



MAI 2019
2e ÉDITION



MESURER LE SUCCÈS :

L'IMPACT DU SECTEUR DES MÉDIAS
NUMÉRIQUES INTERACTIFS EN ONTARIO

PRÉPARÉ POUR :



interactive ontario

PRÉPARÉ PAR :



Nordicity



À propos d'Interactive Ontario

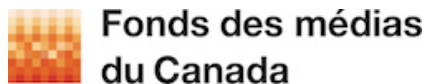
Interactive Ontario (IO) est une association professionnelle sans but lucratif vouée à la croissance de l'industrie des médias numériques interactifs (MNI) en Ontario.

Interactive Ontario promeut la croissance de l'industrie des MNI en Ontario par de la représentation auprès du gouvernement, des événements, des missions commerciales, des rapports d'études, des liens avec des occasions de développement d'affaires et des partenariats significatifs avec des organismes complémentaires. IO organise plus de 30 événements chaque année, offrant des occasions de partage de connaissances et de réseautage dans cette industrie qui évolue rapidement.

IO représente un groupe diversifié d'entreprises de MNI formé à la fois de PME (petites et moyennes entreprises) et de grandes sociétés internationales. Ces entreprises produisent des expériences innovatrices dans divers sous-secteurs, dont les jeux vidéo, l'apprentissage en ligne, la narration transmédia, les applis mobiles, la réalité augmentée et la réalité virtuelle, les séries Web et plus encore.

Partenaires du projet

Ce projet a bénéficié du soutien d'Ontario Créatif, du Fonds des médias du Canada, de la Ville de Hamilton, de la Ville de Toronto, de l'Association canadienne des producteurs médiatiques (ACPM), du Humber College, de la RBC, de Toronto Global, d'Ubisoft, de Welch LLP et l'Université Ryerson. Nous les remercions d'avoir rendu cette étude possible.



Avertissement

Cette étude a été financée par les organisations énumérées ci-dessus. L'ensemble des opinions, observations, conclusions et recommandations formulées dans le présent document sont celles de l'auteur et ne reflètent pas nécessairement celles des organisations ou des organismes gouvernementaux ayant financé ce projet. Aucune organisation, aucun gouvernement ou aucun organisme gouvernemental n'est lié de quelque façon aux recommandations formulées dans ce document.

Table des matières

1. Introduction	6
1.1 Mandat	6
1.2 À propos de ce rapport	6
2. Profil des entreprises de MNI en Ontario	8
2.1 Définition d'une entreprise de MNI	8
2.2 Entreprises de MNI en Ontario	9
3. Production des entreprises : produits et services fournis par l'industrie ontarienne des MNI	12
4. Emplois dans l'industrie ontarienne des MNI	16
4.1 Emplois	16
4.2 Données démographiques	20
4.3 Compétences et formations	22
5. Situation financière de l'industrie ontarienne des MNI	24
5.1 Revenus	24
5.2 Dépenses	27
5.3 Marge d'exploitation	28
6. Impacts de l'industrie des MNI en Ontario	30
6.1 Impacts économiques des entreprises de MNI	30
6.2 Impacts économiques des activités liées aux MNI	32
6.3 Autres impacts	33
7. Défis	35
8. Conclusions et principaux constats	37
Annexe A. Méthodologie	39
A.1 Données du sondage	39
A.2 Analyse des retombées économiques	39

Sommaire

Profil de l'industrie des MNI en Ontario

- Par définition, une entreprise de MNI est une entreprise qui :
 - crée du contenu numérique et un environnement numérique qui fait vivre aux utilisateurs une expérience interactive et riche, soit avec le contenu lui-même ou encore avec d'autres utilisateurs; ou
 - fournit des services qui rendent directement possibles de tels produits ou services.
- En 2017, les entreprises de MNI de l'Ontario ont généré des revenus de **1,66 milliard de dollars** et engagé des dépenses totalisant **1,40 milliard de dollars**. La marge de profit implicite s'établissait donc à 16 %.
- Plus de 90 % des revenus générés par les entreprises de MNI de l'Ontario sont, en moyenne, des revenus d'exportation; les États-Unis (37 %) et l'Europe continentale (34 %) sont les plus grands marchés.
- Les entreprises de MNI de l'Ontario anticipent une croissance globale de leurs revenus de l'ordre de 12 % pour l'exercice financier 2018.
- L'industrie des MNI en Ontario est formée de 929 entreprises, dont près de la moitié (49 %) ont cinq employés ou moins.

Les emplois dans l'industrie ontarienne des MNI

- Les entreprises de MNI emploient directement **12 300 ETP**, dont 8 680 exercent des fonctions expressément liées aux MNI.
- Le salaire moyen se chiffre dans l'industrie chiffre à 74 000 \$ et ce salaire moyen a augmenté de 41 % depuis 2015.
- L'âge moyen des travailleurs de l'industrie des MNI est 31 ans et 83 % des entreprises déclarent un âge moyen de moins de 40 ans.
- La main-d'œuvre embauchée par les entreprises de MNI de l'Ontario est composée à 27 % de femmes, en légère hausse par rapport à 2015 (25 %).
- Les entreprises de MNI de l'Ontario prévoient embaucher **2 770 ETP** au cours des **12 prochains mois**.

Impact économique de l'industrie ontarienne des MNI

- L'industrie ontarienne des MNI a contribué **au PIB à hauteur de 1,77 milliard de dollars** en 2017. De cette contribution totale au PIB, 1,21 milliard de dollars résultaient d'activités directement liées aux MNI.
- L'industrie ontarienne des MNI en Ontario a soutenu l'emploi de **18 070 ETP** (emplois directs, indirects et secondaires).
- L'industrie ontarienne des MNI a payé des impôts et taxes totalisant **544,7 millions de dollars** (tous niveaux de gouvernement confondus), dont 377,4 millions de dollars découlant directement d'activités de MNI.

Défis auxquels fait face l'industrie ontarienne des MNI

- Les entreprises s'inquiètent de la valeur du dollar canadien et du système d'immigration, ainsi que du bassin d'employés qualifiés en Ontario.
- Les entreprises éprouvent de la difficulté à trouver des employés qualifiés dans la province, mais trouvent également difficile d'embaucher des travailleurs étrangers pour répondre à la demande.
- Les facteurs contraignants invoqués par les répondants reflètent la nature globale de l'industrie en Ontario.

1. Introduction

1.1 Mandat

Interactive Ontario (IO) a retenu les services de Nordicity aux fins de mener une étude visant à mieux comprendre les entreprises qui forment l'industrie ontarienne des médias numériques interactifs (MNI) et l'impact de ces entreprises sur l'Ontario. Cette étude s'appuie sur l'édition précédente de *Mesurer le succès : l'impact du secteur des médias numériques interactifs en Ontario*, qui repose sur des données de l'exercice financier 2015 rendues publiques en 2017. La présente édition du rapport repose sur des données de l'exercice financier 2017.

Comparaison avec l'étude de 2015

Lorsque c'est pertinent, ce rapport présente des comparaisons avec les résultats rapportés dans le rapport *Mesurer le succès : l'impact du secteur des médias numériques interactifs en Ontario* paru en 2017. Le rapport 2017 s'appuyait sur des données de l'exercice financier 2015. Par conséquent, les comparaisons indiqueront l'exercice financier correspondant aux données plutôt que l'année du rapport lui-même.

1.2 À propos de ce rapport

Ce rapport est divisé en sections qui présentent des renseignements regroupés par thème sur l'industrie ontarienne des MNI.

Les sections se présentent comme suit :

- La **section 2 (Profil des entreprises de MNI en Ontario)** dresse un survol des entreprises de MNI en Ontario, dont l'âge ainsi que la structure d'exercice et de propriété.
- La **section 3 (Rendement des entreprises : produits et services fournis par l'industrie ontarienne des MNI)** examine les types d'expériences développées par les entreprises de MNI, les plateformes utilisées pour présenter ces expériences ainsi que les publics cibles auxquels ces produits sont destinés.
- La **section 4 (Emplois dans l'industrie ontarienne des MNI)** présente le profil de la main-d'œuvre des MNI et la répartition des employés entre entreprises de diverses tailles ainsi que le profil de l'industrie sur les plans de l'ancienneté de la main-d'œuvre, des salaires, des niveaux de scolarité, de l'âge et du sexe.
- La **section 5 (Situation financière de l'industrie ontarienne des MNI)** présente une évaluation de la taille de l'industrie, des sources de revenus, des dépenses et de la marge bénéficiaire implicite, à partir de ces données.
- La **section 6 (Impacts de l'industrie ontarienne des MNI)** présente des évaluations des impacts économiques des entreprises qui forment l'industrie des MNI ainsi qu'une évaluation distincte de leurs activités liées aux MNI. Suit une présentation d'autres impacts qu'ont ces entreprises sur les économies locales et les communautés.
- **Section 7 : La section 7 (Défis)** traite des facteurs qui limitent la croissance selon les entreprises ontariennes de l'industrie des MNI.
- La **section 8 (Principales conclusions et constatations)** résume les points principaux des sections précédentes

Glossaire

Emplois directs : Les personnes employées par une entreprise de MNI.

Emplois indirects : Les emplois découlant d'une augmentation d'activité économique qui a lieu lorsque des compagnies achètent des biens et services de leurs fournisseurs. Ces achats augmentent l'embauche chez les fournisseurs ce qui, à son tour, augmente la demande auprès de fournisseurs plus élevés - les fournisseurs des fournisseurs.

Emplois secondaires : Augmentation d'emplois qui peut être attribué au réinvestissement de revenus par les ménages qui génèrent des revenus au niveau direct et indirect.

ETP : Équivalent temps plein est une mesure de l'emploi pouvant désigner, par exemple, trois employés à temps partiel qui travaillent chacun un tiers d'une année (1 ETP).

PIB direct : L'activité économique directement attribuable à l'industrie des MNI.

PIB indirect : L'augmentation de l'activité économique attribuable à des secteurs d'activités généralement associés à l'industrie des MNI au Canada, c'est-à-dire des secteurs qui approvisionnent les entreprises de l'industrie des MNI en biens et services.

PIB induit : L'augmentation de l'activité économique attribuable aux dépenses du revenu de travail effectuées directement et indirectement par des travailleurs dans l'économie. Autrement dit, des employés directs et indirects touchent un salaire qu'ils réinjectent dans l'économie lorsqu'ils effectuent des dépenses courantes.

Recettes et dépenses attribuables aux MNI : La proportion des recettes et dépenses totales d'une entreprise qui est générée par des produits ou services de MNI ou affectée à ces produits et services. L'inclusion de cette mesure tient compte du fait que le travail lié aux MNI peut ne constituer qu'une partie de ce que produit une entreprise répondante donnée.

Revenus de travail directs : Les montants versés en salaires et en avantages sociaux aux employés d'entreprises de MNI (qu'ils travaillent ou non sur des produits ou services de MNI).

Valeur n : Le nombre de personnes qui répondent à une question d'enquête. Cette valeur est souvent utilisée dans l'analyse des données relatives à ladite question.

2. Profil des entreprises de MNI en Ontario

Les entreprises de MNI en Ontario développent des jeux, des logiciels d'apprentissage et des applications, ainsi que des catégories telles que les arcades de réalité virtuelle et les produits munis d'intelligence artificielle. Cette section offre un contexte pour le reste du rapport et définit les compagnies de MNI, les décrivant en fonction de leurs propriétaires, de leur taille et de leurs secteurs d'activité.

2.1 Définition d'une entreprise de MNI

Par définition, une entreprise de MNI est une entreprise qui :

- crée du contenu numérique et un environnement numérique qui fait vivre aux utilisateurs une expérience interactive et riche, soit avec le contenu lui-même ou encore avec d'autres utilisateurs; ou
- fournit des services qui rendent directement possibles de tels produits ou services.

Définition : médias numériques interactifs

Des contenus et des environnements numériques qui font vivre aux utilisateurs une *expérience interactive et riche* – avec le contenu lui-même ou encore avec d'autres utilisateurs – et des services qui rendent directement (et exclusivement) possibles de tels produits ou services.

« Médias interactifs numériques » est une expression passe-partout qui regroupe les jeux vidéo, les logiciels d'apprentissage, les applications mobiles, la réalité virtuelle (RV) et la réalité augmentée (RA) ainsi que d'autres produits et services qui permettent aux utilisateurs d'interagir avec du contenu numérique.

Cette étude se concentre sur l'empreinte économique des entreprises qui créent, mettent en marché ou vendent des produits ou services de MNI. Des exemples d'entreprises exclues et incluses sont fournis dans le tableau ci-dessous. Les types d'entreprises incluses dans cette étude sont comparables à ceux qui figuraient dans la première édition du rapport *Mesurer le succès*.

Tableau 1 : Entreprises incluses et exclues de l'étude

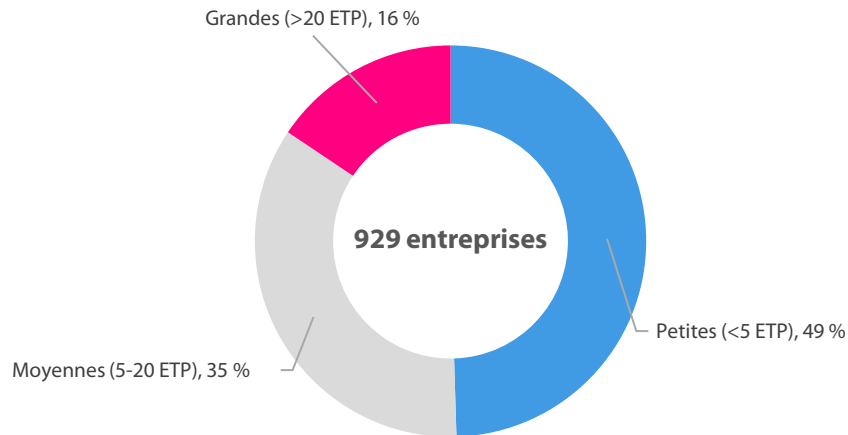
Entreprises incluses	Entreprises exclues
Développeurs et éditeurs de jeux	Développeurs de logiciels généraux (par ex., logiciels de productivité)
Développeurs de logiciels d'apprentissage en ligne	Entreprises spécialisées dans les animations et les effets visuels pour le cinéma et la télévision
Développeurs de RV, de RA et de RM	Créateurs et diffuseurs d'œuvres audiovisuelles linéaires (par ex., producteurs de télévision)
Arcades de RV*	Certains développeurs Web (qui ne créent pas des sites interactifs et riches)
Développeurs d'applis mobiles	
Agences de publicité numérique	
Certains développeurs Web (qui créent des sites interactifs et riches)	
Développeurs de logiciels qui approvisionnent les entreprises ci-dessus (par ex., en logiciels spécialisés)	

* Les arcades de RV ont été ajoutées à la liste des entreprises à la suite de leur arrivée dans le marché entre les études de 2015 et de 2017.

2.2 Entreprises de MNI en Ontario

On dénombre un total de 929 entreprises de MNI établies en Ontario¹. Comme l'illustre la figure 1, une vaste majorité (84 %) de ces entreprises comptent moins de 20 employés. En fait, près de la moitié (49 %) de ces entreprises emploient moins de cinq personnes.

Figure 1 : Répartition des entreprises de MNI en Ontario, par taille

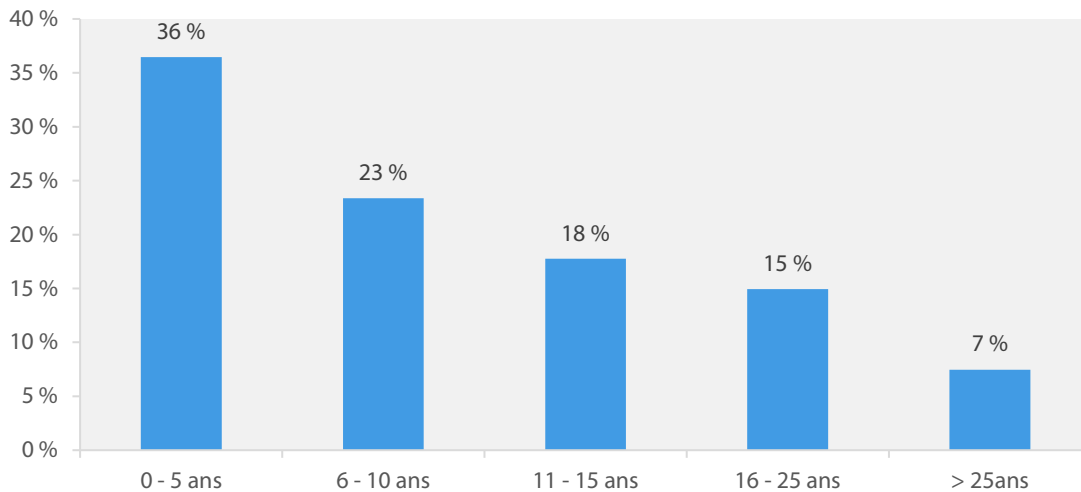


n = 929

Source : Interactive Ontario, Nordicity

Ces entreprises sont non seulement de petite taille, mais aussi relativement jeunes. En effet, plus d'un tiers (36 %) d'entre elles sont en activité depuis moins de cinq ans, comme le démontre la répartition présentée dans la figure ci-dessous. Au total, 11 % de ces entreprises ne sont exploitées que depuis 2017 ou 2018, ce qui laisse entrevoir d'autres possibilités de croissance dans l'industrie des MNI. L'âge moyen des entreprises dans cette industrie s'établit à 11 ans.

Figure 2 : Répartition des entreprises de MNI en Ontario selon le nombre d'années d'activités



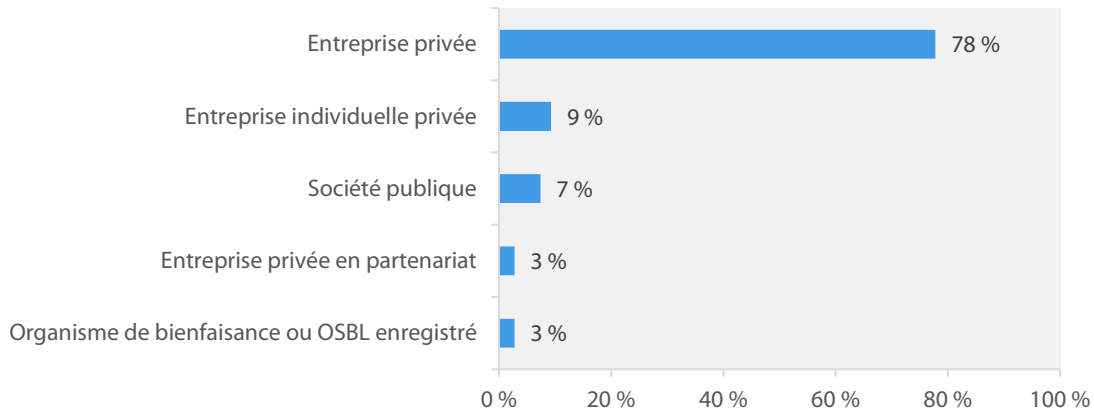
n = 107

Source : Sondage 2018 auprès de l'industrie des médias numériques interactifs de l'Ontario

¹ Selon l'inventaire des entreprises de MNI fourni par Interactive Ontario et validé par les recherches de Nordicity.

De plus, 94 % de ces entreprises sont sous contrôle canadien et une majorité (90 %) sont des entreprises privées. Seulement 7 % des entreprises de l'industrie sont des sociétés publiques, ce qui représente tout de même une augmentation par rapport à 2015 (3 %).

Figure 3 : Structures de propriété des entreprises de MNI de l'Ontario

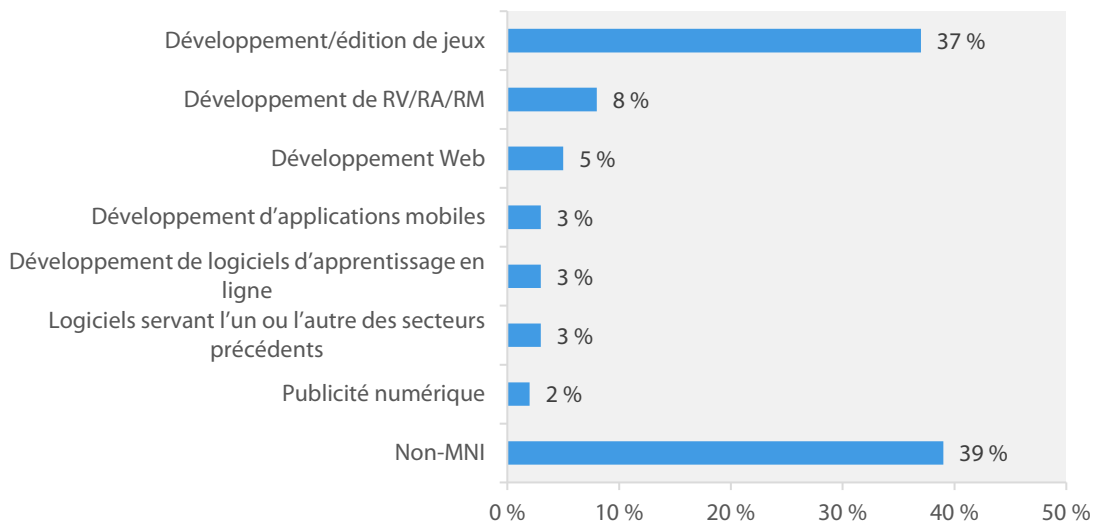


n = 107

Source : Sondage 2018 auprès de l'industrie des médias numériques interactifs de l'Ontario, Interactive Ontario

Plus d'un tiers (37 %) des entreprises œuvrent principalement dans le développement ou l'édition de jeux. Le deuxième domaine le plus répandu est celui du développement de RV/RA/RM, avec 8 % des entreprises déclarant qu'il s'agit de leur principal secteur d'activité.

Figure 4 : Principal secteur d'activité déclaré par les entreprises de MNI de l'Ontario



n = 100

Source : Sondage 2018 auprès de l'industrie des médias numériques interactifs de l'Ontario, Interactive Ontario

Bien qu'une majorité des entreprises soient principalement des entreprises de MNI, près de 40 % des entreprises ont précisé une activité non MNI comme étant leur principal secteur d'activité. La production de contenu audiovisuel linéaire représente une part importante (38 %) de ces « autres » secteurs d'activité. Ces entreprises de production créent probablement des jeux ou d'autres produits interactifs aux fins de commercialiser leur contenu audiovisuel ou de distribuer leur contenu par

l'intermédiaire de diverses plateformes. Parmi les autres secteurs d'activité non MNI figurent les autres médias numériques² (18 %), l'éducation (13 %), la consultation (13 %), etc.

La plupart de ces entreprises (87 %) exercent leurs activités dans des locaux loués, alors qu'une faible minorité (13 %) sont propriétaires des locaux qu'ils occupent, lesquels s'étendent sur une moyenne de 2 200 pieds carrés. Il est raisonnable de conclure que ces entreprises ont peu de valeur nette abstraction faite des produits et des services qu'elles vendent.

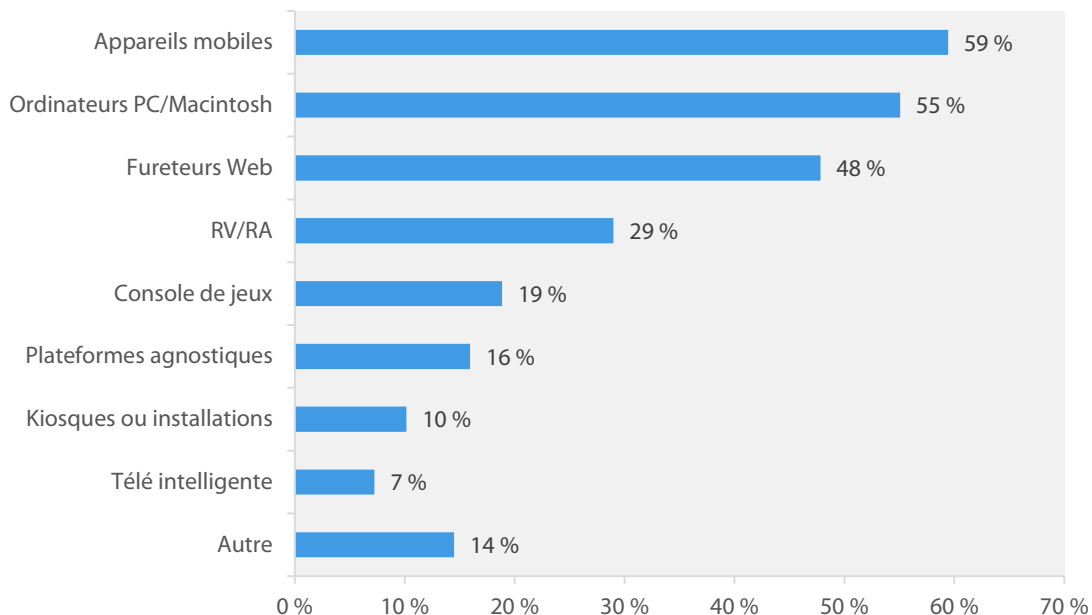
² « Autres médias numériques » comprend les vidéos interactives, le contenu numérique scénarisé ou non scénarisé, la publicité numérique, les médias numériques convergents, etc.

3. Production des entreprises : produits et services fournis par l'industrie ontarienne des MNI

Les entreprises de MNI de l'Ontario développent et produisent une grande variété de produits et de services de MNI pour appareils mobiles, ordinateurs PC et Macintosh et d'autres plateformes. Cette section décrit la production de l'industrie des MNI en matière de plateformes, de genres de produits et de publics.

Les entreprises de MNI de l'Ontario sont plus susceptibles de développer des produits ou des services pour appareils mobiles et ordinateurs PC et Macintosh. Plus de la moitié (59 %) des entreprises rapportent travailler sur des produits pour des plateformes mobiles; cependant, en 2015, un pourcentage beaucoup plus élevé (90 %) d'entreprises travaillaient sur des produits pour plateformes mobiles. Cette transition s'inscrit dans une tendance plus générale au sein de l'industrie des MNI, soit de délaisser du développement d'applications mobiles à mesure que ce marché devient saturé³.

Figure 5 : Pourcentage des entreprises de MNI de l'Ontario qui développent pour des plateformes de MNI



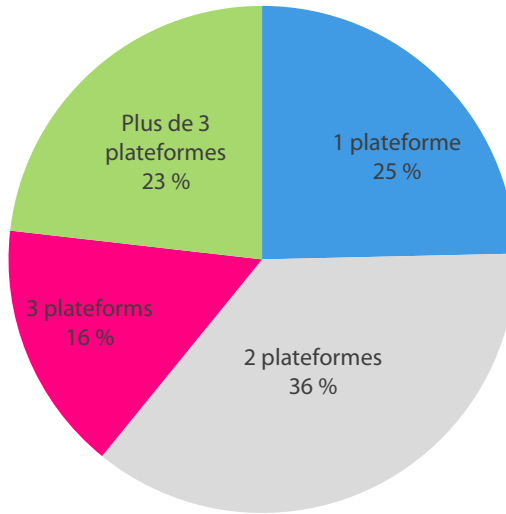
n = 67

Source : Sondage 2018 auprès de l'industrie des médias numériques interactifs de l'Ontario, Interactive Ontario

Le pourcentage d'entreprises qui travaillent sur chaque plateforme énumérée dans la figure ci-dessus a baissé depuis 2015. Cette baisse suggère que les entreprises se concentrent à développer des produits pour un nombre plus restreint de plateformes au détriment de produits conçus pour toutes les plateformes. Ce constat se reflète également dans la baisse proportionnelle du nombre d'entreprises qui travaillent sur trois plateformes ou plus, dont le pourcentage est passé de 69 % en 2015 à 39 % (trois plateformes = 16 % + plus de trois plateformes = 23 %) en 2017.

³ Dans cet ordre d'idées, Newzoo a abaissé sa prévision relative au marché mondial des jeux vidéo, en partie en raison de la saturation du marché mobile qui présente moins de grands titres phares. (Voir : <https://newzoo.com/insights/articles/newzoo-cuts-global-games-forecast-for-2018-to-134-9-billion/>)

Figure 6 : Nombre de plateformes pour lesquelles les entreprises de MNI de l'Ontario développent des produits



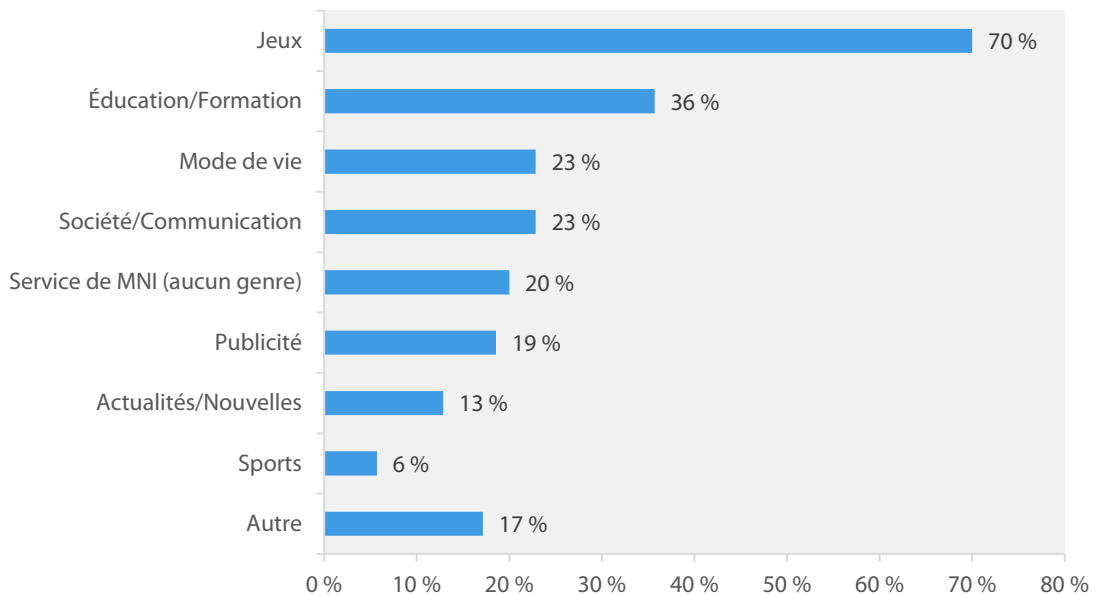
n = 67

Source : Sondage 2018 auprès de l'industrie des médias numériques interactifs de l'Ontario

Les entreprises de MNI de l'Ontario créent diverses expériences de MNI, comme l'illustre la figure ci-dessous. Les pourcentages d'entreprises qui créent chaque type d'expérience demeurent largement inchangés depuis 2015. Le seul genre où les entreprises semblent moins intéressées qu'en 2015 est le genre *Actualités/Nouvelles* qui est passé de 23 % à 13 %.

Les jeux représentent une portion considérable des produits et des services de MNI, avec 70 % des entreprises qui travaillent dans ce genre.

Figure 7 : Types d'expériences développées par les entreprises de MNI de l'Ontario (réponses multiples possibles)

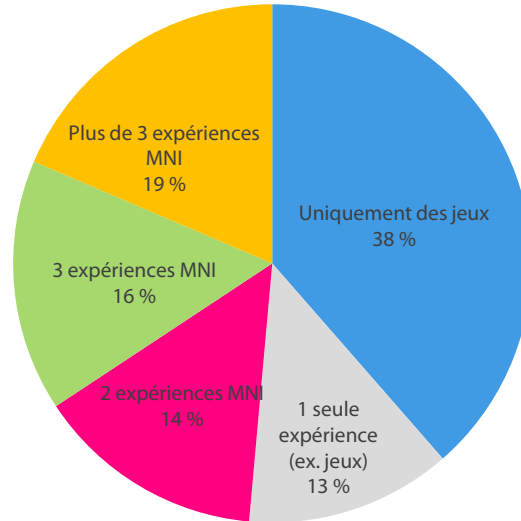


n = 70

Source : Sondage 2018 auprès de l'industrie des médias numériques interactifs de l'Ontario, Interactive Ontario

De plus, plus d'un tiers (38 %) des entreprises travaillent exclusivement sur des jeux, ce qui correspond à la proportion d'entreprises qui s'identifient principalement comme des entreprises de développement ou d'édition de jeux (voir la section 2.2).

Figure 8 : Nombre d'expériences développées par les entreprises de MNI de l'Ontario



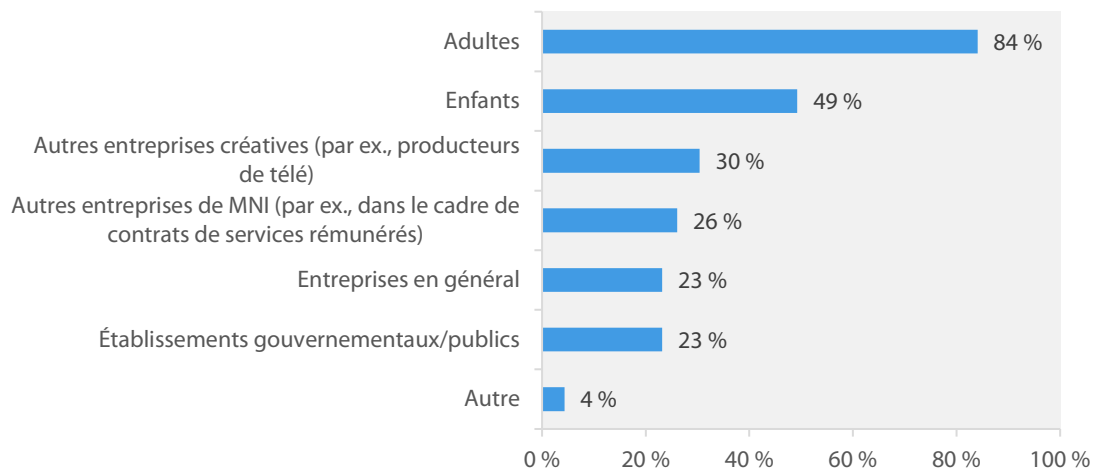
n = 70

Source : Sondage 2018 auprès de l'industrie des médias numériques interactifs de l'Ontario, Interactive Ontario

En 2015, un quart des entreprises créaient plus de trois expériences de MNI, alors qu'il n'en restait que 19 % en 2017. De même, le pourcentage d'entreprises se concentrant sur une seule expérience de MNI est passé de 46 % à 51 % (38 % = jeux seulement + 13 % = seulement une expérience excluant les jeux). À l'instar des plateformes, les entreprises semblent créer moins de types de produits et de services qu'en 2015.

Quant aux publics cibles pour leurs produits, presque la moitié (49 %) des entreprises ont indiqué les enfants, mais la plupart (84 %) créent des expériences pour adultes. La figure ci-dessous présente les publics cibles pour les expériences de MNI proposées par l'industrie.

Figure 9 : Publics cibles pour les expériences créées par les entreprises de MNI de l'Ontario



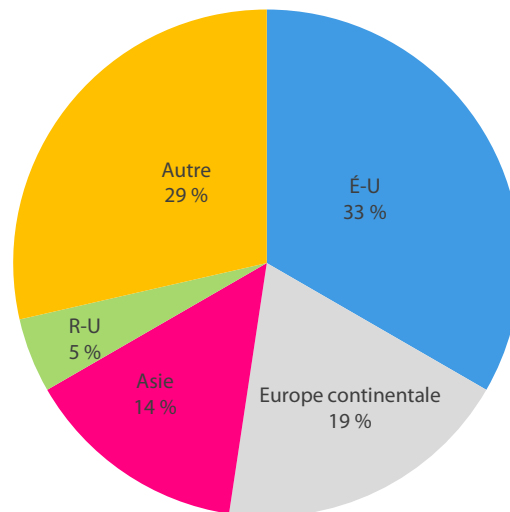
n = 67

Source : Sondage 2018 auprès de l'industrie des médias numériques interactifs de l'Ontario, Interactive Ontario

Fait intéressant, près d'un quart (23 %) des répondants rapportent avoir créé des expériences destinées à des gouvernements ou à des institutions publiques. Parmi ces expériences figurent des vidéos 360° de promotion du tourisme, le cyberapprentissage, les simulations de formation en RV et ainsi de suite.

Plus d'un quart (25 %) des entreprises de MNI de l'Ontario ont rapporté avoir travaillé sur le développement de produits de concert avec des entreprises dans d'autres pays. La figure ci-dessous montre la répartition des coproductions qu'elles ont entreprises.

Figure 10 : Répartition des coproductions par territoire



n = 17

Source : Sondage 2018 auprès de l'industrie des médias numériques interactifs de l'Ontario, Interactive Ontario

Près d'un tiers de ces coproductions ont été réalisées avec un partenaire établi aux États-Unis.

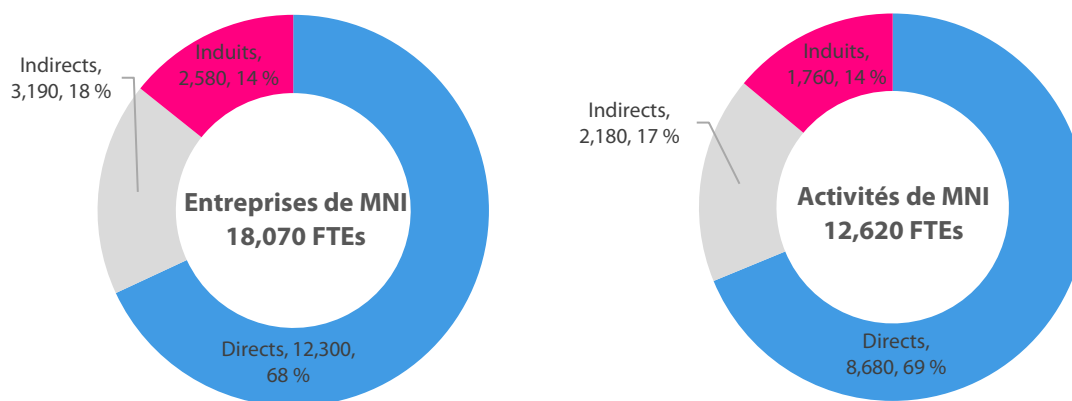
4. Emplois dans l'industrie ontarienne des MNI

Pour offrir les produits et les services décrits à la section précédente, les entreprises de MNI de l'Ontario font appel à une main-d'œuvre hautement spécialisée. Cette section décrit l'impact des embauches sur l'industrie et dresse le profil de la main-d'œuvre embauchée par les entreprises de MNI sur les plans de la démographie et des compétences.

4.1 Emplois

Les entreprises qui créent des produits et services de MNI en Ontario soutiennent l'embauche de **18 070 ETP** (emplois directs, indirects et secondaires confondus), comme l'illustre la figure ci-dessous. De ce total, **12 620 ETP** sont directement ou indirectement appuyés par la création, la mise en marché ou la vente de produits et de services de MNI.

Figure 11 : Impact des embauches des entreprises de MNI de l'Ontario et de leurs activités de MNI



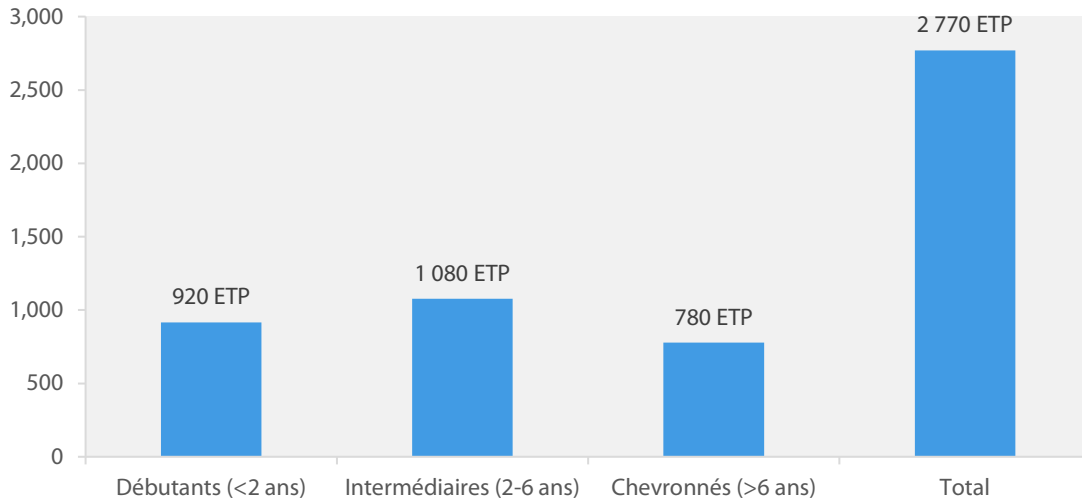
Source : Modèle MyEIA de Nordicity, Statistiques Canada, comptes gouvernementaux fédéraux et provinciaux

Le nombre d'équivalents temps plein qui occupent un emploi direct dans l'industrie – 12 300 ETP selon la figure ci-dessus – a **augmenté de 13 % depuis 2015**. À titre comparatif, le nombre d'emplois a augmenté de 4 % en Ontario au cours de la même période⁴.

Conformément à l'augmentation du nombre d'emplois directs au cours des trois dernières années, les entreprises semblent avoir une perspective positive à l'égard de l'embauche au cours des 12 prochains mois et les grandes entreprises s'attendent à embaucher plus de huit personnes en moyenne.

⁴ Source : Statistiques Canada, Enquête sur la population active, Tableau 14-10-0019-01 (données désaisonnalisées).

Figure 12 : Nombre de nouvelles embauches prévues au cours des 12 prochains mois au sein des entreprises de MNI de l'Ontario

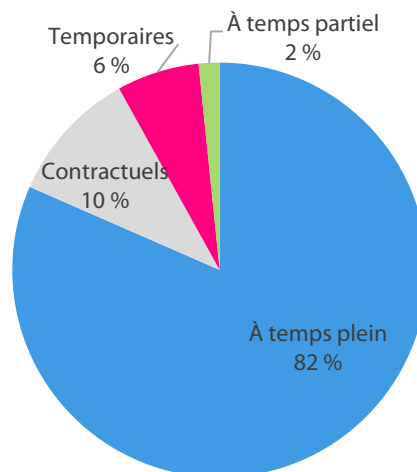


n = 54

Source : Sondage 2018 auprès de l'industrie des médias numériques interactifs de l'Ontario, Interactive Ontario; modèle MyEIA de Nordicity, Statistiques Canada, comptes gouvernementaux fédéraux et provinciaux.

Dans l'ensemble, l'industrie prévoit embaucher 2 770 ETP au cours des 12 prochains mois, comme l'illustre la figure ci-dessus. Près d'un tiers (33 %) des nouveaux postes devront être comblés par des débutants, ce qui s'annonce prometteur pour les nouveaux diplômés. Ces nouveaux employés obtiendront sans doute des postes à temps plein, étant donné que la majorité (82 %) des employés actuels des entreprises de MNI de l'Ontario occupent un poste à temps plein. Les employés non-salariés (travailleurs occasionnels et temporaires) représentent 16 % du total.

Figure 13 : Répartition de la main-d'œuvre à l'emploi des entreprises de MNI de l'Ontario, par type d'emploi



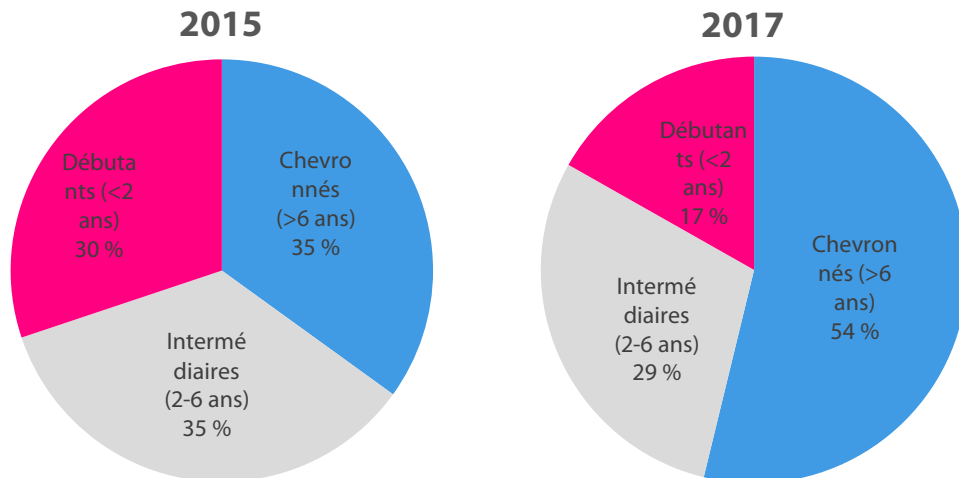
n = 64

Source : Sondage 2018 auprès de l'industrie des médias numériques interactifs de l'Ontario, Interactive Ontario

La part d'employés salariés (à temps plein et à temps partiel) a augmenté de 71 % en 2015 à 84 % en 2017, ce qui laisse sous-entendre que des entreprises dépensent plus par employé étant donné que les employés salariés reçoivent des avantages sociaux qui s'ajoutent à leur salaire. De plus, les salaires ont tendance à être plus élevés que les tarifs contractuels (voir la Figure 15).

Il y a un autre changement qui concerne l'ancienneté de la main-d'œuvre et qui est illustré dans la figure ci-dessous.

Figure 14 : Répartition de la main-d'œuvre employée par les entreprises de MNI de l'Ontario, selon l'ancienneté, en 2015 et en 2017



n = 64

Source : Sondage 2018 auprès de l'industrie des médias numériques interactifs de l'Ontario, Interactive Ontario

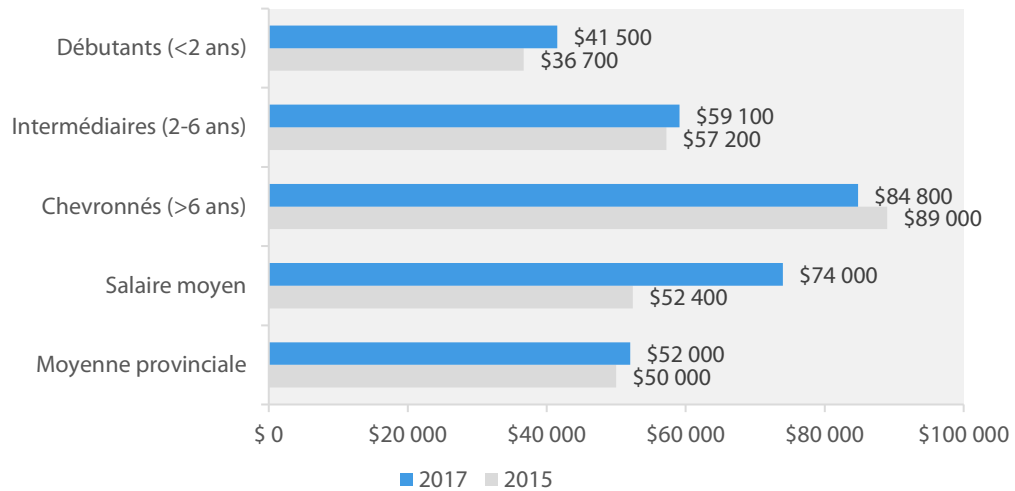
Ce qui était une main-d'œuvre presque équilibrée ne l'est plus, avec plus de la moitié (54 %) de la main-d'œuvre ayant plus de six ans d'ancienneté. Comme le salaire moyen de ces employés chevronnés est de 84 800 \$ par année et qu'ils forment 54 % de la main-d'œuvre, il va de soi que la masse salariale des entreprises de MNI de l'Ontario a nettement augmenté depuis 2015.

Note méthodologique: Salaires moyens

Les salaires moyens de l'industrie décrits ci-dessous sont pondérés, et sont des moyennes construites. Ils ne reflètent donc pas les changements dans les salaires moyens d'individus en particulier. En d'autres mots, ce rapport ne doit pas être interprété comme suggérant que l'employé moyen a reçu une augmentation de 41% depuis 2015.

La croissance des salaires moyens provient plutôt de deux sources. Premièrement, les salaires moyens indiqués par les entreprises de MNI de l'Ontario ont augmenté pour la plupart des niveaux d'ancienneté, comme l'illustre la figure 15. Plus important encore, une proportion substantiellement plus importante de la main-d'œuvre de l'industrie des MNI de l'Ontario était catégorisée comme étant « chevronnés » en 2017 par rapport à 2015 (voir figure 14). La combinaison de ces deux facteurs génère une augmentation substantielle du salaire moyen à l'échelle de l'industrie.

Figure 15 : Salaire annuel moyen selon ancienneté et moyenne globale payée par les entreprises de MNI de l'Ontario

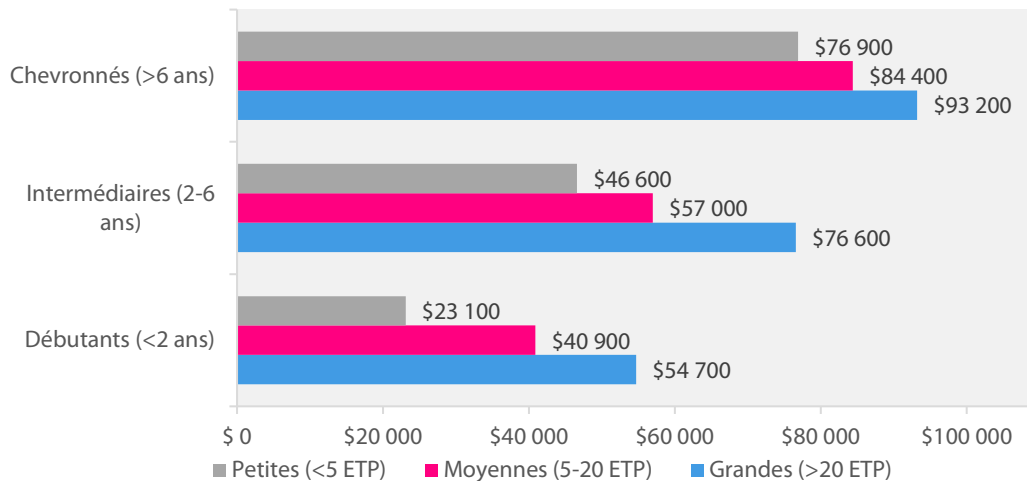


n = 58

Source : Sondage 2018 de l'industrie des médias numériques interactifs de l'Ontario, Interactive Ontario; Statistique Canada, tableau 14-10-0204-01 : Rémunération hebdomadaire moyenne selon l'industrie, données annuelles

Le salaire moyen global a augmenté de 41 %, passant de 52 400 \$ en 2015 à 74 000 \$ en 2017. En comparaison, à l'échelle provinciale, les revenus moyens annuels ont augmenté de 4 % entre 2015 et 2017⁵. De plus, les salaires semblent varier selon la taille de l'entreprise, les grandes entreprises payant des salaires plus élevés à tous les niveaux d'ancienneté.

Figure 16 : Salaire annuel moyen payé par de petites, moyennes et grandes entreprises de MNI de l'Ontario



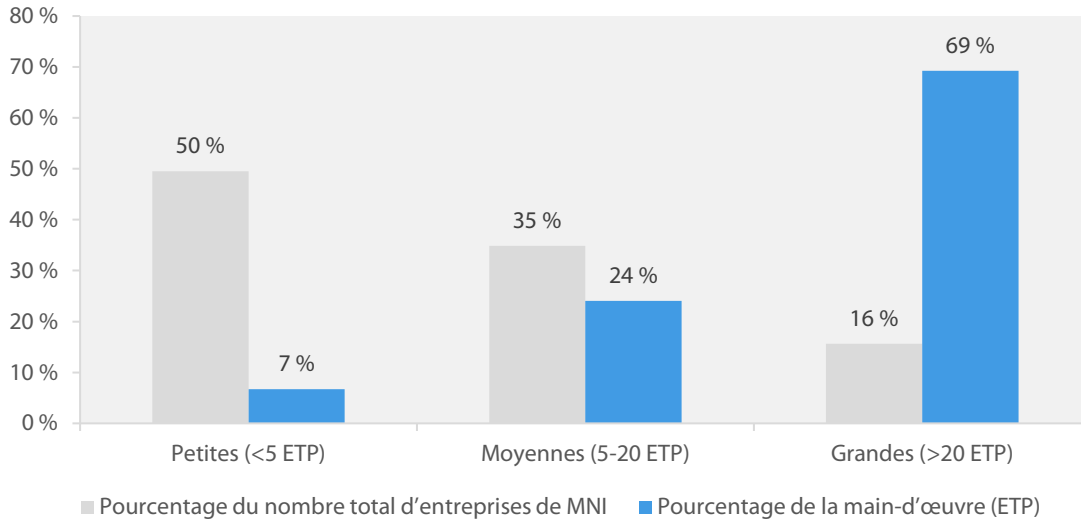
n = 58

Source : Sondage 2018 auprès de l'industrie des médias numériques interactifs de l'Ontario, Interactive Ontario

⁵ Statistique Canada. Tableau 14-10-0204-01 : Rémunération hebdomadaire moyenne selon l'industrie, données annuelles.

Bien que tous les employés ayant plus d'ancienneté gagnent un bon salaire, peu importe la taille de l'entreprise, c'est particulièrement vrai dans le cas des grandes entreprises, qui versent des salaires moyens de plus de 93 000 \$ par année.

Figure 17 : Répartition des entreprises de MNI et des employés (ETP), par taille d'entreprise



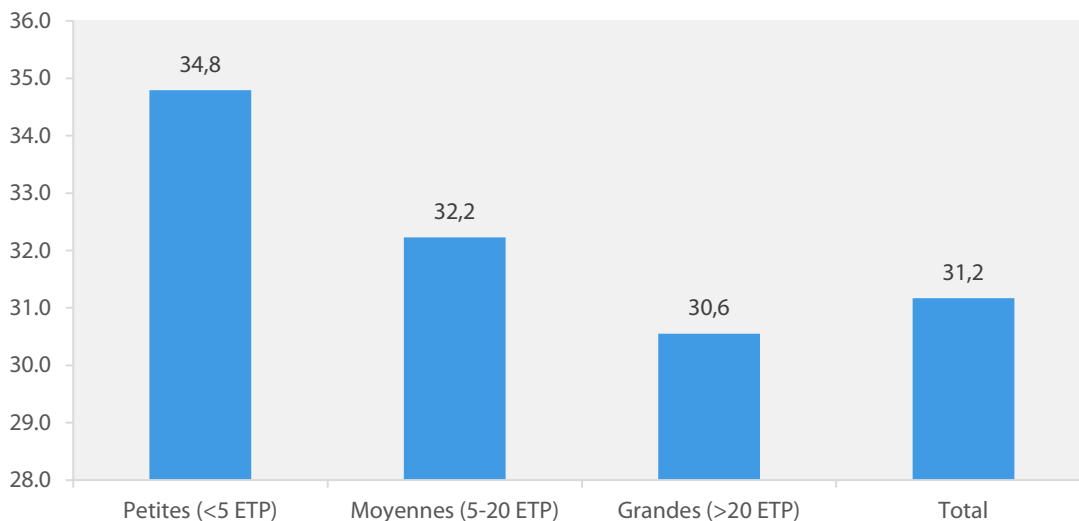
Source : Sondage 2018 auprès de l'industrie des médias numériques interactifs de l'Ontario, Interactive Ontario

Étant donné que la majorité (69 %) de la main-d'œuvre travaille à temps plein pour de grandes entreprises – et que ces entreprises ont tendance à dépenser plus d'argent sur leur main-d'œuvre –, les salaires moyens élevés entraînent vers le haut les dépenses de main d'œuvre pour l'ensemble de l'industrie.

4.2 Données démographiques

Les employés des entreprises de MNI de l'Ontario sont jeunes; 83 % des entreprises déclarent une main-d'œuvre d'un âge moyen de moins de 40 ans. Pour l'ensemble de l'industrie, la moyenne d'âge est de 31,2 ans, comme l'illustre la figure ci-dessous.

Figure 18 : Âge moyen de la main-d'œuvre à l'emploi des entreprises de MNI de l'Ontario

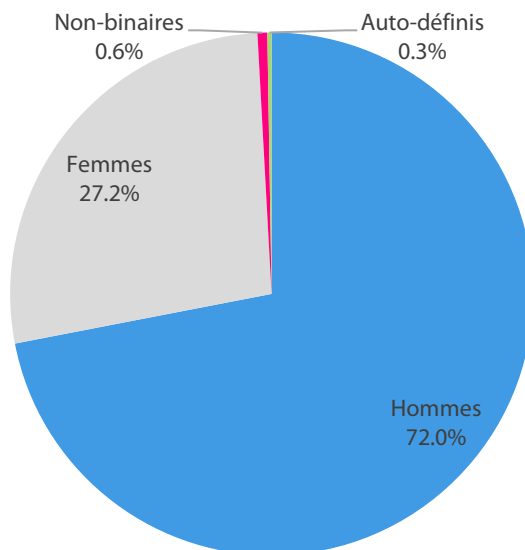


n = 63

Source : Sondage 2018 auprès de l'industrie des médias numériques interactifs de l'Ontario, Interactive Ontario

De plus, la taille de l'entreprise semble être inversement corrélée à l'âge moyen. Autrement dit, l'âge moyen des employés des plus grandes entreprises est moins élevé que celui des employés de plus petites entreprises. Bien que la main-d'œuvre soit relativement jeune, la parité des sexes n'est pas encore une réalité, comme l'indique la figure ci-dessous. En effet, les hommes forment encore plus de 70 % de la main-d'œuvre.

Figure 19 : Répartition de la main-d'œuvre par sexe dans les entreprises de MNI de l'Ontario

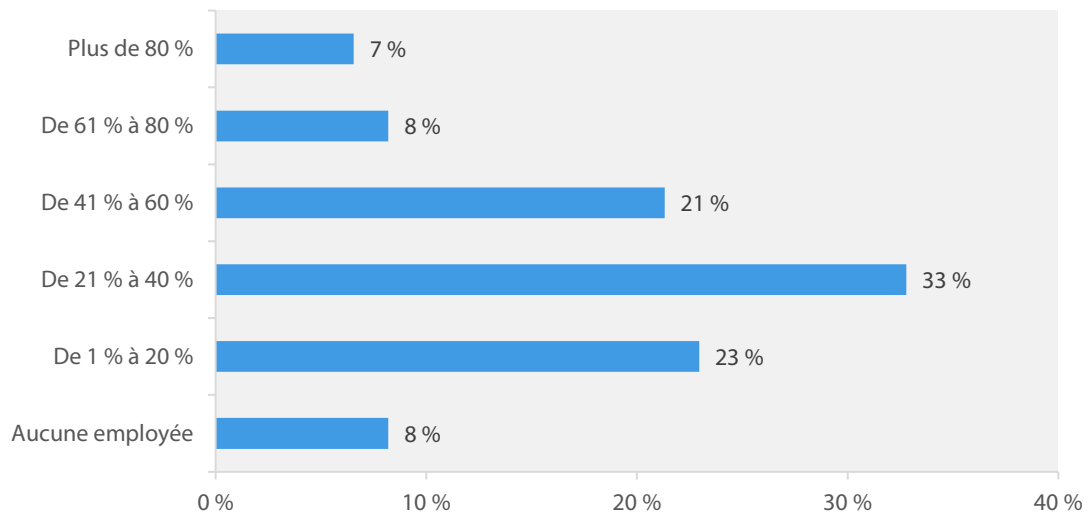


n = 64

Source : Sondage 2018 auprès de l'industrie des médias numériques interactifs de l'Ontario, Interactive Ontario

En moyenne, les femmes forment plus du quart (27 %) de la main-d'œuvre. Ce pourcentage n'a pratiquement pas changé depuis 2015, année où il s'établissait à 25 %. Comme l'illustre la figure ci-dessous, près d'un tiers (31 %) des entreprises ont une main-d'œuvre composée à moins de 20 % de femmes.

Figure 20 : Répartition des entreprises de MNI selon le pourcentage de femmes composant leur main-d'œuvre



n = 64

Source : Sondage 2018 auprès de l'industrie des médias numériques interactifs de l'Ontario, Interactive Ontario

En fait, 8 % des entreprises ont rapporté n'avoir aucune femme parmi leurs employés, ce qui est un pourcentage moins élevé qu'en 2015, année où 20 % des entreprises rapportaient n'avoir aucune femme parmi leurs employés. Seulement 21 % des entreprises ont une main-d'œuvre relativement paritaire (main-d'œuvre formée de femmes à entre 40 % et 60 %).

La majorité de la main-d'œuvre a été recrutée au pays, à peine 11 % provenant de l'extérieur du Canada.

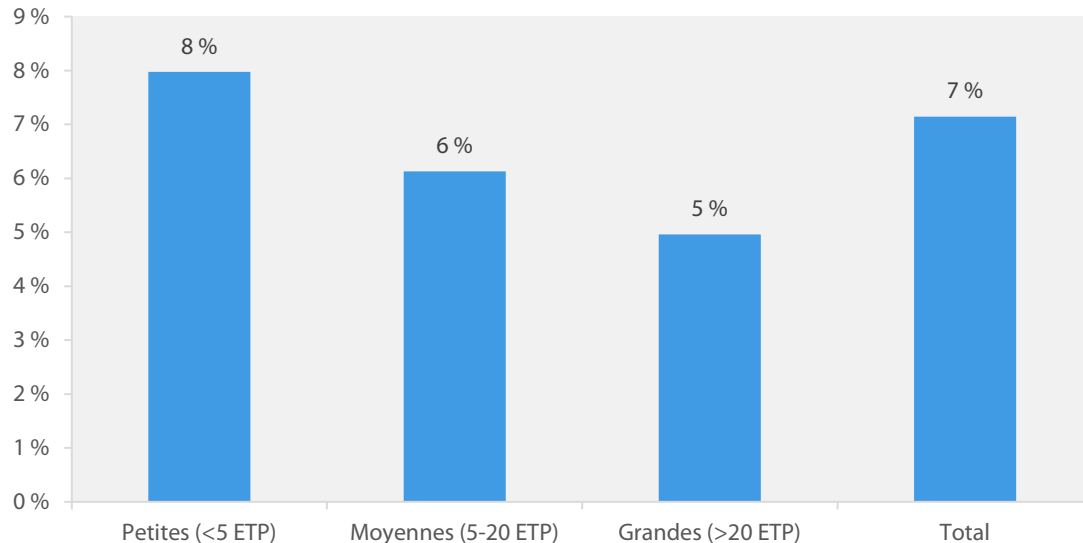
4.3 Compétences et formations

La main-d'œuvre de l'industrie ontarienne des MNI est très compétente et éduquée. En fait, plus de 75 % des entreprises ont indiqué que leur employé moyen était titulaire d'un baccalauréat.

Les entreprises semblent entretenir des relations avec les établissements d'enseignement postsecondaire locaux et recruter de nouveaux employés directement auprès ces établissements. En effet, près d'un tiers (30 %) des employés ont été recrutés directement des établissements d'enseignement postsecondaire de l'Ontario.

La formation se poursuit dans le milieu de travail. En effet, les entreprises consacrent en moyenne 7 % de leurs dépenses de main-d'œuvre totales à la formation de leurs employés.

Figure 21 : Coûts de formation exprimés en pourcentage des dépenses de main-d'œuvre totales des entreprises de MNI de l'Ontario



n = 65

Source : Sondage 2018 auprès de l'industrie des médias numériques interactifs de l'Ontario, Interactive Ontario

Il semble y avoir une corrélation inverse entre la portion des dépenses de main-d'œuvre consacrée à la formation et la taille de l'entreprise, les plus petites entreprises investissant davantage en formation que les grandes compagnies, investissements exprimés en pourcentage de la main-d'œuvre.

Globalement, l'industrie consacre **57,9 millions de dollars** à la **formation** de la main-d'œuvre de l'industrie ontarienne des MNI.

5. Situation financière de l'industrie ontarienne des MNI

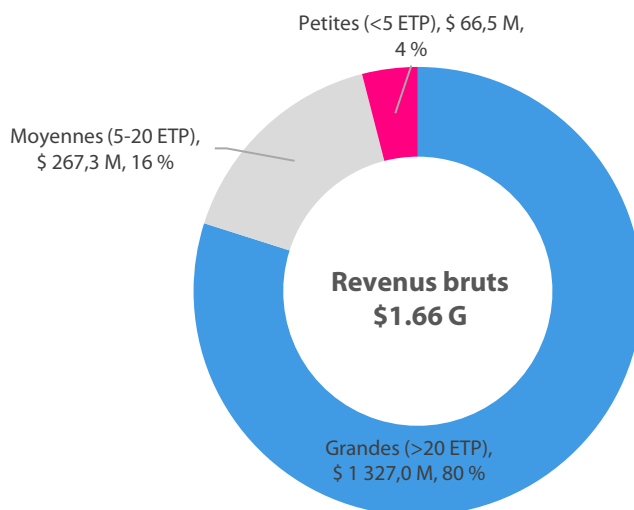
Cette section décrit les revenus moyens, ce que l'ensemble de l'industrie rapporte et d'où l'industrie tire ces revenus. Les dépenses engagées pour générer des revenus seront également détaillées dans cette section.

5.1 Revenus

Les entreprises de MNI de l'Ontario ont généré des revenus de **1,66 milliard de dollars** en 2017, dont **1,14 milliard** (69 %) de la vente de produits et de services liés aux MNI. Les entreprises s'attendent à une augmentation moyenne de leurs revenus de l'ordre de 12 % en 2018.

Comme il est noté ailleurs dans ce rapport, la taille des entreprises est variable dans l'industrie ontarienne. On y dénombre des entreprises individuelles jusqu'à de grandes sociétés publiques. Par conséquent, les revenus moyens par catégorie de taille diffèrent considérablement : les petites entreprises gagnent 145 000 \$ en moyenne, tandis que certaines grandes entreprises peuvent générer des revenus atteignant plus de 6,6 millions de dollars. En effet, 15 % des entreprises de MNI génèrent 80 % des revenus de l'industrie, ce qui illustre bien l'importance des grandes compagnies pour la croissance de l'industrie.

Figure 22 : Revenus bruts générés par l'industrie ontarienne des MNI, par taille d'entreprise

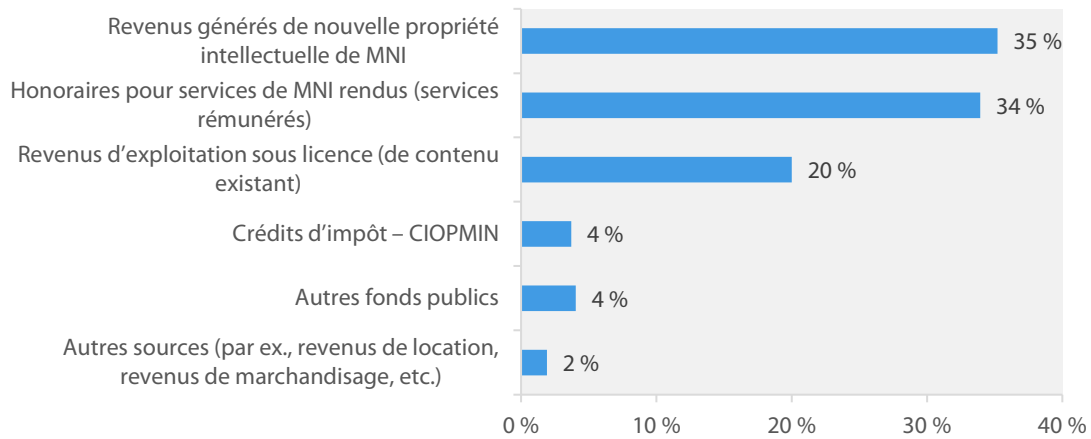


n = 70

Source : Sondage 2018 de l'industrie des médias numériques interactifs de l'Ontario, Interactive Ontario

Les revenus décrits ci-dessus sont largement dérivés de nouveaux contenus ou de contenus sous licence ainsi que d'honoraires pour services rendus. En moyenne, les entreprises génèrent 35 % de leurs revenus de propriété intellectuelle nouvellement créée, 34 % d'honoraires pour services rendus et 20 % de l'octroi de licences pour contenus existants. La figure ci-dessous illustre la répartition de tous les types de revenus par source.

Figure 23 : Revenus générés par les entreprises de MNI de l'Ontario, par source



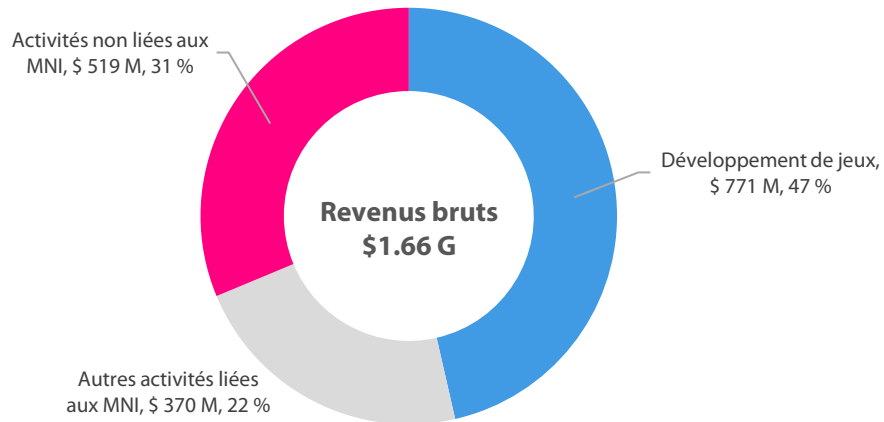
n = 65

Source : Sondage 2018 de l'industrie des médias numériques interactifs de l'Ontario, Interactive Ontario

L'industrie ontarienne des MNI a droit au soutien du crédit d'impôt de l'Ontario pour les produits multimédias interactifs numériques (CIOPMIN). Ce crédit d'impôt s'applique aux dépenses admissibles de main-d'œuvre et de marketing engagées en Ontario et son taux varie entre 35 % et 40 %, selon que l'entreprise développe et met en marché ses produits elle-même. Des entreprises ont rapporté que 4 % de leurs revenus totaux, en moyenne, proviennent du CIOPMIN, ce qui représente des revenus bruts totalisant quelque 42,3 millions de dollars⁶. Ce montant brut se démarque des crédits d'impôt totaux versés par Ontario Créatif en 2016-2017⁷, puisqu'il y a fort probablement un délai entre le moment où les demandes sont déposées et le moment où elles sont traitées.

Les entreprises ontariennes génèrent leurs revenus de produits et de services liés ou non aux MNI, avec près de la moitié (47 %) des revenus bruts provenant d'activités de développement de jeux.

Figure 24 : Revenus totaux (liés ou non liés aux MNI) générés par les entreprises de MNI de l'Ontario



n = 65

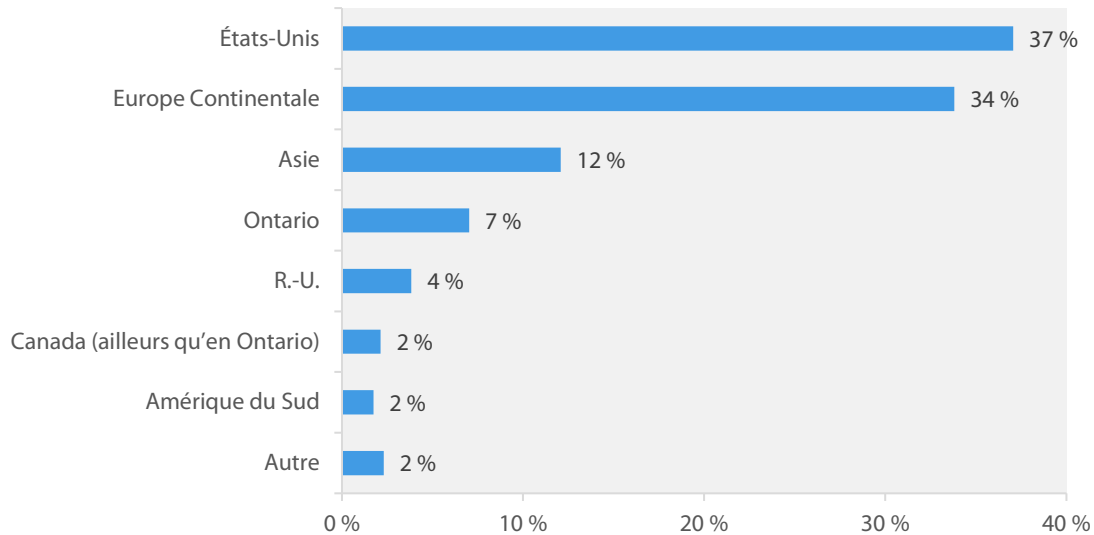
Source : Sondage 2018 auprès de l'industrie des médias numériques interactifs de l'Ontario, Interactive Ontario

⁶ Pourcentage des revenus provenant de crédits d'impôt (CIOPMIN) multiplié par les revenus bruts liés aux MNI

⁷ Données de crédits d'impôt 2016-2017 publiées par Ontario Créatif

En moyenne, les revenus générés par les entreprises de MNI de l'Ontario proviennent très majoritairement de l'exportation, les États-Unis (37 %) et l'Europe continentale (34 %) représentant les deux principaux marchés. La figure ci-dessous illustre la répartition moyenne des revenus générés par les entreprises de MNI de l'Ontario par marché.

Figure 25 : Revenus générés par les entreprises de MNI de l'Ontario, par marché

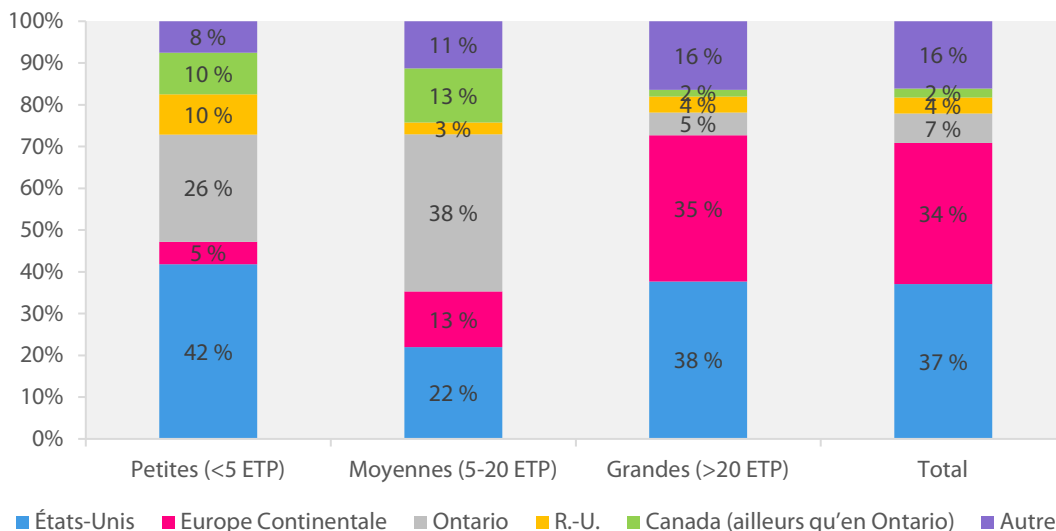


n = 65

Source : Sondage 2018 de l'industrie des médias numériques interactifs de l'Ontario, Interactive Ontario

La part des revenus générés du marché canadien s'élève à moins de 10 %, comme illustré ci-dessus, mais ce pourcentage varie selon la taille de l'entreprise. La figure suivante illustre la répartition des revenus selon la taille des entreprises.

Figure 26 : Revenus tirés de différents marchés par les entreprises de MNI de l'Ontario, par taille



n = 65

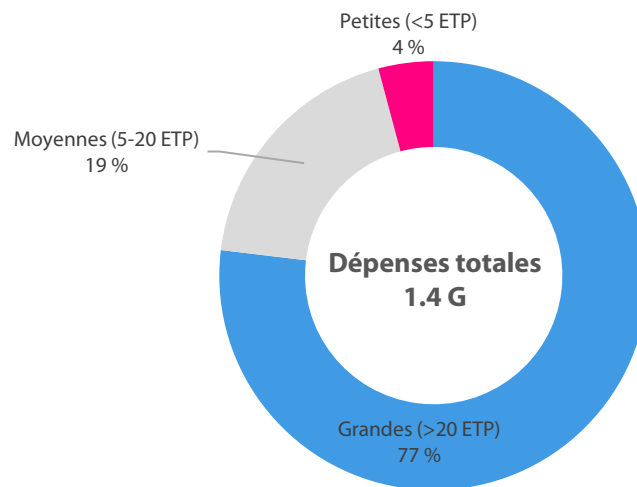
Source : Sondage 2018 de l'industrie des médias numériques interactifs de l'Ontario, Interactive Ontario

Les entreprises de taille moyenne génèrent quelque 52 % de leurs revenus à l'intérieur du Canada – dont 38 % de l'Ontario – et leurs marchés d'exportation semblent être mieux distribués. Cela s'explique sans doute par le fait que les entreprises de taille moyenne reçoivent des honoraires pour services rendus de la part de plus grandes entreprises dans la province. En effet, près d'un tiers (33 %) des entreprises de taille moyenne ont indiqué que *Autres entreprises de MNI* représentait un marché cible (voir la section 3). Les petites entreprises tirent un peu plus d'un quart (26 %) de leurs revenus de l'Ontario, tandis que les grandes entreprises ne tirent en moyenne que 5 % de leurs revenus de la province. Les États-Unis semblent représenter le marché le plus important pour les petites et grandes entreprises.

5.2 Dépenses

En 2017, les entreprises de MNI de l'Ontario ont dépensé un total de **1,4 milliard de dollars**, dont **984 millions** (70 %) exclusivement sur la création de produits et de services de MNI. À l'instar des revenus, les dépenses dans l'industrie sont engagées en bonne partie par de grandes entreprises – 77 % des dépenses totales de l'industrie étant engagées par 15 % de toutes les entreprises de MNI, comme l'illustre la figure ci-dessous.

Figure 27 : Dépenses totales des entreprises de MNI, par taille d'entreprise

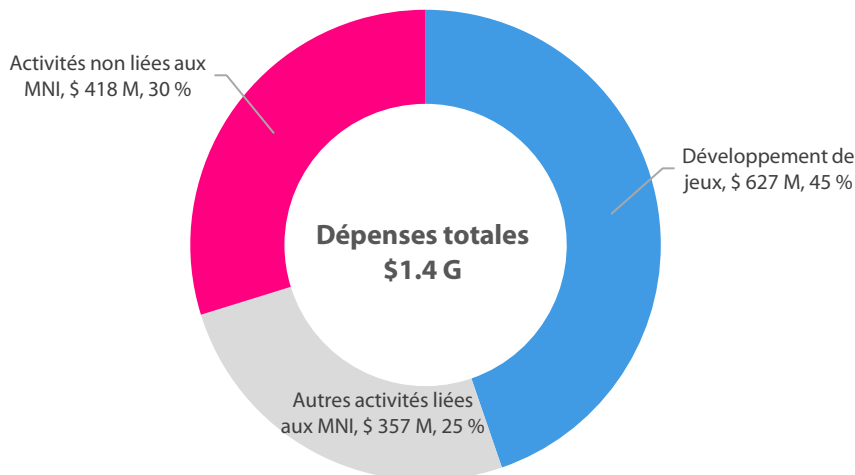


n = 70

Source : Sondage 2018 de l'industrie des médias numériques interactifs de l'Ontario 2018, Interactive Ontario

Comme indiqué ci-dessus, les entreprises de MNI de l'Ontario créent également des services et des produits non liés aux MNI, bien que 70 % des dépenses de l'industrie soient engagées dans le cadre d'activités liées aux MNI, particulièrement dans le développement de jeux (45 %) et d'autres produits et services liés aux MNI (25 %).

Figure 28 : Dépenses totales liées ou non aux MNI des entreprises de MNI de l'Ontario



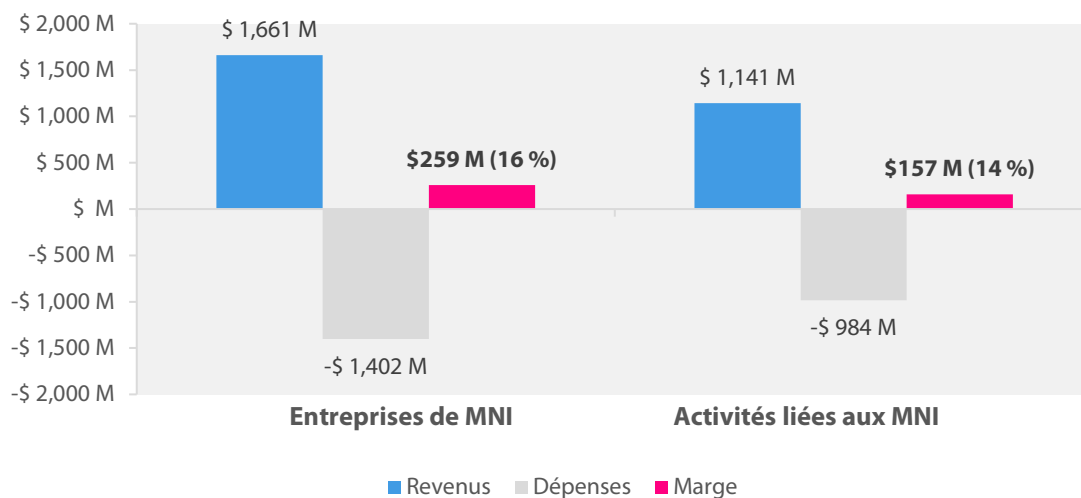
Source : Sondage 2018 auprès de l'industrie des médias numériques interactifs de l'Ontario, Interactive Ontario

La main-d'œuvre représente probablement un pourcentage élevé des dépenses d'une entreprise de MNI moyenne de l'Ontario. La main-d'œuvre représente en moyenne 67 % des dépenses totales, et ce, pour l'ensemble de l'industrie, toutes tailles d'entreprises confondues. De plus, ces entreprises consacrent en moyenne 17 % de leurs dépenses totales à la recherche et au développement. Ce constat peut être indicateur de l'importance de continuer de développer de nouveaux produits afin de conserver son avantage concurrentiel dans un environnement économique qui évolue rapidement.

5.3 Marge d'exploitation

On estime la marge d'exploitation de l'industrie à **15,6 %** (ou **259,3 millions de dollars**). Quant aux activités liées aux MNI, la marge d'exploitation est estimée à **14 %** (ou **157 millions de dollars**).

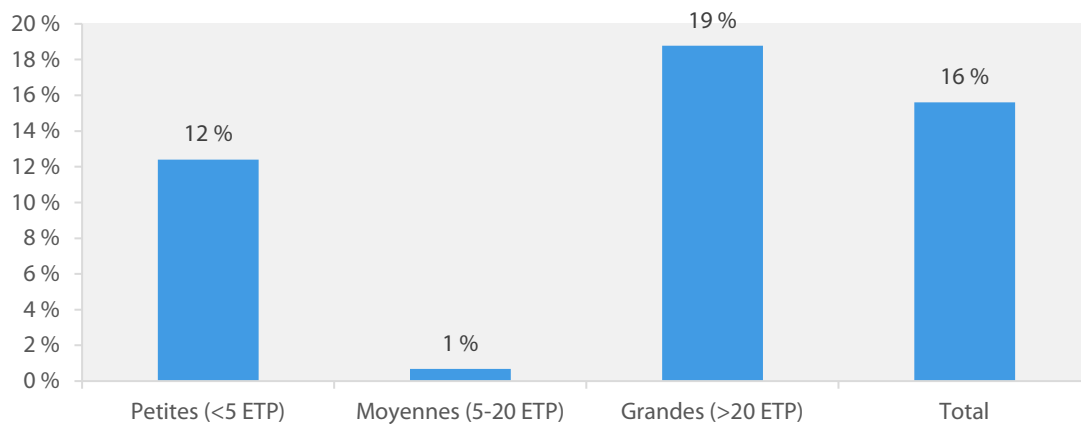
Figure 29 : Marge d'exploitation de l'industrie des MNI et des activités liées aux MNI



Source : Sondage 2018 de l'industrie des médias numériques interactifs de l'Ontario, Interactive Ontario

Les entreprises de taille moyenne affichent une marge d'exploitation beaucoup moins élevée que les petites et les grandes entreprises, comme l'illustre la figure ci-dessous. Ce constat reflète peut-être les difficultés associées à l'exploitation d'une entreprise de taille moyenne dans cette industrie. D'une part, ces entreprises ont des frais d'exploitation que les plus petites entreprises n'ont généralement pas. D'autre part, elles n'ont généralement pas un volume aussi élevé que de plus grandes entreprises – volume qui permet à ces dernières de générer différentes sources de revenus simultanément.

Figure 30 : Marge d'exploitation au sein de l'industrie des MNI, par taille d'entreprise



Source : Sondage 2018 de l'industrie des médias numériques interactifs de l'Ontario, Interactive Ontario

La marge de l'industrie a baissé de 25 % en 2015 à 15,6 % en 2017, baisse pouvant être attribuée à l'augmentation des dépenses de main-d'œuvre décrite à la section 4.1.

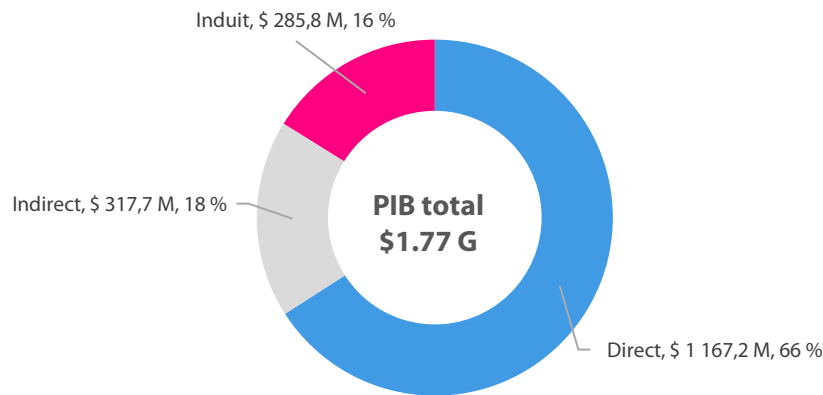
6. Impacts de l'industrie des MNI en Ontario

La marge d'exploitation et les dépenses de l'industrie ont des impacts sur l'économie ontarienne qui peuvent être mesurés sur les plans du PIB, de l'impôt et de l'emploi. Cette section porte sur l'impact économique et les autres impacts qu'ont les entreprises sur la province.

6.1 Impacts économiques des entreprises de MNI

Les entreprises de MNI de l'Ontario ont eu un impact direct de **1,17 milliard de dollars** sur le PIB de la province en 2017.

Figure 31 : Impact des entreprises de MNI de l'Ontario sur le PIB

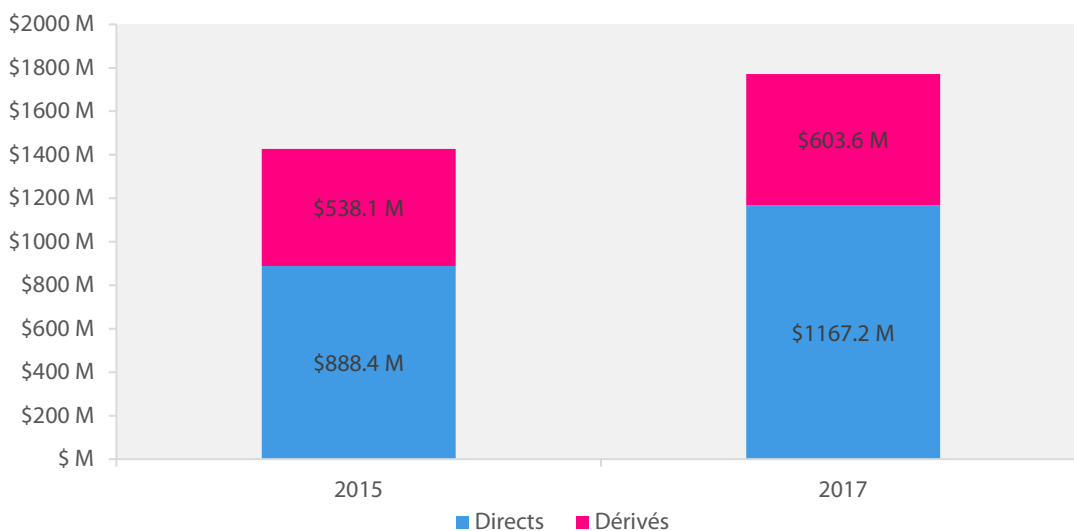


Sources : Modèle MyEIA de Nordicity, Statistique Canada, comptes gouvernements fédéraux et provinciaux

Comme indiqué dans la figure ci-dessus, en plus de l'impact direct, l'activité de cette industrie génère **317,7 millions de dollars** en impacts **indirects** sur le PIB et **285,8 millions de dollars** en impacts **induits** sur le PIB.

L'**impact combiné sur le PIB** est estimé à **1,77 milliard de dollars**, ce qui est 24 % plus élevé que l'impact sur l'industrie en 2015, comme l'illustre la figure ci-dessous.

Figure 32 : Impacts directs et dérivés (indirects + induits) des entreprises de MNI de l'Ontario sur le PIB



Sources : Modèle MyEIA de Nordicity, Statistique Canada, comptes gouvernementaux fédéraux et provinciaux

Tous les impacts économiques des entreprises de MNI de l'Ontario sont résumés dans le tableau suivant.

Tableau 2 : Sommaire des impacts économiques des entreprises de MNI de l'Ontario

	Impact direct	Impact indirect	Impact induit	Impact total
Emplois (ETP)	12 300	3 190	2 580	18 070
Revenus du travail (en M\$)	907,9	189,4	137,1	1 234,3
Produit intérieur brut (en M\$)	1 167,2	317,7	285,8	1 770,7

Source : Nordicity MyEIA Model, Statistique Canada, comptes gouvernementaux fédéraux et provinciaux

Comme résultat de l'activité économique décrite ci-dessus, l'industrie contribue aux revenus d'impôt provinciaux et fédéraux sous forme d'impôts personnels, d'impôts sur les sociétés (en fonction des profits), des taxes de consommation et des impôts fonciers. Le tableau ci-dessous illustre une ventilation de l'impact financier.

Tableau 3 : Impacts fiscaux des entreprises de MNI de l'Ontario

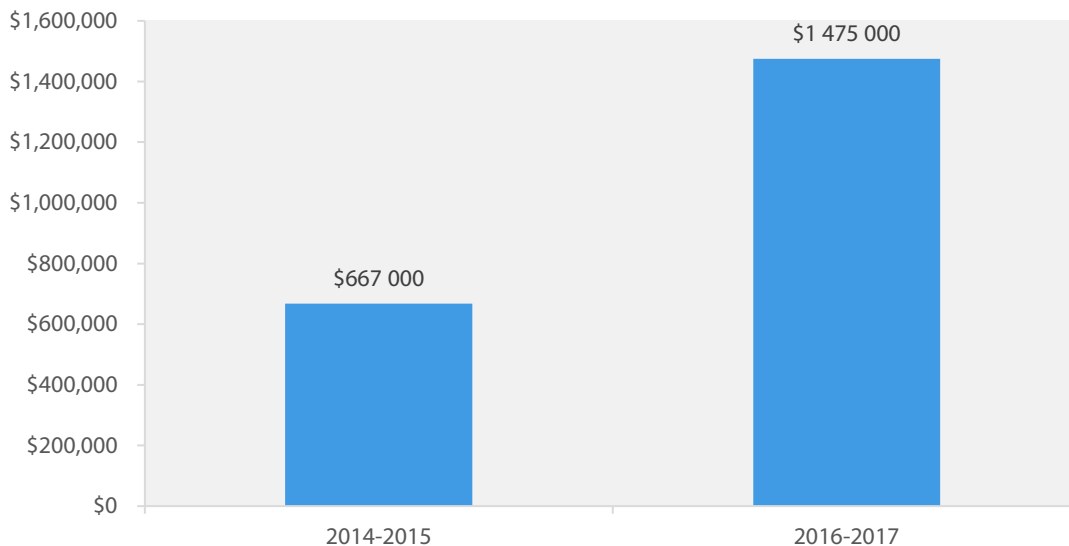
	Fédéral	Provincial	Total
Impôt sur le revenu des particuliers (en M\$)	206,3	119,5	325,8
Impôt sur le revenu des sociétés (en M\$)	22,4	16,2	38,6
Taxes à la consommation (en M\$)	38,7	63,4	102,1
Impôts fonciers locaux et autres (en M\$)	0	78,3	78,3
Total (en M\$)	267,3	277,4	544,7

Sources : Nordicity MyEIA Model, Statistique Canada, comptes gouvernementaux fédéraux et provinciaux

Ontario Créatif indique avoir versé 79,1 millions de dollars en CIOPMIN en 2016-2017⁸. Pour chaque tranche de 100 000 \$ versés en crédits d'impôt, l'impact direct de l'industrie ontarienne des MNI sur le PIB s'est chiffré à 1,5 million de dollars.

⁸ Statistiques de crédit d'impôt pour 2016-2017 publiées par Ontario Créatif

Figure 33 : Contribution au PIB par tranche de 100 000 \$ versés en CIOPMIN



Sources : Modèle MyEIA de Nordicity, données sur le crédit d'impôt d'Ontario Créatif

6.2 Impacts économiques des activités liées aux MNI

La section précédente a expliqué en détail l'impact économique des entreprises de MNI de l'Ontario. La présente section porte sur l'impact des activités liées aux MNI, c'est-à-dire des dépenses engagées dans la création de produits et de services de MNI.

Nordicity estime que les **8 680 équivalents temps plein** engagés dans des activités liées aux MNI ont rapporté des **revenus de travail de 642 millions de dollars** en 2017.

Tableau 4 : Impacts économiques des activités liées aux MNI des entreprises de MNI de l'Ontario

	Impact direct	Impact indirect	Impact induit	Impact total
Emplois (ETP)	8 680	2 180	1 760	12 620
Revenus de travail (en M\$)	642,0	130,3	94,2	866,5
Produit intérieur brut (en M\$)	799,3	218,3	196,5	1 210

Sources : Modèle MyEIA de Nordicity, Statistique Canada, comptes gouvernementaux fédéraux et provinciaux

L'impact total des activités liées aux MNI sur le PIB de l'Ontario est estimé à **1,21 milliard de dollars**. Quant à l'impact fiscal de ces activités, il est indiqué dans le tableau suivant.

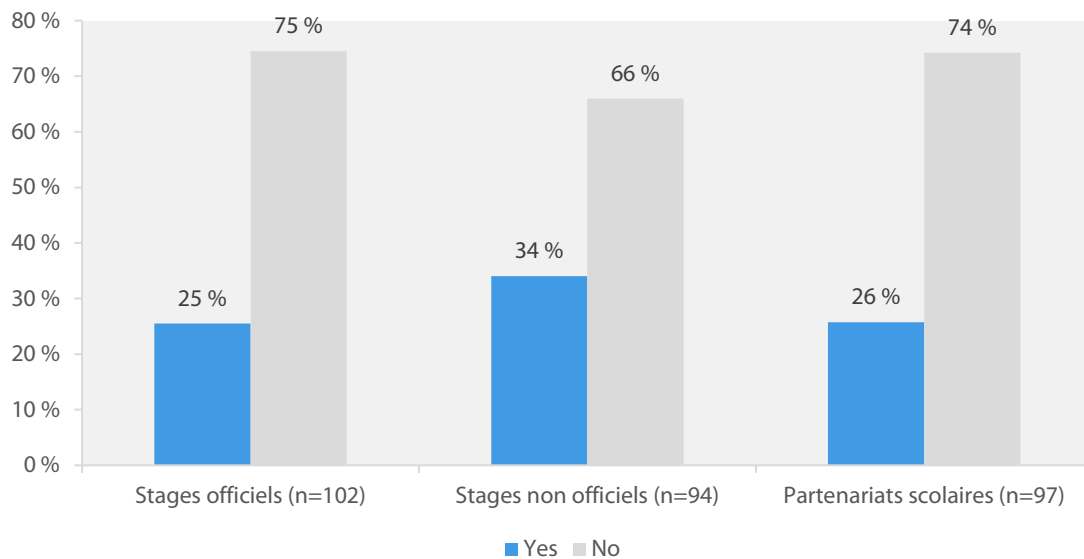
Tableau 5 : Impacts financiers des activités liées aux MNI des entreprises de MNI de l'Ontario

	Fédéral	Provincial	Total
Impôt sur le revenu des particuliers (en M\$)	144,8	83,9	228,7
Impôt sur le revenu des sociétés (en M\$)	14,5	10,5	25,0
Taxes à la consommation (en M\$)	26,5	43,5	70,0
Impôts fonciers locaux et autres (en M\$)	0	53,7	53,7
Total (en M\$)	185,8\$	191,5	377,4

Sources : Modèle MyEIA de Nordicity, Statistique Canada, comptes gouvernementaux fédéraux et provinciaux

6.3 Autres impacts

En plus des impacts économiques, les entreprises actives dans cette industrie font des dons caritatifs et tissent des liens avec des établissements d'enseignement postsecondaire locaux. En effet, plus d'un quart (26 %) des entreprises entretiennent des partenariats scolaires avec de tels établissements en Ontario.

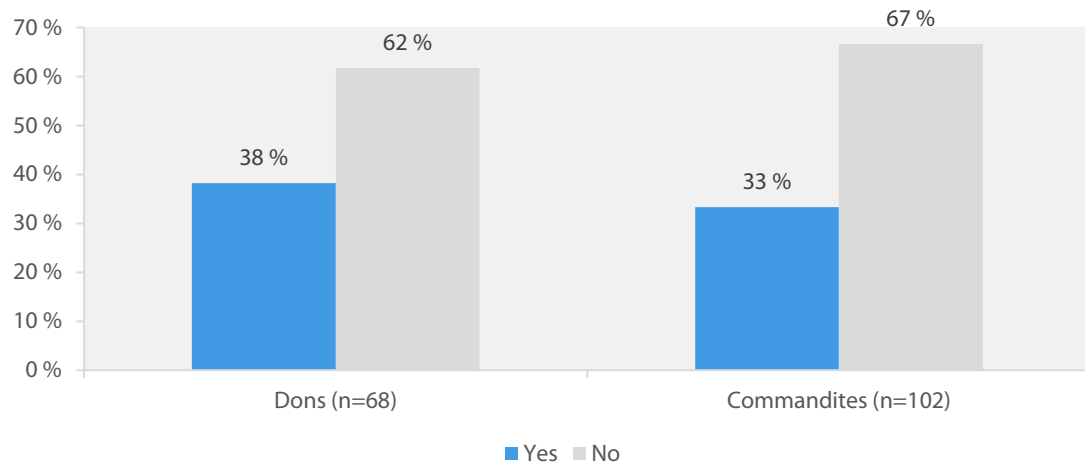
Figure 34 : Entretien par les entreprises de MNI de l'Ontario de programmes de stages et de partenariats scolaires


Source : Sondage 2018 de l'industrie des médias numériques interactifs de l'Ontario

Plus de 42% des entreprises maintiennent un programme de stages (officiel ou non).

Quant aux dons caritatifs, plus d'un tiers (38 %) des entreprises ont indiqué avoir fait des dons et un pourcentage semblable (33 %) a rapporté avoir fait des commandites.

Figure 35 : Entreprises de MNI de l'Ontario ayant fait des dons ou des commandites



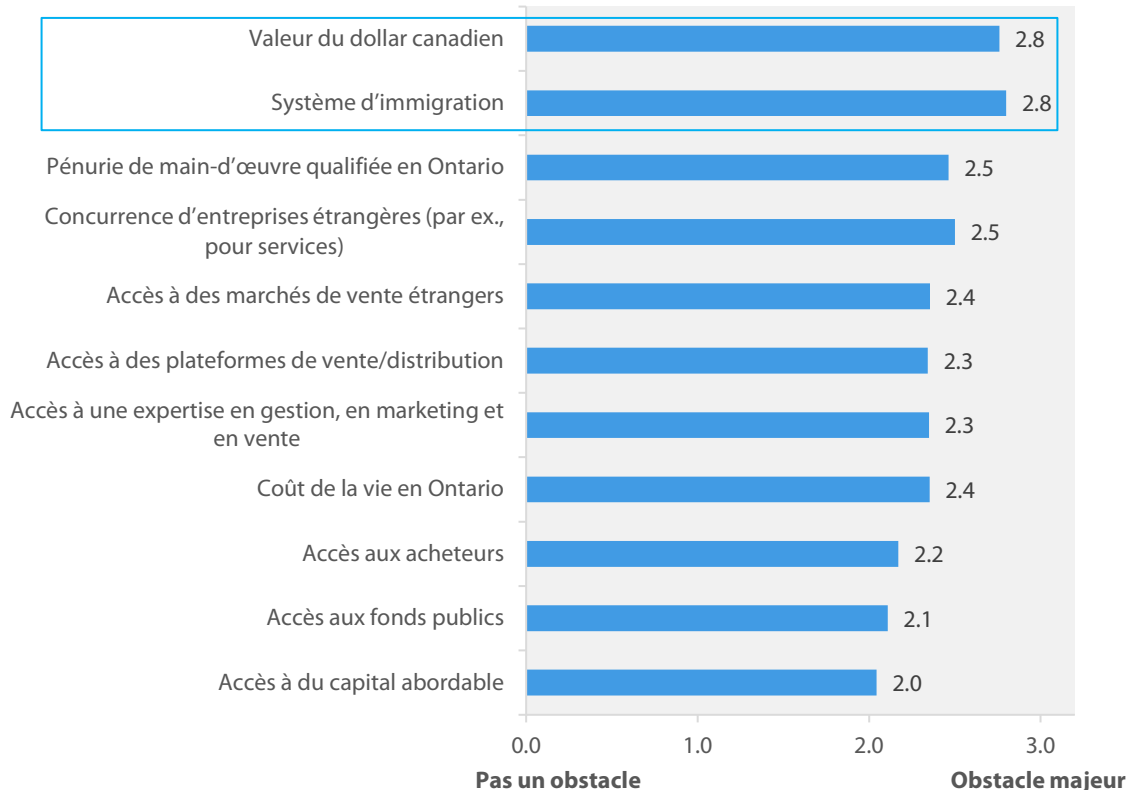
Source : Sondage 2018 de l'industrie des médias numériques interactifs de l'Ontario

7. Défis

Cette section met en relief les défis auxquels font face des entreprises dans l'industrie. La figure ci-dessous présente la cote moyenne fournie par des entreprises sur une échelle allant de *Pas un obstacle* à *Obstacle majeur*. Les facteurs invoqués par les répondants comme étant les plus contraignants reflètent la nature globale de cette industrie en Ontario.

Comme plus de 90 % des revenus générés par les entreprises de MNI de l'Ontario sont des revenus d'exportation (comme souligné dans la section 5.1), les entreprises s'inquiètent de la valeur du dollar canadien.

Figure 36 : Facteurs limitant la croissance invoqués par les entreprises de MNI de l'Ontario



n = 61

Source : Sondage 2018 auprès de l'industrie des médias numériques interactifs de l'Ontario

Le système d'immigration a été identifié comme le deuxième facteur limitant en importance, suivi de la pénurie de main-d'œuvre qualifiée en Ontario. Ce classement suggère que les entreprises éprouvent de la difficulté à trouver de la main-d'œuvre qualifiée non seulement dans la province, mais aussi à l'étranger pour répondre à la demande. De plus, leur capacité d'embaucher de la main-d'œuvre de l'extérieur peut varier selon la valeur du dollar canadien, car la rémunération de leurs travailleurs étrangers pourrait leur coûter plus cher.

Les facteurs identifiés comme obstacles varient quelque peu selon la taille de l'entreprise. Par exemple, les petites entreprises perçoivent de la concurrence des sociétés internationales (par ex., pour le travail de services) et la pénurie de main-d'œuvre qualifiée en Ontario comme les facteurs qui limitent le plus leur croissance, alors que les grandes entreprises sont d'avis que le coût de la vie en Ontario et le système d'immigration qui sont les facteurs les plus contraignants. Les petites entreprises sont moins susceptibles d'embaucher directement dans les établissements d'enseignement postsecondaire ou à l'extérieur du pays et, par conséquent, se préoccupent moins du

système d'immigration. Par ailleurs, les grandes entreprises s'inquiètent du coût de la vie parce que les coûts de plus en plus élevés risquent d'exercer une pression à la hausse sur des salaires qui sont déjà élevés (voir la section 4.1).

8. Conclusions et principaux constats

Ce sont de petites entreprises privées :

- On dénombre 929 entreprises de MNI en Ontario
- Près de la moitié (49 %) des entreprises de MNI de l'Ontario emploient moins de cinq personnes
- Au total, 11 % de ces entreprises ne sont exploitées que depuis 2017 ou 2018
- Plus d'un tiers (36 %) des entreprises sont en activité depuis moins de cinq ans
- 94 % de ces entreprises sont sous contrôle canadien

Les entreprises se spécialisent et se réorientent :

- La proportion d'entreprises qui travaillent sur trois plateformes ou plus est passée de 69 % en 2015 à 39 % en 2017
- En 2015, un quart des entreprises créaient plus de trois expériences de MNI, alors que seulement 19 % le faisaient en 2017
- Le pourcentage d'entreprises travaillant dans le genre *Actualités/Nouvelles* a chuté de 23 % en 2015 à 13 % en 2017

Les jeux sont les produits ou services de MNI les plus courants :

- 70 % des entreprises travaillent dans le domaine des jeux
- Plus d'un tiers (38 %) des entreprises travaillent exclusivement dans le domaine des jeux
- 45 % des dépenses totales engagées par les entreprises de MNI sont liées au développement de jeux

Les salaires ont augmenté depuis 2015 :

- Le salaire moyen global a augmenté de 41 % depuis 2015
- La part des employés salariés (à temps plein et à temps partiel) a augmenté de 71 % en 2015 à 84 % en 2017

La main-d'œuvre des entreprises de MNI est jeune, éduquée et composée principalement d'hommes :

- L'âge moyen global dans l'industrie est de 31,2 ans
- Les grandes entreprises ont généralement une main-d'œuvre plus jeune que les petites entreprises
- Les entreprises ont indiqué que le niveau de scolarité moyen de leurs employés était le *baccalauréat* et cette scolarité moyenne ne varie pas selon la taille de l'entreprise
- Près d'un tiers (33 %) des employés ont été recrutés directement dans les établissements d'enseignement postsecondaire de l'Ontario
- Les femmes forment plus d'un quart (27 %) de la main-d'œuvre, tandis que les hommes en constituent 72 % et 1 % de la main-d'œuvre s'identifie comme non binaire ou autre

Les entreprises de MNI contribuent considérablement à l'économie ontarienne :

- Les entreprises de MNI de l'Ontario ont généré des **revenus de 1,66 milliard de dollars** en 2017, dont **1,14 milliard** (69 %) de **produits et services liés aux MNI**

- Les entreprises de MNI de l'Ontario ont dépensé un total de **1,40 milliard de dollars**, dont **984 millions** (70 %) pour créer des produits et services liés aux MNI
- Les entreprises de MNI de l'Ontario ont contribué **1,17 milliard de dollars directement au le PIB de la province** en 2017
- L'activité dans cette industrie a généré **317,7 millions de dollars** en impacts **indirects** sur le PIB et **285,8 millions de dollars** en impacts **induits** sur le PIB
- L'impact combiné sur le PIB est estimé à **1,77 milliard de dollars**, ce qui est 24 % plus élevé que l'impact sur l'industrie en 2015
- L'impact total des activités liées aux MNI sur le PIB de l'Ontario est estimé à **1,21 milliard de dollars**
- Pour chaque tranche de 100 000 \$ versés en CIOPMIN par Ontario Créatif, l'impact direct de l'industrie ontarienne des MNI sur le PIB s'est chiffré à 1,5 million de dollars
- Les entreprises de MNI emploient directement 12 300 ETP, dont 8 680 exercent des fonctions expressément liées aux MNI

L'industrie tire une large part de ses revenus des exportations :

- Plus de 90% des revenus générés par les compagnies MNI en Ontario sont des revenus d'exportation, en moyenne
- Les États-Unis (37%) et l'Europe continentale (34%) sont les plus gros marchés

Les entreprises ont une attitude positive malgré les défis auxquels ils font face :

- La part des revenus tirés du marché canadien s'établit à moins de 10 % des revenus totaux en moyenne et, par conséquent, les entreprises s'inquiètent de la valeur du dollar canadien
- Les entreprises éprouvent de la difficulté à trouver de la main-d'œuvre qualifiée non seulement dans la province, mais aussi à l'étranger pour répondre à la demande
- Les grandes entreprises s'inquiètent du coût de la vie parce que les coûts de plus en plus élevés risquent d'exercer une pression à la hausse sur des salaires qui sont déjà élevés
- L'industrie s'attend à embaucher 2770 ETP au cours des 12 prochains mois
- Les entreprises s'attendent à une augmentation moyenne de leurs revenus de l'ordre de 12 % en 2018

Annexe A. Méthodologie

A.1 Données du sondage

Les données présentées dans cette étude sont tirées principalement du sondage *Mesurer le succès* mené en ligne par Nordicity entre juillet et décembre 2018 auprès d'entreprises de médias numériques interactifs (MNI) établies en Ontario.

L'objectif premier de ce sondage était de recueillir des données sur les activités et les finances des entreprises formant l'industrie ontarienne des MNI. Le sondage a aussi capté le positionnement des entreprises par rapport à des facteurs liés à la croissance économique en 2019.

Le sondage a recueilli des réponses de 107 entreprises de MNI en Ontario, soit près de 11,5 % des 929 entreprises de MNI établies en Ontario pour lesquelles des coordonnées étaient disponibles. Étant donné l'absence de données sur l'industrie ontarienne des MNI, il n'est pas possible d'estimer la portion des revenus, des dépenses ou des emplois qui est représentée dans l'échantillon du sondage⁹.

Afin d'extrapoler les données de sondage à l'ensemble de l'industrie ontarienne des MNI, Nordicity s'appuie sur une liste d'entreprises de MNI fournie par Interactive Ontario. Cette liste a été validée par une recherche documentaire pour assurer l'existence continue et la taille actuelle des entreprises (selon le nombre d'employés). Des entreprises ont été exclues de la liste si elles n'étaient plus actives ou si elles étaient des sociétés publiques (par ex., des établissements d'enseignement).

Dans le processus de pondération de l'échantillon du sondage, Nordicity a présumé que toute donnée de sondage liée à l'embauche et au rendement financier (par ex., moyennes salariales, revenus, croissance de la masse salariale, ancienneté de la main-d'œuvre, etc.) est représentative de la plus vaste population d'entreprises de MNI établies en Ontario parmi les entreprises de taille semblable. Ainsi, les conclusions liées à l'emploi et au rendement financier ont été rajustées pour refléter la distribution réelle des petites, moyennes et grandes entreprises au sein de la plus vaste population d'entreprises de MNI en Ontario. Là où les données décrivent des caractéristiques sans corrélation claire avec la taille de l'entreprise (par ex., les plateformes pour lesquelles les entreprises développent des produits et services, les publics, le nombre de femmes employées, le niveau de scolarité, etc.), aucune distinction n'a été faite entre l'échantillon du sondage et l'univers dans lequel le sondage a été mené. Suivant la même logique, les aberrations (identifiées au début du processus de majoration) ont été omises des moyennes sur lesquelles la majoration reposait, puis rajoutées aux estimations majorées à la fin du processus.

A.2 Analyse des retombées économiques

Pour préparer les estimations des répercussions économiques, Nordicity a utilisé son modèle MyEIA, qui utilise les tableaux d'entrées-sorties de Statistiques Canada pour calculer les retombées économiques. Les entrées pour ce modèle sont essentiellement les revenus bruts de l'industrie, la

⁹ Il est important de noter que les types de données recueillies par ce sondage (par ex., activités de l'entreprise et résultats financiers) ne sont pas conformes à une distribution normale et que les données ont été recueillies auprès d'entreprises ayant accepté volontairement de répondre au sondage. Ainsi, les données recueillies peuvent être qualifiées comme un « échantillon de commodité » plutôt qu'un « échantillon de probabilité », ce qui signifie que la plupart des outils statistiques normalement utilisés pour assurer la fiabilité des données ne peuvent pas être utilisés. Par conséquent, une marge d'erreur ne peut être calculée.

marge brute, le salaire moyen par ETP et les dépenses brutes, selon les données recueillies dans le cadre du sondage.

Le modèle exige une répartition des dépenses entre différentes catégories. Les dépenses de main-d'œuvre ont été dérivées du sondage qui demandait d'établir le pourcentage des dépenses allouées à la main-d'œuvre. Dans les autres catégories, les dépenses ont été calculées sur la base d'études précédentes menées par Nordicity.

Le salaire moyen par ETP a été calculé en divisant les dépenses brutes de main-d'œuvre par le nombre brut d'employés à temps plein (ETP moyen * nombre brut d'entreprises).

La contribution de l'industrie à l'économie provinciale peut être articulée de deux façons :

- Les retombées économiques **directes** comprennent les revenus, la contribution au PIB et les emplois générés par l'industrie dans le cadre de ses activités quotidiennes. Ces retombées prennent largement la forme de salaires et d'honoraires versés aux employés et aux travailleurs contractuels.
- Les retombées économiques **dérivées** comprennent des retombées indirectes et induites à la fois :
 - Les retombées économiques indirectes comprennent l'augmentation d'activité économique qui découle des biens et services que les entreprises achètent de leurs fournisseurs. Ces achats augmentent les revenus ainsi que les effectifs des fournisseurs et, par conséquent, augmentent la demande auprès de fournisseurs en amont, c'est-à-dire auprès des fournisseurs des fournisseurs;
 - Les retombées économiques induites comprennent l'augmentation des revenus familiaux, la croissance du PIB et la croissance de l'emploi qui peuvent être attribuées aux nouvelles dépenses des ménages ayant gagné des revenus aux stades direct et indirect décrits ci-dessus.