

2025



L'impact économique de Netflix au Canada



L'impact économique de Netflix au Canada

Netflix propose du contenu canadien captivant à un public de plus de 700 millions de personnes dans plus de 190 pays à l'échelle mondiale. Netflix est fermement engagé envers le Canada depuis l'arrivée du service en 2010, et, en avril 2023, la société a ouvert des bureaux à Toronto. En décembre 2024, Netflix comptait plus de 650 employés d'entreprise au Canada.

La contribution à l'économie canadienne de nos investissements se chiffre à plus de 6,5 milliards de dollars canadiens pour 2021 à 2024¹. Ce total comprend l'impact direct de nos dépenses, l'impact indirect de ces dépenses circulant dans la chaîne logistique, et l'impact dérivé des dépenses de ménages supplémentaires des employés de cette chaîne logistique.

¹ La contribution à l'économie canadienne quantifiée en matière de valeur ajoutée brute a été évaluée au moyen d'un modèle entrées-sorties. Netflix a fait appel à Deloitte en lien avec l'analyse d'impact économique. Deloitte a assisté Netflix dans la création du modèle entrées-sorties et a mené l'analyse pour évaluer les impacts économiques. Netflix est responsable de toute conclusion tirée des sorties du modèle.

L'impact de Netflix sur les industries cinématographique et télévisuelle canadiennes

Netflix a joué un rôle important au sein des industries cinématographique et télévisuelle canadiennes au cours de la dernière décennie. Nos investissements dans le pays portent sur un vaste éventail d'activités, incluant:

- la production de titres originaux canadiens comme **Chronique arctique, Indociles, Joueuse compulsive, Code 8 : Partie II** et **Verre la victoire**;
- la production de titres originaux internationaux comme **Avatar : Le dernier maître de l'air, Virgin River, Ginny et Georgia** et **Ma vie avec les Walter Boys**;
- la postproduction pour des titres canadiens et internationaux comme **Stranger Things, À l'ombre des magnolias, Fear Street : La reine du bal and Mercredi**;
- la rémunération des salariés et l'immobilier pour les bureaux et les studios;
- le marketing de nos titres aux membres canadiens.

Ces investissements impliquent des dépenses auprès d'entreprises réparties à travers plusieurs secteurs économiques différents, et ces dépenses se répercutent dans l'ensemble de l'économie. Les secteurs économiques au sein d'une seule chaîne logistique sont liés, ce qui signifie que des dépenses au sein d'un secteur créent des bénéfices tangibles pour l'ensemble des secteurs en aval de la chaîne logistique.

Les dépenses de Netflix pour la production d'un titre au Canada, par exemple, soutiennent non seulement l'industrie du tournage directement, mais également des secteurs comme la construction, les textiles, les transports et l'hébergement.

ÉTUDE DE CAS : *Code 8 : Partie II*



Code 8 : Partie II, tourné en Ontario, a nécessité la participation d'une distribution entièrement canadienne menée par Robbie et Stephen Amell, de plus de 400 fournisseurs canadiens et de plus de 600 membres d'équipes de tournage, avec une main-d'œuvre canadienne représentant plus de 99 % des frais de personnel totaux. Les effets visuels ont été réalisés par la société torontoise Playfight VFX, qui a fourni plus de 700 plans d'effets visuels pour *Code 8 : Partie II*, grâce aux efforts de plus de 30 artistes sur plus de neuf mois de postproduction.



Plus de 20 M\$ CA en retombées économiques générées par l'investissement de Netflix pour *Code 8 : Partie II*

Le film a connu un succès planétaire en atteignant 55 millions de visionnements et en se hissant au Top 10 mondial pendant trois semaines en 2024.



Pendant la production de *Code 8 Part II*

Plus de 600

membres d'équipe de tournage ont été employés

Plus de 400

fournisseurs canadiens y ont participé

Plus de 99 %

de la main-d'œuvre de la production était canadienne

De plus, l'équipe a compté sur plus de 30 artistes en effets visuels pendant 9 mois lors de la postproduction.

Investir dans l'industrie créative canadienne

Netflix compte sur un groupe diversifié de talents locaux afin d'offrir des titres canadiens à nos membres. Nos productions emploient des talents à l'écran et en coulisses allant des scénaristes aux électriciens, et nous engageons des fournisseurs locaux afin de créer des décors, de confectionner des costumes et de fournir des services de traiteur ou de transport. De 2021 à 2024, les productions de Netflix ont mené à l'embauche de **plus de 35 000 membres de distribution et d'équipes** de tournage et à des collaborations avec **plus de 40 maisons de production**.

ÉTUDE DE CAS : Hand and Sew

Fondée en 2011 par Steven Enns, Hand and Sew est passée de petite entreprise de travaux en cuir à centre d'approvisionnement et boutique de détail en plein essor reconnu pour ses matériaux de première qualité. L'entreprise a connu un tournant en collaborant sur la production de la série *Avatar : Le dernier maître de l'air* afin de fournir de grandes quantités de cuir pour l'équipe des costumes de la série.

Cette collaboration réussie a permis à l'entreprise de croître et a créé de nouvelles occasions pour Hand and Sew dans le secteur de l'approvisionnement pour les productions.



ÉTUDE DE CAS : Debra Hanson

La designer primée aux Emmys Debra Hanson a mené la création des costumes pour la série *Chronique arctique*. Debra Hanson et son équipe ont collaboré avec des créateurs et des artisans de l'ensemble du Canada et de l'Arctique afin de créer les costumes de la série.

La production met en vedette des accessoires en perles ainsi que des kamiks, des mitaines et des parkas parés de fourrure authentiques, **tous confectionnés afin de refléter les techniques et matériaux inuit traditionnels**.



Fait saillant de la saison : la tenue inspirée de la série « La Chronique des Bridgerton » de Siaja, qui mélange influences historiques et traditions inuit.

Debra Hanson a également étroitement collaboré avec l'artiste inuit Kennan "Nooks" Lindell, qui a joué à la fois le rôle de pont avec les artisans locaux et de mentoré au sein du département costumes.

Ensemble, ils ont créé une robe de brocart scintillante qui s'agence aux paysages arctiques et incorpore le savoir-faire traditionnel.

A group of actors in medieval-style armor, including a man with a bun hairstyle in the foreground, standing in front of wooden buildings.

De 2021 à 2024

Plus de 35 000

membres de distributions et
d'équipes de tournage pour des
productions canadiennes

Plus de 40

maisons de productions
canadiennes avec qui nous
avons collaboré

Plus de 90

fournisseurs d'effets visuels
ont collaboré

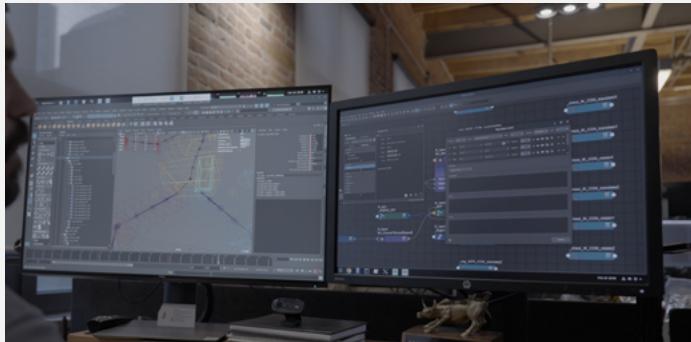
6,5 G\$ CA

en contributions à l'économie
canadienne par des productions
Netflix

Le Canada est un pôle important des effets visuels

De 2021 à 2024, nous avons collaboré avec **plus de 90 fournisseurs d'effets visuels** sur des séries et des films comme *Stranger Things*, *Mercredi*, *Avatar : Le dernier maître de l'air*, *ONE PIECE* et plusieurs autres.

ÉTUDE DE CAS : Rodeo FX

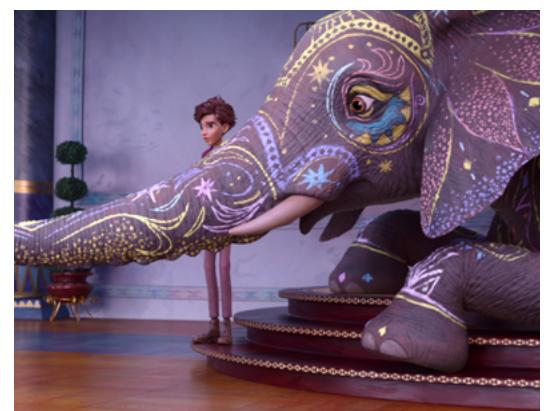


Rodeo FX, **basée à Montréal**, est un précieux partenaire de Netflix et a fourni des effets visuels de première qualité pour de nombreuses productions, incluant *Stranger Things*. Pour la quatrième saison, **Rodeo FX a pris en main certaines des séquences les plus complexes** de la série en créant des environnements numériques, en développant des simulations détaillées et en animant des créatures comme le Démogorgon; des éléments essentiels au style narratif surnaturel de la série. Des premières étapes de la production jusqu'à l'étalonnage final, Rodeo FX a collaboré étroitement avec l'équipe créative afin de veiller à ce que ses effets visuels rehaussent harmonieusement la trame narrative de la série.



Le Canada est également une importante source de talents pour les séries et les films d'animation sur Netflix.

Nous avons collaboré avec des entreprises et des talents créatifs canadiens sur plusieurs titres, dont *L'École des licornes*, *Cuphead : La série!* et *La Famille Willoughby*. **En 2024, Netflix a fait l'acquisition du studio vancouvérois Animal Logic**, maintenant connu sous le nom de **Netflix Animation Studios (NAS) Vancouver**. Depuis l'acquisition, NAS Vancouver a animé les films *L'Éléphant du magicien* de Wendy Rogers et *Leo* d'Adam Sandler.



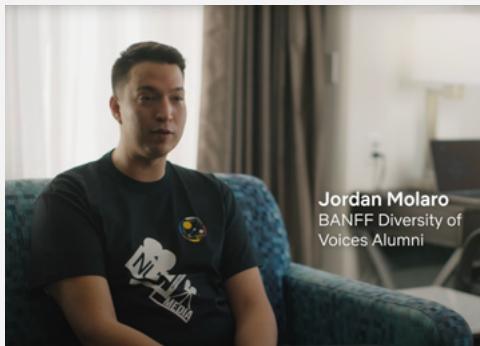
Soutenir des partenariats qui favorisent la croissance des talents créatifs

Netflix a investi plus de **35 millions de dollars canadiens** afin de soutenir la prochaine génération de talents créatifs canadiens. Nous avons collaboré avec des organismes de l'ensemble du pays afin de soutenir des initiatives de formation et de développement, reflétant notre engagement envers la diversité et le développement créatif des talents canadiens. Grâce à ces partenariats, nous avons soutenu **plus de 1400 talents créatifs canadiens**.

Plus de 35 M\$ CA

en investissements de Netflix pour la prochaine génération de talents créatifs canadiens

ÉTUDE DE CAS : Nu-Media Films



Jordan Molaro
BANFF Diversity of
Voices Alumni

Jordan Molaro, président de [Nu Media Films](#), est le cofondateur du programme Nu-Media qui vise à offrir aux talents créatifs autochtones vivant dans des réserves manitobaines des occasions de développer des compétences en matière de vidéo, de film et d'Internet. En 2019, Jordan Molaro a participé à l'initiative Netflix-BANFF Diversity of Voices, où il a profité d'un accès inestimable au milieu et d'occasions de réseautage lors du Festival international des médias de Banff. Il attribue à cette expérience son inspiration pour la création d'occasions similaires pour les participants au programme Nu-Media :

« Cette expérience m'a donné l'assurance nécessaire pour partager ce même accès facile au sein de ma propre école ».

—Jordan Molaro, co-founder Nu-Media Program



Mettre le Canada en vedette pour nos membres du monde entier

Netflix tourne des séries et des films au Canada depuis plus d'une décennie. Depuis l'ouverture de nos bureaux au Canada, nous avons commandé plusieurs séries et films locaux, incluant *Chronique arctique*, *Indociles*, *Qui a tué les Expos de Montréal?* ainsi qu'une minisérie toujours sans titre actuellement en tournage à Terre-Neuve-et-Labrador.

Ces titres transportent des histoires et des traditions canadiennes sur les écrans de centaines de millions de gens à travers le monde.

Étude de cas : *Chronique arctique*



Chronique arctique a été commandée conjointement par Netflix, la CBC et APTN. Lancée sur notre service en avril 2025, la série a passé **2 semaines au Top 10 mondial**, et, avec plus de **29 millions de visionnements**, a démontré comment une histoire locale peut parler à nos membres à travers le monde.

Cette série a été créée par les cinéastes inuit Stacey Aglok MacDonald et Alethea Arnaquq-Baril et raconte l'histoire d'une jeune femme inuk qui tente un nouveau départ dans une petite ville arctique du Canada. Cette série a été la première de cette importance à être tournée au Nunavut et a employé de nombreux acteurs et membres d'équipes de tournage autochtones.

La première saison de la série comprend aussi de la **musique et des chansons de plus de 15 chanteurs et musiciens autochtones**.

« L'ensemble de nos réalisatrices sont des femmes et des PANDC, et j'en suis incroyablement fière. À un moment, Keira, la jeune actrice qui incarne Bun, a demandé "Pourquoi toutes les supérieures sont-elles des femmes dans cette série?". Ce fut un plaisir de l'entendre le dire, car ce n'est assurément pas toujours le cas. Elles sont des mentores douées, gentilles et généreuses qui ont activement partagé leurs connaissances avec Stacey et moi en tant que néophytes, et cela a fait de cette expérience une aventure très spéciale. »

- Alethea Arnaquq-Baril, créatrice et productrice déléguée

23 M\$ CA
de retombées en valeur ajoutée brute

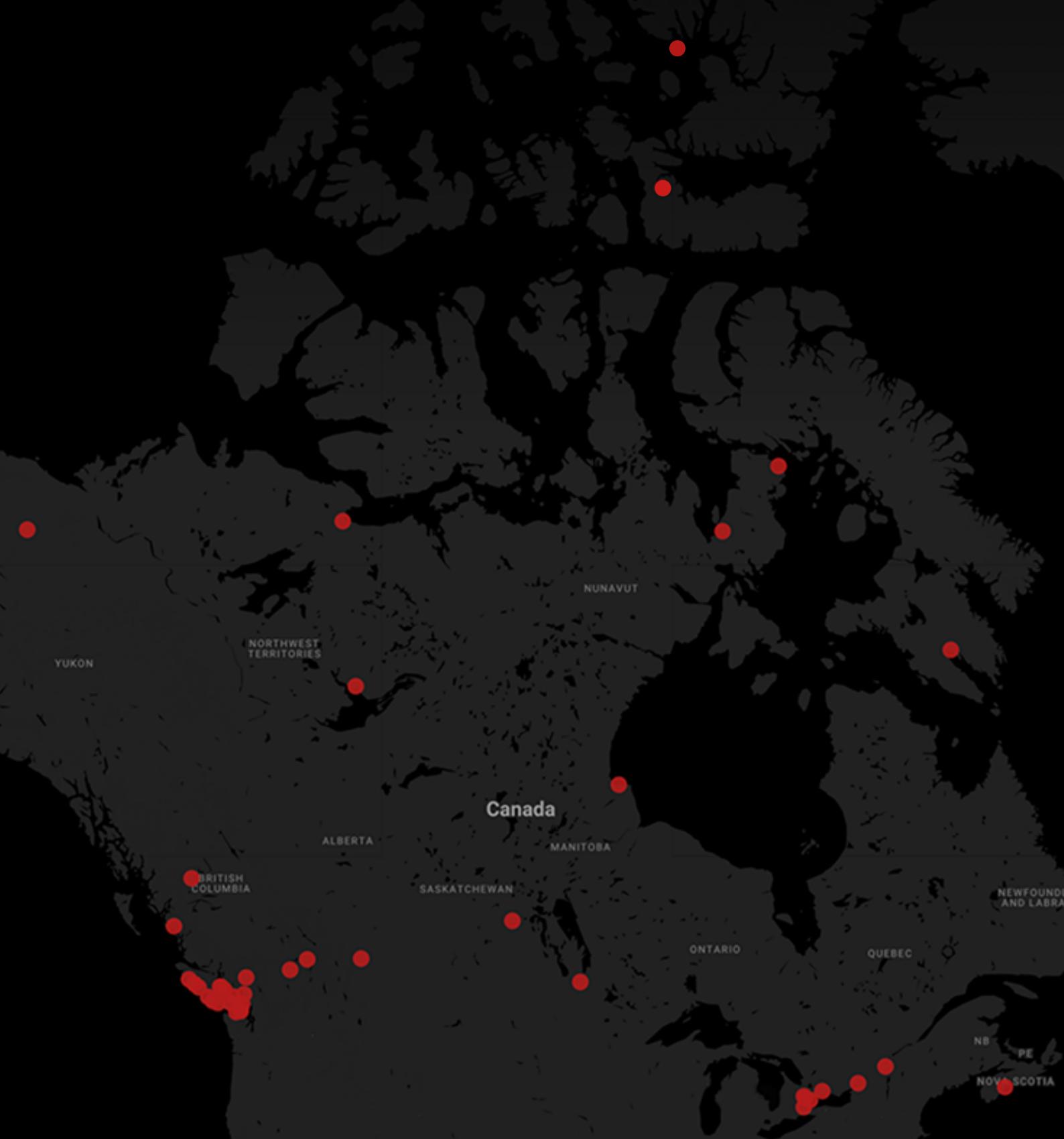
Plus de 45
membres d'équipe de tournage employés

Plus de 300
fournisseurs canadiens



En plus de nos projets locaux, nous continuons à tourner d'un océan à l'autre, des comédies et drames scénarisés aux téléréalités en passant par les documentaires et les séries et films d'animation. L'empreinte physique de toutes nos productions couvre l'ensemble du pays et met en valeur la diversité des paysages canadiens.

De 2021 à 2024, nous avons tourné dans plus de 40 villes canadiennes réparties dans 10 provinces et territoires.



Étude de cas : Avatar : Le dernier maître de l'air

Avatar : Le dernier maître de l'air, sortie en février 2024, est rapidement devenue un succès planétaire, trônant au **Top 10 mondial** de Netflix et se classant au Top 10 de plus de 90 pays. Tournée en 125 jours en Colombie-Britannique, la production a employé **plus de 100 acteurs canadiens, 525 membres d'équipes de tournage et 750 fournisseurs locaux**. L'entreprise vancouvéroise MastersFX a joué un rôle clé afin de donner vie à Appa, le bison volant. Les investissements de Netflix pour la série ont généré plus de **150 millions de dollars canadiens pour l'économie canadienne** en dépenses directes et en retombées plus larges sur les chaînes logistiques.



150 M\$ CA
générés pour l'économie canadienne

Plus de 100
acteurs canadiens

Plus de 525
membres d'équipes de tournage

Plus de 750
fournisseurs canadiens

Tourisme par l'écran

En plus de fournir des emplois et des investissements aux entreprises canadiennes, **Netflix a également mis en valeur une myriade de différents sites et de paysages** de l'ensemble du pays. Nos recherches ont démontré que le contenu canadien est un véhicule puissant pour rapprocher les gens du Canada. Il crée une affinité culturelle plus profonde et peut stimuler le tourisme de manière importante. À l'échelle mondiale, les gens qui ont visionné du contenu **canadien sont 2,1 fois plus enclins à dire que le Canada est leur destination de voyage de préférence***.

Des titres canadiens comme *Verre la victoire* inspire les téléspectateurs à agir en fonction de leur enthousiasme. Les recherches Google sur le soufflage du verre au Canada ont **bondi de 120 % puis de 300 %** après la sortie de la première et deuxième saison, respectivement, comparativement à la même période à l'année précédente.

Pour soutenir l'enthousiasme suscité par les titres tournés au Canada, Netflix a lancé en 2021 [Netflix chez vous](#), un site Web consacré à la mise en valeur des lieux de tournage à travers le pays des séries et films préférés de nos membres. Les amateurs peuvent désormais trouver des lieux de tournage répartis sur neuf provinces et territoires pour **plus de 40 titres sur le site**.

* Étude : [Le contenu canadien augmente le tourisme global et crée une plus forte connexion culturelle](#) (Netflix)

Les séries et les films sont des vecteurs puissants pour rapprocher les gens de notre pays. À l'échelle mondiale, les personnes qui ont visionné du contenu canadien sont :

2,1 fois plus enclines

à dire que le Canada est leur destination de voyage de prédilection*

2,7 fois plus enclines

à vouloir apprendre le français*

Le fait de visionner du contenu canadien crée une affinité culturelle plus profonde et peut stimuler le tourisme de manière importante.

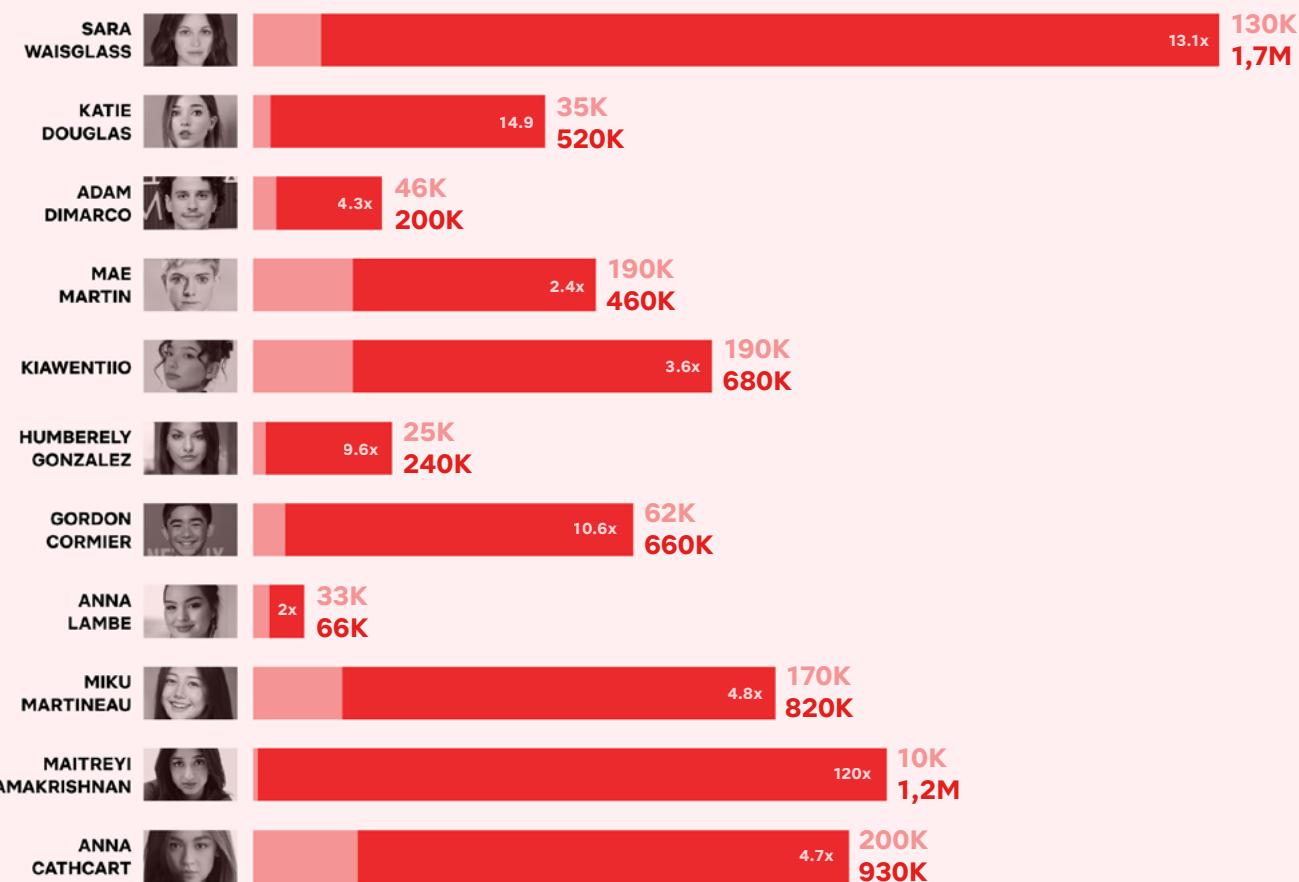


* Étude : [Le contenu canadien augmente le tourisme global et crée une plus forte connexion culturelle](#) (Netflix)



Promouvoir les talents canadiens²

Les titres Netflix forment un tremplin permettant aux talents canadiens d'atteindre de nouveaux publics et de stimuler leurs carrières. Les grandes révélations de *Mes premières fois*, *À tous les garçons*, *Avatar : Le dernier maître de l'air*, *Chronique arctique*, *Joueuse compulsive* et d'autres titres ont vu une forte augmentation de leurs abonnés sur les médias sociaux après leur sortie. Elles ont également gagné des prix, décroché des contrats lucratifs avec des marques et été ajoutées aux distributions de titres internationaux majeurs.



Abonnés sur Instagram avant Netflix

Abonnés sur Instagram après Netflix

² Les retombées des productions Netflix ne sont pas comprises dans les estimations d'impacts économiques quantifiées dans cette étude.