

Au-delà du soutien par projet

Faits saillants de l'étude du FMC sur le financement destiné à la croissance des entreprises

SEPTEMBRE 2026



FONDS DES MÉDIAS
DU CANADA

CANADA
MEDIA FUND

Table des matières

Introduction	3
Principaux points à retenir	5
Caractéristiques des répondants	6
Intérêt envers un programme de financement destiné à la croissance des entreprises par récupération	8
Profil économique des entreprises interrogées	11
Amélioration des résultats économiques — moyens cités	12
Conclusion	15



Bon Cop, Bad Cop



Introduction

« Notre vision consiste à débloquent de nouvelles sources de revenus, à générer une croissance substantielle et à atteindre une stabilité financière durable qui nous propulsera vers un avenir fructueux¹ [traduction]. »

En réponse à l'évolution de l'industrie et au recentrage des priorités gouvernementales sur les résultats économiques, le Fonds des médias du Canada (FMC) a lancé une étude en vue d'examiner les profils financiers des entreprises des secteurs de la télévision et des médias numériques interactifs (MNI) et de comprendre leur point de vue sur les moyens d'augmenter leurs revenus. Cette initiative s'inscrit dans le cadre du *Plan stratégique 2026-2029* du FMC, dont la modernisation et la monétisation constituent deux des quatre piliers². Ce travail a consisté en une analyse des données du FMC et un examen des programmes de développement des affaires offerts au Canada et à l'étranger, ainsi qu'en une participation directe des parties prenantes de l'industrie.

¹ Toutes les citations figurant dans le présent rapport proviennent des personnes ayant répondu au sondage « Au-delà du soutien par projet » que le FMC a mené en octobre 2025.

² Les deux autres piliers sont « Maximiser » et « Mobiliser ».

À l'automne 2025, le service de Mesure des médias et analyse stratégique du FMC a lancé le sondage « Au-delà du soutien par projet », lequel a permis de recueillir des données quantitatives et qualitatives sur le financement destiné à la croissance des entreprises. Il s'intéressait tout particulièrement aux opinions de l'industrie sur le financement par récupération, un outil couramment utilisé pour stimuler la croissance des entreprises et réinvestir des fonds dans le secteur. Les résultats de ce sondage constituent l'objet principal du présent rapport.

Le sondage a semblé trouver un écho favorable au sein du milieu de la production. Il a recueilli 391 réponses, fournissant ainsi un ensemble de données fiables pour l'analyse. Les personnes interrogées ont été invitées à s'exprimer sur les revenus nets de leur entreprise, ses revenus provenant de sources étrangères, leurs stratégies pour améliorer les résultats, le coût de ces activités, ainsi que leur opinion sur le financement par récupération. Le sondage a permis de recueillir plus de 1 000 commentaires qualitatifs, dont beaucoup ont apporté des perspectives détaillées.

Le sondage a également permis d'évaluer les retombées de quatre programmes du FMC qui comprennent des volets de soutien à la croissance des entreprises³, et d'observer que chacun d'entre eux avait donné des résultats positifs. Bien que chacun de ces programmes cible un format ou un groupe démographique précis, le sondage a mis en évidence le potentiel de mettre sur pied une nouvelle initiative de financement qui répondrait à un besoin plus vaste de l'industrie exprimé par les personnes interrogées : la monétisation du contenu sur le marché mondial actuel.

L'accueil enthousiaste réservé au sondage et l'analyse des résultats ont enrichi les renseignements du FMC sur l'industrie et ont contribué à l'élaboration d'un nouveau programme : le Programme de développement des affaires. Les Principes directeurs de celui-ci seront annoncés prochainement.

³ Le Programme FMC-Creative BC de soutien à la croissance de sociétés de jeux vidéo (Creative BC), le Partenariat entre le FMC et le Programme d'aide à l'exportation du Fonds Québecor (PAEX), le Soutien à l'impact des entreprises autochtones (SIEA) et le Programme pilote de développement d'un ensemble de projets (PPDEP).



Principaux points à retenir

Les données issues du sondage « Au-delà du soutien par projet » ont permis de tirer des conclusions convaincantes. Dans l'ensemble, ces constatations dressent un tableau financier clair des entreprises des secteurs de la télévision et des MNI, illustrent un réel besoin de financement destiné à la croissance des entreprises et indiquent que l'industrie est prête à s'engager sur la voie des résultats économiques et à investir dans les mesures nécessaires pour les atteindre.

- ➔ 92 % des personnes interrogées ont répondu « Oui » ou « Je ne sais pas » quant à savoir si elles présenteraient une demande au titre d'un programme de financement destiné à la croissance des entreprises par récupération.
 - Une majorité (66 %) a répondu « Oui ». Il est à noter que cette opinion favorable envers la récupération était constante, sans égard à la taille de l'entreprise.
 - Un quart (26 %) a répondu « Je ne sais pas », mais environ la moitié de ces personnes ont indiqué qu'elles étaient disposées à présenter une demande, mais qu'elles souhaitaient simplement obtenir plus de détails.
- ➔ 60 % des personnes interrogées ont indiqué que leur entreprise avait réalisé des revenus nets consolidés inférieurs à un million de dollars au cours des cinq dernières années; 27 % avaient réalisé des revenus allant de 1 million à 9,9 millions de dollars, et 5 %, de 10 millions de dollars ou plus.
- ➔ La majorité (68 %) a indiqué que moins de 25 % de leurs revenus bruts totaux provenaient de sources étrangères.
 - Ce faible niveau était une caractéristique commune aux entreprises de toutes les tailles.
- ➔ Dans le même ordre d'idées, lorsque interrogées sur leur priorité absolue quant à un éventuel soutien destiné à la croissance des entreprises, plus de la moitié (57 %) des personnes ayant participé au sondage ont choisi comme stratégie principale le développement de débouchés à l'étranger générant de nouvelles activités de production et/ou de distribution.



Caractéristiques des répondants

Le sondage « Au-delà du soutien par projet » a été envoyé à toutes les entreprises de télévision linéaire et de MNI ayant reçu du financement du FMC au cours des cinq dernières années. Il s'est déroulé du 21 au 31 octobre 2025.

Parmi les conclusions tirées des données de sélection de base du sondage, mentionnons que la plupart des principaux aspects du profil des personnes interrogées, notamment la langue, l'emplacement géographique, le format du contenu et la taille de l'entreprise en fonction de ses revenus, correspondent aux données établies concernant le secteur canadien de la production, ce qui renforce la fiabilité des données de l'étude.

- ➔ **Postes** : le sondage s'adressait à la direction des entreprises, et ce sont majoritairement les titulaires de ces postes qui y ont répondu. 58 % des réponses provenaient de chefs de la direction, de cadres ou de fondateurs; 37 %, de producteur et productrices; et 5 %, d'autres membres de l'organisation.
- ➔ **Provenance** : toutes les provinces et territoires sont représentés à l'exception du Nunavut. La plupart des entreprises représentées avaient leur siège social en Ontario (36 %) et au Québec (30 %).
- ➔ **Principale langue de production** : 74 % des personnes interrogées produisaient principalement du contenu de langue anglaise; 22 %, de langue française; 1 %, en langues autochtones; et 3 %, dans d'autres langues.

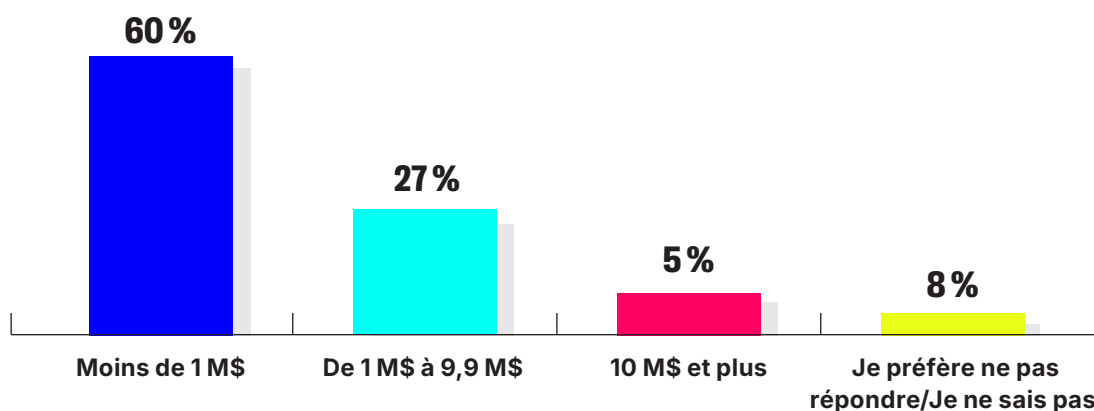
➔ **Nombre d'entreprises détenues par des membres d'une communauté reflétant la diversité :**

42 % des entreprises des personnes interrogées appartenaient à des membres d'une communauté reflétant la diversité; ce n'était pas le cas de 51 % des entreprises. Au total, 7 % ont indiqué « Je ne sais pas » ou « Je préfère ne pas répondre ».

➔ **Format de contenu :** 67 % des personnes ayant répondu au sondage produisaient uniquement du contenu linéaire, 21 % produisaient exclusivement du contenu de MNI et 12 % produisaient du contenu des deux formats.

➔ **Revenus des entreprises au cours des cinq dernières années :** 60 % des entreprises représentées ont déclaré des revenus nets consolidés inférieurs à un million de dollars (petite entreprise); 27 %, de 1 million à 9,9 millions de dollars (moyenne entreprise), et 5 %, de 10 millions de dollars et plus (grande entreprise).

« Veuillez calculer approximativement le chiffre d'affaires net consolidé de votre entreprise tel qu'il figure dans vos états financiers annuels des cinq dernières années⁴. »



Ces données de sélection de base ont également été utilisées dans l'analyse pour vérifier l'existence de différences statistiques selon la langue (anglais/français), le format du contenu (linéaire/MNI), la diversité au sein de la direction de l'entreprise (direction composée ou non de membres de communautés reflétant la diversité) et la taille de l'entreprise (petite, moyenne, grande) en fonction des revenus.

⁴ Dans le sondage, le terme « revenus nets consolidés » apparaissait sous l'appellation « chiffre d'affaires net consolidé », d'où sa présence dans certains graphiques.

Intérêt envers un programme de financement destiné à la croissance des entreprises par récupération

« Ce modèle s'inscrit dans notre stratégie de croissance à long terme : investir dans des outils, des formations et des initiatives promotionnelles qui améliorent l'efficacité de la production et la portée commerciale. À mesure que nos revenus augmenteront grâce à la hausse de la qualité des projets lancés et du rayonnement auprès du public, nous pourrions rembourser les fonds. Il s'agirait donc d'un cadre durable et mutuellement bénéfique tant pour le studio que pour le programme [traduction]. »

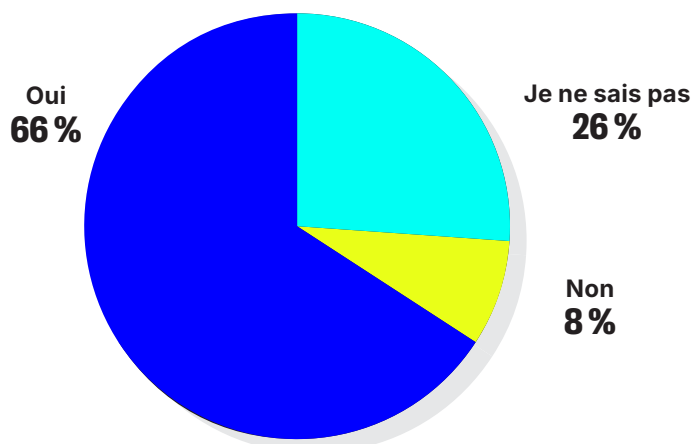
« Nous serons ravis de rembourser les fonds lorsque le projet aura du succès. Les occasions de croissance et de diversité des projets en valent la peine [traduction]. »

L'une des principales questions du sondage portait sur l'intérêt des personnes interrogées envers un éventuel programme de financement destiné à la croissance des entreprises par récupération, plutôt que par subvention. Les réponses ont globalement été positives.

Invitées à indiquer si elles présenteraient une demande au titre d'un programme de financement destiné à la croissance des entreprises par récupération, 92 % des personnes interrogées ont répondu « Oui » ou « Je ne sais pas », comme l'illustre le graphique ci-dessous. La plupart (66 %) ont répondu « Oui ». Plus du quart (26 %) a répondu « Je ne sais pas », et environ la moitié d'entre elles ont indiqué être ouvertes à cette possibilité, tout en indiquant souhaiter obtenir davantage de détails. Seules 8 % des personnes interrogées ont répondu « Non ».

FIGURE 2

« Si le FMC créait un programme de soutien à la croissance des entreprises dans le cadre duquel les fonds reçus par les requérants seraient remboursables à une date ultérieure en fonction des revenus consolidés de l'entreprise, présenteriez-vous une demande? »

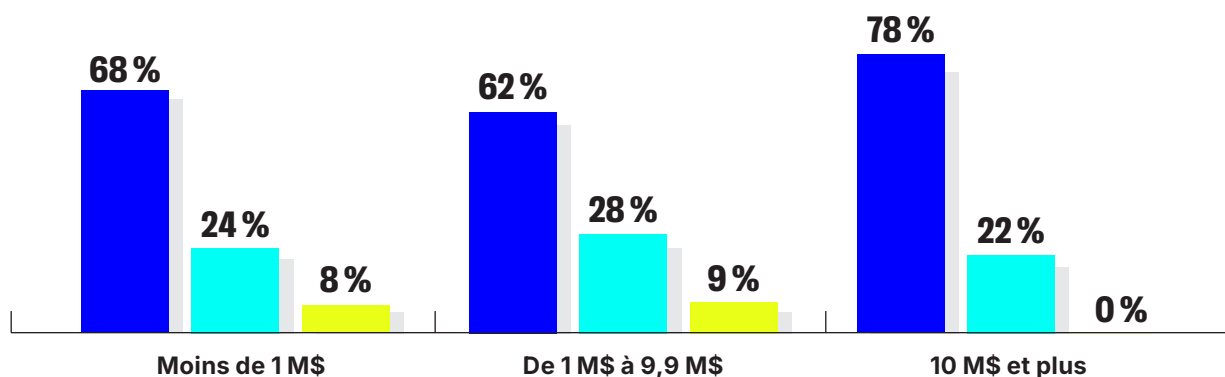


Ventilées par langue, format de contenu ou diversité au sein de la direction de l'entreprise, ces données ne présentaient aucune différence statistiquement significative. Il convient de noter, comme le montre la figure ci-dessous, que cette opinion favorable envers la récupération était également constante quelle que soit la taille de l'entreprise : 68 % des entreprises ayant déclaré des revenus nets consolidés inférieurs à un million de dollars au cours des cinq dernières années ont répondu « Oui », tout comme 62 % des entreprises ayant déclaré des revenus allant de 1 million à 9,9 millions de dollars.

FIGURE 3

Intérêt pour un programme de financement destiné à la croissance des entreprises par récupération, répartition selon la taille de l'entreprise

■ Oui ■ Je ne sais pas ■ Non



Les personnes interrogées ont été invitées à expliquer pourquoi elles présenteraient ou non une demande au titre d'un programme de financement par récupération. Bon nombre de personnes ayant répondu « Oui » ont indiqué qu'un tel programme correspondrait bien aux objectifs de leur entreprise, notamment en soutenant sa croissance financière et sa compétitivité.

« Une initiative de développement des affaires assortie d'un financement récupérable lié aux revenus consolidés de l'entreprise offre un modèle durable qui arrime les mesures incitatives entre le bailleur de fonds et le bénéficiaire. Ce type de financement nous permettrait d'accéder à des capitaux essentiels à la croissance tout en garantissant la reddition de comptes *[traduction]*. »

« Tous les types d'investissements sont "récupérables"; pourquoi le FMC ferait-il exception *[traduction]*? »

« Ce soutien serait une belle façon de supporter la croissance de notre entreprise, et nous permettrait de prendre certains risques à fort potentiel de retombée. »



Heated Rivalry

Le sentiment dominant chez les personnes interrogées ayant indiqué « Je ne sais pas » était qu'ils/elles avaient besoin de davantage d'informations, notamment en ce qui concerne les conditions de récupération.

« Cela dépend des modalités du fonds ainsi que des besoins de notre entreprise à ce moment-là. Nous y réfléchissons certainement si les conditions n'étaient pas trop contraignantes *[traduction]*. »

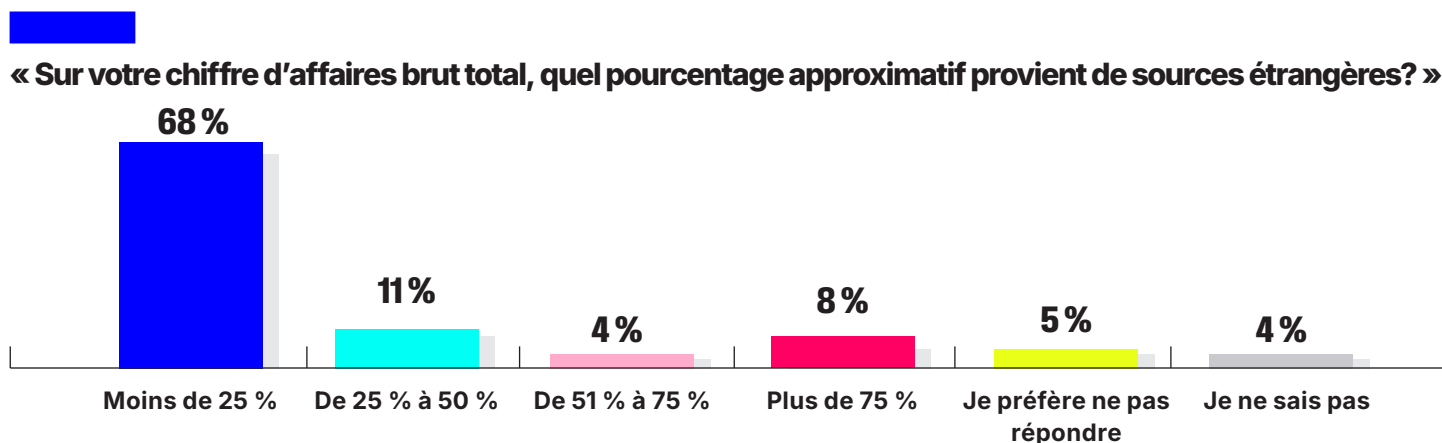
« Cela dépendrait vraiment des conditions. Ma réponse serait plutôt "probablement". Les programmes de ce type sont généralement favorables aux entreprises *[traduction]*. »

Parmi les 8 % de personnes interrogées ayant répondu « Non », beaucoup ont mentionné qu'ils/elles préféreraient une subvention ou qu'ils/elles ne comprenaient pas bien ce que l'on entendait par « récupération », ce qui est légitime, car les conditions de récupération n'étaient pas spécifiquement définies dans le sondage.

Profil économique des entreprises interrogées

Revenus de sources étrangères

Les personnes interrogées ont été invitées à estimer le pourcentage de leurs revenus totaux provenant de sources étrangères; 68 % ont déclaré que moins de 25 % provenaient de sources étrangères.



Des différences notables sont apparues dans l'analyse des différents sous-ensembles de ces données.

- ➔ **Langue** : la plupart des entreprises de langue française et de langue anglaise ont déclaré que moins de 25 % de leurs revenus provenaient de sources étrangères, mais cette situation s'est révélée particulièrement vraie chez les entreprises de langue française (81 % contre 64 % chez les entreprises de langue anglaise).
- ➔ **Format de contenu** : la plupart des entreprises produisant du contenu linéaire ont déclaré des revenus provenant de sources étrangères inférieur à celui des entreprises de contenu de MNI (75 % ont indiqué que moins de 25 % de leurs revenus provenaient de sources étrangères, contre 47 % des entreprises de contenu de MNI). Les entreprises de contenu de MNI étaient bien plus nombreuses que les entreprises de contenu linéaire à déclarer que la quasi-totalité de leurs revenus provenait de sources étrangères (33 % contre 1 %).
- ➔ **Taille de l'entreprise** : les petites entreprises ont déclaré des revenus provenant de sources étrangères inférieur à celui des grandes entreprises. 76 % des petites entreprises, 61 % des moyennes entreprises et 58 % des grandes entreprises ont indiqué que moins de 25 % de leurs revenus provenaient de sources étrangères.

Rentabilité des entreprises

Les personnes interrogées ont été invitées à indiquer le bénéfice approximatif avant impôts de leur entreprise pour le dernier exercice financier. 60 % ont déclaré un bénéfice, tandis que 31 % ont déclaré des pertes.

Les entreprises de langue française ont fait état d'un pourcentage de pertes légèrement plus élevé (38 %) que les entreprises de langue anglaise (29 %). Les entreprises de contenu de MNI étaient également plus susceptibles de déclarer des pertes (51 %) que les entreprises de contenu linéaire (25 %). Sans surprise, les grandes entreprises étaient moins susceptibles de déclarer des pertes (5 %) que les petites (37 %) et les moyennes (26 %).

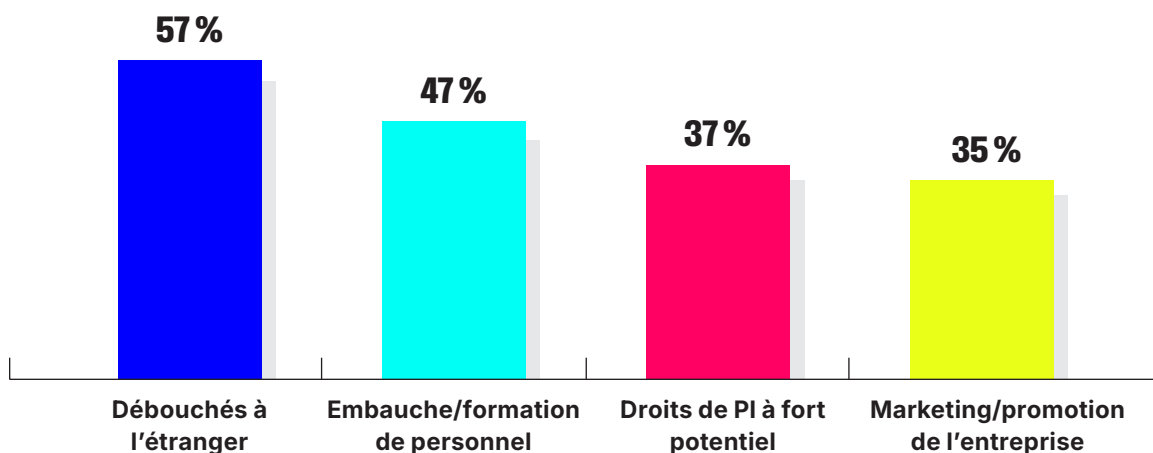


Amélioration des résultats économiques – moyens cités

Les personnes interrogées ont été invitées à indiquer comment elles comptaient améliorer les résultats économiques de leur entreprise. Elles devaient choisir leurs trois priorités parmi neuf mesures⁵ dans lesquelles ils pourraient investir les fonds d'un éventuel programme de financement destiné à la croissance des entreprises.

Le graphique ci-dessous présente les quatre réponses les plus fréquentes⁶. De nombreuses entreprises ont indiqué qu'une combinaison de stratégies serait nécessaire pour faire croître leurs revenus.

Les quatre réponses les plus fréquentes à la question : « À l'heure actuelle, quelles activités commerciales stratégiques seraient, selon vous, les plus appropriées pour augmenter votre chiffre d'affaires et faire croître votre entreprise? Choisissez les trois éléments les plus importants. »



⁵ Les neuf options étaient, par ordre de préférence statistique : exploitation de débouchés à l'étranger générant de nouvelles activités de production ou de distribution (57 %) ; embauche ou formation de personnel (47 %) ; acquisition de droits pour des propriétés intellectuelles à fort potentiel (37 %) ; soutien au marketing et à la promotion de l'entreprise (35 %) ; mise en place ou renforcement de l'infrastructure technologique ou des studios (18 %) ; réalisation d'études de marché (15 %) ; « autre », avec possibilité de préciser (15 %) ; expansion de la présence au Canada ou à l'étranger (14 %) ; doublage et sous-titrage (10 %).

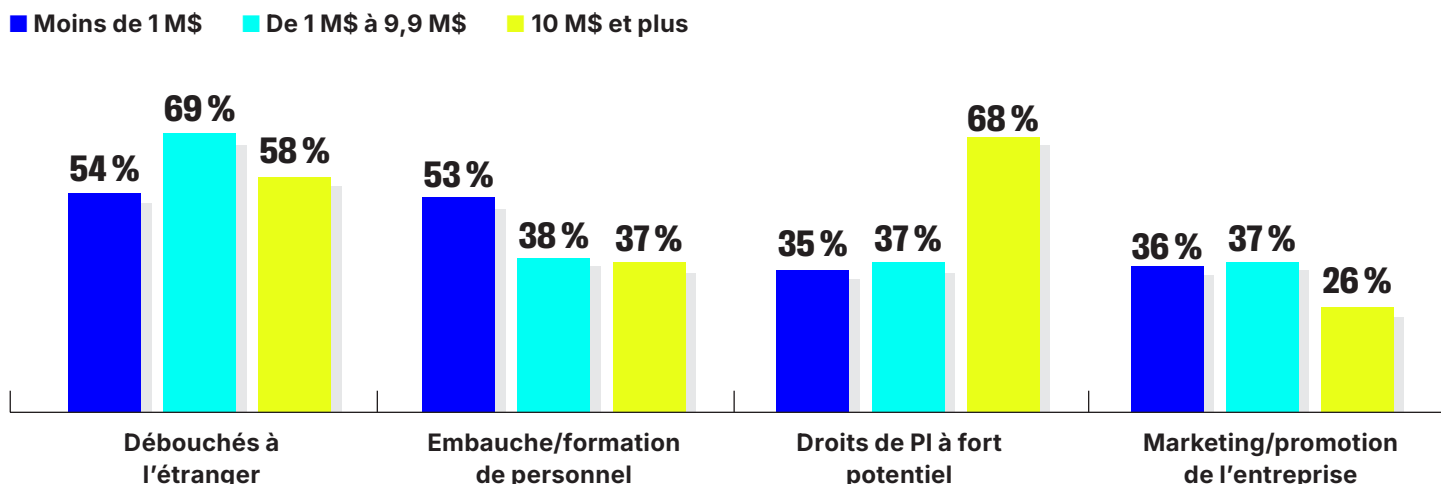
⁶ Comme indiqué ci-dessus, les personnes interrogées ne pouvaient choisir que trois options, mais les données montrent que quatre priorités avaient la cote, puisqu'elles ont été choisies par 35 % à 57 % des personnes interrogées, tandis que les cinq autres ont été choisies par 18 % ou moins.

L'analyse des réponses selon différents sous-ensembles de données (langue, format de contenu, taille de l'entreprise, diversité au sein de la direction de l'entreprise) a souvent révélé une grande homogénéité. Toutefois, les entreprises de contenu de MNI n'ont pas inclus les débouchés à l'étranger dans leurs trois choix, mais ont en revanche mentionné l'infrastructure technologique ou des studios⁷.

Il convient de noter que les stratégies de croissance des petites, moyennes et grandes entreprises concordaient globalement, ce qui pourrait indiquer une vision commune des stratégies menant au succès du contenu sur le marché mondial.

FIGURE 6

Répartition des activités commerciales selon la taille de l'entreprise



Contribution des principales activités à la croissance économique

Les personnes interrogées ont également été invitées à expliquer pourquoi elles avaient choisi leurs trois activités prioritaires.

Un thème dominant est ressorti de la priorité numéro un, les débouchés à l'étranger : la clé pour augmenter les revenus de sources étrangères consiste à se rendre sur les marchés pour évaluer la demande, à nouer des relations et à asseoir sa crédibilité.

« Le marché actuel pousse les producteurs à se tourner de plus en plus vers l'international mais cela a un coût qui est parfois trop élevé. Les programmes télé s'internationalisent aussi de plus en plus. Les audiences sont plus ouvertes aux programmes étrangers. »

« La collaboration à l'échelle mondiale élargit la portée créative et financière de chaque projet, ce qui offre un accès à de nouveaux marchés, à une diversité de talents. »

⁷ La distribution des MNI ayant, par nature, tendance à être internationale, cette différence n'a pas été jugée très significative.

Il est ressorti de la deuxième priorité (l'embauche et la formation) que l'ajout de personnel ou sa permanence, souvent en développement, accéléreraient la croissance en renforçant le développement créatif et financier, par exemple en permettant de créer des dossiers de présentation concurrentiels et de tisser des relations à l'échelle mondiale.

« Une équipe de développement compétente augmente les revenus de l'entreprise en élargissant la capacité à développer plusieurs projets simultanément, en haussant le nombre de projets prêts à être commercialisés et donc à être financés, en améliorant les taux de succès grâce à des dossiers de présentation plus aboutis et en accélérant les délais entre le concept et le feu vert, ce qui permet un flux de trésorerie plus solide. Nous pourrions ainsi passer du statut de producteur travaillant au cas par cas à celui de studio de contenu évolutif, générant des revenus récurrents et disposant d'un portefeuille durable [traduction]. »

Relativement à la troisième priorité (les propriétés intellectuelles, ou PI, à fort potentiel), les personnes interrogées ont souvent souligné que des PI de valeur contribueraient à ouvrir des portes, et ainsi à renforcer la compétitivité à l'échelle mondiale.

« L'acquisition de PI bien positionnées permet à l'entreprise d'[attirer] davantage d'occasions à l'international, ce qui contribue en fin de compte au financement des projets [traduction]. »

Enfin, en ce qui a trait à la quatrième priorité (le soutien au marketing et à la promotion de l'entreprise), les personnes interrogées ont souvent mentionné l'importance des stratégies de découvrabilité en ligne et du renforcement de la notoriété de la marque sur le marché saturé d'aujourd'hui.

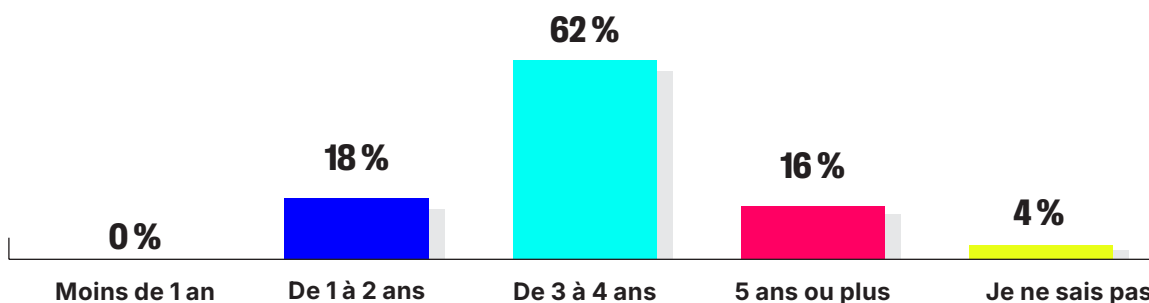
« Le soutien au marketing et à la promotion de l'entreprise, notamment par l'optimisation de notre chaîne YouTube et l'utilisation de publicités payantes, constitue un levier important pour la diversification de nos sources de revenus [...] tout en renforçant la notoriété de notre marque. »

Horizon d'évaluation

Les personnes interrogées ont été invitées à indiquer un délai approprié pour que le FMC évalue la croissance de leur entreprise, si elles devaient recevoir du financement destiné à la croissance des entreprises. Comme le montre le graphique ci-dessous, la plupart ont choisi un horizon de trois à quatre ans, mais un pourcentage plus élevé d'entreprises de contenu de MNI que d'entreprises de contenu linéaire ont opté pour un horizon d'un à deux ans (30 % contre 15 %, respectivement).

FIGURE 7

« L'amélioration des résultats économiques d'une entreprise nécessite parfois un horizon à long terme. Selon vous, quel est le délai approprié pour évaluer si la croissance a été atteinte? »



Conclusion

« Un tel programme contribuerait à notre croissance sans diluer notre propriété ni notre contrôle créatif, tout en permettant au FMC de réinvestir les bénéfices dans de futurs créateurs. Ce type de mécanisme de financement tourné vers l'avenir nous donnerait la flexibilité nécessaire pour conclure des partenariats à forte valeur ajoutée, attirer des talents de premier plan et renforcer nos sources de revenus sur plusieurs marchés [traduction]. »

L'étude « Au-delà du soutien par projet » visait à analyser les résultats économiques de la clientèle du FMC et comprendre comment ces résultats pourraient être améliorés. Autrement dit, elle cherchait à déterminer comment les entreprises envisagent de croître et de créer de nouvelles sources de revenus, et comment le FMC pourrait éventuellement les soutenir. Le sondage semble avoir trouvé un écho favorable au sein du milieu de la production et a permis de recueillir un ensemble de données solide.

Les résultats mettent en évidence que les revenus de sources étrangères sont faibles pour de nombreuses entreprises. Mais ils donnent également à penser que l'industrie reconnaît le potentiel de croissance dans ce domaine et qu'elle est prête à saisir les occasions offertes par le marché mondial du contenu, notamment grâce à de nouvelles formes de financement allant au-delà du soutien par projet qui viendraient compléter le cadre de financement actuel du FMC, sans pour autant remplacer ce qui est déjà offert au secteur.

Il est également important de noter que les données indiquent que les entreprises, quels que soient leur langue, le format de leur contenu, leurs paramètres de diversité et leur taille, ont une idée claire de la façon d'atteindre leur objectif de renforcement de leurs activités.

Les personnes interrogées ont proposé un large éventail d'activités susceptibles de renforcer leur position concurrentielle sur le marché mondial, tout en soulignant qu'il était important qu'un futur programme de développement des affaires soit flexible. Le critère commun de succès demeure toutefois simple : l'augmentation des revenus. ➤