



la Chambre de commerce
du Montréal métropolitain

Industries créatives : réussir dans un environnement en mutation rapide



Faits saillants de l'étude

Novembre 2018

Pour consulter la version intégrale de l'étude,
visitez le ccmm.ca/etude_industries_creatives

Les industries créatives ont subi de profondes transformations depuis la publication de l'étude *Les industries créatives : catalyseurs de richesse et de rayonnement pour la métropole* de la Chambre de commerce du Montréal métropolitain en 2013. Une mise à jour s'imposait. Cinq ans plus tard, la Chambre est fière de dévoiler une nouvelle étude – *Industries créatives : réussir dans un environnement en mutation rapide* – sur l'évolution des industries créatives et sur leur place dans l'économie du Québec et de sa métropole.

Les industries créatives, ce sont...

... les industries qui trouvent leur origine dans la créativité, les compétences et le talent d'une personne et qui ont un fort potentiel de croissance et d'emploi à travers la production et l'exploitation de la propriété intellectuelle¹.

Les sous-secteurs des industries créatives



L'architecture et le design

Architecture, décoration, conception graphique et industrielle



La mode

Création et conception



Les arts

Arts de la scène, arts visuels, musique, arts numériques et médiatiques



Le jeu vidéo



Les médias

Production audiovisuelle, édition



La communication créative

Publicité



Le multimédia

Conception d'environnements multimédias, réalité virtuelle et augmentée, installations et expériences interactives

¹ UK Department for Culture, Media and Sport, 1998.

Un levier pour le développement économique de la métropole

9,4 G\$ en retombées
économiques pour le Québec,
dont 6,6 G\$ en retombées
directes²

**947 M\$ en
revenus fiscaux**
et 942 M\$
en revenus parafiscaux

**4,7 %
de l'emploi**
total de la
métropole

**101 300
emplois directs³**
dans la région
montréalaise

**37 625
emplois⁴
soutenus**
dans la chaîne de
fournisseurs

Les industries créatives jouent un rôle de premier plan dans l'attrait des métropoles et génèrent d'importantes retombées économiques liées au tourisme.

Au-delà des retombées économiques, le secteur contribue aussi à stimuler le tourisme culturel, l'un des segments de l'industrie touristique qui connaît la plus forte croissance dans le monde. Le secteur des arts plus globalement constitue un moyen important de créer un caractère distinctif dans un marché de plus en plus concurrentiel et mondialisé.



Michel de Broin, *Dendrites*, dans le cadre du projet Bonaventure



Illumination du pont Jacques-Cartier à l'occasion du 375^e anniversaire de Montréal



Le Cirque du Soleil



Luminothérapie – Quartier des spectacles

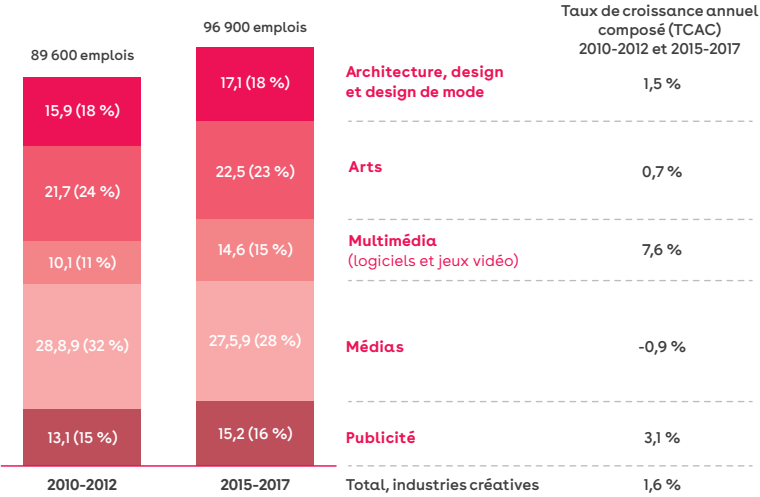
² Les retombées directes correspondent à la valeur ajoutée générée au sein des entreprises composant les industries créatives. Il s'agit à la fois des salaires versés aux travailleurs des industries créatives (travailleurs autonomes compris) ainsi que de la rémunération du capital.

³ Chiffres de 2017.

⁴ Équivalent temps plein.

Des industries créatrices d'emplois

Évolution de l'emploi dans les industries créatives



Sources: Statistique Canada, TECHNOCompétences, Analyse KPMG



7,6 % : le secteur de l'édition de logiciels et des jeux vidéo affiche la plus forte croissance annuelle sectorielle.



1,6 % : croissance annuelle de l'emploi pour l'ensemble des industries créatives, par rapport à 1,3 % pour l'emploi dans l'ensemble de l'économie montréalaise.



Près de 64 % des entreprises créatives comptent moins de 5 employés.



27,7 % : proportion de l'emploi des travailleurs autonomes dans les industries créatives (par rapport à 12,2 % à l'échelle de l'économie totale montréalaise).

⁵ Évolution de la RMR de Montréal en milliers d'emplois et en %, moyenne mobile de 2010-2012 et 2015-2017.

Montréal, un pôle incontournable de créativité

Non seulement les industries créatives forment un pôle d’emplois d’importance stratégique, mais elles contribuent aussi au caractère et à l’attrait de la métropole. Parmi les 25 régions métropolitaines nord-américaines sélectionnées, Montréal⁶ se classe au 7^e rang en matière d’intensité de l’emploi⁷.

Évolution de l’intensité de l’emploi dans les industries créatives, les 10 meilleures métropoles

(Nombre d’emplois dans les industries créatives en pourcentage de l’emploi total, 2012 et 2017)

Villes		2012	2017	
1	Seattle	4,9 %	5,1 %	↗
2	Los Angeles	4,8 %	4,8 %	≈
3	San Francisco	3,9 %	4,2 %	↗
4	Vancouver	3,5 %	3,9 %	↗
5	Toronto	3,8 %	3,9 %	↗
6	New York	3,9 %	3,8 %	↘
7	Montréal	3,5 %	3,5 %	≈
8	Boston	2,9 %	3,2 %	↗
9	Atlanta	2,6 %	3,0 %	↗
10	Nashville	2,6 %	2,5 %	↘

Bien que Montréal occupe le 7^e rang en matière d’intensité de l’emploi, la métropole se positionne encore plus avantageusement dans chacun des sous-secteurs. Montréal se distingue par son profil plus équilibré que la plupart des villes à l’étude.

Rang de la RMR de Montréal par rapport aux 25 régions métropolitaines sélectionnées

(Intensité de l’emploi dans les sous-secteurs des industries créatives)

Rang	2012	2017
Musique, arts de la scène et arts visuels	4	4
Architecture, design et design de mode	4	4
Publicité et relations publiques	7	5
Édition	10	5
Film, vidéo, radiodiffusion et télédiffusion	5	6

Sources : US Bureau of Labor Statistics, Statistique Canada, Analyse KPMG

⁶ En 2016, les municipalités de Saint-Jean-sur-Richelieu et de Saint-Lin-des-Laurentides se sont ajoutées à la RMR de Montréal. Par conséquent, la comparaison entre les données de 2012 et de 2017 doit être prise avec nuance.

⁷ Nombre d’emplois dans les industries créatives en pourcentage de l’emploi total.

Les industries créatives en transformation

IA, *blockchain*, nouvelles plateformes de diffusion, réalité virtuelle et augmentée : les progrès technologiques ont complètement remis en question la façon dont les contenus ou les produits créatifs sont créés, produits, distribués et consommés, en plus de transformer les modèles d'affaires des entreprises.

Ces bouleversements transcendent les frontières géographiques et se propagent à une vitesse croissante, ce qui se traduit par de nombreux défis, mais également par de nombreux débouchés.

Changements dans les modes de consommation des contenus créatifs

74 % des 18-24 ans

écoutent chaque jour de la musique en continu.

78 % des 25-34 ans

ont effectué un achat en ligne en 2017⁸.

Concurrence étrangère intensifiée et dominée par les géants du Web

13 G\$ US :

budget de Netflix consacré à la production de contenu original en 2018.

Google et Facebook capteront

73 % de chaque dollar additionnel

dépensé en publicité numérique au cours des prochaines années⁹.

Arrivée de technologies qui propulsent l'expérientiel dans toutes les sphères créatives

Le projet **Cité Mémoire** de Montréal en Histoires propose 26 tableaux qui se déploient en images, en paroles et en musique. Des projections sur les façades d'édifices font revivre l'histoire de Montréal à travers ses personnages historiques.

Des incidences sur les modèles d'affaires et sur les stratégies de commercialisation

Foresta Lumina, ces parcours nocturnes en nature imaginés par Moment Factory, sont devenus des produits emblématiques. L'entreprise a opté pour un modèle dit de « format », c'est-à-dire que l'entreprise crée un concept, en assure la production et en réalise le marketing. Les droits sont par la suite cédés par contrat pour une période de cinq ans, et l'entité qui en fait l'acquisition est responsable de la gestion opérationnelle du parcours.

⁸ CEFRIO

⁹ Fonds des médias du Canada

Enjeu n° 1

La vitalité du cœur créatif

Les industries créatives se caractérisent par leur cœur créatif : le talent. Puisqu'on y trouve peu d'actifs tangibles, il s'avère crucial de protéger et de nourrir ce talent et de contribuer à son renouvellement.

Comment veiller à ce que la vitalité créative se maintienne et que Montréal demeure un terreau fertile pour les artistes et les créateurs?



Mesures clés

- Accroître la reconnaissance et le rayonnement du talent créatif
- Miser sur notre diversité culturelle
- Assurer des revenus adéquats aux artistes et créateurs
- Multiplier les lieux de création et d'expérimentation

« En fusionnant les domaines de l'architecture et du marketing, nous combinons des expertises à la fois créatives et analytiques. Nous avons, entre autres, utilisé l'intelligence de marché pour mieux comprendre et anticiper les besoins de la société. Ce modèle d'affaires réinventé nous a positionnés stratégiquement aux échelles locale et internationale. »

Jean Pelland, associé principal,
Sid Lee Architecture

Enjeu n° 2

La main-d'œuvre

L'enjeu de la main-d'œuvre au sein des industries créatives comporte plusieurs facettes et touche à la fois à l'attraction, au recrutement, à la rétention, à l'éducation et à la formation. Plusieurs sous-secteurs sont présentement en situation de plein-emploi.

Comment veiller à ce que les industries créatives disposent de ressources humaines qualifiées et en nombre suffisant pour assurer leur développement et leur croissance?



Mesures clés

- Planifier de manière concertée les besoins en ressources humaines
- Favoriser la formation continue de la main-d'œuvre
- Miser davantage sur l'important bassin d'étudiants universitaires étrangers à Montréal
- Inciter davantage d'étudiants universitaires étrangers à s'établir à Montréal
- Favoriser le recrutement de travailleurs étrangers qualifiés
- Accroître l'attractivité des programmes d'études dans les domaines créatifs

« Avec les changements des habitudes d'écoute, il faut saisir l'occasion de se tourner vers les marchés d'exportation. Pour avoir du succès à l'international, il faut créer dès le départ avec l'ambition d'exporter. Le réflexe créatif commence à changer au Québec, mais l'expertise n'est pas encore tout à fait acquise. Il faudra appuyer le développement d'une relève créatrice et exportatrice. »

Sophie Ferron, présidente,
Média Ranch

Enjeu n° 3

Le marché local

La vive concurrence internationale dans les secteurs des industries créatives nécessite une stratégie pour à la fois se développer sur les marchés étrangers et renforcer le positionnement des entreprises du Québec sur le marché local.

Comment consolider le positionnement des entreprises montréalaises sur le marché local?



Mesures clés

- ▶ Stimuler le développement des publics pour les produits et les contenus créatifs
- ▶ Soutenir les initiatives qui favorisent le tourisme culturel
- ▶ Favoriser la visibilité et la « découvrabilité » des contenus créatifs
- ▶ Accroître la structuration des achats gouvernementaux
- ▶ Demander des engagements clairs d'investissement local de la part de diffuseurs étrangers

« Les clients locaux, particulièrement les agences gouvernementales et tous les ordres de gouvernement, ont joué un rôle déterminant dans notre développement international. Il s'agit vraiment de collaborations « gagnant-gagnant » : la créativité de Moment Factory rayonne partout sur le globe grâce à ces projets et, comme ils attirent de nombreux touristes, ils contribuent aussi à l'économie locale. »

Éric Fournier, associé, Moment Factory

Enjeu n° 4

La valorisation

Dans presque tous les secteurs des industries créatives, la principale source de création de valeur réside dans la commercialisation des droits liés aux logiciels, aux concepts, aux marques, aux formats ou aux « contenus finis ».

Comment veiller à ce que les industries créatives disposent de ressources humaines qualifiées et en nombre suffisant pour assurer leur développement et leur croissance?



Mesures clés

- ▶ Adapter le financement public à la valorisation de la propriété intellectuelle
- ▶ Reconnaître davantage la valeur des services créatifs
- ▶ Développer l'expertise en commercialisation numérique
- ▶ Soutenir davantage l'exportation et le développement des marchés
- ▶ Favoriser le rayonnement de la créativité montréalaise à l'étranger

« Dès le départ, nous avons conçu PixMob afin d'être présents sur les marchés mondiaux. Aujourd'hui, notre chiffre d'affaires est presque entièrement réalisé à l'international. Nous côtoyons, dans le cadre de projets d'envergure comme les Jeux olympiques de Sotchi, plusieurs autres joueurs locaux. Les entreprises montréalaises sont désormais reconnues dans le monde entier. »

Vincent Leclerc, cofondateur, PixMob

Enjeu n° 5

Les structures industrielles

Le constat est clair : il reste du chemin à parcourir pour que les entreprises créatives soient plus solides, de plus grande taille et exploitées plus efficacement, et qu'elles exercent un plus grand leadership et aient un rayonnement plus vaste.

Comment favoriser la croissance et la consolidation des entreprises pour atteindre un écosystème plus « fort » et mieux équilibré?



Mesures clés

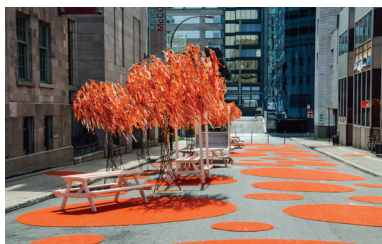
- ▶ Favoriser une meilleure capitalisation des entreprises
- ▶ Appuyer le développement d'aptitudes entrepreneuriales
- ▶ Favoriser les solutions innovantes qui renforcent les collaborations

« Il devient plus que jamais nécessaire d'exporter nos productions télévisuelles, de revoir nos modèles d'affaires, mais surtout de collaborer plutôt que de se livrer une concurrence. À Radio-Canada, on établit des ententes avec des distributeurs internationaux qui profiteront aux producteurs d'ici, en plus d'ouvrir notre plateforme numérique Tou.tv aux autres télédiffuseurs. »

Michel Bissonnette,
vice-président principal,
Radio-Canada



Festival Mural



Installation artistique à l'extérieur du Musée McCord



Place des Festivals – Quartier des spectacles

Enjeu n° 6

La fiscalité et la réglementation

Plusieurs secteurs des industries créatives font face à des défis de taille qui remettent non seulement en question leurs modèles d'affaires, mais également leur capacité à demeurer rentables.

Comment adapter nos politiques fiscales et réglementaires dans un contexte de transformation rapide?



Mesures clés

- ▶ Assurer une meilleure équité entre les différents secteurs
- ▶ Adapter le régime fiscal à l'économie numérique

En partenariat avec :



Communauté métropolitaine
de Montréal

Montréal 

Québec 

Avec le soutien d'Ubisoft, Cossette, Telus et Zú.

Surveillez nos prochaines activités :

ccmm.ca | acclr.ca