

## **CIAIC – Mémoire prébudgétaire au gouvernement fédéral**

Comité permanent des finances  
131, rue Queen, 6<sup>e</sup> étage  
Chambre des communes  
Ottawa (Ontario) K1A 0A6

Le 31 juillet 2017  
Transmis à l'aide du portail en ligne

Objet : Consultations prébudgétaires en vue du budget de 2018

### **Sommaire**

#### **Introduction**

1. Au nom du conseil d'administration de la Canadian Interactive Alliance/Alliance interactive canadienne (CIAIC) et du secteur canadien des médias numériques interactifs (MNI), nous sommes heureux d'avoir l'occasion d'échanger avec vous les idées de nos membres quant à la façon dont le gouvernement fédéral pourrait améliorer la productivité et la compétitivité des Canadiens qui œuvrent dans le secteur des MNI à l'échelle nationale et internationale.
2. La CIAIC est une association commerciale bilingue à but non lucratif formée en 2005 qui agit comme porte-parole de l'industrie des MNI du Canada. Le présent mémoire a été approuvé par les organisations membres de la CIAIC : Alliance Numérique, Digital Nova Scotia, Interactive Ontario, New Media Manitoba et SaskInteractive.
3. Les entreprises canadiennes de médias numériques créent un large éventail de produits et services multimédias interactifs numériques notamment des jeux vidéo, des produits de réalité augmentée (RA), de réalité virtuelle (RV) et de réalité mixte (RM), du contenu pour multiplateformes, du contenu d'apprentissage en ligne, des séries Web et du contenu mobile.
4. Le secteur des MNI produit une nouvelle forme de contenu et est un secteur d'activité relativement nouveau. Son évolution rapide a favorisé le développement d'une culture de l'innovation qui est reconnue partout dans le monde. Toutes les entreprises de MNI expérimentent continuellement en tentant de rejoindre de nouveaux publics au moyen de nouvelles formes de contenu et en trouvant de nouvelles façons de générer des recettes, de réduire les coûts et de développer leurs entreprises pour s'attaquer à des projets plus complexes et de plus grande envergure. Par conséquent, il s'agit maintenant d'un secteur en pleine croissance qui emploie de plus en plus de Canadiens qualifiés et qui offre du contenu de haute qualité aux Canadiens et aux marchés du monde entier.

5. À titre de mise en contexte, il est important de savoir que le secteur croissant des MNI génère actuellement des revenus annuels bruts de plus de 3,8 milliards de dollars et comprend plus de 3 000 entreprises au Canada. L'ensemble du secteur a créé et fournit plus de 26 700 emplois équivalents temps plein de grande valeur environ. Les activités de l'industrie sont axées sur les marchés internationaux, et 57 % des revenus des entreprises de MNI sont dérivés des exportations.

6. À elle seule, l'industrie des jeux vidéo contribue au PIB canadien pour un montant annuel de 3 milliards de dollars, et sa contribution en 2015 représentait une augmentation de 31 % par rapport à l'année précédente.

7. Les entreprises de MNI prévoient une croissance de 10 % à 25 %, soit un taux considérablement plus élevé que le taux de croissance moyen du PIB au Canada. Le secteur canadien des MNI est en plein essor, car il est innovateur et compétitif à l'échelle mondiale.

## **La productivité au Canada**

Quelles mesures fédérales aideraient les **Canadiens** à être plus productifs?

8. La croissance du secteur des MNI entraîne une demande accrue de main-d'œuvre qualifiée, ce qui sera grandement profitable pour les Canadiens. La CIAIC encourage le gouvernement à continuer d'appuyer les stratégies d'augmentation des effectifs en ciblant les catégories de personnes sous-employées à l'heure actuelle comme les jeunes, les Autochtones, les nouveaux arrivants, les femmes et les personnes handicapées, ainsi que les stratégies d'amélioration des compétences des travailleurs de catégories d'emplois non spécialisés ou en voie de disparaître. Le développement de compétences spécialisées de pointe comme des compétences de codage et de compétences générales comme la collaboration, la créativité, l'empathie et l'entrepreneuriat aidera un plus grand nombre de Canadiens à décrocher un emploi hautement qualifié et bien payé. L'acquisition de ces compétences devrait commencer à l'école primaire, mais également être intégrée aux années d'études ultérieures et à la formation en milieu de carrière afin de permettre aux employés de conserver leur emploi tout en mettant à niveau leurs compétences et en se préparant pour une carrière durable à l'épreuve du temps.

9. La plupart des emplois actuels dans le domaine des MNI sont occupés par des professionnels en milieu de carrière. Par exemple, l'âge moyen des travailleurs canadiens de l'industrie des jeux vidéo et des travailleurs ontariens du domaine des MNI est de 31 ans et de 32 ans respectivement, tandis que l'âge moyen des travailleurs canadiens est de 41 ans et ne cesse de s'accroître. La CIAIC accueille favorablement les récents changements apportés à la Stratégie en matière de compétences mondiales visant à permettre aux producteurs de MNI d'embaucher rapidement des travailleurs étrangers temporaires dans diverses catégories d'emplois de l'industrie des MNI pour que les employeurs n'augmentent pas précipitamment l'embauche aux niveaux intermédiaire et supérieur, mais également pour tirer parti de ces emplois afin de former le personnel canadien existant.

10. Une main-d'œuvre diversifiée est plus créative et est finalement plus efficace. Cependant, la majorité des entreprises de MNI sont des petites et moyennes entreprises qui peuvent difficilement prendre des risques quant aux nouvelles recrues. La CIAIC encourage le gouvernement à accroître les incitatifs à l'intention des petites et moyennes entreprises en vue d'embaucher des travailleurs des communautés sous-employées comme les jeunes, les Autochtones, les nouveaux arrivants, les femmes et les personnes handicapées. Les incitatifs à l'embauche, à la formation et au mentorat des membres de ces groupes permettraient de réduire le risque inhérent au recrutement de personnes qui présentent un potentiel élevé, mais qui ont peu d'expérience reconnue.

11. Parmi les autres instruments de politique permettant d'accroître les effectifs et de fournir des emplois hautement qualifiés et bien payés à un plus grand nombre de Canadiens figurent notamment un crédit d'impôt fondé sur l'embauche de Canadiens de catégories sous-employées, y compris un boni dans le cadre de tous les programmes de subventions fédéraux si les fonds servent à embaucher des membres des catégories sous-employées, ainsi que l'allocation d'un financement aux programmes de jumelage qui aidera les employeurs à trouver des talents potentiels au sein des communautés sous-employées. La CIAIC serait ravie de rencontrer Emploi et Développement social Canada, Innovation, Sciences et Développement économique Canada, Patrimoine canadien ou d'autres ministères fédéraux afin de discuter d'instruments de politique efficaces qui aideront les petites et moyennes entreprises du domaine des MNI à embaucher un plus grand nombre de talents au sein des communautés sous-employées.

**Recommandation 1 : Continuer d'élargir le bassin de personnes de talent et qualifiées grâce au développement de compétences spécialisées et de compétences générales qui prépareront les Canadiens aux emplois en demande dans le domaine des MNI pour les années à venir. Continuer de soutenir la Stratégie en matière de compétences mondiales.**

**Recommandation 2 : Mettre en œuvre des instruments de politique pour aider les petites et moyennes entreprises à trouver et à embaucher des talents au sein des communautés sous-employées.**

## **La productivité des entreprises canadiennes**

Quelles mesures fédérales aideraient les **entreprises canadiennes** à être plus productives?

12. Avec un soutien supplémentaire, l'industrie canadienne des MNI peut se distinguer sur le marché engorgé à l'échelle nationale et internationale et accroître ses chances de réussite. Le soutien du gouvernement fédéral permettra aux créateurs canadiens de MNI de produire du contenu novateur à la fine pointe qui suscitera l'intérêt des publics canadiens et étrangers. Grâce à un soutien accru à la promotion et au marketing, ce contenu multimédia numérique interactif MNI sera non seulement connu, mais il

rehaussera également l'image de marque du Canada dans les MNI et toutes les formes de contenu.

**Recommandation 3 : Établir un fonds de marketing qui encouragera les créateurs de contenu canadiens à utiliser des stratégies numériques, notamment l'achat de publicités en ligne et sur les applications mobiles, les campagnes sur les médias sociaux, le suivi des analyses et l'optimisation des moteurs de recherche, afin de promouvoir le contenu et de rejoindre des publics.**

13. La création d'un crédit d'impôt objectif fondé sur le travail permettrait de soutenir un large éventail de projets de MNI. Toutefois, les crédits d'impôt actuels pour produits audiovisuels ont été conçus lorsque les MNI n'existaient pas encore et permettent donc seulement de soutenir les productions cinématographiques et vidéographiques. La CIAIC recommande de ne pas seulement élargir le crédit d'impôt actuel pour productions cinématographiques ou vidéographiques afin d'inclure les MNI, car leur production et leur gestion diffèrent grandement. Par exemple, de nombreux projets de MNI sont lancés graduellement, et des travaux continus sont effectués au cours de la vie du projet. En l'absence d'une date de fin de production claire ou d'une date de lancement précise, il serait plus approprié d'établir un crédit d'impôt annualisé ou « par activité ». Les crédits d'impôt appuieraient l'industrie en tant que secteur de création de contenu, mais également à titre de secteur de création d'emplois, et favoriseraient la prise de risques et l'innovation s'ils ne sont pas liés à l'achèvement d'un projet. La CIAIC serait heureuse de rencontrer Patrimoine canadien et le ministère des Finances pour examiner les besoins particuliers de l'industrie des MNI et la façon dont les crédits d'impôt pourraient y répondre.

**Recommandation 4 : Créer un crédit d'impôt pour les MNI ou un crédit d'impôt par activité qui prévoit un crédit pour toute activité de travail visant la création de MNI de propriété et de conception canadiennes. Le crédit d'impôt pour les MNI permettrait de soutenir les projets ayant une étape de production et un lancement distincts, et de faciliter le marketing et la promotion de ces projets. Le crédit d'impôt par activité serait fondé sur les dépenses de main-d'œuvre admissibles de l'exercice financier antérieur en vue de favoriser la création d'emplois dans le domaine des MNI qui ne sont pas nécessairement liés à l'achèvement d'un projet, mais plutôt à la création continue de contenu. Cette solution fonctionnerait comme le Crédit d'impôt de l'Ontario pour les produits multimédias interactifs numériques offert aux entreprises de jeux numériques spécialisées, qui est calculé en fonction des dépenses annuelles de main-d'œuvre ontarienne engagées dans le développement de jeux vidéo, mais qui comprendrait un seuil moins élevé pour le rendre plus accessible aux petites et moyennes entreprises.**

14. L'industrie canadienne des MNI s'en sort bien sur les marchés mondiaux et tire avantage de la force du Canada d'exploiter les débouchés à long terme et d'ouvrir de

nouveaux marchés. Les entreprises canadiennes de médias numériques collaborent depuis longtemps avec des marchés de l'Europe et ont établi des partenariats avec les États-Unis en parvenant à une vision commune. La diversité culturelle des propriétaires des entreprises de médias numériques comme Mark Media et Minority Media leur donne accès à des contacts en Chine (Mark Media) et en Amérique latine (Minority Media) ainsi qu'une compréhension culturelle commune. Grâce à un soutien, l'industrie canadienne des MNI pourra déployer davantage d'efforts pour accéder à de nouveaux marchés et attirer des investissements étrangers.

15. Étant donné que de nombreuses entreprises canadiennes de MNI dans le secteur sont de petites et moyennes entreprises, il se peut qu'elles aient difficilement les moyens d'entreprendre plusieurs activités préalables à l'exportation notamment de réaliser des études de marché et de participer à des conférences et à des salons professionnels internationaux. Il existe des mesures de soutien comme le Global Market Development Fund de la SODIMO, qui aide les producteurs avec ces activités, mais celui-ci est sursouscrit et n'est pas offert dans toutes les provinces. De plus en plus, les entreprises vont directement vers le consommateur et visitent les salons professionnels et les festivals s'adressant aux consommateurs afin de rejoindre des publics, plutôt que de se rendre dans les salons professionnels interentreprises, et les fonds d'exportation traditionnels ne soutiennent pas ce genre d'activités. L'accroissement de l'aide à l'exportation et l'élargissement de la définition du soutien admissible aideraient les entreprises à effectuer des ventes à l'échelle internationale.

16. Le gouvernement fédéral mène des missions commerciales dans des pays cibles, mais compte tenu du fait que les personnes qui les organisent ne sont pas toujours des experts dans le secteur ou les nombreux secteurs que comprend la mission, l'organisation des rencontres n'est pas toujours appropriée. La création d'un fonds qui permettrait de soutenir les associations commerciales dans la réalisation d'études de marché ciblées et de missions commerciales axées sur l'exportation aiderait les associations à mettre leur expertise au service de leurs membres.

17. L'établissement d'un fonds d'aide à la localisation contribuerait à la vente des projets canadiens de MNI dans les marchés internationaux. Son fonctionnement serait très similaire à celui des fonds d'aide au doublage et au sous-titrage de Téléfilm Canada et du Fonds des médias du Canada, mais il serait propre aux MNI, pour lesquels les projets doivent être traduits et adaptés aux marchés locaux. La localisation peut être coûteuse et difficile, et les coûts connexes ne sont pas toujours déboursés par l'acheteur ou le licencié d'une propriété.

**Recommandation 5 : Élargir le soutien à l'exportation pour aider les entreprises créatives à rejoindre les consommateurs, ainsi que le soutien pour les salons professionnels et les festivals, et financer les études de marché et les missions commerciales menées par les associations commerciales.**

**Recommandation 6 : Créer un fonds d'aide à la localisation à l'appui de la traduction et de l'adaptation des MNI canadiens dans d'autres langues et cultures à des fins d'exportation dans le monde entier.**

### **Conclusion**

18. Le soutien du gouvernement favorise l'innovation en incitant les créateurs de contenu à repousser les limites en vue de créer du contenu de qualité supérieure qui suscite l'intérêt des publics canadiens et étrangers, et permet ainsi de favoriser l'essor des entreprises et d'accroître les possibilités d'emploi. L'industrie canadienne des MNI suit cette chaîne de valeur et contribue activement à la croissance économique du Canada. Grâce au soutien gouvernemental ciblé et orienté en fonction des recommandations de la CIAIC, l'industrie des MNI peut jouer un rôle plus important pour s'assurer qu'un plus grand nombre de Canadiens occupent des emplois hautement qualifiés et bien payés et que les entreprises canadiennes sont compétitives dans les marchés mondiaux et jouissent d'une réputation d'excellence et d'entreprises innovatrices à l'échelle internationale.

Veillez agréer mes salutations distinguées,



Christa Dickenson

Présidente, Canadian Interactive Alliance / Alliance interactive canadienne (CIAIC)