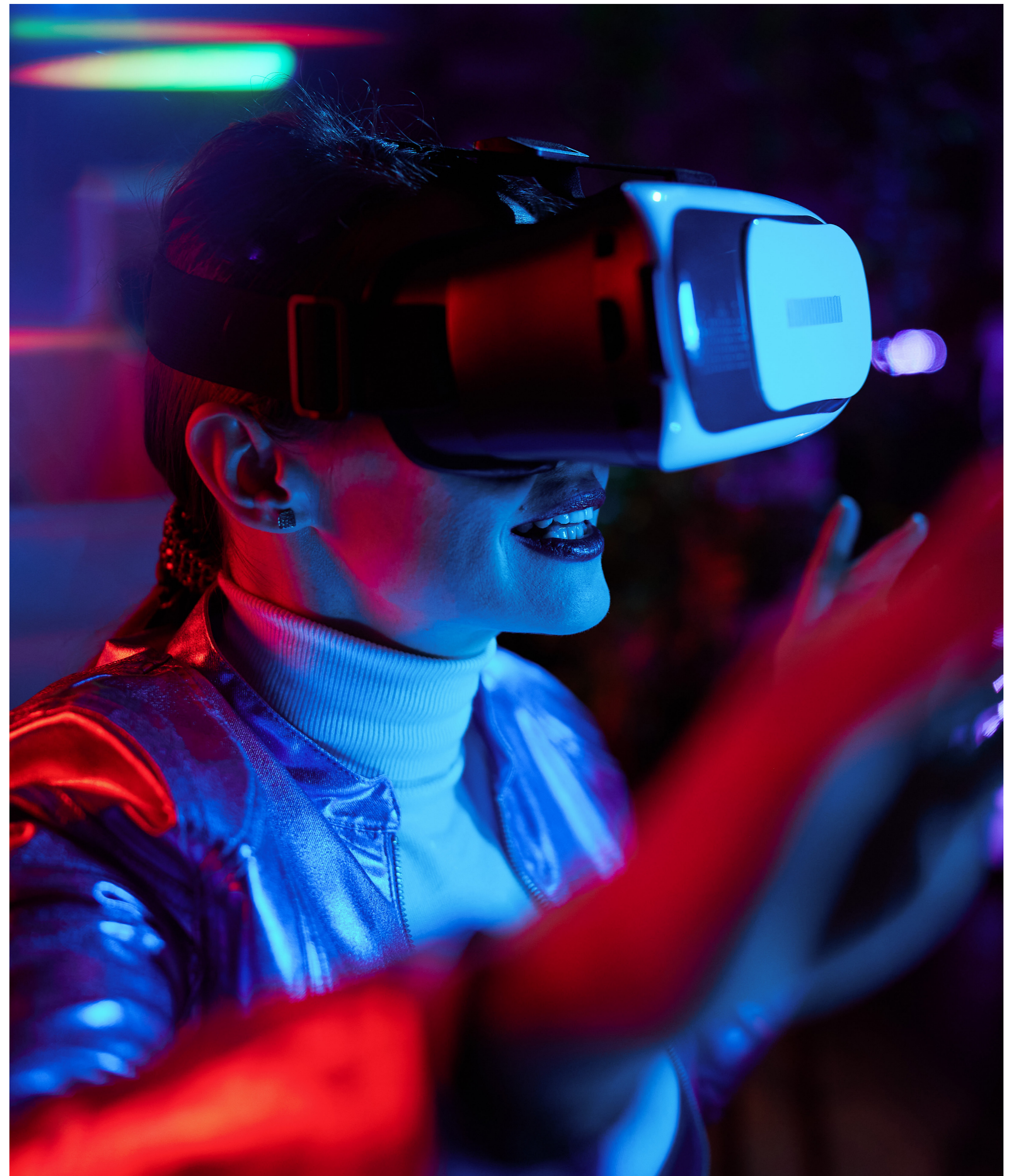


Février 2025

Perspectives pour les industries créatives et culturelles au Canada pour 2025

Adaptation et croissance sur fond de bouleversements



1. Entreprises créatives, défis uniques

Que regroupent les industries créatives et de la culture ?

L'économie de la création englobe un large éventail d'activités axées sur la créativité et la production de propriété intellectuelle.

Les perspectives présentées ici concernent trois sous-secteurs qui couvrent une partie de ces activités. L'analyse porte sur les codes SCIAN suivants, bien qu'ils ne représentent pas parfaitement l'industrie de la création :

- Industrie de l'information et industrie culturelle (51), et plus précisément les industries du film et de l'enregistrement sonore (512)
- Publicité, relations publiques et services connexes (5418), qui comprend les services médiatiques et audiovisuels
- Conception de systèmes informatiques et services connexes (5415), qui comprend des entreprises d'expérience numérique et immersive
- En raison de la disponibilité des données, l'analyse couvre également le secteur plus vaste des arts, spectacles et loisirs (71).

Ce rapport est fondé sur des données publiques et de BDC. De plus, les secteurs d'activité pris en compte dans les données changent au fil du rapport. Veuillez noter que les codes SCIAN 5418, 5415 et 71 désignent aussi des entreprises exerçant des activités autres que la création.

Des industries aux prises avec des défis uniques

Les entreprises créatives et culturelles sont confrontées à des défis particuliers qui peuvent entraver leur expansion et l'obtention de financement auprès de partenaires.

- Les entreprises de production médiatique et de services de production fonctionnent souvent par projets. Par conséquent, leurs revenus fluctuent de façon importante et imprévisible d'une année à l'autre, selon les calendriers de production.
- Dans le cas des sociétés de distribution et d'édition, les revenus sont tributaires de la popularité ou du succès du contenu. Elles doivent composer avec des risques financiers importants, car le succès commercial d'un produit n'est jamais garanti.
- Les entreprises de jeux, un secteur qui évolue rapidement, ne prospèrent que lorsqu'elles atteignent une certaine taille, bénéficient d'une fidélité à toute épreuve de leur clientèle et attirent les meilleurs talents. Le succès des jeux est incertain et dépend de la réaction du public.
- Les entreprises de services et de création se heurtent également à la volatilité et à l'imprévisibilité de leurs revenus, étant donné qu'elles concluent rarement des contrats de longue durée et exclusifs avec leur clientèle.

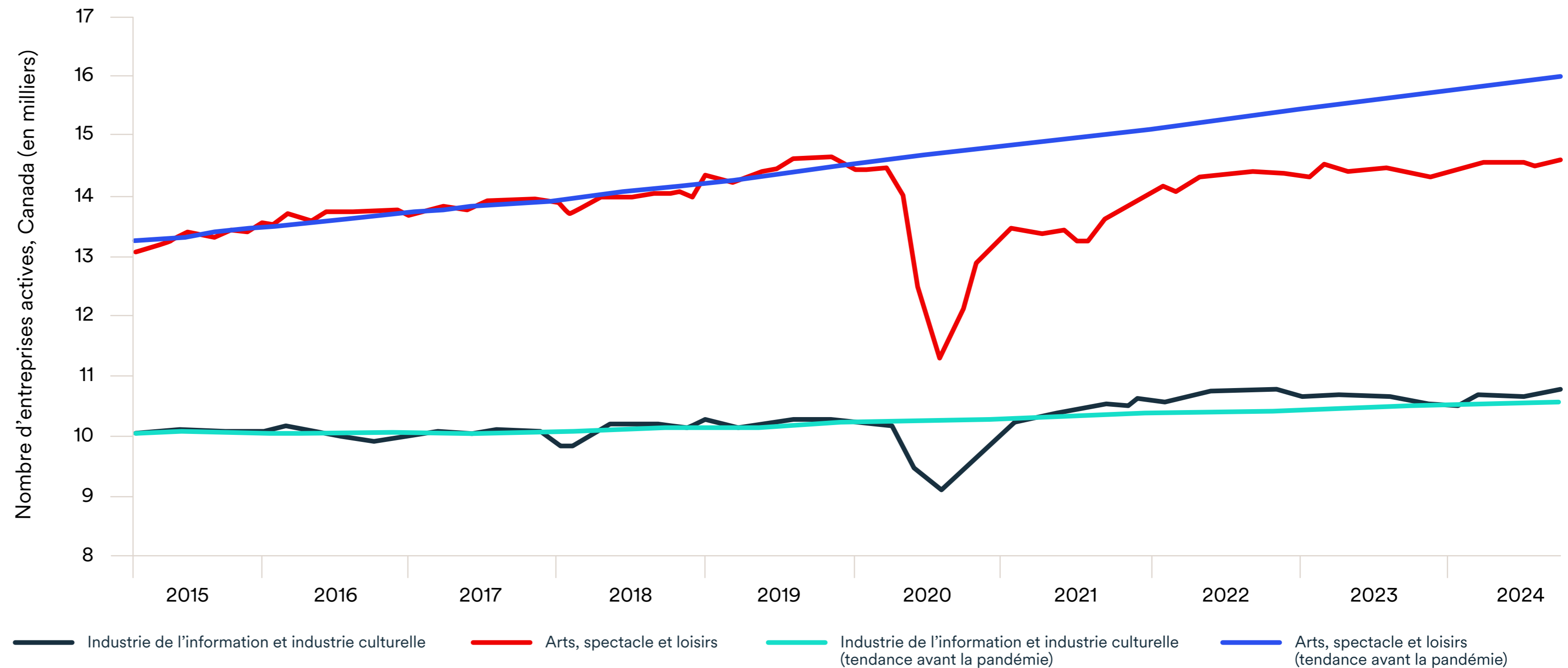
Les entreprises de création ont perdu de leur dynamisme depuis la pandémie

La reprise a été difficile pour les industries créatives et culturelles après la pandémie de 2020, dont les effets se font encore sentir.

La pandémie a provoqué des bouleversements dans de nombreux segments. Le secteur des arts, des spectacles et des loisirs figure parmi les plus durement touchés, avec des milliers d'emplois supprimés. Les revenus d'exploitation ont dégringolé en 2020; dans le segment des films et des vidéos, ils ont chuté de plus de 69%.

Malgré l'aide du gouvernement, de nombreuses entreprises ont eu du mal à se maintenir à flot. Après avoir affiché une croissance constante jusqu'en 2020, le nombre d'entreprises actives dans les arts, les spectacles et les loisirs est inférieur d'environ 1400 à ce qu'il devrait être si la tendance d'avant la pandémie s'était maintenue, selon nos estimations. Autrement dit, en août 2024, ce secteur comptait à lui seul près de 10% d'entreprises en moins que si la tendance d'avant la pandémie s'était poursuivie. (Voir le graphique 1.)

Graphique 1: L'économie de la création stagne depuis la pandémie



Sources : Statistique Canada, BDC.

La pandémie de COVID-19 a accéléré la révolution technologique

Dans l'ensemble, l'économie canadienne s'est redressée et le nombre total d'entreprises actives dépasse maintenant les niveaux d'avant la pandémie. Cela dit, le nombre d'entreprises actives dans l'industrie de l'information et l'industrie culturelle a stagné, tandis qu'il demeure inférieur au sommet de 2019 dans le secteur des arts, des spectacles et des loisirs.

La pandémie a accéléré le virage vers les plateformes numériques. De nombreuses entreprises se sont adaptées en offrant des services numériques, comme la diffusion de spectacles en continu et des expositions en ligne. Ces initiatives ont contribué à atténuer une partie des pertes, sans toutefois compenser entièrement la baisse des revenus des prestations en personne.

Malgré une certaine reprise depuis que les fermetures liées à la pandémie sont terminées, les entreprises qui dépendent de la fréquentation en personne demeurent à la traîne. Les habitudes de consommation ont changé.

Les industries créatives et culturelles se reconstruisent progressivement, mais la voie vers un rétablissement complet est encore parsemée d'embûches. Les modèles d'affaires traditionnels ont été remaniés et les sources de revenus changent. Les entreprises qui veulent rester à flot et prospérer doivent s'adapter pour éviter d'être dépassées.

Globalement, la pandémie a mis en évidence les vulnérabilités des industries créatives et culturelles. Elle a également montré que des systèmes de soutien robustes sont nécessaires pour permettre aux entreprises de surmonter les crises futures, y compris les ralentissements économiques.



Reprise modeste du secteur en 2025

L'économie canadienne fait face à un contexte complexe, qui se caractérise par l'espoir prudent d'un atterrissage en douceur après le sommet de la reprise post-pandémie, des défis structurels persistants et une grande incertitude.

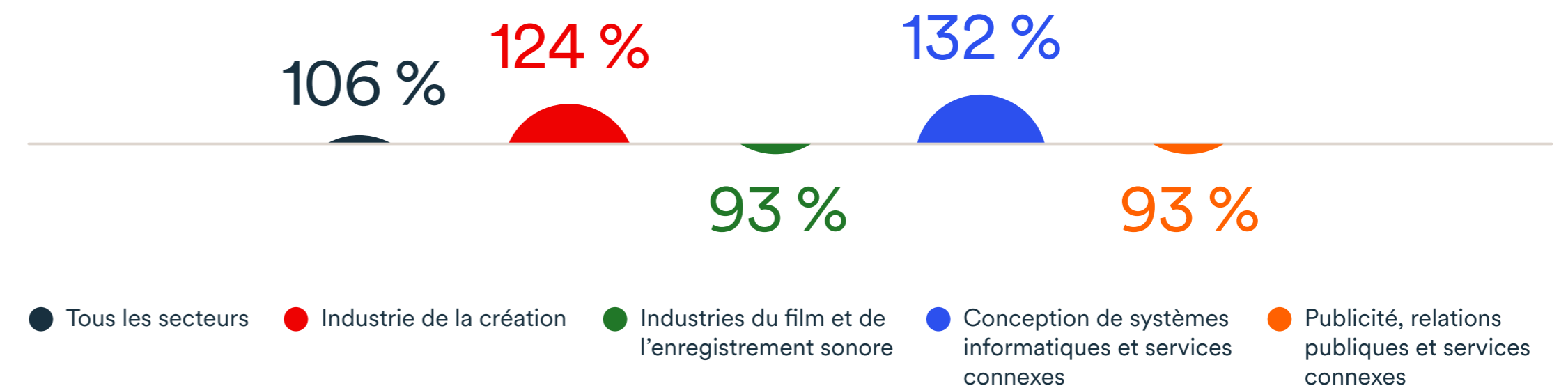
En 2023 et en 2024, le Canada a connu une croissance du produit intérieur brut réel (PIB) inférieure au potentiel. La tendance devrait se poursuivre en 2025. Nous prévoyons que la croissance du PIB réel s'établira à 1,2% en 2024 et augmentera à 1,5% en 2025.

La croissance de l'industrie de la création a tenu bon, malgré les défis que posent les taux d'intérêt élevés et la flambée des prix en érodant les budgets des ménages et en plombant les dépenses discrétionnaires dans les loisirs, les arts et la culture. Le graphique 2 montre la croissance du PIB après la pandémie de COVID-19 dans l'ensemble de l'économie canadienne, l'industrie de la création et trois de ses sous-secteurs, comparativement au niveau de février 2020, juste avant les confinements.

La croissance modeste prévue en 2025 devrait entraîner une légère remontée de l'économie de la création.

Graphique 2: Rétablissement du PIB depuis la COVID

PIB réel, février 2020 = 100



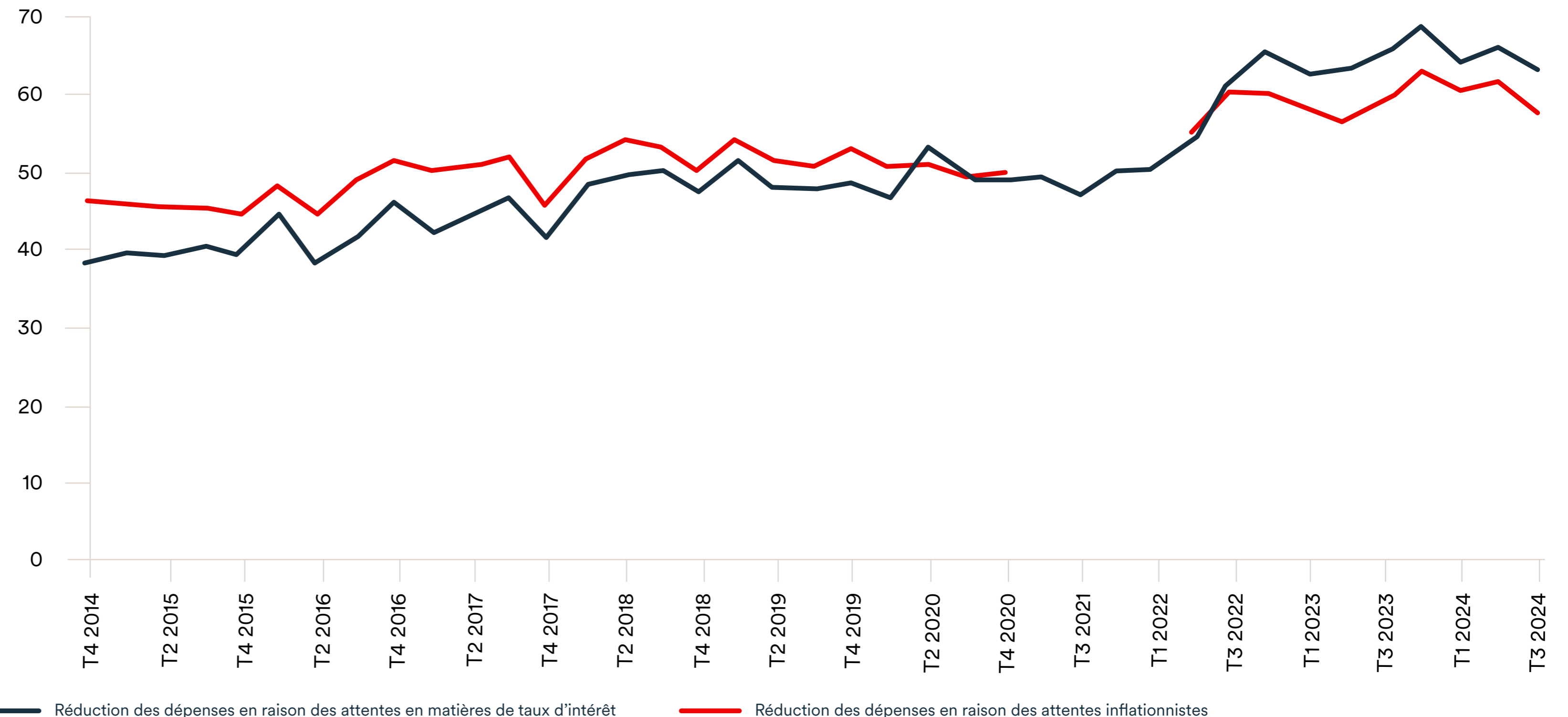
Sources: Statistique Canada, BDC.

La baisse de l'inflation et des taux d'intérêt pourrait revigorer les dépenses discrétionnaires

Selon un récent rapport de la Banque du Canada, la plupart des consommatrices et des consommateurs s'attendent à dépenser davantage en achats essentiels et en logement au cours de la prochaine année. Par conséquent, la part de la population canadienne qui prévoit augmenter ses dépenses discrétionnaires est encore faible. Or, ces dépenses sont cruciales pour l'industrie de la création.

Toutefois, la situation semble s'améliorer. Le Canada a fait des progrès importants au chapitre de l'inflation en 2024 et des baisses des taux d'intérêt se profilent à l'horizon. Bien que la plupart des ménages demeurent prudents en matière de dépenses discrétionnaires, la baisse des taux d'intérêt prévue pour 2025 devrait contribuer à redynamiser le secteur.

Graphique 3: Proportion des ménages qui prévoient réduire leurs dépenses au cours des 12 prochains mois (%)



Sources: Banque de développement du Canada, BDC.

Note: Les données n'ont pas été collectées pour une période comprise entre 2020 et 2022, ce qui explique l'écart dans la ligne rouge.

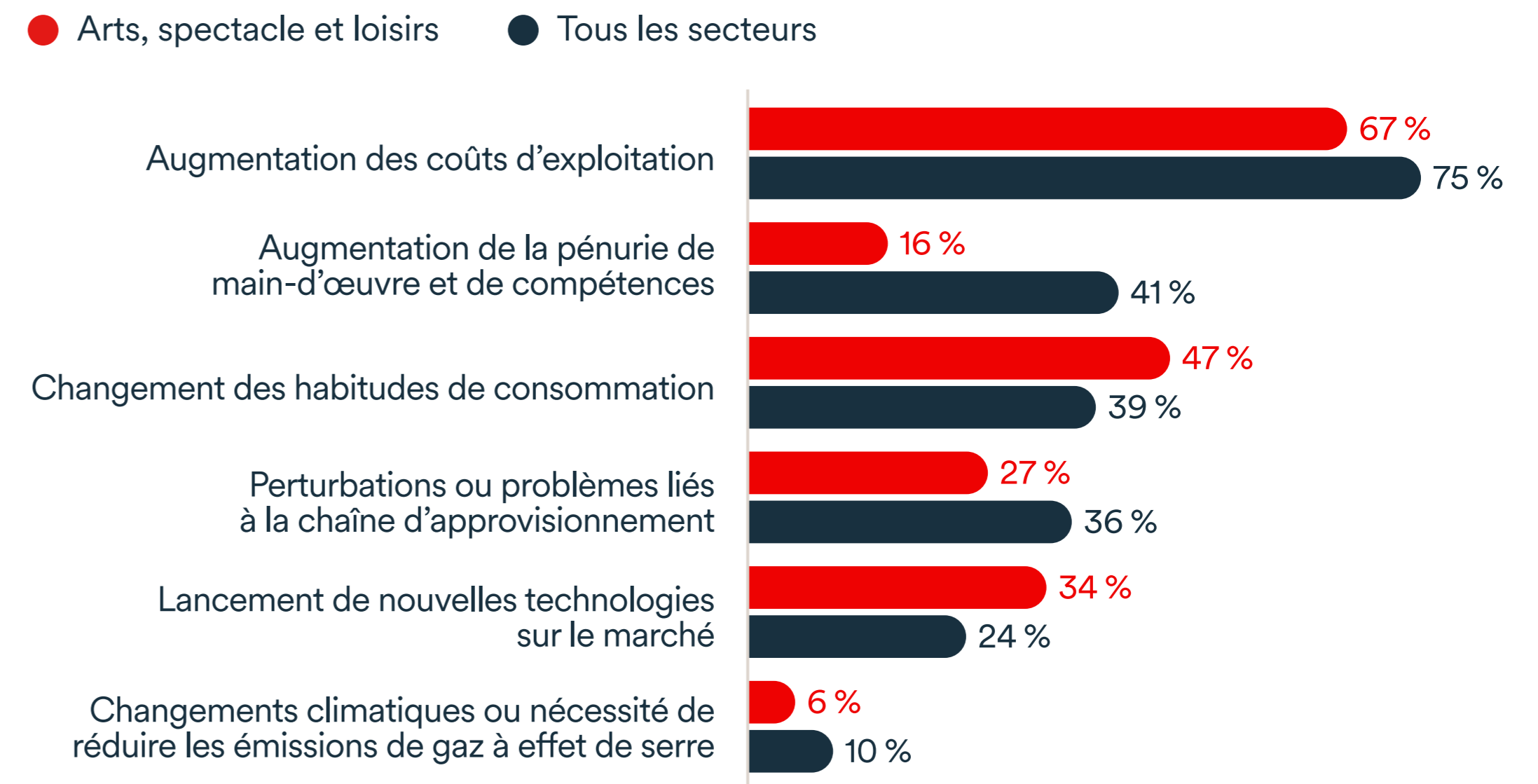
La hausse des coûts, l'évolution des habitudes de consommation et les nouvelles technologies

L'essor des services de diffusion en continu, des plateformes de médias sociaux et des stratégies de vente directe a limité la résilience traditionnelle de l'industrie de la création face aux cycles économiques.

Par exemple, lors des ralentissements économiques précédents, les jeux vidéo sont souvent demeurés une forme populaire de divertissement abordable, ce qui a contribué à soutenir leur croissance. Aujourd'hui, différentes plateformes démocratisent cet aspect de l'industrie créative. Les médias interactifs gagnent en popularité et représentent souvent une option de croissance abordable.

Si l'augmentation des coûts reste le problème le plus pressant pour les chefs d'entreprise du secteur, les entrepreneurs de l'économie créative ne s'en inquiètent pas autant que les entrepreneurs des autres secteurs. L'introduction de nouvelles technologies sur le marché a eu un impact perturbateur plus important que dans le reste de l'économie.

Graphique 4: Au cours des cinq dernières années, parmi les changements ou perturbations du marché suivants, lesquels ont eu une incidence importante sur votre façon de faire des affaires?



Source: BDC, 4 tendances clés qui façonnent l'avenir des entreprises canadiennes (octobre 2024).

2. Tendances et occasions de croissance

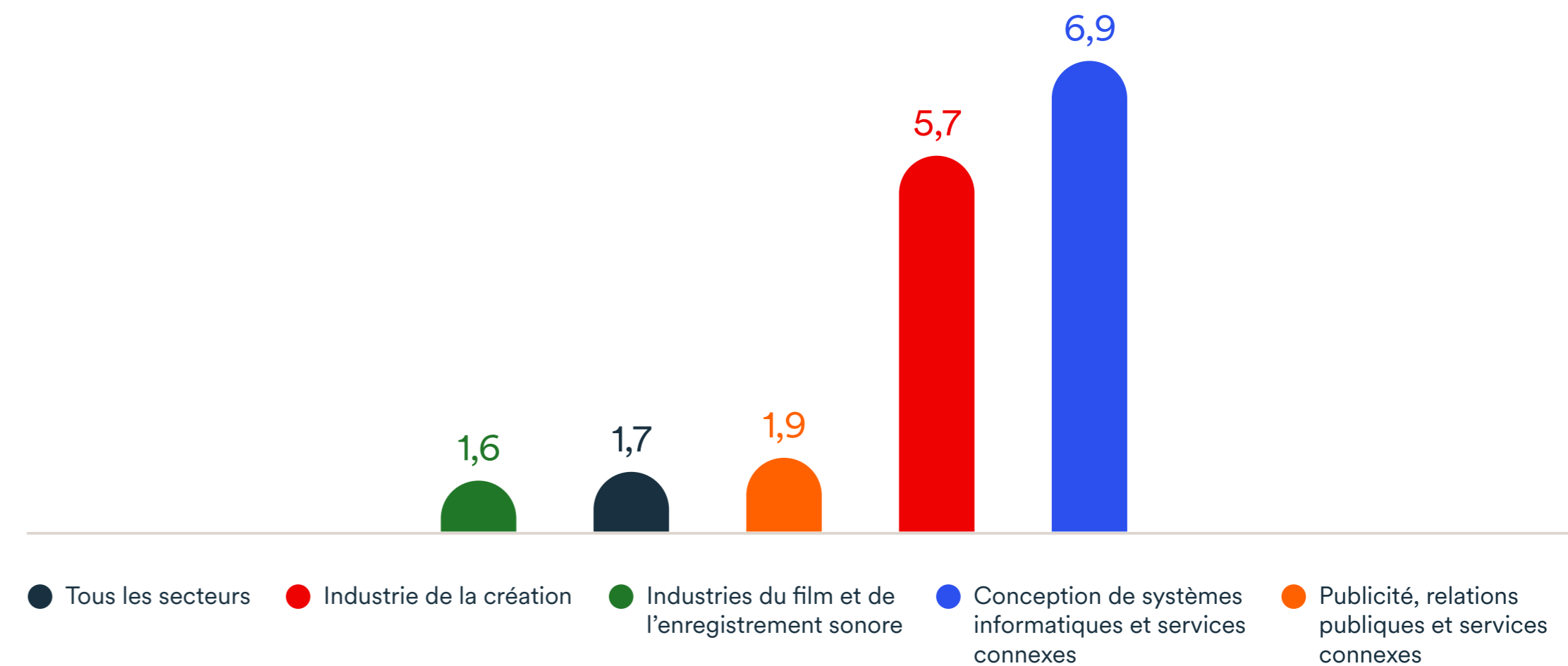
La numérisation et la concurrence stimulent la croissance dans le sous-secteur de l'informatique

Au cours des dix dernières années, la croissance de l'industrie de la création a été plus rapide que celle de l'économie canadienne, s'établissant en moyenne à 5,7 % par an contre 1,7 %.

Toutefois, cette forte croissance est attribuable à la numérisation des produits culturels et à la concurrence accrue des géants de la technologie. Par conséquent, la croissance du sous-secteur de la conception de systèmes informatiques et des services connexes a largement dépassé celle des deux autres sous-secteurs analysés dans le présent rapport.

Graphique 5: La croissance du sous-secteur de la conception de systèmes informatiques et des services connexes a dépassé celle des autres pans de l'économie de la création

Taux de croissance en glissement annuel moyen du PIB, 2014-2024 (%)



Sources: Statistique Canada, BDC.

La technologie est moteur de changement

La pandémie a paralysé des pans entiers de l'industrie de la création, en plus d'accélérer les changements structurels en cours. L'essor des plateformes numériques et des services de diffusion en continu, la popularité croissante des jeux vidéo et le rôle grandissant de la création de contenu individuel continueront de perturber les industries créatives et culturelles.

Ces tendances représentent des occasions de croissance pour les entreprises de tous les sous-secteurs, mais certains sous-secteurs auront plus de difficulté que d'autres à adopter la technologie.

Au cours des cinq dernières années, les médias sociaux et les sites Web ont été les technologies les plus susceptibles d'être adoptées par les entreprises de l'industrie culturelle. Des sondages montrent que les entreprises de ce secteur s'attendent à adopter de nouvelles technologies – et à accroître l'utilisation des technologies existantes – plus rapidement à l'avenir que leurs pairs d'autres secteurs.

L'essor de la technologie créative

La technologie créative, qui allie informatique, conception, art, divertissement et sciences sociales, a pris son envol pendant la pandémie, quand les services et le divertissement en ligne ont dû se réinventer. La technologie créative vise à améliorer et à automatiser la prestation et l'utilisation des services de création.

Comment tirer parti de ces nouvelles technologies ?

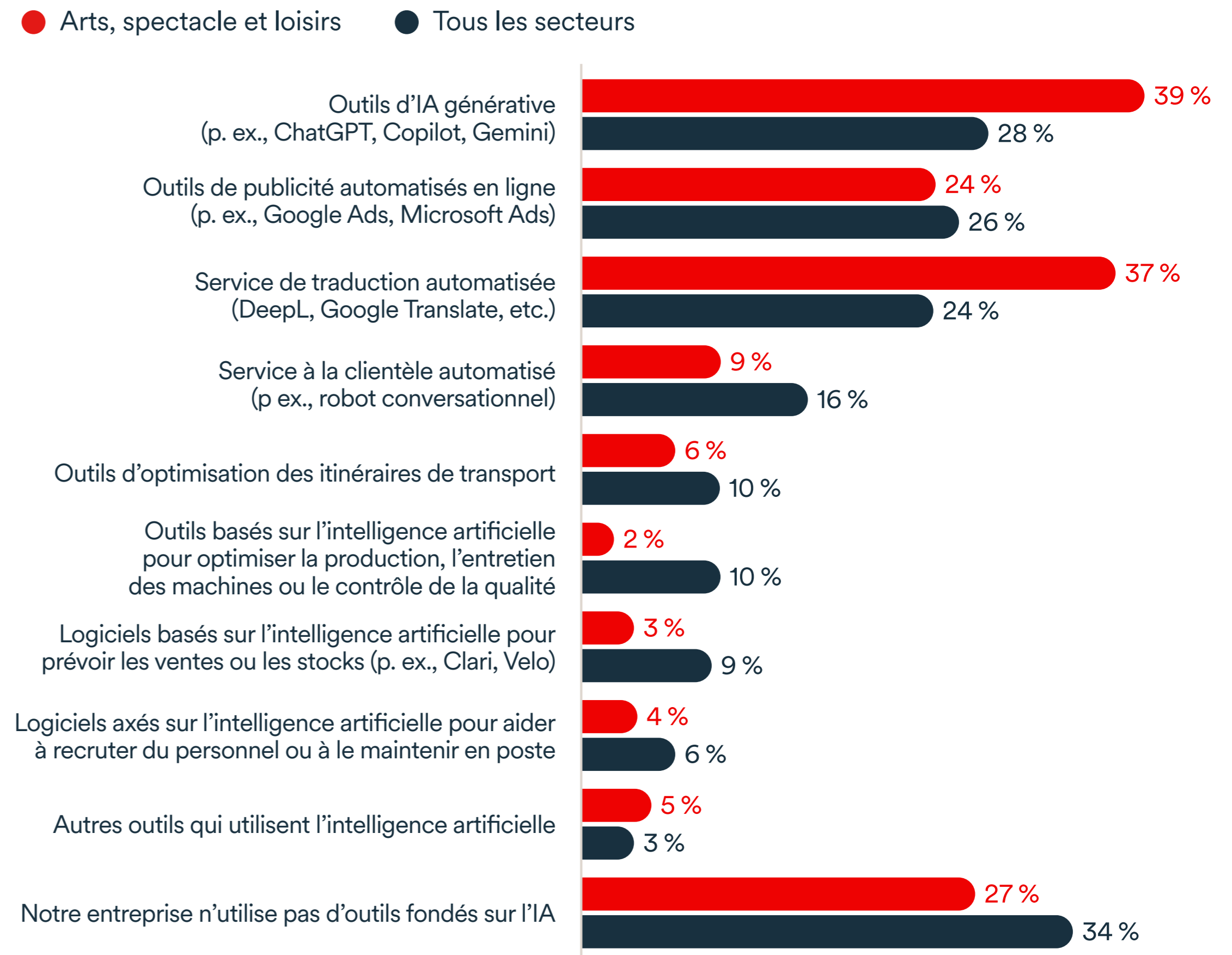
- Les technologies telles que la réalité virtuelle et la réalité augmentée peuvent améliorer la narration et créer des expériences immersives pour les utilisatrices et les utilisateurs de jeux vidéo et d'autres médias interactifs.
- Des outils comme les logiciels de modélisation 3D et les applications de peinture numérique permettent aux artistes de repousser les limites des formes d'art traditionnelles, y compris la conception graphique et l'animation.
- La technologie créative est indispensable pour élaborer des campagnes de marketing attrayantes. Cela comprend l'utilisation de l'intelligence artificielle (IA) pour créer de la publicité personnalisée, l'analyse des données pour comprendre le comportement des consommatrices et des consommateurs et du contenu interactif pour capter l'attention du public.
- L'intégration de technologies telles que les textiles intelligents, la technologie portable et les vêtements imprimés en 3D dans le monde de la mode et des costumes de cinéma ouvre de nouvelles voies à l'expression artistique.

Leçons apprises? les grèves à Hollywood et la recherche de talents

L'interruption de travail à Hollywood en 2023 a eu d'importantes répercussions sur la main-d'œuvre de production canadienne. L'afflux de productions américaines dans les villes comme Vancouver, Toronto et Montréal a été interrompu brutalement par la grève généralisée de près de 175 000 personnes aux États-Unis. En 2024, alors que leurs homologues américains se remettaient de ces perturbations, les scénaristes et les producteurs et productrices du Canada se sont trouvés à une étape cruciale de la négociation de leurs contrats.

Au départ, l'IA n'était qu'un détail dans ces négociations, mais son intégration rapide dans le paysage médiatique mondial a depuis soulevé des préoccupations. Le secteur de l'animation, en particulier, est considéré comme vulnérable à la menace des technologies, en particulier à l'IA.

Graphique 6: Est-ce que votre personnel ou vous-même utilisez l'un des outils suivants propulsés par l'IA?



Source: BDC, 4 tendances clés qui façonnent l'avenir des entreprises canadiennes (octobre 2024).

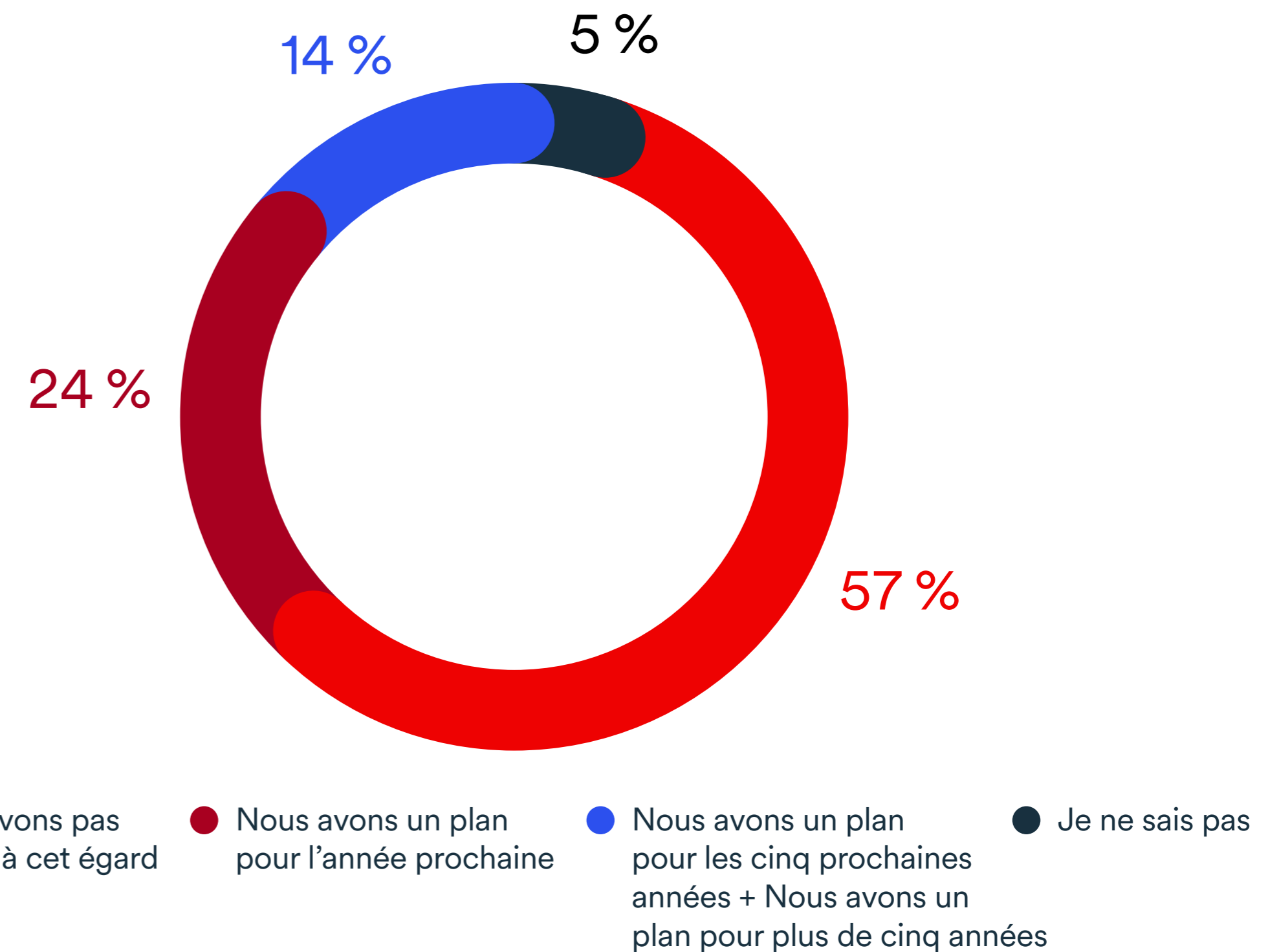
Main-d'œuvre : un défi qui passe inaperçu ?

Au Canada, la concurrence pour attirer la main-d'œuvre dans le secteur de la technologie créative est particulièrement féroce, car de nombreux autres domaines en ont également besoin. On prévoit que les secteurs des services financiers, professionnels, scientifiques et techniques offriront à ces spécialistes des augmentations de salaire parmi les plus alléchantes, de l'ordre de 2,8 % à 3,8 %. Étant donné que les entreprises de la technologie créative sont souvent présentes dans ces secteurs, leurs propriétaires peuvent s'attendre à des tendances similaires. Pourtant, seulement 8 % des propriétaires de ces entreprises entrevoient des défis dans la gestion de la main-d'œuvre.

Selon une [récente étude de BDC](#), les propriétaires d'entreprise des industries créatives et culturelles ne croient pas que la gestion de la main-d'œuvre sera un enjeu important dans un avenir proche. De plus, même si ce secteur est l'un des plus intensifs en main-d'œuvre (les salaires représentent environ 70 % des charges totales), la majorité des entreprises n'ont aucun plan pour l'embauche, la formation et la fidélisation du personnel.

Pour demeurer concurrentielles et pertinentes pour le personnel, les entreprises doivent innover et prendre rapidement de l'expansion. Par exemple, elles peuvent utiliser la réalité virtuelle et la réalité augmentée non seulement pour créer des produits, mais aussi pour créer des environnements d'apprentissage immersifs.

Graphique 7: Avez-vous un plan d'embauche, de formation et de rétention du personnel ?



Source : BDC, 4 tendances clés qui façonnent l'avenir des entreprises canadiennes (octobre 2024).

Croître grâce aux fusions et acquisitions

De nombreuses entreprises des secteurs des médias et du divertissement se regroupent pour renforcer leur position sur le marché et étendre leurs capacités. Dans l'ensemble, les entreprises des industries créatives et culturelles ont recours aux fusions et aux acquisitions pour faire face aux progrès technologiques, à l'évolution des habitudes de consommation et aux pressions concurrentielles. Cette tendance devrait se maintenir, puisque les entreprises chercheront à se positionner de façon à réussir à long terme dans un marché en évolution.

Souvent, les entreprises acquièrent des entreprises aux forces complémentaires. Dans ce cas, elles devraient agir avant que la croissance des revenus ne fléchisse. Il n'est pas rare que les entreprises attendent que leurs revenus commencent à diminuer pour améliorer leur rentabilité. Il est préférable de prendre une longueur d'avance dans les trois domaines suivants :

- Améliorer l'efficacité opérationnelle
- Diversifier les sources de revenus et les fournisseurs
- Obtenir du financement

Lorsqu'une cliente ou un client représente 20% ou plus des revenus, l'entreprise s'expose à un risque de concentration de la clientèle. Il est également possible de diversifier sa clientèle sur le plan géographique. Les entreprises canadiennes dépendent étroitement des États-Unis. Or, l'incertitude qui plane sur les liens économiques entre le Canada et les États-Unis pourrait compromettre la stabilité du secteur.

Dans presque tous les secteurs, mais surtout dans le domaine de la conception, plus une entreprise existe depuis longtemps, plus il lui est difficile de trouver des occasions d'innover. Le fait d'avoir plusieurs sources de revenus peut aider à atténuer les risques. Par exemple, une troupe de théâtre peut diffuser des spectacles en ligne en plus d'offrir des spectacles en direct.

Collaboration intersectorielle : une stratégie à l'épreuve des récessions

La collaboration intersectorielle est une autre stratégie qui permet de diversifier une entreprise de façon efficace et avec succès. Elle s'appuie sur la diversité des points de vue pour stimuler l'innovation et créer de la valeur dans plusieurs secteurs. Dans l'industrie de la création, cette stratégie consiste à établir des partenariats entre les secteurs créatifs (comme les arts, la conception et les médias) et d'autres (comme la technologie, les soins de santé et la fabrication). Cette collaboration vise à tirer parti des forces propres à chaque secteur en vue de résoudre des problèmes complexes et de créer de nouvelles occasions.

Avantages de la collaboration intersectorielle

- ➔ Stimuler l'innovation pour imaginer de nouveaux produits et services
- ➔ Dynamiser la croissance économique en ouvrant de nouveaux marchés et en créant des emplois
- ➔ Renforcer la compétitivité d'un produit ou d'un service
- ➔ Favoriser l'élaboration de nouvelles méthodologies et de pratiques exemplaires afin d'accroître la productivité
- ➔ Souvent, les professionnelles et professionnels de la création trouvent des solutions uniques et efficaces à des problèmes de longue date, car ils abordent les défis sous un angle différent de ceux des industries traditionnelles.

3.

Conclusion

De belles occasions pour les entreprises canadiennes de création

En dépit de l'environnement économique incertain, il existe de belles occasions de redynamiser les entreprises des industries canadiennes de la création et de la culture.



Hausse prévue des dépenses de consommation

À court terme, l'assouplissement des conditions financières, en particulier la baisse des taux d'intérêt, devrait encourager les dépenses des ménages consacrées au divertissement.



Disponibilité de la main-d'œuvre qualifiée

Le marché du travail, qui a bénéficié d'un important afflux de talents entre 2022 et 2024, devrait également être favorable aux industries créatives et culturelles. Celles-ci auraient toutefois intérêt à investir dans des programmes de formation ciblés, portant à la fois sur les aptitudes artistiques et les compétences technologiques.



Des partenaires financiers à l'écoute

Les propriétaires d'entreprise qui éprouvent des difficultés devraient en faire part à leurs partenaires d'affaires et institutions financières. Des conseils de spécialistes sont indispensables pour élaborer un plan de restructuration et réorganiser le financement.

Notre créativité peut vous aider à faire croître votre entreprise.

- Découvrez comment nous pouvons aider votre entreprise de création grâce à un financement flexible et à des conseils stratégiques.

Pour plus d'informations

1 888 INFO-BDC
info@bdc.ca
bdc.ca

Cette étude s'appuie sur de l'information publique qui a été analysée et interprétée par BDC. Toute erreur ou omission relève de la seule responsabilité de BDC. Tous les chiffres de cette étude ont été arrondis. Le lectorat est exclusivement responsable de son usage de l'information présentée dans ce document. Cette étude s'appuie sur de l'information publique qui a été analysée et interprétée par BDC selon les données disponibles en octobre 2024. Toute erreur ou omission relève de la seule responsabilité de BDC. Tous les chiffres de cette étude ont été arrondis. Le lectorat est exclusivement responsable de son usage de l'information présentée dans ce document.

© Banque de développement du Canada, 2025.

This document is also available in English.

978-1-990813-67-2
ST-OUTLOOKCREATIVE-F2502



Mark Gingras,
Président,
Urban Post Production

