien de radiodiffusion. D'autres feuilles de calcul au sein du modèle Excel qui faisait partie du module permettant de retracer les flux financiers au sein du système de radiodiffusion et de prévoir les excédents (manques à gagner) futurs n'ont pas été mises à jour et ont été exclues de ce schéma technique.

9.1 Feuilles de calcul des résultats du modèle

9.1.1 Graphiques sur les excédents et les manques à gagner

93. Rassemble les résultats de la modélisation de la feuille de calcul « Excédent économique TOTAL » (voir ci-dessous) pour les graphiques.

9.1.2 Excédent économique TOTAL

94. Résume les calculs détaillés de l'excédent (déficit) financier généré par la programmation canadienne présentée par CBC/Radio-Canada (voir « Excédent économique CBC » ci-dessous) et les radiodiffuseurs privés canadiens (voir « Excédent économique privé » ci-dessous) en tenant compte du genre dans chaque marché linguistique.
95. Résume également les estimations de l'excédent gagné par CBC/Radio-Canada et les radiodiffuseurs privés canadiens grâce à la diffusion de programmation étrangère.
96. Les revenus publicitaires bruts traditionnels de Windows Canada : Revenus publicitaires des radiodiffuseurs traditionnels.
97. Les revenus publicitaires nets : Appliquer l'« Ajustement publicitaire net » pour éliminer les frais généraux des radiodiffuseurs et obtenir une estimation des revenus publicitaires nets.
98. Les revenus d'abonnement aux émissions spécialisées canadiennes : Estimations des revenus d'abonnement attribuables à la programmation canadienne dans chaque genre (voir « Revenus_d'abonnement »).
99. Les revenus publicitaires des services spécialisés canadiens : Estimations des revenus publicitaires gagnés par les services facultatifs et attribuables à la programmation canadienne dans chaque genre (voir « Revenus_publicitaires_des_services_spécialisés »).
100. Le sous-total des revenus des services spécialités : La somme des revenus d'abonnement des spécialités canadiennes et des revenus des publicités des spécialités canadiennes.
101. Les revenus nets des services spécialisés : Appliquer le « Rajustement des abonnements nets » pour retirer les frais généraux des services facultatifs (autres que les coûts de programmation) et obtenir une estimation des revenus nets des services facultatifs qui peut être comparée aux coûts de programmation du système de radiodiffusion.

102. Les revenus totaux : La somme des revenus publicitaires nets et des revenus nets des services spécialisés.
103. Production interne : Les estimations des dépenses totales des radiodiffuseurs canadiens pour la production interne (par exemple, les nouvelles et les sports). Comprends les paiements de droits pour la programmation sportive canadienne.
104. Production indépendante : Le volume total de la production canadienne par genre (voir « Coûts de production »).
105. Autres coûts de licence : Non utilisé.
106. Les estimations des coûts de programmation : La somme de la production interne et de la production indépendante. Le coût annuel total de la création d'une programmation au sein du système canadien de radiodiffusion.
107. L'excédent (manque à gagner) de la radiodiffusion canadienne : égale au « revenu total » moins le « les coûts estimés de la programmation ».
108. Valeur des exportations (valeur des préventes à l'étranger) : Estimation du financement étranger des préventes de la programmation canadienne, qui compense les coûts pour le système de radiodiffusion canadien.
109. Ventes étrangères déjà commercialisées : Estimation des revenus générés des guichets de ventes secondaires de programmation canadienne, qui compensent les coûts du système de radiodiffusion canadien.
110. Total des revenus étrangers : Somme de la « valeur des exportations » et des « ventes secondaires ».
111. L'excédent (manque à gagner) global : Égale à la somme de l'« excédent (manque à gagner) de la radiodiffusion canadienne » et des « revenus étrangers totaux ». Fournis une estimation de l'excédent (manque à gagner) financier global que les différents types de programmation, canadienne et étrangère, génèrent pour le système canadien de radiodiffusion.

9.1.3 Excédent économique de CBC/Radio-Canada

112. Fournis une ventilation détaillée du calcul de l'excédent (déficit) financier généré par la programmation canadienne présentée par CBC/Radio-Canada selon le genre dans chaque marché linguistique.
113. Fournis également une estimation de l'excédent gagné par CBC/Radio-Canada grâce à la diffusion d'une programmation étrangère.

9.1.4 Excédent économique privé

114. Fournis une ventilation détaillée du calcul de l'excédent (manque à gagner) financier généré par la programmation canadienne, présentée par les radiodiffuseurs privés selon le genre dans chaque marché linguistique.
115. Fournis également une estimation de l'excédent gagné par les radiodiffuseurs privés canadiens grâce à la diffusion d'une programmation étrangère.

9.2 Feuilles de calcul des données et des calculs du modèle

9.2.1 Coûts de production

116. Données sur le volume de production par langue et par genre fournis par le BCPAC.
117. Les données du BCPAC concernant la ventilation des droits de licence par langue et par genre sont utilisées pour répartir les nombres du volume total en termes de radiodiffuseurs privés (traditionnels et facultatifs) et de CBC/Radio-Canada (traditionnels et facultatifs).
118. Les calculs qui découlent du volume de production par langue, par genre et par privé versus rapport à CBC/Radio-Canada constituent un élément clé du coût global des systèmes de radiodiffusion pour créer une programmation canadienne, puisqu'ils comprennent non seulement la contribution des radiodiffuseurs au financement de la production, mais aussi toutes les autres sources de financement.
119. Le financement étranger des Canadiens est retiré du coût du système canadien de radiodiffusion à un stade ultérieur (voir « Valeur des exportations » ci-dessous).

9.2.2 Statistiques de production du CRTC

120. Les données sur les dépenses de programmation et de production tirées des relevés financiers du CRTC sont utilisées pour estimer les dépenses totales des radiodiffuseurs en matière de production interne et de droits pour la programmation sportive canadienne.
121. La plupart des données qui proviennent des entrées « Production de stations (y compris coopérative) » des résumés financiers du CRTC. Pour les nouvelles et les sports, les données sur l'Origine des réseaux sont également incluses.
122. Les données relatives aux services facultatifs particuliers de CBC/Radio-Canada sont déduites des totaux des services facultatifs (c'est-à-dire des « services spécialisés ») afin d'isoler les dépenses internes et les droits sportifs canadiens attribuables aux services facultatifs privés.
123. Toutes les données proviennent des relevés financiers du CRTC.

9.2.3 Production interne

124. Rassemble les données sur les dépenses de production interne à partir de « Stats_de_production_du_CRTC » afin qu'elles puissent être directement intégrées aux feuilles de calcul « Excédent économique CBC/Radio-Canada » et « Excédent économique privé ».

9.2.4 Revenus de publicité

125. Les données des relevés financiers du CRTC sont utilisées pour estimer le total des revenus publicitaires générés par le système de radiodiffusion canadien.
126. Les parts d'écoute pour chaque marché linguistique, genre et segment de radiodiffusion (c'est-à-dire CBC/Radio-Canada, traditionnel privé et facultatif et sur demande [« services

spécialisés »]) sont ensuite utilisées pour répartir ce total de revenus publicitaires par genre.

127. Voir « Part_d'écoute_Anglaise » et « Part_d'écoute_Française » (ci-dessous) pour une description des données sur les parts d'écoute.

9.2.5 Part d'écoute Anglaise

128. Les données d'écoute fournies par le CRTC sont utilisées pour calculer les parts d'écoute de la programmation canadienne dans différents genres et dans chaque segment de diffusion (c'est-à-dire CBC/Radio-Canada, traditionnel privé, et facultatif et sur demande [« services spécialisés »]) au sein du marché anglophone.

129. Les données d'audience fournies par le CRTC proviennent à l'origine de Numeris.

9.2.6 Part d'écoute française

130. Les données d'écoute fournies par le CRTC sont utilisées pour calculer les parts d'écoute de la programmation canadienne dans différents genres et dans chaque segment de diffusion (c'est-à-dire CBC/Radio-Canada, traditionnel privé, et facultatif et sur demande [« services spécialisés »]) au sein du marché francophone.

131. Les données d'audience fournies par le CRTC proviennent à l'origine de Numeris.

9.2.7 Revenus d'abonnement

132. Les données par service pour les revenus d'abonnement des services facultatifs sont réparties par genre, et ensuite entre la programmation canadienne et non canadienne, afin d'estimer la partie totale des revenus d'abonnement gagnés dans le segment facultatif et sur demande qui pourrait être attribuée à la programmation canadienne dans chaque genre.

133. Les pourcentages de genre pour chaque service ont été attribués manuellement par Nordicity à la lumière d'un examen de l'orientation du genre de chaque service. Ces pourcentages de genre ont été utilisés pour répartir le total des revenus d'abonnement perçus par chaque service.

134. Les revenus par genre pour chaque service ont été additionnés dans le but d'obtenir des sous-totaux pour les services de langue anglaise de CBC/Radio-Canada, les services privés de langue anglaise, les services de langue française de CBC/Radio-Canada et les services privés de langue française.

135. Les parts d'écoute du contenu canadien par genre (à l'exception des émissions pour enfants) proviennent des données d'audience fournies par le CRTC. La part d'écoute des enfants pour le contenu canadien provient d'une analyse d'audience réalisée par le FMC.

9.2.8 Revenus publicitaires des services spécialisés

136. Les données par service pour les revenus publicitaires des services facultatifs ont été réparties par genre et ensuite entre la programmation canadienne et non canadienne afin d'estimer la partie totale des revenus publicitaires gagnés dans le segment facultatif et sur demande qui pourrait être attribuée à la programmation canadienne dans chaque genre.

137. Les pourcentages de genre pour chaque service ont été attribués manuellement par Nordicity à la lumière d'un examen de l'orientation du genre de chaque service. Ces pourcentages de genre ont été utilisés pour répartir le total des revenus publicitaires perçus par chaque service.
138. Les revenus par genre pour chaque service ont été additionnés dans le but d'obtenir des sous-totaux pour les services de langue anglaise de CBC/Radio-Canada, les services privés de langue anglaise, les services de langue française de CBC/Radio-Canada et les services privés de langue française.
139. Les parts d'écoute du contenu canadien par genre (à l'exception des émissions pour enfants) proviennent des données d'audience fournies par le CRTC. La part d'écoute des enfants pour le contenu canadien provient d'une analyse d'audience réalisée par le FMC.

9.2.9 Publicités – Audience et finances

140. Non utilisé dans le modèle
141. Fournis une comparaison de l'allocation des revenus publicitaires dans le segment facultatif fondée strictement sur la part d'écoute – et ne tenant donc pas compte des primes cout-par-millier (CPM) (rabais) pour les différents genres – et fondée sur l'analyse service par service trouvé dans « Revenus_publicitaires_des_services_spécialisés ».

9.2.10 Valeur des exportations

142. La valeur des exportations correspond à la valeur du financement étranger avant la vente de la production télévisuelle canadienne.
143. Les données du BCPAC sur le financement étranger avant la vente de la production télévisuelle par langue et par genre sont multipliées par les niveaux de volume de production pour estimer le montant annuel en dollars de la valeur des exportations par langue et par genre.
144. La répartition par genre du volume global de production attribuable aux radiodiffuseurs privés et à CBC/Radio-Canada est utilisée pour attribuer les estimations par genre de la valeur des exportations au segment de la radiodiffusion privée et à CBC/Radio-Canada.

9.2.11 Ventes secondaires

145. Les ventes secondaires comprennent les revenus que les distributeurs et producteurs canadiens tirent de l'octroi de licences pour la programmation dans d'autres fenêtres géographiques ou temporelles. Ces revenus de ventes secondaires sont généralement réalisés à l'extérieur du Canada, puisque les radiodiffuseurs canadiens détiennent souvent déjà les droits de diffusion de la programmation canadienne au Canada sur une base pluriannuelle.
146. Les données du FMC, du BCPAC et de Statistique Canada ont été utilisées pour prévoir le niveau annuel potentiel des ventes secondaires réalisées par la programmation canadienne, par genre.

147. La répartition par genre de la valeur des exportations (c'est-à-dire la valeur du financement étranger avant la vente de programmation canadienne) a été utilisée pour répartir le niveau global des ventes de distribution de programmation canadienne rapportée par Statistique Canada.
148. La répartition par genre du volume global de production attribuable aux radiodiffuseurs privés et à CBC/Radio-Canada est utilisée pour attribuer les estimations par genre des ventes secondaires au segment de la radiodiffusion privée et à CBC/Radio-Canada.
149. Les taux de recouvrement des investissements correspondent au rapport entre les revenus des ventes secondaires et la valeur de la production soutenue par le FMC. Les taux de recouvrement des investissements sont multipliés par le niveau annuel du volume de production dans chaque genre pour obtenir des estimations des ventes secondaires du marché d'après-vente ; toutefois, ces estimations ne sont pas utilisées dans le modèle.

9.2.12 Rajustement publicitaire net

150. Les données provenant des relevés financiers des services traditionnels du CRTC utilisés pour obtenir un facteur de rajustement qui pourrait être appliqué aux revenus publicitaires totaux générés par les services traditionnels afin d'estimer les coûts d'exploitation hors programmation encourus par ces services.
151. Les dépenses de programmation des services traditionnels sont comptabilisées ailleurs dans le modèle, à l'échelle du système. Ce calcul particulier vise à ajouter les frais généraux des radiodiffuseurs aux coûts de l'ensemble du système.
152. Toutes les données proviennent des relevés financiers du CRTC.

9.2.13 Rajustement des abonnements net

153. Les données provenant des relevés financiers des services facultatifs du CRTC sont utilisés pour obtenir un facteur de rajustement qui peut être appliqué au revenu total généré par les services facultatifs et sur demande afin de prévoir les coûts d'exploitation hors programmation encourus par ces services.
154. Les dépenses de programmation des services facultatifs et sur demande sont comptabilisées ailleurs dans le modèle, à l'échelle du système. Ce calcul particulier vise à ajouter les frais généraux des radiodiffuseurs aux coûts de l'ensemble du système.
155. Toutes les données proviennent des relevés financiers du CRTC.

9.2.14 Dépenses non canadiennes

156. Utilisent les données des statistiques publiées sur les dépenses de programmation et de production pour estimer le niveau des dépenses consacrées à la programmation étrangère dans le segment de la radiodiffusion traditionnelle.
157. En ce qui concerne la télévision traditionnelle privée, les statistiques sur les dépenses de programmation et de production au Québec sont utilisées pour estimer les dépenses de programmation étrangère sur le marché francophone.

158. Les données provenant des déclarations annuelles de CBC/Radio-Canada sont ajoutées aux statistiques des services privés de télévision traditionnelle.
159. Toutes les données proviennent des relevés financiers du CRTC et des rapports annuels de CBC/Radio-Canada.

9.2.15 Services pour enfants

160. Détaillent les données sur les revenus des services facultatifs axés sur le public des enfants et des jeunes.
161. Génèrent une ventilation par langue et par marché des données sur les revenus de Télétoon.

9.2.16 Analyse CPM

162. N'est plus intégrée dans les calculs du modèle.
163. Utilise les données d'audience pour les services facultatifs par genre pour obtenir des estimations des primes (rabais) de CPM pour la programmation sportive et autres genres.

9.2.17 CPM du SMI

164. Calcule la prime (rabais) de CPM pour la programmation sportive et autre genre selon un examen des données sur les coûts unitaires de la publicité fournies par SMI. Le coût unitaire moyen dans chaque genre est comparé au coût unitaire global de l'ensemble de la programmation pour en déduire la prime CPM (rabais).
165. Seules les primes (rabais) supérieures à 1,25 (inférieures à 0,75) sont retenues pour l'analyse. Les primes (rabais) comprises dans cette fourchette de plus ou moins 25 % ne sont pas significativement différentes de 1,00 pour être conservées dans l'analyse.

9.2.18 Revenus facultatifs

166. Utilise les données financières de tous les services facultatifs (par marché linguistique) et des services facultatifs particuliers de CBC/Radio-Canada pour calculer les niveaux de revenus attribuables aux services facultatifs privés dans les marchés anglais, ethnique et français.
167. Toutes les données proviennent du résumé du CRTC et des relevés financiers individuels.

9.2.19 Facultatif étranger

168. Déduit les dépenses des services facultatifs en matière de programmation canadienne de leurs dépenses totales de programmation et de production pour estimer les dépenses en matière de programmation étrangère dans les segments facultatifs et sur demande.
169. Les dépenses particulières des services facultatifs de CBC/Radio-Canada sont retirées des calculs afin d'estimer les dépenses de programmation étrangère des services facultatifs privés à part entière.
170. Toutes les données proviennent du résumé du CRTC et des relevés financiers individuels.

9.2.20 Écritures de rajustements

171. Dans le modèle, il existe un écart entre le revenu total indiqué dans les relevés financiers pour les services facultatifs et la somme des revenus obtenue en fonction de l'analyse par service dans « Revenus_d'abonnement » et « Revenus_publicitaires_des_services_spécialisés ». La source exacte de ces écarts n'est pas évidente.
172. L'écriture de rajustement répartit cet écart entre les différents genres de programmation en fonction de la part globale des revenus de chaque genre, telle que calculée dans les feuilles de calcul « Revenus_d'abonnement » et « Revenus_publicitaires_des_services_spécialisés ».
173. Fin

