



OBSERVATOIRE  
DE LA CULTURE ET DES  
COMMUNICATIONS  
DU QUÉBEC

# LA BALANCE COMMERCIALE QUÉBÉCOISE DE PRODUITS CULTURELS

ARTS DE LA SCÈNE,  
CINÉMA ET TÉLÉVISION  
ET LIVRE  
2006 ET 2007

Pour tout renseignement concernant l'ISQ  
et les données statistiques qui y sont disponibles,  
s'adresser à :

Institut de la statistique du Québec  
200, chemin Sainte-Foy  
Québec (Québec)  
G1R 5T4  
Téléphone : 418 691-2401

ou

Téléphone : 1 800 463-4090  
(sans frais d'appel au Canada et aux États-Unis)

Site Web : [www.stat.gouv.qc.ca](http://www.stat.gouv.qc.ca)

Dépôt légal  
Bibliothèque et Archives Canada  
Bibliothèque et Archives nationales du Québec  
2<sup>e</sup> trimestre 2010  
ISBN : 978-2-550-59172-6 (version imprimée)  
ISBN : 978-2-550-59171-9 (PDF)

© Gouvernement du Québec, Institut de la statistique du Québec

Toute reproduction est interdite  
sans l'autorisation du gouvernement du Québec.  
[www.stat.gouv.qc.ca/droits\\_auteur.htm](http://www.stat.gouv.qc.ca/droits_auteur.htm)

Juin 2010

# AVANT-PROPOS

---

L'Institut de la statistique du Québec, par l'entremise de l'Observatoire de la culture et des communications du Québec (OCCQ), est fier de présenter cette toute première analyse de la balance commerciale québécoise en matière de produits culturels.

Ce rapport éclaire cet aspect de l'économie de la culture en s'intéressant à la balance commerciale des trois domaines que sont les arts de la scène, le cinéma et la télévision et le livre. L'étude réalisée par l'OCCQ est d'autant plus pertinente que la Politique internationale du Québec 2006-2009 vise à promouvoir l'identité et la culture du Québec à l'étranger tout en encourageant la réciprocité avec ses partenaires.

Je tiens à remercier tous les partenaires de ce projet, tout particulièrement le ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine ainsi que les collaborateurs de l'OCCQ dont les nombreux experts issus des milieux culturels et universitaires qui y ont contribué.

Enfin, je dois souligner que la méthodologie maintenant établie permettra une mise à jour des résultats lorsque nécessaire et servira d'inspiration pour l'étude de la balance commerciale d'autres domaines culturels.

Le directeur général,



Stéphane Mercier

Cette publication a été  
rédigée par :

Sylvie Marceau, économiste  
Observatoire de la culture et des communications du Québec  
Institut de la statistique du Québec

Direction des statistiques de la société du  
savoir et Observatoire de la culture et des  
communications du Québec :

Dominique Jutras, directeur

Ont apporté leur précieuse collaboration :

Josée Monty  
Benoit Allaire  
Geneviève Bélanger  
Observatoire de la culture et des communications du Québec  
Institut de la statistique du Québec

Esther Frève, pour la révision linguistique  
Direction des communications  
Institut de la statistique du Québec

Page couverture :

Bleu Outremer

Remerciements :

Nous tenons à remercier chaleureusement ceux qui ont pris le temps  
de répondre à l'*Enquête sur l'industrie des services techniques aux  
producteurs de film, d'émission de télévision et de publicité* et à  
l'*Enquête sur les exportations québécoises de spectacles*.

**Notice suggérée pour mentionner cet ouvrage dans une bibliographie ou en reproduire un extrait :**

MARCEAU, Sylvie (2010). *La balance commerciale québécoise de produits culturels. Arts de la scène, cinéma et télévision et livre, 2006 et 2007*, Québec, Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, 59 p., [En ligne] : [www.stat.gouv.qc.ca/observatoire](http://www.stat.gouv.qc.ca/observatoire).

**Abréviations**

CALQ	Conseil des arts et des lettres du Québec
CRTC	Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes
MCCCF	ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine
OBNL	Organisme à but non lucratif
OCCQ	Observatoire de la culture et des communications du Québec
PA	Paiements d'affiliation
SCIAN	Système de classification des industries de l'Amérique du Nord
SRC/CBC	Société Radio-Canada/Canadian Broadcasting Corporation
SODEC	Société de développement des entreprises culturelles
S-P-VSD-TAC	Services de télévision spécialisés, payants, sur demande et télévision à la carte

**Signes conventionnels**

..	Donnée non disponible	%	Pour cent ou pourcentage
...	N'ayant pas lieu de figurer	n	Nombre
–	Néant ou zéro	k	En milliers
—	Donnée infime	M	En millions
x	Donnée confidentielle	G	En milliards

# REMERCIEMENTS

---

L'Observatoire de la culture et des communications du Québec se dote d'un comité d'orientation chaque fois qu'il aborde un projet de recherche complexe qui comporte des enjeux sociaux, économiques et politiques et qui engage des partenaires financiers. C'est ainsi que nous avons constitué un comité d'orientation sur la balance commerciale québécoise des produits et services culturels. Nous remercions chaleureusement tous les membres de ce comité dont les précieux conseils nous ont permis de livrer un travail de qualité. Nous remercions également les experts consultés afin d'affiner notre compréhension des mécanismes et des enjeux des domaines étudiés.

## **Du ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine :**

Frances Caissie  
Louise Dolbec  
Suzanne Dumas  
Jacques Laflamme  
Michel Lafleur  
Jean-Marc Veilleux

**Christian Beauchesne**  
Bureau du cinéma et de la télévision du Québec

**Geneviève Béliveau-Paquin**  
Conseil des arts et des lettres du Québec

**Serge Bernier**  
Université du Québec à Trois-Rivières

**Michel Houle**  
Consultant

**Claude Martin**  
Université de Montréal

**Marc Ménard**  
Université du Québec à Montréal

**Godi Sagou**  
Société de développement des entreprises culturelles



# TABLE DES MATIÈRES

---

Avant-propos .....	3
Liste des tableaux.....	9
Liste des figures .....	9
Introduction.....	11
Résumé .....	13
<b>1. « Importations » : des marchés culturels intérieurs ouverts aux produits étrangers.....</b>	<b>17</b>
1.1. Arts de la scène .....	17
1.2. Cinéma et télévision.....	20
1.2.1. Films et vidéos .....	20
1.2.2. Télévision .....	21
1.3. Livre.....	24
1.4. Résumé .....	26
<b>2. « Exportations » : un effort méritoire .....</b>	<b>29</b>
2.1. Arts de la scène .....	29
2.2. Cinéma et télévision.....	32
2.2.1. Films québécois à l'étranger.....	32
2.2.2. Tournages et financement étrangers .....	32
2.3. Livre.....	35
2.4. Résumé .....	37
<b>3. Composantes de la balance commerciale de produits culturels.....</b>	<b>39</b>
3.1. Commerce international de biens culturels .....	39
3.2. Commerce extérieur de produits culturels.....	39

---

3.3.	Valeur des importations et des exportations.....	43
3.3.1.	Arts de la scène .....	43
3.3.2.	Cinéma et télévision.....	44
3.3.2.1.	Films et vidéos.....	45
3.3.2.2.	Télévision.....	47
3.3.3.	Livre.....	50
3.3.4.	Résumé .....	52
3.4.	Commerce international et interprovincial .....	52
4.	Conclusion .....	55
	Bibliographie.....	57

## LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1	Tableau 11	Tableau 22
<b>Statistiques principales des représentations payantes en arts de la scène, selon l'origine des spectacles, Québec, 2007</b>	<b>Statistiques sommaires concernant les tournées des établissements à but non lucratif en arts de la scène (portion sondée), Québec et Canada, 2004</b>	<b>Exportations, importations et balance commerciale de trois domaines culturels, Québec, 2006 et 2007</b>
18	30	41
Tableau 2	Tableau 12	Tableau 23
<b>Statistiques principales des spectacles payants en arts de la scène provenant de l'extérieur du Québec, selon la discipline, Québec, 2007</b>	<b>Spectateurs au Québec et hors Québec pour les représentations des organismes en arts de la scène soutenus par le Conseil des arts et des lettres du Québec, 2007-2008</b>	<b>Données pour le calcul des ratios, Québec, 2006 et 2007</b>
19	30	42
Tableau 3	Tableau 13	Tableau 24
<b>Statistiques principales sur les films diffusés en salle, selon leur pays d'origine, Québec, 2007</b>	<b>Représentations hors Québec des organismes soutenus par le Conseil des arts et des lettres du Québec, 2004-2005 et 2005-2006</b>	<b>Exportations, importations et balance commerciale des trois domaines culturels étudiés, par rapport aux ventes, aux revenus ou à la demande finale, Québec, 2006 et 2007</b>
20	31	42
Tableau 4	Tableau 14	Tableau 25
<b>Films et programmes télévisés commercialisés sur support vidéo excluant les coffrets, selon le pays d'origine, Québec, 2007</b>	<b>Diffusion hors Québec des artistes et des écrivains boursiers du Conseil des arts et des lettres du Québec, 2005-2006</b>	<b>Exportations, importations et balance commerciale pour les arts de la scène, Québec, 2006 et 2007</b>
21	32	44
Tableau 5	Tableau 15	Tableau 26
<b>Nombre de longs métrages produits et parts des recettes locales générées par les films nationaux et les films états-uniens, Québec et neuf pays, 2007</b>	<b>Proportion des activités à l'étranger de diverses manifestations des arts de la scène, France, Australie et Islande, 2006-2007</b>	<b>Exportations, importations et balance commerciale du cinéma et de l'audiovisuel (sauf la télévision), Québec, 2006 et 2007</b>
22	32	45
Tableau 6	Tableau 16	Tableau 27
<b>Répartition des heures d'écoute de la télévision, selon l'origine des émissions, l'origine du service de télédiffusion et le marché, Québec et Canada, 2004 et 2007-2008</b>	<b>Volume de production cinématographique et télévisuelle canadienne et étrangère, Québec et Canada, 2007-2008</b>	<b>Recettes d'exploitation dans divers secteurs culturels, Québec et Canada, 2006 et 2007</b>
22	33	48
Tableau 7	Tableau 17	Tableau 28
<b>Dépenses de programmation et de production d'émissions de télévision, par catégorie de service de télédiffusion, Québec et Canada, 2007</b>	<b>Pays d'origine des tournages étrangers de productions cinématographiques et télévisuelles, Québec, 2006 et 2007</b>	<b>Exportations, importations et balance commerciale pour une partie du domaine télévisuel, Québec, 2006 et 2007</b>
23	33	49
Tableau 8	Tableau 18	Tableau 29
<b>Paiements d'affiliation versés par des télé-distributeur pour des services de télévision spécialisés et payants, par origine nationale, type de service de télédiffusion et type de service de télédistribution, Québec et Canada, 2007</b>	<b>Répartition du financement hors Québec de productions cinématographiques et télévisuelles indépendantes, productions québécoises et coproductions, Québec, 2004-2008</b>	<b>Paiement d'affiliation mensuel moyen par abonné des télédiffuseurs pour des services de télédiffusion spécialisés et payants, selon l'origine du service de télédiffusion, Québec, 2006 et 2007</b>
24	34	50
Tableau 9	Tableau 19	Tableau 30
<b>Parts de marché des éditeurs de livres, selon leur propriété et la catégorie de livres, Québec, 2007</b>	<b>Ventes de livres neufs par le réseau de détail et ventes finales, selon la catégorie de points de vente, Québec, 2007</b>	<b>Exportations, importations et balance commerciale pour le domaine du livre, Québec, 2006 et 2007</b>
25	36	51
Tableau 10	Tableau 20	
<b>Importations de livres par rapport aux dépenses des ménages pour des livres, Québec, Canada, France, Royaume-Uni et Australie</b>	<b>Part des ventes nettes de livres neufs hors Québec, éditeurs et distributeurs au Québec, 2007</b>	
27	36	
	Tableau 21	
	<b>Commerce international des biens de la culture, sur une base douanière, Québec et Canada, 2004-2008</b>	
	40	

## LISTE DES FIGURES

Figure 1	Figure 2
<b>Flux monétaires pour les produits des arts de la scène, du cinéma et de la télévision et du livre, Québec, 2007</b>	<b>Répartition des représentations, de l'assistance et des recettes de spectacles payants en arts de la scène, selon l'origine des spectacles, Québec, 2007</b>
13	17

Figure 3	<b>Répartition par discipline des recettes de spectacles payants en arts de la scène provenant de l'extérieur du Québec, 2007</b>	<b>19</b>	Figure 14	<b>Répartition des exportations à l'étranger de livres, selon le pays destinataire, sur une base douanière, Québec et Canada, 2007</b>	<b>37</b>
Figure 4	<b>Répartition par discipline des représentations de spectacles payants en arts de la scène provenant de l'extérieur du Québec, 2007</b>	<b>19</b>	Figure 15	<b>Exportations, importations et balance commerciale de trois domaines culturels, Québec, 2006 et 2007</b>	<b>40</b>
Figure 5	<b>Assistance et recettes moyennes par film diffusé en salle, selon le pays d'origine des films, Québec, 2007</b>	<b>20</b>	Figure 16	<b>Répartition des exportations et des importations de chaque domaine culturel étudié, Québec, 2006 et 2007</b>	<b>42</b>
Figure 6	<b>Parts des recettes locales générées par les films nationaux et les films états-uniens, Québec et neuf pays, 2007</b>	<b>21</b>	Figure 17	<b>Exportations, importations et balance commerciale des trois domaines culturels étudiés et l'économie québécoise, mesure proportionnelle aux ventes, aux revenus ou à la demande finale, Québec, 2006 et 2007</b>	<b>43</b>
Figure 7	<b>Parts d'écoute des services de télédiffusion et d'émissions de télévision, selon le marché, Québec et Canada, 2007-2008</b>	<b>23</b>	Figure 18a	<b>Caractéristiques de la distribution de produits cinématographiques et vidéos, selon le type de permis, Québec, 2006</b>	<b>47</b>
Figure 8	<b>Parts de marché des éditeurs de livres, selon l'origine et la catégorie de livres, Québec, 2007</b>	<b>25</b>	Figure 18b	<b>Caractéristiques de la distribution de produits cinématographiques et vidéos, selon le type de permis, Québec, 2007</b>	<b>47</b>
Figure 9	<b>Répartition des importations étrangères de livres, sur une base douanière, selon le pays d'origine, au Québec et au Canada, 2007</b>	<b>26</b>	Figure 19	<b>Sommaire des flux monétaires pour les produits de trois domaines culturels, soit les arts de la scène, le cinéma et la télévision et le livre, Québec, 2007</b>	<b>53</b>
Figure 10	<b>Apport du financement des productions cinématographiques et télévisuelles venant des coproducteurs, productions québécoises et coproductions, selon le type de production, Québec, 2004 à 2008</b>	<b>34</b>	Figure 20	<b>Flux des échanges monétaires interprovinciaux et internationaux pour les produits des arts de la scène, du cinéma et de la télévision et du livre, Québec, 2007</b>	<b>54</b>
Figure 11	<b>Coûts de productions cinématographiques et télévisuelles indépendantes, productions québécoises et coproductions, Québec, 2004 à 2008</b>	<b>35</b>			
Figure 12	<b>Répartition du financement de productions cinématographiques et télévisuelles indépendantes, provenant des coproducteurs et d'autres apports, Québec, 2004 à 2008</b>	<b>35</b>			
Figure 13	<b>Ventes nettes de livres neufs hors Québec et parts des ventes hors Québec dans les ventes propres, éditeurs et distributeurs, Québec, 2003-2007</b>	<b>37</b>			

# INTRODUCTION

---

Depuis sa création, l'Observatoire de la culture et des communications du Québec (OCCQ) élabore entre autres des outils pour établir la consommation culturelle globale des Québécois. Les résultats portent notamment sur les parts de marché des produits et services nationaux. Par déduction, cela permet aussi d'évaluer le volume des importations. L'étape subséquente est de concevoir des indicateurs qui permettent de suivre l'évolution de la diffusion des produits et services culturels québécois à l'étranger. L'objectif est d'établir la balance commerciale québécoise des produits culturels.

Le gouvernement s'est doté de la Politique internationale du Québec 2006-2009 dont l'objectif consiste à promouvoir l'identité et la culture du Québec à l'étranger, tout en encourageant la réciprocité avec ses partenaires<sup>1</sup>. Cette politique est conforme à l'appui fervent du Québec à la Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles, adoptée par l'UNESCO en 2005, qui renforce l'habileté des États à soutenir leur culture et les encourage à s'ouvrir aux autres. Par ailleurs, les engagements et les actions du Canada par rapport aux différents accords commerciaux internationaux ont et auront des conséquences sur le rayonnement des produits culturels québécois à l'étranger et l'accueil des produits de l'extérieur. C'est ainsi que l'OCCQ a été appelé à concevoir des indicateurs de l'évolution de la diffusion internationale des produits et services culturels du Québec.

Ce rapport présente le résultat d'un travail complexe destiné à estimer la balance commerciale québécoise des arts de la scène, du cinéma et de la télévision et du livre. Pour chaque domaine, l'analyse cherche à mesurer le commerce *extérieur* du Québec, c'est-à-dire les échanges entre des entités établies au Québec et d'autres, situées en dehors du Québec (provinces canadiennes et étranger). Étant donné que la Politique internationale du Québec concerne essentiellement les relations entre le Québec et d'autres pays, nous présentons – lorsque possible – les échanges avec ces pays. On parle alors du commerce *étranger*.

Le rapport expose d'abord quelques constats concernant la provenance de certains produits culturels au Québec (chapitre 1) et les activités sur la scène internationale (chapitre 2). La valeur des importations, des exportations et de la balance commerciale est présentée au chapitre 3, qui se termine par une brève discussion des différences entre les flux interprovinciaux et internationaux. Enfin, le dernier chapitre rassemble l'essentiel et tire la conclusion de ces travaux.

---

1. MINISTÈRE DES RELATIONS INTERNATIONALES (2006).

Par ailleurs, pour en arriver aux résultats présentés dans ce rapport, la recherche et l'analyse ont demandé un effort méthodologique considérable qui propose un modèle pérenne susceptible de permettre périodiquement la mise à jour des données; ce modèle pourrait même se révéler applicable à d'autres domaines culturels. À cette fin, l'OCCQ publie un document méthodologique complet sur son site Web.

Enfin, l'OCCQ souhaite, par la publication de ce rapport, contribuer aux réflexions des différents acteurs de la culture quant aux enjeux auxquels ils font face en matière d'échanges commerciaux du Québec et de diversité culturelle.



Dominique Jutras,

Directeur

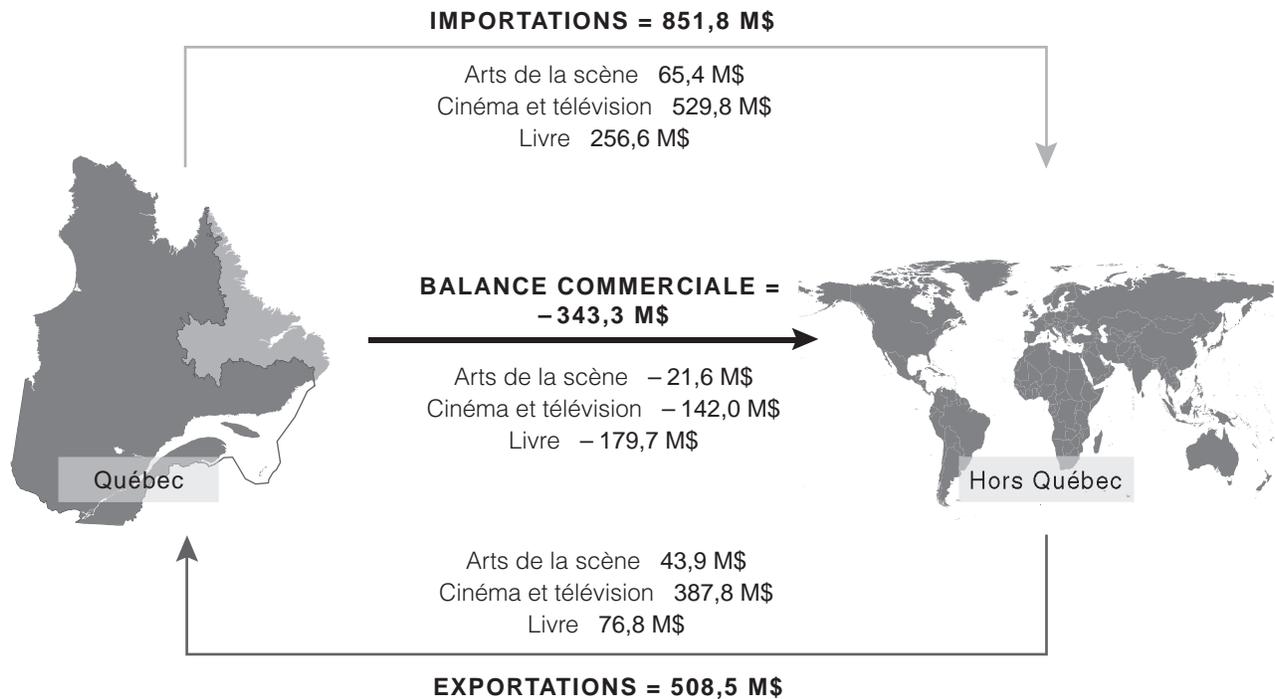
Direction des statistiques de la société du savoir et  
Observatoire de la culture et des communications du Québec

# RÉSUMÉ

L'Observatoire de la culture et des communications du Québec (OCCQ) a été appelé, en vertu de la Politique internationale du Québec, à concevoir des indicateurs destinés à suivre l'évolution de l'action culturelle internationale du Québec. Ce rapport présente une analyse des données tirées de nombreuses sources. Il jette les bases d'une mesure du commerce extérieur de produits culturels au Québec. Toutefois, l'étude se concentre sur trois domaines en particulier : les arts de la scène, le cinéma et la télévision et le livre. La disparité des données permet d'estimer les importations et les exportations en ce qui concerne surtout les maillons de production, de distribution et de diffusion de la filière.

Figure 1

**Flux monétaires pour les produits des arts de la scène, du cinéma et de la télévision et du livre, Québec, 2007**



Sources : Compilations et estimations de l'Observatoire de la culture et des communications du Québec à partir de ses propres données et renseignements, de ceux de Statistique Canada, du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, de la Régie du cinéma et de l'Institut de la statistique du Québec.

Voir les tableaux 25, 26, 28 et 30 pour l'énumération complète des enquêtes, bases de données et documents desquels sont tirées les données de base servant aux calculs. Voir le texte du rapport pour plus de détails concernant la méthodologie propre à chaque cas.

La valeur des flux commerciaux associés aux produits culturels des trois domaines étudiés indique que les importations de biens et services excédaient les exportations en 2006 et en 2007. Le déficit mesuré s'élevait à 343 M\$ en 2007 (Figure 1), soit plus que l'année précédente. D'ailleurs, ce déficit est observé dans chaque domaine pris individuellement. Nous constatons aussi que :

- La valeur des exportations de produits cinématographiques et télévisuels comptent pour plus des trois quarts des exportations culturelles mesurées dans cette étude et presque les deux tiers des importations.
- Toutes proportions gardées, le déficit commercial dans le domaine du livre est le plus prononcé.
- Le domaine des arts de la scène connaît le plus faible commerce extérieur.

De plus, la ventilation des exportations et des importations entre les flux interprovinciaux et internationaux révèle, d'une part, que le Québec affiche un déficit à l'échelle internationale, mais un surplus avec les autres provinces et, d'autre part, que le commerce avec d'autres pays est plus élevé que le commerce interprovincial. Ce deuxième résultat ressemble à la situation générale du Québec dont le tiers des échanges commerciaux ont lieu avec les provinces canadiennes. Enfin, un examen sommaire des produits culturels sous étude comparés à l'ensemble des biens et services de l'économie suggère que le commerce extérieur contribue moins aux flux économiques des industries culturelles qu'à ceux des autres secteurs économiques.

L'étude de la composition du marché québécois et de la disponibilité à l'étranger des produits des trois domaines culturels permet de comprendre ces résultats. En effet, les produits étrangers sont très présents sur les marchés des produits cinématographiques et du livre. Les spectacles et la télévision, par contre, ont un cœur particulièrement québécois. Les spectacles d'ici dominent la scène québécoise et les émissions et services nationaux de télévision représentent une part considérable de la consommation au Québec. Notons que :

- Depuis 2004, en arts de la scène, la part québécoise des recettes est supérieure à 65 % et la part des représentations dépasse 80 %<sup>2</sup>.
- En 2007-2008, 94 % des heures d'écoute de la télévision sur le marché francophone du Québec sont consacrées aux services canadiens en français (qui sont presque entièrement québécois) et 64 % du temps d'écoute de ces services est réservé à des émissions canadiennes. De plus, 72 % des dépenses pour émissions des télédiffuseurs québécois (excluant les télédiffuseurs publics) sont octroyées à des émissions canadiennes<sup>3</sup>.
- Les films québécois en salle et en ciné-parc récoltent 11 % de l'assistance et 10 % des recettes de billetterie en 2007. Les films et les programmes télévisés québécois reçoivent 11 % des attestations pour matériel vidéo émises en 2007. La faible part nationale de l'industrie du film n'est pas propre au Québec : elle est attribuable à la force de l'industrie états-unienne et aux activités des majors au Québec<sup>4</sup>.
- La part des ventes finales de livres neufs édités au Québec représente près de la moitié des ventes finales<sup>5</sup>.

Les données sur la présence hors Québec des produits culturels québécois sont moins riches que celles qui décrivent le marché québécois. Néanmoins, un portrait général se dessine : les produits et établissements culturels québécois sont diffusés hors Québec, soit directement ou avec des partenaires de l'extérieur du Québec, même si leurs activités se déroulent surtout ici. Notons par exemple que :

- En 2007-2008, 18 % des spectateurs aux représentations de danse, de théâtre, d'arts du cirque et de musique des organismes soutenus par le Conseil des arts et des lettres du Québec (CALQ) sont en dehors du Québec. En 2004, 12 % des représentations des organismes à but non lucratif (OBNL) en arts de la scène du Québec sont offertes en dehors du Canada<sup>6</sup>.

2. Section 1.1 du présent rapport.

3. Section 1.2.2 du présent rapport.

4. Section 1.2.1 du présent rapport.

5. Section 1.3 du présent rapport.

6. Section 2.1 du présent rapport.

- Au moins 10 % des films québécois produits entre 2002 et 2008 ont fait l'objet d'une sortie en salle en dehors du Canada (sans compter les festivals, les marchés et les foires)<sup>7</sup>.
- En 2007-2008, les tournages étrangers constituent 10 % de la valeur de la production cinématographique et télévisuelle faite au Québec. Par ailleurs, les coproductions de films et d'émissions de télévision comptent pour environ le tiers des devis pour la production indépendante et les coproducteurs fournissent environ 20 % du financement de la production cinématographique et télévisuelle indépendante au Québec<sup>8</sup>.
- La part des ventes de livres à l'étranger des éditeurs et des distributeurs augmente petit à petit depuis 2004, atteignant 14 % des ventes nettes en 2007<sup>9</sup>.

Le solde négatif des domaines culturels étudiés est un reflet de l'existence d'influences prépondérantes venant de l'extérieur du Québec, comme l'emprise du cinéma états-unien, qui imposent une présence importante de produits culturels étrangers. Toutefois, la prédominance n'est pas totale et les produits québécois tirent leur épingle du jeu. De surcroît, le volume des exportations indique qu'il est pertinent que les acteurs culturels québécois osent s'aventurer outre frontières puisqu'ils y connaissent des succès.

Les travaux accomplis pour la production de ce rapport sont importants, notamment à cause de l'éclairage qu'ils apportent sur chaque domaine culturel étudié et sur les liens entre le Québec et l'extérieur. Comme les résultats présentés forment une base, les méthodes élaborées à cette fin seront applicables de façon récurrente pour suivre les tendances en matière de relations économiques internationales dans les trois domaines culturels étudiés. Enfin, nous avons détecté quelques lacunes qui subsistent en matière de statistiques culturelles, notamment en ce qui concerne les droits, les redevances et les échanges numériques, auxquelles il est important de s'attaquer. En effet, il importe de suivre l'évolution de ces activités puisqu'il s'agit d'industries en mutation, compte tenu des innovations technologiques et sociales rapides qui créent de nouveaux enjeux quant à une plus grande diversité culturelle et à la mondialisation.

---

7. Section 2.2.1 du présent rapport.

8. Section 2.2.2 du présent rapport.

9. Section 2.3 du présent rapport.



# 1

## « IMPORTATIONS » : DES MARCHÉS CULTURELS INTÉRIEURS OUVERTS AUX PRODUITS ÉTRANGERS

En tant que produits économiques, les biens et services culturels circulent sur les marchés locaux, nationaux et internationaux. Des manifestations culturelles présentes sur les marchés mondiaux se rendent aussi, au grand plaisir des consommateurs, jusque dans les diverses localités du Québec. Dans cette section, nous offrons un aperçu de la présence sur le marché québécois des produits<sup>10</sup> non québécois et leur rapport aux produits québécois dans les domaines des arts de la scène, du cinéma et de la télévision et du livre.

### 1.1. ARTS DE LA SCÈNE

Depuis plusieurs années, l'*Enquête sur la fréquentation des spectacles* de l'Observatoire de la culture et des communications du Québec (OCCQ) démontre que les spectacles québécois dominent la scène québécoise. En 2007, 82,4 % des représentations payantes offertes au Québec sont d'origine québécoise (figure 2). Seulement 17,6 % des représentations payantes offertes au Québec viennent de l'extérieur, dont 15,1 % de l'extérieur du Canada (tableau 1). Cependant, la part de l'assistance et des billets disponibles aux spectacles non québécois

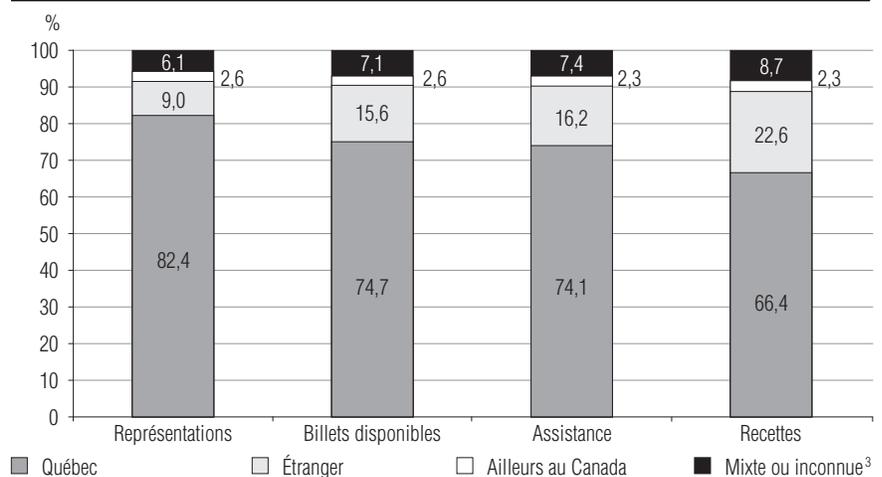
(25,9 % et 25,3 %) est plus élevée que celle des représentations. De plus, la part des recettes de billetterie pour les spectacles de l'extérieur est encore plus élevée que la part des billets pour ces spectacles. Il s'ensuit que les revenus moyens par spectateur payant (une indication du prix par billet) sont plus élevés pour les spectacles étrangers que

pour les spectacles québécois<sup>11</sup> (tableau 2).

La prépondérance des spectacles d'origine québécoise se manifeste dans chacune des disciplines des arts de la scène, à deux exceptions près : les spectacles de chanson anglophone et « d'autres chansons ». Ce sont les seules catégories pour

Figure 2

Répartition des représentations, de l'assistance et des recettes de spectacles payants<sup>1</sup> en arts de la scène<sup>2</sup>, selon l'origine des spectacles, Québec, 2007



- Exclut certains types de représentations payantes : les représentations privées, les représentations de spectacles amateurs et les représentations données dans les locaux d'écoles primaires ou secondaires pour les élèves de ces écoles. Par ailleurs, ne sont pas considérées comme payantes les représentations où le droit d'entrée prend la forme d'un passeport ou d'un macaron valide pour l'ensemble d'un festival ou d'une manifestation culturelle, ni les représentations où il n'y a pas de billet à acheter mais simplement un droit d'entrée (*cover charge*) à déboursier.
- Les arts de la scène incluent les spectacles de théâtre, de danse, de musique, de chanson et de variétés.
- Les spectacles d'origine mixte sont soit des coproductions de producteurs d'origines différentes, soit des spectacles dont l'artiste ou le groupe en vedette et le producteur ne sont pas de la même origine.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, *Enquête sur la fréquentation des spectacles au Québec*.

10. Le terme « produit » utilisé ici englobe les biens (tangibles, comme des produits manufacturiers) et les services (intangibles). Les droits, des biens intangibles, sont aussi inclus dans les produits.

11. Ce qui s'explique en partie par les spectacles de l'extérieur offerts dans de très grandes salles ; or, dans ces salles, les prix des billets sont en moyenne plus élevés.

lesquelles les spectacles de l'extérieur ont systématiquement plus de poids que les spectacles québécois. En 2007, 57,6 % des représentations, 87,1 % des recettes et 80,6 % de l'assistance aux spectacles de chanson anglophone sont associées aux spectacles venant de l'extérieur du Québec (tableau 2). La chanson anglophone génère aussi la plus grande part des recettes (56,5 % ; figure 3) et des représentations (28,0 % ; figure 4) de tous les spectacles provenant de l'extérieur du Québec en 2007.

Évidemment, la part québécoise des spectacles varie d'une année à l'autre. Pourtant, depuis 2004, la part québécoise des recettes est supérieure à 65 %<sup>12</sup>. Il est difficile d'établir s'il s'agit d'une situation répandue, faute de données comparables pour d'autres États. L'unique renseignement statistique repéré provient de l'Australian Bureau of Statistics (ABS, 2008), qui indique que 726 compagnies et organismes en arts de la scène (*performing arts operation*) ont donné 41 179 représentations en Australie et accueilli 73 groupes/productions de l'étranger en 2006-2007. En 2007, les diffuseurs du Québec ont accueilli 200 spectacles de théâtre, de danse et de variétés de l'extérieur du Québec et 886 du Québec<sup>13</sup>. Les deux sources ne sont pas absolument comparables puisque les données québécoises proviennent des diffuseurs, alors que celles que compile l'ABS n'y font pas référence. Nous ne pouvons donc pas affirmer que la présence fortement majoritaire de produits nationaux dans les arts de la scène est particulière au Québec ou une caractéristique générale des arts de la scène, ici et ailleurs.

Tableau 1

**Statistiques principales des représentations payantes<sup>1</sup> en arts de la scène<sup>2</sup>, selon l'origine des spectacles, Québec, 2007**

	Unité		Répartition en %
<b>Québec</b>			
Représentations	n	13 659	82,4
Assistance	n	5 235 734	74,1
Billets disponibles	n	7 274 957	74,7
Recettes	\$	145 896 412	66,4
Revenus moyens de billetterie par spectateur payant	\$	32,17	...
<b>Ailleurs au Canada</b>			
Représentations	n	427	2,6
Assistance	n	166 019	2,3
Billets disponibles	n	250 713	2,6
Recettes	\$	5 098 444	2,3
Revenus moyens de billetterie par spectateur payant	\$	34,06	...
<b>Étranger</b>			
Représentations	n	1 489	9,0
Assistance	n	1 147 362	16,2
Billets disponibles	n	1 523 558	15,6
Recettes	\$	49 724 530	22,6
Revenus moyens de billetterie par spectateur payant	\$	47,32	...
<b>Mixte ou inconnue<sup>3</sup></b>			
Représentations	n	1 003	6,1
Assistance	n	519 580	7,4
Billets disponibles	n	689 366	7,1
Recettes	\$	19 100 692	8,7
Revenus moyens de billetterie par spectateur payant	\$	43,49	...
<b>Total</b>			
<b>Représentations</b>	<b>n</b>	<b>16 578</b>	<b>100,0</b>
<b>Assistance</b>	<b>n</b>	<b>7 068 695</b>	<b>100,0</b>
<b>Billets disponibles</b>	<b>n</b>	<b>9 738 594</b>	<b>100,0</b>
<b>Recettes</b>	<b>\$</b>	<b>219 820 078</b>	<b>100,0</b>
<b>Revenus moyens de billetterie par spectateur payant</b>	<b>\$</b>	<b>35,60</b>	<b>...</b>

1. Exclut certains types de représentations payantes : les représentations privées, les représentations de spectacles amateurs et les représentations données dans les locaux d'écoles primaires ou secondaires pour les élèves de ces écoles. Par ailleurs ne sont pas considérées comme payantes les représentations où le droit d'entrée prend la forme d'un passeport ou d'un macaron valide pour l'ensemble d'un festival ou d'une manifestation culturelle ni les représentations où il n'y a pas de billet à acheter mais simplement un droit d'entrée (*cover charge*) à déboursier.

2. Les arts de la scène incluent les spectacles de théâtre, de danse, de musique, de chanson et de variétés.

3. Les spectacles d'origine mixte sont soit des coproductions de producteurs d'origines différentes, soit des spectacles dont l'artiste ou le groupe en vedette et le producteur ne sont pas de la même origine.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, *Enquête sur la fréquentation des spectacles au Québec*.

12. Claude FORTIER (2008).

13. OBSERVATOIRE DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS DU QUÉBEC (2009a), (2009b) et (2009c)

Tableau 2

**Statistiques principales des spectacles payants<sup>1</sup> en arts de la scène provenant de l'extérieur<sup>2</sup> du Québec, selon la discipline, Québec, 2007**

	Représentations	Billets disponibles	Assistance	Recettes	Taux d'occupation <sup>3</sup>	Revenu moyen de billetterie par spectateur payant
	Part en %				%	\$
Théâtre	9,2	6,7	6,3	6,0	69,0	22,18
Danse	22,9	34,9	32,6	42,5	65,0	49,25
Musique	27,9	33,2	32,0	40,7	61,6	38,79
Chanson francophone	7,5	9,3	9,4	11,7	67,0	39,49
Chanson anglophone	57,6	76,7	80,6	87,1	81,1	48,97
Autre chanson	50,0	81,1	86,4	96,1	76,3	64,78
Variétés	13,5	11,0	11,6	9,4	83,1	37,59
<b>Toutes les disciplines</b>	<b>17,6</b>	<b>25,3</b>	<b>25,9</b>	<b>33,7</b>	<b>74,4</b>	<b>35,54</b>

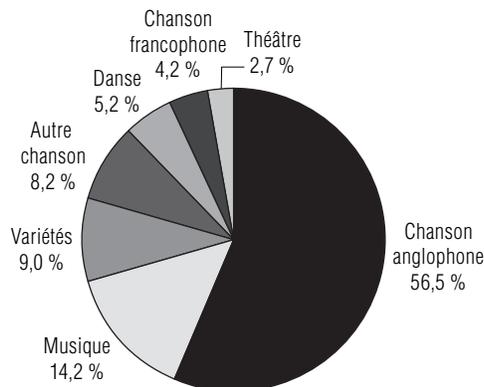
1. Exclut certains types de représentations payantes : les représentations privées, les représentations de spectacles amateurs et les représentations données dans les locaux d'écoles primaires ou secondaires pour les élèves de ces écoles. Par ailleurs, ne sont pas considérées comme payantes les représentations où le droit d'entrée prend la forme d'un passeport ou d'un macaron valide pour l'ensemble d'un festival ou d'une manifestation culturelle ni les représentations où il n'y a pas de billet à acheter mais simplement un droit d'entrée (*cover charge*) à déboursier.

2. Inclut les spectacles de provenance mixte et de provenance inconnue.

3. Taux d'occupation : proportion du nombre de spectateurs par rapport au nombre de billets disponibles.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, *Enquête sur la fréquentation des spectacles au Québec*.

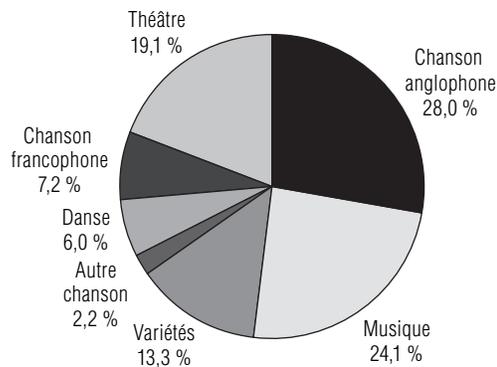
Figure 3

**Répartition par discipline des recettes de spectacles payants<sup>1</sup> en arts de la scène provenant de l'extérieur<sup>2</sup> du Québec, 2007**

1. Exclut certains types de représentations payantes : les représentations privées, les représentations de spectacles amateurs et les représentations données dans les locaux d'écoles primaires ou secondaires pour les élèves de ces écoles. Par ailleurs, ne sont pas considérées comme payantes les représentations où le droit d'entrée prend la forme d'un passeport ou d'un macaron valide pour l'ensemble d'un festival ou d'une manifestation culturelle, ni les représentations où il n'y a pas de billet à acheter mais simplement un droit d'entrée (*cover charge*) à déboursier.

2. Inclut les spectacles de provenance mixte et de provenance inconnue.  
Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, *Enquête sur la fréquentation des spectacles au Québec*.

Figure 4

**Répartition par discipline des représentations de spectacles payants<sup>1</sup> en arts de la scène provenant de l'extérieur<sup>2</sup> du Québec, 2007**

1. Exclut certains types de représentations payantes : les représentations privées, les représentations de spectacles amateurs et les représentations données dans les locaux d'écoles primaires ou secondaires pour les élèves de ces écoles. Par ailleurs, ne sont pas considérées comme payantes les représentations où le droit d'entrée prend la forme d'un passeport ou d'un macaron valide pour l'ensemble d'un festival ou d'une manifestation culturelle, ni les représentations où il n'y a pas de billet à acheter mais simplement un droit d'entrée (*cover charge*) à déboursier.

2. Inclut les spectacles de provenance mixte et de provenance inconnue.  
Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, *Enquête sur la fréquentation des spectacles au Québec*.

Tableau 3

**Statistiques principales sur les films diffusés en salle<sup>1</sup>, selon leur pays d'origine<sup>2</sup>, Québec, 2007**

	Films		Projections		Assistance		Recettes	
	n	%	n	%	n	%	\$	%
Québec	55	8,4	96 513	10,1	2 550 598	10,6	16 644 638	10,2
Ailleurs au Canada	35	5,3	8 287	0,9	161 438	0,7	1 078 724	0,7
Étranger	567	86,3	855 481	89,1	21 428 995	88,8	145 296 591	89,1
États-Unis	364	64,2	718 410	84,0	18 312 626	85,5	124 407 253	85,6
France	87	15,3	60 175	7,0	1 363 097	6,4	8 766 569	6,0
Autres	116	20,5	76 896	9,0	1 753 272	8,2	12 122 769	8,3
<b>Total</b>	<b>657</b>	<b>100,0</b>	<b>960 281</b>	<b>100,0</b>	<b>24 141 031</b>	<b>100,0</b>	<b>163 019 953</b>	<b>100,0</b>

1. Cinémas et ciné-parcs.

2. Relativement aux programmes simples et à ceux de plus d'un film ayant le même pays d'origine.

Source: Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, *Enquête sur les projections cinématographiques*.

## 1.2. CINÉMA ET TÉLÉVISION

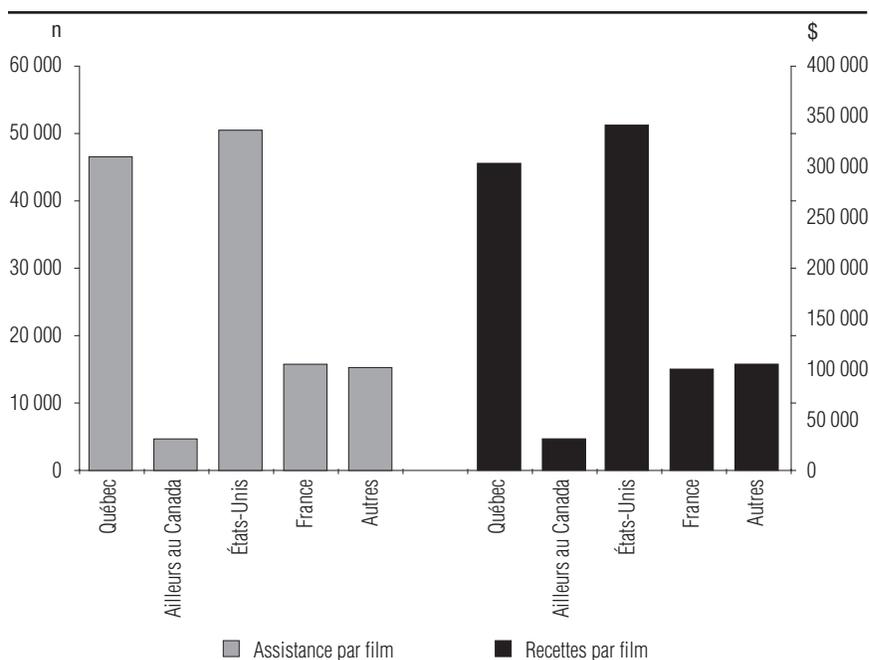
### 1.2.1. Films et vidéos

À l'inverse des arts de la scène, la plupart des films diffusés en salle au Québec proviennent de l'extérieur, particulièrement des États-Unis (tableau 3). En 2007, environ 90 % de l'assistance et des recettes vont aux films non québécois. Parmi les films étrangers, 64,2 % sont états-uniens et génèrent 85,6 % des recettes. Cependant, la performance moyenne par film des films québécois et états-uniens est comparable (figure 5), soit 302,6 k\$ et 341,7 k\$ respectivement pour les recettes en salle, et 46 375 et 50 309 entrées quant à l'assistance moyenne. Pour ce qui est des films d'autre provenance, les recettes moyennes sont plus faibles, entre 30,8 k\$ et 104,5 k\$ par film, et l'assistance moyenne est proportionnelle, soit entre 4 613 et 15 608 entrées par film.

L'emprise des produits cinématographiques étrangers se manifeste aussi sur le marché des vidéogrammes. Les données des tableaux 3 et 4 permettent de constater une répartition similaire des produits québécois et non québécois quant aux attestations émises pour les vi-

Figure 5

### Assistance et recettes moyennes par film diffusé en salle<sup>1</sup>, selon le pays d'origine des films<sup>2</sup>, Québec, 2007



1. Cinémas et ciné-parcs.

2. Relativement aux programmes simples et à ceux de plus d'un film ayant le même pays d'origine.

Source: Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, *Enquête sur les projections cinématographiques*.

déogrammes et à la répartition des projections en salle. Les films et les programmes télévisés québécois reçoivent 11,0 % des attestations émises en 2007 et enregistrent 10,1 % des projections en salle.

En revanche, les productions québécoises ne composent que 2,0 % du nombre total de films et de programmes télévisés commercialisés sur support vidéo, comparativement à 8,4 % des films diffusés en salle.

Les produits états-uniens emportent 84 % des attestations émises et 84 % des projections en salle.

Quant aux films et aux programmes télévisés de provenance « autre », leur poids est surtout important en ce qui a trait au nombre de titres, leur consommation actuelle ou prévue<sup>14</sup> étant plutôt réduite. Par rapport aux produits étrangers, le nombre de titres de provenance « autre » compte pour 20,5 % des films en salle et 29,0 % de ceux sur support vidéo, mais l'assistance, les recettes et les attestations comptent pour seulement 8,2 %, 8,3 % et 12,1 %.

La faible part nationale de l'industrie du film n'est pas propre au Québec ; elle est attribuable à la force de l'industrie états-unienne. À cet égard, parmi les pays mentionnés à la figure 6, les films nationaux conservent une part majoritaire sur leur propre marché seulement aux États-Unis. De plus, les films états-uniens retiennent une part majoritaire dans tous les pays sauf la France, où elle est de 49,0 % (tableau 5).

### 1.2.2. Télévision

Quant au petit écran, il se distingue du grand par la nature de l'offre mais aussi par celle de la demande. En effet, les émissions et les services nationaux (canadiens francophones) retiennent une part considérable de la consommation de produits télévisuels.

Les Québécois peuvent accéder à des centaines de chaînes de télévision. En vertu de la réglementation, sous l'autorité du gouvernement fédéral, la grande majorité de ces

Tableau 4

**Films et programmes télévisés commercialisés sur support vidéo excluant les coffrets, selon le pays d'origine, Québec, 2007**

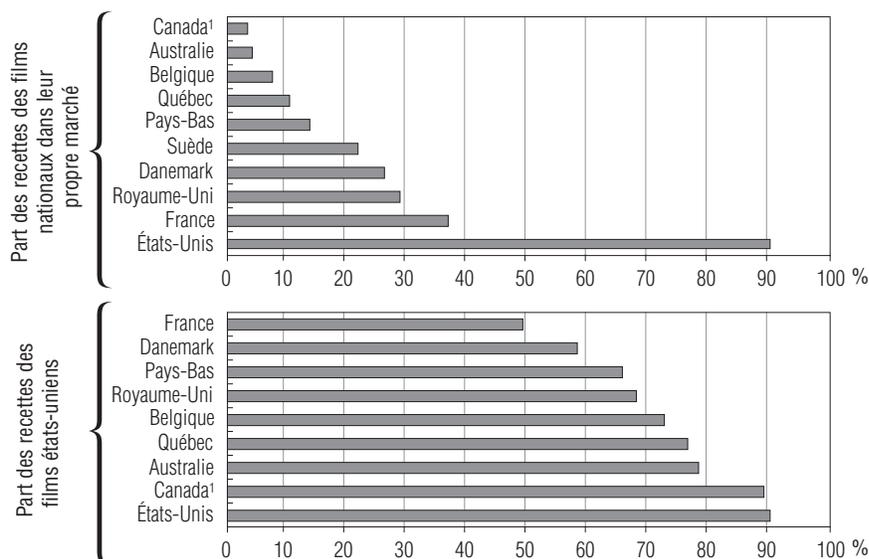
	Films		Certificats		Attestations <sup>1</sup>	
	n	%	n	%	n	%
Québec	516	2,0	879	1,4	1 778 911	11,0
Ailleurs au Canada	1 072	4,2	2 841	4,5	1 204 189	7,4
Étranger	24 191	93,8	59 494	94,1	13 184 431	81,5
États-Unis	16 321	67,5	40 629	68,3	11 072 363	84,0
France	843	3,5	1 984	3,3	522 773	4,0
Autres	7 027	29,0	16 881	28,4	1 589 295	12,1
<b>Total</b>	<b>25 779</b>	<b>100,0</b>	<b>63 214</b>	<b>100,0</b>	<b>16 167 531</b>	<b>100,0</b>

1. Attestations relatives à des certificats de dépôt délivrés en 2007.

Source : Régie du cinéma.

Figure 6

**Parts des recettes locales générées par les films nationaux et les films états-uniens, Québec et neuf pays, 2007**



1. Données de Statistique Canada, y compris le Québec.

Source : Tableau 5.

chaînes sont canadiennes et doivent offrir un minimum de contenu canadien. Le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) autorise la diffusion de 686 services de télévision au Canada en 2007<sup>15</sup>, dont 29 services traditionnels exploités à partir

du Québec, 29 services québécois spécialisés (S), payants (P), sur demande (VSD) et à la carte (TAC)<sup>16</sup> ainsi que 178 services par satellite non canadiens.

Il y a donc une grande diversité de services offerts ; toutefois, les

14. On dit « actuelle ou prévue » parce que les attestations sont émises avant la mise en marché du matériel vidéo, donc avant la vente réelle.

15. CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES (2009a), tableau 4.3.1.

16. Ces quatre services seront désormais désignés par S-P-VSD-TAC.

produits nationaux dominent les choix télévisuels au Québec. Le tableau 6 indique que 93,8 % des heures d'écoute de la télévision en 2004 sont accordées aux stations canadiennes. En ventilant ce pourcentage, on obtient 62,2 % des heures d'écoute pour des émissions canadiennes et 31,6 % pour des émissions étrangères. Le reste des heures d'écoute (6,2 %) est réservé aux chaînes étrangères.

Bien que le panorama télévisuel du Québec reflète la réglementation de l'industrie, il est aussi façonné par les préférences des auditoires associées au facteur linguistique. La figure 7 présente des données, pour 2007-2008, sur le marché francophone du Québec et les autres provinces du Canada concernant la répartition des heures d'écoute selon le service. Dans ce graphique, la hauteur des cercles représente la part d'écoute de chaque service, et la taille relative du cercle intérieur (ainsi que le chiffre correspondant) équivaut à la part d'écoute des émissions canadiennes pour chaque service. Les cercles foncés indiquent le marché francophone du Québec, et les cercles pâles, le reste du marché canadien. On voit que les cercles foncés sont généralement plus hauts et plus remplis, ce qui signifie que l'écoute de services canadiens-français est plus élevée sur le marché francophone du Québec (93,9 %) que l'écoute de services anglais sur le reste du marché canadien (69,8 %)<sup>17</sup>. De plus, l'écoute d'émissions canadiennes à partir de ces services est plus élevée pour le marché francophone du Québec : 64,1 % du temps d'écoute des services en français pour le marché francophone du Québec,

Tableau 5

**Nombre de longs métrages<sup>1</sup> produits et parts des recettes locales générées par les films nationaux et les films états-uniens, Québec et neuf pays, 2007**

	Longs métrages (cinéma) <sup>1</sup> produits	Recettes (en unités locales)	Part des recettes des films nationaux dans leur propre marché	Part des recettes des films états-uniens
	n	M	%	
Québec	29	163,9	10,2	76,3
Canada <sup>2</sup>	96	858,0	3,2	88,9
Australie	27	895,4	4,0	78,0
Belgique	37	129,4	7,5	72,4
Danemark	25	110,5	26,0	58,0
États-Unis	453	9 629,0	90,0	90,0
France	228	1 056,5	36,5	49,0
Pays-Bas	30	159,9	13,5	65,3
Royaume-Uni	117	821,0	28,5	67,7
Suède	28	1 180,8	21,6	..

1. Films de 60 minutes et plus (y compris les coproductions).

2. Y compris le Québec.

Sources : Recherche et compilation de la SODEC à partir de données de Statistique Canada et d'autres sources officielles des pays concernés.

Tableau 6

**Répartition des heures d'écoute de la télévision, selon l'origine des émissions, l'origine du service de télédiffusion et le marché, Québec et Canada, 2004<sup>1</sup> et 2007-2008<sup>2</sup>**

	Québec	Marché francophone du Québec	Canada sauf le marché franco- phone du Québec
	2004	2007-2008	
	%		
Services canadiens	93,8	98,5 <sup>3</sup>	75,3 <sup>3</sup>
Français conventionnels, spécialisés et payants	..	93,9	2,0
Part pour émissions canadiennes	62,2 <sup>4</sup>	64,1 <sup>5</sup>	..
Anglais conventionnels, spécialisés et payants	..	4,2	69,8
Part pour émissions canadiennes	..	..	43,3 <sup>6</sup>
Part pour émissions étrangères	31,6 <sup>4</sup>	..	..
Services étrangers	6,2	1,4	21,4
Divers	—	0,1	3,5
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,2</b>

1. Données recueillies à l'automne 2004.

2. Données recueillies d'août 2007 à août 2008.

3. Inclut les services communautaires, sur demande et à la carte.

4. Sur des services canadiens, anglais et français.

5. Pourcentage de l'écoute des services français.

6. Pourcentage de l'écoute des services anglais.

Sources : Adapté de Statistique Canada (2006), *L'écoute de la télévision, tableaux de données* (87F006XIF), 2004. Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (2009a), *Rapport de surveillance des communications 2009*, tableaux 4.3.4, 4.3.5 et 4.3.6.

17. Bien que la plupart des services francophones soient situés au Québec et la plupart des services anglophones, hors Québec, on note quelques exceptions.

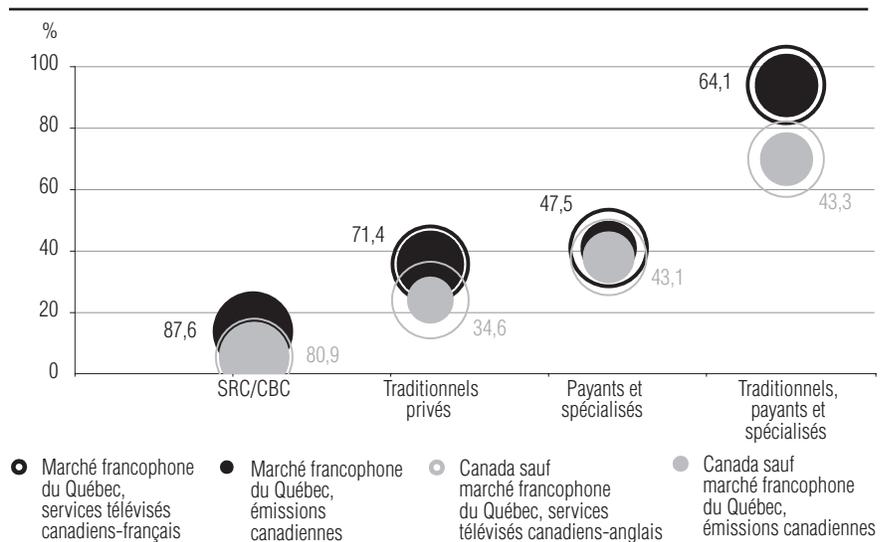
mais 43,3 % du temps d'écoute des services anglais ailleurs au Canada.

Il aurait sans doute été intéressant d'obtenir une indication de la disponibilité d'émissions québécoises et non québécoises, comparativement à la consommation. Malheureusement, cette information n'est pas disponible pour la période étudiée. Tandis que les dépenses ne coïncident pas entièrement avec l'offre de produits parce que le contenu de différentes sources n'entraîne pas les mêmes coûts pour le télédiffuseur, elles offrent néanmoins une mesure du poids économique des émissions nationales. En 2007, les télédiffuseurs québécois dépensent 412 M\$ pour les émissions canadiennes, soit 53,61 \$ par personne et 71,9 % des dépenses pour les émissions (tableau 7). En comparaison, les dépenses sont moindres ailleurs au Canada en moyenne et en pourcentage (45,85 \$ et 50,9 %).

Enfin, les paiements d'affiliation des télédistributeurs constituent un dernier indicateur de l'importance des services nationaux dans la consommation de produits télévisuels au Québec. La plupart des ménages québécois possédant au moins un téléviseur ont accès à des chaînes de télévision grâce à un service de câblodistribution (EDR<sup>18</sup>). Des compilations du ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine (MCCCF) indiquent que 25,5 % des abonnés à un service de télédistribution en 2007 y accèdent par un service sans fil<sup>19</sup>, principalement par satellite (SRD<sup>20</sup>), mais aussi par des services de

Figure 7

**Parts d'écoute des services de télédiffusion et d'émissions de télévision, selon le marché, Québec et Canada, 2007-2008**



La hauteur des cercles représente la part d'écoute de chaque service et la taille relative du cercle intérieur représente la part d'écoute des émissions canadiennes sur chaque service. Les cercles foncés indiquent le marché francophone du Québec et les cercles pâles le reste du marché canadien. Le chiffre à côté de chaque cercle correspond à la part d'écoute d'émissions canadiennes sur chaque service. Par exemple, la deuxième « colonne » de bulles permet de comparer l'écoute pour les services traditionnels privés canadiens. Elle indique que l'écoute des services français de cette catégorie sur le marché francophone du Québec est plus élevée que l'écoute de services anglais pour cette catégorie sur le reste du marché canadien. (Le cercle foncé est plus haut que le cercle pâle.) La même « colonne » révèle aussi que le marché francophone du Québec écoute plus des émissions canadiennes sur les services en français que le reste du marché canadien écoute les émissions canadiennes sur les services en anglais. (Le rond intérieur foncé est plus large que le rond intérieur pâle.)  
 Source : Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, *Rapport de surveillance des communications 2009*, tableaux 4.3.4, 4.3.5, 4.3.6, 4.3.7, 4.3.8 et 4.3.9.

Tableau 7

**Dépenses de programmation et de production d'émissions<sup>1</sup> de télévision, par catégorie de service de télédiffusion, Québec et Canada, 2007**

	Unité	Services conventionnels	Services S-P-VSD-TAC <sup>2</sup> privés	Total	Moyenne par habitant <sup>3</sup>
<b>Québec</b>					
Dépenses pour émissions	\$	274 239 733	299 160 916	573 400 649	74,60
Dépenses pour émissions canadiennes	\$	199 812 267	212 217 997	412 030 264	53,61
Part pour émissions canadiennes	%	72,9	70,9	71,9	...
<b>Canada (sauf le Québec)</b>					
Dépenses pour émissions	\$	1 145 335 519	1 127 409 034	2 272 744 553	90,04
Dépenses pour émissions canadiennes	\$	416 202 143	741 035 527	1 157 237 670	45,85
Part pour émissions canadiennes	%	36,3	65,7	50,9	...

1. Il s'agit des dépenses pour émissions diffusées et autres dépenses de programmation et de production.
2. Spécialisés (S), payants (P), sur demande (VSD) et à la carte (TAC).
3. Les données sur la population du Québec proviennent du tableau *Population, accroissement quinquennal et répartition, Canada et provinces, 1971-2009*, consultable sur le site Web de l'Institut de la statistique du Québec, [En ligne] : [http://www.stat.gov.qc.ca/donstat/societe/demographie/struc\\_poplt/103.htm](http://www.stat.gov.qc.ca/donstat/societe/demographie/struc_poplt/103.htm). (page consultée le 18 août 2009).

Sources : Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes :  
*Relevés financiers concernant les services spécialisés, payants, à la carte et de vidéo sur demande, 2004-2008.*  
*Relevés financiers concernant la télévision traditionnelle, 2003-2007.*

18. Entreprise de distribution de radiodiffusion.  
 19. OBSERVATOIRE DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS DU QUÉBEC (2009d).  
 20. Service de radiodiffusion directe.

distribution multipoint (SDM)<sup>21</sup>. Ces télédistributeurs (EDR, SRD et SDM) versent des paiements d'affiliation aux services de programmation spécialisés et payants en fonction du nombre d'abonnés à ces services. Les paiements d'affiliation versés aux services non canadiens ne représentent qu'une faible proportion du total (3,9 % pour ce qui est des câblodistributeurs du Québec<sup>22</sup>) d'après le tableau 8. Ces paiements reflètent les choix de bouquets<sup>23</sup> des Québécois, mais démontrent aussi que les services non québécois se vendent généralement moins cher au Québec qu'hors Québec et moins cher que les services québécois<sup>24</sup>. Compte tenu de ce qui revient aux services canadiens, deux facteurs permettent de déduire que la plus grande part est consacrée à des services québécois : premièrement, le marché francophone du Québec écoute surtout des services S-P-VSD-TAC canadiens francophones plutôt qu'anglophones (40,9 % des heures d'écoute contre 1,9 % en 2007-2008<sup>25</sup>); deuxièmement, les 24 services S-P francophones au Canada en 2007 sont québécois.

Les produits télévisuels québécois occupent donc une place majoritaire sur le marché d'ici. Ce résultat, bien qu'il diffère de celui des autres provinces canadiennes, n'est pas étonnant puisque de nombreux pays ont aussi mis en place des règlements visant à promouvoir le contenu local de la programmation et à renforcer les entreprises locales dans le domaine télévisuel. La différence des résultats pour le Canada

Tableau 8

**Paiements d'affiliation versés par des télédistributeurs pour des services de télévision spécialisés et payants, par origine nationale, type de service de télédiffusion et type de service de télédistribution, Québec et Canada, 2007**

	Québec		Canada <sup>1</sup>	
	M\$	%	M\$	%
<b>Télédistribution par câble</b>	<b>296,2</b>	<b>100,0</b>	<b>1 378</b>	<b>100,0</b>
Services canadiens	284,6	96,1	1 182	85,8
Services spécialisés canadiens	228,6	77,2	864	62,7
Services payants canadiens	56,0	18,9	317	23,0
Services non canadiens	11,6	3,9	196	14,2
Services spécialisés non canadiens	11,5	3,9	168	12,2
Services payants non canadiens	0,1	0,0	28	2,0
<b>Télédistribution par SRD et SDM<sup>2</sup></b>	<b>..</b>	<b>..</b>	<b>696</b>	<b>100,0</b>
Services canadiens	..	..	639	91,8
Services spécialisés canadiens	..	..	449	64,5
Services payants canadiens	..	..	190	27,3
Services non canadiens	..	..	57	8,2
Services spécialisés non canadiens	..	..	57	8,2
Services payants non canadiens	..	..	0,1	0,0

1. Inclut le Québec.

2. SRD = satellite de radiodiffusion direct; SDM = système de distribution multipoint.

Sources : Fondé sur la *Base de données sur la radiodiffusion et la télécommunication* de Statistique Canada, 2007. Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (2009a) : *Rapport de surveillance des communications 2009*, tableau 4.4.5.

Compilation : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

et le Québec suggère que la réglementation n'est que l'un de plusieurs facteurs expliquant la forte adhésion des téléspectateurs québécois aux productions nationales.

### 1.3. LIVRE

Le troisième domaine que nous étudions est celui du livre. Depuis quelques années, l'OCCQ calcule, à partir des données fournies par deux de ses enquêtes – l'*Enquête mensuelle sur les ventes de livres neufs* et l'*Enquête auprès des distributeurs de livres* –, la part du marché

de livres neufs au Québec comblée par les éditeurs québécois<sup>26</sup>. Les résultats, présentés au tableau 9, indiquent que les éditeurs du Québec contrôlent environ la moitié du marché de ventes finales au Québec (51,3 % en 2007) et le sous-ensemble d'éditeurs de propriété québécoise retient 40 % du marché de ventes finales au Québec. Les livres scolaires influencent beaucoup ce résultat, car la spécificité régionale des curriculums scolaires explique le rôle dominant de ces éditeurs du Québec (figure 8). La part québécoise de ce marché est

21. De plus, CANADIAN MEDIA RESEARCH INC. (2006) estime qu'au printemps 2006, 14,3 % des ménages québécois possédant au moins un téléviseur écoutent les émissions de télévision à partir de signaux émis directement par la station. Cette proportion devrait diminuer avec le passage au numérique.

22. Pour l'ensemble des télédistributeurs au Canada, la proportion s'élève à 12,2 %.

23. Un « bouquet » est une combinaison de chaînes de télévision déterminée par le télédistributeur; on le nomme aussi « forfait ».

24. En revanche, les services québécois se vendent généralement moins cher hors Québec.

25. CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES (2009a), tableau 4.3.5.

26. Notons qu'il ne s'agit pas de « livres québécois », mais de livres d'éditeurs québécois, ces derniers étant plus systématiquement mesurés.

nettement plus élevée que celle du marché de littérature générale (92,8 % comparativement à 39,6 %, respectivement; tableau 9).

Les livres qui ne sont pas produits par des éditeurs du Québec (371,0 M\$ de livres) proviennent vraisemblablement de l'extérieur du Canada, puisque les livres canadiens non québécois vendus par l'intermédiaire des distributeurs québécois ne représentent qu'une faible proportion du total<sup>27</sup>. Les livres importés au Canada et dédouanés<sup>28</sup> au Québec arrivent principalement de la France, suivie des États-Unis et de la Chine (figure 9)<sup>29</sup>. En fait, le Québec est le principal lieu de dédouanement des livres provenant de la France – 81,8 M\$ des 90,1 M\$ importés de la France passent par le Québec – et ces derniers constituent un peu plus de la moitié des importations de livres par le Québec. Cette répartition n'offre toutefois qu'une approximation de la composition des livres étrangers sur le marché et ne doit pas être appliquée aux 371 M\$ de livres « d'autres » éditeurs. Premièrement, le Québec n'est pas la destination finale de toutes les œuvres qui y sont dédouanées, puisque les éditeurs français concluent des ententes avec les distributeurs québécois pour tout le marché canadien. Deuxièmement, les livres étrangers achetés au Québec peuvent arriver par d'autres provinces canadiennes et leur valeur n'est pas incluse dans les renseignements douaniers. Troisièmement, le pays d'origine des importations n'est pas

Tableau 9

**Parts de marché des éditeurs de livres, selon leur propriété et la catégorie de livres, Québec, 2007**

	2007	
	M\$	%
Ventes finales totales <sup>1</sup>	761,2	100,0
Livres scolaires	167,0	21,9
Livres de littérature générale	594,2	78,1
Parts des éditeurs du Québec <sup>2</sup>	390,2	51,3
Livres scolaires	155,0	92,8
Livres de littérature générale	235,2	39,6
Parts des éditeurs de propriété québécoise <sup>3</sup>	303,0	39,8
Livres scolaires	106,5	63,8
Livres de littérature générale	196,5	33,1

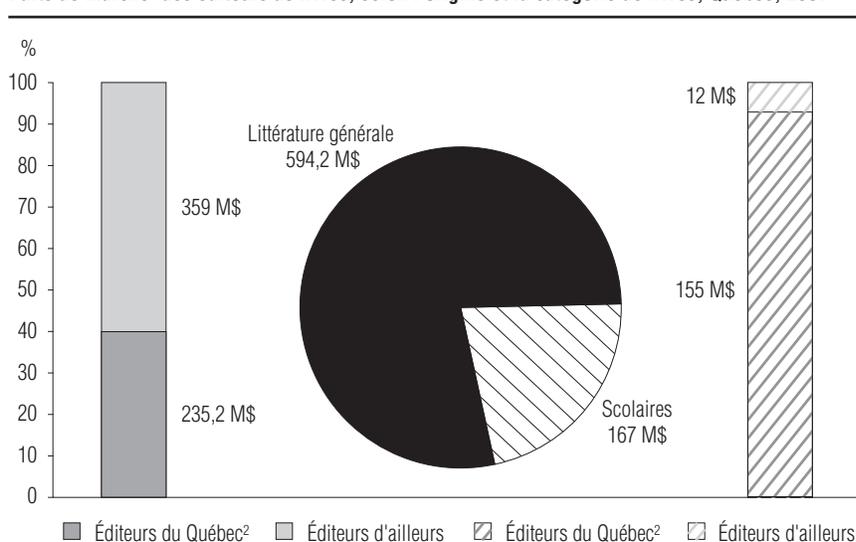
1. Les ventes hors Québec sont exclues.

2. Éditeurs ayant un siège social au Québec.

3. Éditeurs appartenant à plus de 50 % à des résidents du Québec.

Source: Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Figure 8

**Parts de marché<sup>1</sup> des éditeurs de livres, selon l'origine et la catégorie de livres, Québec, 2007**

La partie unie du cercle se répartit comme dans la colonne unie (gauche). La partie rayée du cercle se répartit comme dans la colonne rayée (droite).

1. Les ventes hors Québec sont exclues.

2. Éditeurs ayant un siège social au Québec.

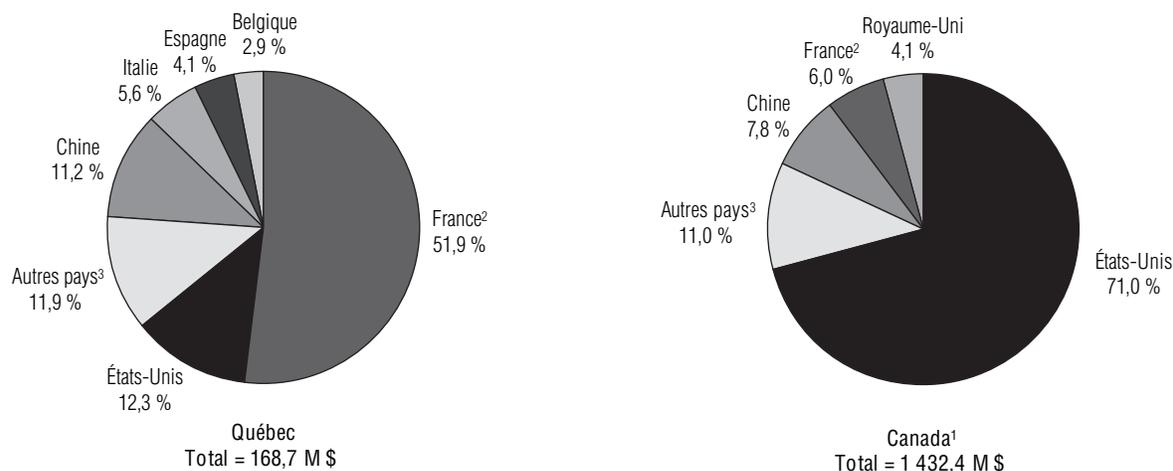
Source: Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

27. Selon l'Enquête annuelle auprès des distributeurs de livres neufs de l'OCCQ.

28. Le lieu de dédouanement reflète le point d'entrée au pays et non sa destination finale.

29. La somme des catégories SCIAN 490191 (dictionnaires et encyclopédies), SCIAN 490199 (livres et ouvrages imprimés similaires, nda) et SCIAN 490300 (albums ou livres d'images pour enfants) dont on a soustrait les importations d'éditeurs d'annuaires et de répertoires. Chaque pays à l'origine d'au moins 2 % des importations est mentionné.

Figure 9

**Répartition des importations étrangères de livres, sur une base douanière, selon le pays d'origine, au Québec et au Canada<sup>1</sup>, 2007**

1. Inclut le Québec.

2. Comprend Monaco et les Antilles françaises.

3. Les pays de cette catégorie représentent chacun moins de 2 % des importations. Inclut les réimportations canadiennes.

Source : Adapté de Statistique Canada, *Commerce international de marchandises*.

Compilation : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

nécessairement celui des éditeurs (ou des auteurs)<sup>30</sup>. Par exemple, un livre importé de la France peut être la version traduite d'un livre états-unien. Ou encore, un livre québécois peut avoir été imprimé en Chine et importé ensuite au Québec pour y être vendu<sup>31</sup>. Enfin, aucun de ces chiffres n'inclut les achats *directs individuels* (par exemple, les achats en ligne sur des sites étrangers).

Enfin, une présence équilibrée de livres d'ici et d'ailleurs sur le marché intérieur n'est pas forcément un phénomène propre au Québec. À défaut de données précises sur les parts de marché, il est cependant possible de se référer aux importations de livres par rapport aux dépenses des ménages pour l'acquisition de livres. Si le ratio ainsi calculé est comparativement faible, nous pouvons conclure que la part des produits nationaux est vraisemblablement plus élevée

qu'autrement. D'après les résultats au tableau 10, nous constatons qu'il y a un grand écart entre les valeurs des ratios de différents pays (0,19 à 0,56), mais qu'elle est inférieure à 0,5 en ce qui concerne le Québec et trois des quatre pays pour lesquels un ratio a pu être établi. Cependant, cela ne nous permet pas d'affirmer que les livres étrangers accaparent généralement moins de la moitié des marchés intérieurs. D'abord, la séparation géographique des éléments de la chaîne de production (rédaction, édition, impression et entreposage dans différents pays) ne permet pas d'associer nettement l'origine des œuvres et la valeur des flux physiques. Par ailleurs, les dépenses des ménages n'incluent pas les dépenses des établissements publics comme les écoles et les bibliothèques : leur ajout réduirait le ratio des importations. Enfin, les dépenses déclarées par les ménages peuvent comporter un biais – positif

ou négatif – qui résulterait en une mauvaise estimation du ratio. En somme, nous pouvons seulement évoquer que la part étrangère dans le marché du livre peut varier significativement d'un pays à l'autre et que cette part est vraisemblablement moins importante que dans le domaine du film.

## 1.4. RÉSUMÉ

Cette section explore la composition du marché québécois des produits de trois domaines culturels en fonction de leur provenance. L'analyse révèle que les produits étrangers cinématographiques sont très présents au Québec. Une partie importante du marché du livre est également comblée par des produits de l'extérieur, mais moins que dans le cas du cinéma. Les spectacles et la télévision, par contre, ont un cœur particulièrement québécois.

30. La forte part des importations canadiennes provenant des États-Unis reflète aussi l'intégration du marché nord-américain, car des distributeurs canadiens se servent d'entrepôts états-unien pour profiter d'économies d'échelle.

31. Inversement, un livre québécois imprimé en Chine et dédouané en Colombie-Britannique n'apparaîtra pas dans les données douanières.

Tableau 10

**Importations de livres par rapport aux dépenses des ménages<sup>1</sup> pour des livres, Québec, Canada, France, Royaume-Uni et Australie<sup>2</sup>**

	Québec 2006	Canada 2004	France 2007	Royaume-Uni 2007	Australie 2003-2004
	M\$		M€	M£	M\$ AU
Importations <sup>3</sup> de livres	157,2	1 469,6	712,9	922,5	620,6
Dépenses des ménages pour livres <sup>4</sup>	570,8	2 610,7	3 664,0	2 028,0	1 584,9
Ratio importations/dépenses	0,28	0,56	0,19	0,45	0,39

1. Les dépenses sont généralement calculées à partir des dépenses moyennes des ménages pour des livres (hebdomadaires dans le cas du Royaume-Uni et de l'Australie annuelles dans le cas du Québec et du Canada). Pour la France la donnée initiale concerne les dépenses annuelles totales des ménages pour la catégorie « édition de livres ».

2. Les quatre pays présentés le sont en raison de la disponibilité des données.

3. Les importations sont pour la catégorie 4901 (livres, brochures et autres imprimés) du système harmonisé de désignation et de codification des marchandises (SH). Conversion des données sur les importations à la devise nationale à partir des taux de conversion fournies par UN COMTRADE.

4. Pour le Québec et le Canada, la somme des dépenses pour livres, dépliants et manuels scolaires, calculée à partir des dépenses moyennes annuelles.

Sources : Québec et Canada : Adapté de Dugas (2006) et Statistique Canada, *Enquête sur les dépenses des ménages* et CANSIM tableau 203-0012, pour les dépenses des ménages.

Adapté de Statistique Canada, *Commerce international des marchandises* et Institut de la statistique du Québec, *Commerce international en ligne*, pour les importations.

France, Royaume-Uni et Australie : United Nations Statistics Division, base de données UN COMTRADE pour les importations.

France : Institut national de la statistique et des études économiques (2009) pour les dépenses des ménages.

Australie : Australian Bureau of Statistics (2006), T1 et T2, pour les dépenses des ménages.

Royaume-Uni : Office for National Statistics (2008), Table A1, pour les dépenses des ménages.

Compilation : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.



# 2

## « EXPORTATIONS » : UN EFFORT MÉRITEIRE

---

Outre quelques grands noms reconnus qui font la fierté du Québec grâce à leur réputation à l'étranger (Cirque du Soleil, Céline Dion, Robert Lepage, Denys Arcand, entre autres), peut-on dire à quel point les produits culturels québécois sont diffusés ou consommés en dehors des frontières de la province ? Les données sur ce point s'avèrent moins riches que celles qui concernent les produits étrangers offerts sur le marché québécois. Cette section a pour objectif d'établir certains indicateurs du rayonnement hors Québec des œuvres et des établissements culturels québécois dans les domaines des arts de la scène, du film et de la télévision et du livre.

### 2.1. ARTS DE LA SCÈNE

Les données disponibles en arts de la scène concernent principalement les organismes à but non lucratif (OBNL). Le tableau 11 présente des données tirées de *l'Enquête sur les industries de services : arts de la scène*, de Statistique Canada, pour 2004. Notons que les représentations en tournées, incluant celles qui se déroulent au Québec, sont proportionnellement plus nombreuses pour les OBNL québécois œuvrant dans les arts de la scène

que pour tous les OBNL canadiens du même domaine. La proportion des représentations (35,5 %) et de l'assistance (32,5 %) en tournée est plus élevée pour les compagnies du Québec que pour celles du Canada (24,2 % et 24,0 %). Plus éloquente encore, la proportion des représentations à l'extérieur du Canada est plus élevée pour les compagnies du Québec que pour celles du Canada (12,1 % comparé à 6,5 %). En ce qui concerne les revenus, la moyenne par représentation pour les compagnies québécoises est plus élevée en tournée qu'à demeure (4 872 \$ comparé à 4 842 \$), mais l'écart est faible. L'inverse est vrai pour les compagnies canadiennes : les revenus moyens en tournée ne sont que de 3 439 \$ par rapport à 5 666 \$ pour toutes les représentations. Ces différences s'expliquent par la concentration de l'activité des compagnies ontariennes dans cette province.

Les données disponibles indiquent aussi une différence notable d'une discipline à l'autre. Les tableaux 12 et 13 fournissent des renseignements sur trois disciplines des arts de la scène pour des organismes soutenus par le Conseil des arts et des lettres du Québec (CALQ).

Le premier tableau donne une indication du rayonnement à partir de la répartition des spectateurs, et le deuxième, à partir des représentations. En termes absolus, le théâtre a plus de poids, soit plus de spectateurs et de représentations. Cependant, en termes relatifs, les activités hors Québec sont plus importantes pour les organismes de danse (environ 40 % des représentations et des spectateurs) que pour le théâtre ou la musique (entre 5 % et 22 % des spectateurs et environ 11 % quant aux représentations).

Le tableau 13 fournit aussi la répartition des représentations offertes par les organismes soutenus précisément pour leurs projets hors Québec. Bien que la plupart des représentations hors Québec de ces organismes aient eu lieu ailleurs au Canada, aux États-Unis ou en France durant la période de référence, une part importante des productions se tiennent dans d'autres marchés (48,3 % des représentations en danse, 27,2 % en théâtre et 47,4 % en musique).

Précisons que les renseignements présentés dans les trois paragraphes ci-dessus ne reflètent pas forcément tout le secteur puisqu'ils

Tableau 11

**Statistiques sommaires concernant les tournées des établissements à but non lucratif en arts de la scène (portion sondée<sup>1</sup>), Québec et Canada, 2004**

	Unité	Québec	Canada <sup>2</sup>
Nombre de compagnies	n	158	436
Assistance <sup>3</sup>	n	3 768 377	13 029 049
À demeure	n	2 489 600	9 771 657
En tournée	n	1 224 045	3 129 952
Proportion en tournée	%	32,5	24,0
Représentations <sup>4</sup>	n	12 177	41 145
À demeure	n	7 603	30 618
En tournée	n	4 317	9 954
Proportion en tournée	%	35,5	24,2
Dont à l'extérieur du Canada	n	1 472	2 669
Pourcentage à l'extérieur du Canada	%	12,1	6,5
Recettes d'exploitation <sup>5</sup>	k\$	154 021	573 394
Recettes provenant des représentations	k\$	59 031	233 113
Dont les recettes tirées des tournées	k\$	21 031	34 228
Du secteur public	k\$	64 538	156 439
Du secteur privé	k\$	19 366	112 125
Recettes de spectacles moyennes, par représentation			
Toutes les représentations	\$	4 848	5 666
En tournée	\$	4 872	3 439
Assistance moyenne par représentation			
Toutes les représentations	n	309	317
En tournée	n	284	314

1. La portion sondée comprend uniquement des données qui se rapportent aux établissements observés et qui ont été pondérées afin d'être représentatives des autres établissements admissibles à l'échantillon mais non sélectionnés. La portion sondée représente environ 95 % des revenus totaux de l'industrie. Les estimations de l'industrie sont fondées sur la portion sondée durant l'enquête et sont complétées par des données administratives pour les établissements qui étaient trop petits pour être admissibles à l'échantillonnage.

2. Inclut le Québec.

3. L'assistance totale peut dépasser la somme de l'assistance aux représentations données à demeure et en tournée, car un certain nombre de représentations sont classées sous la rubrique « autres » et cette rubrique ne paraît pas dans ce tableau.

4. Les représentations totales dépassent la somme des représentations données à demeure et en tournée, car les représentations classées « autres » ne paraissent pas dans ce tableau.

5. Données arrondies sans décimale dans la source initiale.

Source : Adapté de Statistique Canada (2008c), *Les arts de la scène, tableaux de données* (87F0003XIF), 2004.

Compilation : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Tableau 12

**Spectateurs au Québec et hors Québec pour les représentations des organismes en arts de la scène soutenus par le Conseil des arts et des lettres du Québec, 2007-2008**

	Unité	Danse	Théâtre et arts du cirque	Musique	Total
Organismes	n	27	65	35	127
Représentations	n	887	6 702	1 737	9 326
Spectateurs	n	361 743	1 783 408	1 074 883	3 220 034
Au Québec	n	201 584	1 401 208	1 024 001	2 626 793
Hors Québec	n	160 159	382 200	50 882	593 241
Proportion de spectateurs hors Québec					
En 2007-2008	%	44,3	21,4	4,7	18,4
En 2006-2007	%	39,5	19,1	12,4	19,2
En 2005-2006	%	41,9	15,5	5,3	14,8

Source : Conseil des arts et des lettres du Québec.

Compilation : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

excluent une large part de l'industrie, notamment toutes les entreprises à but lucratif. D'après les données de Statistique Canada pour le Québec en 2007, les revenus d'exploitation de ces établissements sont de 329,8 M\$ comparativement à 157,5 M\$ pour les OBNL<sup>32</sup>.

La Société de développement des entreprises culturelles (SODEC) soutient aussi des tournées hors Québec des groupes et des artistes québécois dans le domaine de la musique et des variétés, incluant des organismes à but lucratif. Entre 2005-2006 et 2008-2009, 273 projets de tournées hors Québec ont bénéficié du programme d'aide à la tournée hors Québec de la SODEC, majoritairement en Europe (surtout en France)<sup>33</sup>. Le nombre de projets acceptés et celui des entreprises bénéficiaires ont augmenté en continu depuis l'année 2005-2006.

Le rayonnement hors Québec des arts est aussi observable chez les individus, par opposition aux organismes. Par exemple, en 2007-2008, le CALQ a octroyé 433 bourses à des artistes et écrivains pour des déplacements hors Québec<sup>34</sup>, soit 31,2% des 1 419 bourses remises. Les sorties des boursiers sont peut-être plus nombreuses que ce chiffre ne le suggère. Le tableau 14 indique que 75,4% de tous les boursiers ont participé au rayonnement d'œuvres québécoises hors Québec et qu'au moins 40% des boursiers de chaque discipline ont eu droit à une diffusion en dehors des marchés « usuels » du Canada, des États-Unis et de la France.

Enfin, globalement, les arts de la scène voyagent-ils beaucoup? Le

Tableau 13

**Représentations hors Québec des organismes soutenus par le Conseil des arts et des lettres du Québec, 2004-2005 et 2005-2006**

Unité	Danse		Théâtre		Musique	
	2004-2005		2005-2006			
Organismes de production soutenus au fonctionnement						
Organismes	n	22	63	33		
Représentations	n	501	6 584	1 388		
Au Québec	n	297	5 877	1 213		
Hors Québec	n	204	707	175		
Proportion hors Québec	%	40,7	10,7	12,6		
Organismes soutenus pour des projets hors Québec						
Organismes	n	19	24	25		
Représentations hors Québec	n	263	578	190		
Au Canada	n	60	122	55		
Aux États-Unis	n	37	46	26		
Au Mexique	n	8	31	28		
Dans d'autres pays des Amériques	n	—	7	—		
En France	n	39	254	19		
Au Royaume-Uni	n	28	44	10		
Dans d'autres pays d'Europe	n	79	26	34		
En Asie	n	12	26	18		
En Océanie	n	—	22	—		
En Afrique	n	—	—	—		
Ailleurs qu'au Canada, aux États-Unis ou en France	n	127	156	90		
Proportion ailleurs qu'au Canada, aux États-Unis ou en France	%	48,3	27,2	47,4		

Sources : Hardy (2007b), *Constats du CALQ*, n° 14, tableaux 6 et 13.

Hardy (2007a), *Constats du CALQ*, n° 17, tableaux 7 (p.13) et 15.

Hardy (2009), *Constats du CALQ*, n° 19, tableau 19 et annexe 2.

Conseil des arts et des lettres du Québec (2005), *Rapport annuel 2004-2005*, pour le nombre d'organismes soutenus.

Conseil des arts et des lettres du Québec (2006), *Liste des bourses et subventions accordées en 2005-2006*, pour le nombre d'organismes soutenus.

tableau 15 regroupe les quelques renseignements disponibles sur les manifestations hors frontières des arts de la scène par des compagnies d'autres pays. Les comparaisons possibles sont limitées, mais l'une des observations faites concernant le Québec est également valable ailleurs : comme dans les tableaux 12 et 13 au sujet du Québec, les représentations de troupes françaises à l'étranger dans

le domaine de la danse sont proportionnellement plus nombreuses que dans les autres disciplines. La proportion des représentations théâtrales à l'étranger semble plus élevée en Islande et moins en France qu'au Québec. Dans tous les cas, les activités à l'étranger correspondent, comme dans le cas des OBNL au Québec, à moins de la moitié de celles qui sont données à demeure.

32. STATISTIQUE CANADA (2008c).

33. D'après des renseignements tirés des rapports annuels de gestion de la SODEC pour les années 2005-2006, 2006-2007, 2007-2008 et 2008-2009.

34. CONSEIL DES ARTS ET DES LETTRES DU QUÉBEC (2008).

## 2.2. CINÉMA ET TÉLÉVISION

Les arts de la scène ne forment pas le seul domaine culturel québécois à avoir produit des étoiles sur le plan international. L'industrie québécoise du film et de la télévision a tissé des liens qui s'étendent hors Québec, et ce, non seulement lorsqu'un film ou une émission de télévision connaît une diffusion à l'étranger, mais aussi lors du financement et de la production. Malheureusement, il n'y a pas de données précises permettant d'établir l'importance de ces liens. Nous présentons néanmoins quelques mesures qui suggèrent que ces liens sont significatifs.

### 2.2.1. Films québécois à l'étranger

Sur 236 films québécois<sup>35</sup> produits et sortis en salle au Québec entre 2002 et 2008, au moins 25 ont également été diffusés en salle à l'étranger<sup>36</sup>. Toutefois, ces chiffres ne reflètent qu'en partie la présence des films québécois à l'étranger, puisque plusieurs autres ont aussi quitté nos frontières et pris l'affiche dans des festivals, des marchés et des foires ou sont disponibles sur support vidéo à l'étranger. Par exemple, 35 longs métrages québécois ont figuré au programme du Festival international du film francophone de Namur entre 2002 et 2008<sup>37</sup> et 173 films ont été présentés à l'évènement Cinéma du Québec à Paris entre 1997 et 2008<sup>38</sup>.

### 2.2.2. Tournages et financement étrangers

Les entreprises et les travailleurs québécois s'engagent aussi dans des relations internationales

Tableau 14

#### Diffusion hors Québec<sup>1</sup> des artistes et des écrivains boursiers du Conseil des arts et des lettres du Québec, 2005-2006

	Ensemble des boursiers <sup>2</sup>	Danse	Théâtre	Arts du cirque	Musique	Arts multidisciplinaires
	%					
Au cours des 3 dernières années	75,4	63,3	67,4	75,0	52,0	68,4
Dans les autres provinces du Canada	46,5	33,3	51,2	37,5	42,4	42,1
Aux États-Unis	48,7	46,7	34,9	12,5	51,7	31,6
En France	29,3	30,0	14,0	25,0	35,1	36,8
Autres pays	49,8	53,3	41,9	62,5	43,7	42,1

1. Proportion des boursiers (peu importe la catégorie de bourses) qui ont diffusé leurs œuvres à l'extérieur du Québec ou qui ont participé au rayonnement d'œuvres québécoises à l'extérieur du Québec.

2. Inclut l'architecture, les arts médiatiques, les arts visuels, les métiers d'art et la littérature, en plus des cinq disciplines dans le tableau.

Source: Hardy (2006b), *Constats du CALQ*, n° 13, Annexe 4.

Tableau 15

#### Proportion des activités à l'étranger de diverses manifestations des arts de la scène, France, Australie et Islande, 2006-2007

	%
France	
Concerts des orchestres permanents membres de l'AFO <sup>1</sup> qui ont eu lieu à l'étranger	5,0
Représentations des centres chorégraphiques nationaux qui ont eu lieu à l'étranger	24,6
Représentations des tournées des CDN <sup>2</sup> qui ont eu lieu à l'étranger	7,0
Australie	
Revenus des « opérateurs » en arts de la scène provenant de l'étranger	
Organismes à but lucratif	3,7
Organismes à but non lucratif	1,7
Islande	
Représentations de théâtre et de groupes professionnels de théâtre à l'étranger	18,2
Productions de théâtre et de groupes professionnels de théâtre à l'étranger	32,6

1. AFO = Association française des orchestres.

2. CDN = Centres dramatiques nationaux et régionaux.

Sources: Ministère de la Culture et de la Communication (France) (2009). *Chiffres clés 2009: statistiques de la culture*, p. 113, 115 et 127.

Australian Bureau of Statistics (2008). *Performing Arts 2006-07*, n° 8697.0, tableau 1.3.

Statistics Iceland (2009). *Tours of theatre and professional theatre groups abroad 1985-2008*.

35. Ces 236 films ont été repérés à l'aide de la banque de données Léo-Ernest-Ouimet, consultable à <http://diffpls.stat.gouv.qc.ca/pls/hni/hni>, et ils incluent des coproductions.

36. Vingt-cinq des 236 films québécois figurent sur les listes suivantes de *Box Office Mojo* (IMDB (2009)) entre 2002 et 2008: Worldwide, Overseas, France, United Kingdom, Australia, Switzerland, Belgium, Japan.

37. FESTIVAL INTERNATIONAL DU FILM FRANCOPHONE DE NAMUR (2009).

38. Inclut des courts métrages et des films produits avant 1997. DÉLÉGATION GÉNÉRALE DU QUÉBEC À PARIS (2009).

lorsqu'une émission de télévision ou un film étranger est tourné au Québec. Pour 2007-2008, le Groupe Nordicité (2009) estime la « valeur de production étrangère et de service<sup>39</sup> » au Québec à 120 M\$, soit 9,8 % de la valeur de la production totale (tableau 16). Notons que cette part est moins importante au Québec qu'ailleurs au Canada, ce qui reflète la concentration des tournages étrangers en Colombie-Britannique, mais aussi l'importance de la production nationale au Québec. En effet, 23,4 % du volume de production totale en territoire canadien se fait au Québec, incluant la production étrangère, mais 31,9 % du volume de production canadienne est québécois. Les tournages étrangers sont liés à l'omniprésence du cinéma états-unien, puisque 13 des 18 tournages étrangers ayant bénéficié du crédit d'impôt remboursable pour services de production cinématographique ou télévisuelle en 2007 (et 9 des 15 tournages en 2006) sont des productions états-uniennes (tableau 17).

La présence du cinéma états-unien apparaît aussi dans les activités des fournisseurs de services techniques dans ce domaine. D'après *l'Enquête sur l'industrie des services techniques aux producteurs de film, d'émission de télévision et de publicité 2007-2008*<sup>40</sup> de l'OCCQ, la grande part des recettes de l'extérieur du Québec est générée par des contrats avec des entreprises situées aux États-Unis.

Quant au financement, une partie provient de l'étranger sous forme de préventes à des télédiffuseurs

Tableau 16

**Volume de production cinématographique et télévisuelle canadienne et étrangère, Québec et Canada, 2007-2008**

	Québec		Canada		Part québécoise	
	M\$	%	M\$	%	%	
Production canadienne	1 105	90,2	3 460	66,2	31,9	
Cinématographique indépendante	119	9,7	273	5,2	43,6	
Télévisuelle indépendante	726	59,3	2 032	38,9	35,7	
Production interne <sup>1</sup>	260	21,2	1 155	22,1	22,5	
Valeur de production étrangère et de service <sup>2</sup>	120	9,8	1 765	33,8	6,8	
<b>Total</b>	<b>1 225</b>	<b>100,0</b>	<b>5 225</b>	<b>100,0</b>	<b>23,4</b>	

1. « La production interne est constituée de la programmation réalisée par les télédiffuseurs commerciaux privés, la Société Radio-Canada et son pendant anglais d'expression anglaise la Canadian Broadcasting Corporation (CBC) ainsi que les chaînes de télévision spécialisée et payante dans leurs propres installations. » (Groupe Nordicité, 2009, p. 84).

2. « Préventes et avances de distribution à l'étranger de toutes les productions qui sont certifiées par le BCPAC [Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens] de même que d'une estimation des préventes et avances de distribution de celles qui ne le sont pas et de la valeur globale des productions étrangères réalisées au Canada. » (Groupe Nordicité, 2009, p. 89).

Source: Groupe Nordicité (2009). *Profil 2009*, p. 45, 67, 80 et 88.

Tableau 17

**Pays d'origine des tournages étrangers de productions cinématographiques et télévisuelles, Québec, 2006 et 2007**

	2006	2007
	n	
Productions visées, crédit d'impôt remboursable <sup>1</sup> (« tournages étrangers »)	15	18
Canada	1	3
États-Unis	9	13
France	2	1
Allemagne	2	—
Royaume-Uni	1	1

1. Productions ayant bénéficié de crédit d'impôt remboursable pour services de production cinématographique ou télévisuelle.

Source: Société de développement des entreprises culturelles.

ou des distributeurs et une autre, à des coproducteurs hors Québec. Le tableau 18 indique que la part du financement des productions cinématographiques et télévisuelles indépendantes venant de préventes à l'étranger est faible, mais plus élevée pour les coproductions que pour les films entièrement québé-

cois. En 2007-2008, les parts des préventes dans le financement total sont respectivement de 4,2 % et de 2,0 % seulement.

Le financement des coproducteurs est nettement plus significatif. Premièrement, leur contribution financière est importante pour les

39. C'est-à-dire les « préventes et avances de distribution à l'étranger de toutes les productions qui sont certifiées par le BCPAC [Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens], de même que d'une estimation des préventes et avances de distribution de celles qui ne le sont pas et de la valeur globale des productions étrangères réalisées au Canada. » (GROUPE NORDICITÉ, 2009, p. 89). Ce chiffre reflète largement la part provinciale du devis des productions étrangères.

40. Les résultats de cette enquête paraîtront dans un bulletin de l'OCCQ au cours de 2010, sous la signature de Sylvie Marceau.

coproductions, car elle excède 50 % du devis de production (tableau 18), mais comporte de fortes différences selon le type de production (figure 10). Deuxièmement, l'apport des coproductions contribue significativement au budget des productions cinématographiques et télévisuelles québécoises. D'une part, elles constituent environ le tiers des devis des productions indépen-

dantes (figure 11). D'autre part, les coproducteurs fournissent environ 20 % du financement de toutes les productions (figure 12).

Soulignons, en terminant, que la France et le Canada sont de loin les principaux partenaires coproducteurs<sup>41</sup>. Par exemple, sur 75 longs métrages destinés au cinéma produits en 2006 et en 2007, 26 ont été

coproduits dont 12 avec des partenaires en France et 11 avec des partenaires au Canada hors Québec<sup>42</sup>.

Tous ces indicateurs suggèrent que plusieurs entreprises québécoises du domaine du cinéma et de la télévision sont actives sur la scène internationale tout en reconnaissant qu'une importante part de cette activité se déroule au Québec.

Tableau 18

**Répartition du financement hors Québec de productions cinématographiques et télévisuelles indépendantes, productions québécoises et coproductions, Québec, 2004-2008**

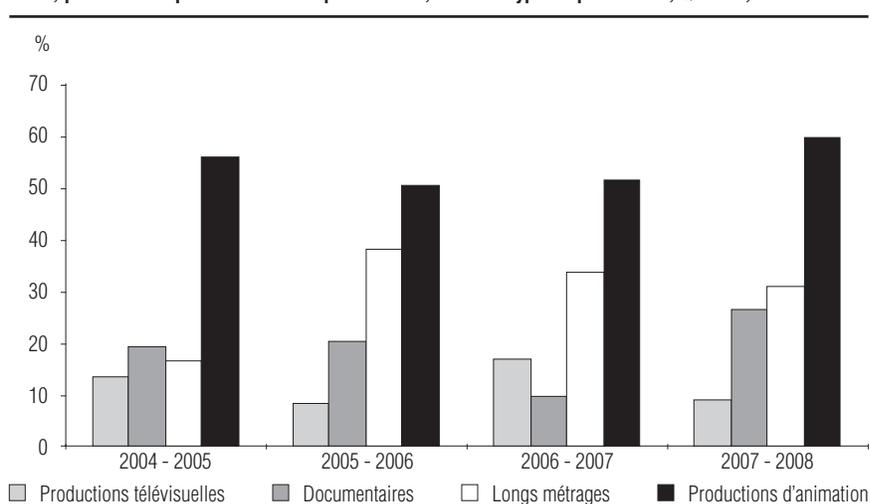
	Unité	Productions québécoises				Coproductions			
		2004-2005	2005-2006	2006-2007	2007-2008	2004-2005	2005-2006	2006-2007	2007-2008
Préventes									
À des télédiffuseurs hors Québec	%	1,4	0,8	0,6	0,2	1,1	0,4	1,3	0,5
À des distributeurs étrangers	%	2,1	3,2	0,7	1,6	3,1	4,3	4,3	3,4
À des exportateurs	%	–	–	–	0,2	–	1,1	–	0,3
Financement des coproducteurs	%	–	–	–	–	56,7	63,4	58,8	63,5
Financement total <sup>1</sup>	M\$	506,0	556,6	501,4	550,4	283,3	248,1	294,0	228,8
Nombre d'œuvres	n	419	464	383	444	68	69	55	61

1. Québec et hors Québec.

Source : Société de développement des entreprises culturelles.

Figure 10

**Apport du financement des productions cinématographiques et télévisuelles venant des coproducteurs, productions québécoises et coproductions, selon le type de production, Québec, 2004 à 2008**



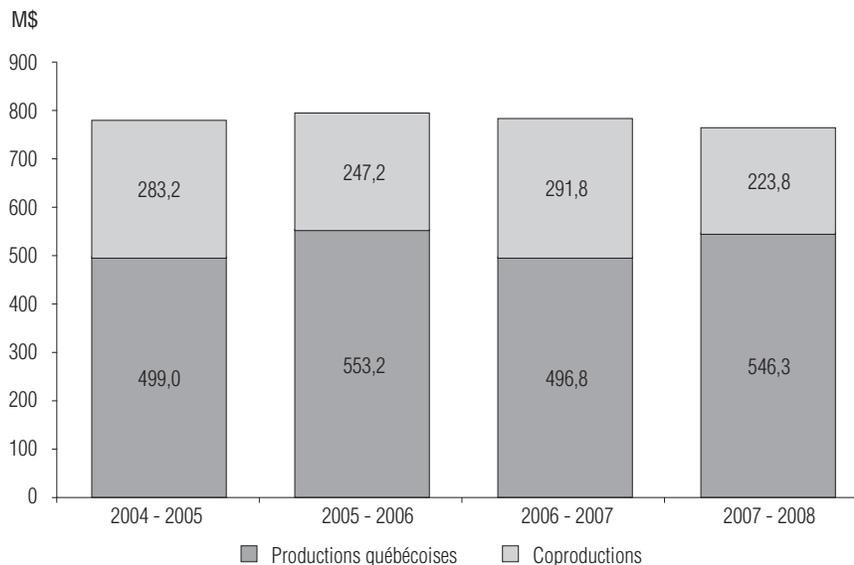
Source : Société de développement des entreprises culturelles.

Compilation : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

41. Il n'y a pas d'accord de coproduction officiel avec les États-Unis. Il n'y a donc pas de coproductions avec les États-Unis.

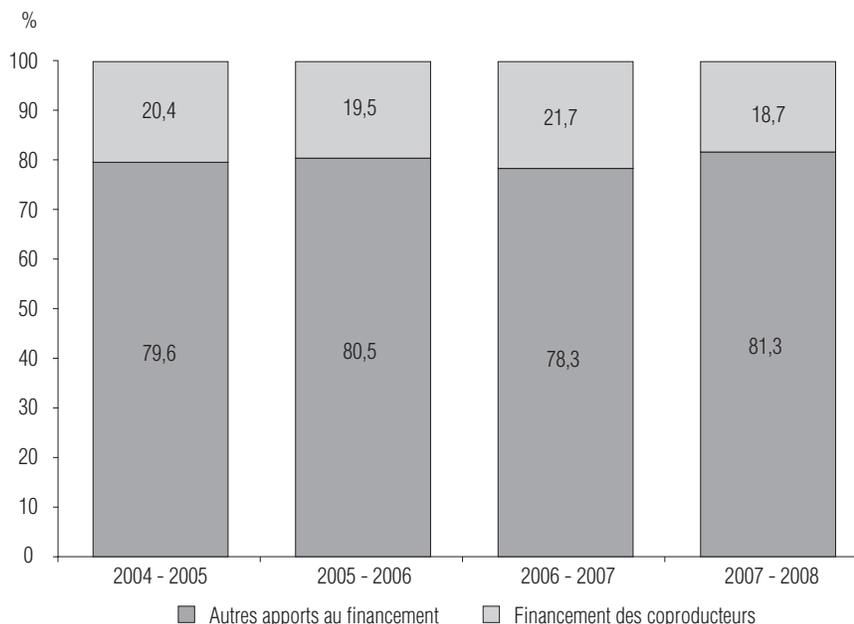
42. D'après des renseignements extraits du *Répertoire audiovisuel Québec* de la CINÉMATHEQUE QUÉBÉCOISE (2010).

Figure 11

**Coûts de productions cinématographiques et télévisuelles indépendantes, productions québécoises et coproductions, Québec, 2004 à 2008**

Source : Société de développement des entreprises culturelles.

Figure 12

**Répartition du financement de productions cinématographiques et télévisuelles indépendantes<sup>1</sup>, provenant des coproducteurs et d'autres apports, Québec, 2004 à 2008**

1. À l'exception des productions non admissibles au Programme québécois de crédits d'impôts.

Source : Société de développement des entreprises culturelles.

**2.3. LIVRE**

Contrairement aux produits des deux autres domaines, des données précises sur les ventes de livres hors Québec sont systématiquement compilées depuis plusieurs années. Elles démontrent qu'en dépit d'une progression des exportations, la participation à l'étranger demeure relativement faible. À 73,9 M\$ en 2007, les ventes hors Québec sont importantes en termes absolus, mais ne représentent qu'une faible part des ventes finales totales (tableau 19). En effet, la valeur des ventes de livres hors Québec par les éditeurs et les distributeurs québécois n'est que de 8,9 % de celle des ventes finales, y compris les ventes hors Québec de livres des distributeurs et des éditeurs installés au Québec.

Les ventes de livres hors Québec sont nettement plus fortes chez les éditeurs (figure 13) en termes absolus et relatifs que chez les distributeurs. Ainsi, les ventes de livres des éditeurs représentent 56,6 M\$ (24,0 % de leurs ventes totales), tandis que celles des distributeurs se situent à 17,3 M\$ (5,7 % de leurs ventes totales) en 2007 (tableau 20). De surcroît, l'écart entre la part des éditeurs et celle des distributeurs augmente depuis 2003.

Où se rendent les livres vendus hors Québec, c'est-à-dire à l'étranger et ailleurs au Canada ? D'après les données de Statistique Canada (2009h), les éditeurs de livres au Québec enregistrent 37,7 M\$ d'exportations (livraisons) et d'autres ventes (incluant les droits) à l'étranger en 2006. Les ventes hors Québec de droits des éditeurs du Québec atteignent 1,6 M\$ en 2007<sup>43</sup>. On peut donc conclure que

43. OBSERVATOIRE DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS DU QUÉBEC (2009f).

Tableau 19

**Ventes<sup>1</sup> de livres neufs par le réseau de détail<sup>2</sup> et ventes finales<sup>3</sup>, selon la catégorie de points de vente, Québec, 2007**

	k\$	%
Ventes finales au Québec	761 219,8	91,1
Du réseau de détail	638 413,5	76,4
Des distributeurs	5 022,3	0,6
Des éditeurs	117 783,9	14,1
Ventes hors Québec	73 915,2	8,9
Des distributeurs	17 346,7	2,1
Des éditeurs	56 568,5	6,8
<b>Total des ventes finales</b>	<b>835 134,9</b>	<b>100,0</b>

1. La valeur des ventes est calculée sur la base des ventes nettes, c'est-à-dire les ventes moins les retours.

2. Le réseau de détail comprend les librairies, les magasins à grande surface et les autres points de vente (tabagies, animaleries, etc.).

3. Les ventes finales sont des ventes aux particuliers et aux collectivités. Ces livres ne sont pas destinés à la revente.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, *Enquête mensuelle sur les ventes de livres neufs*.

Tableau 20

**Part des ventes nettes de livres neufs hors Québec, éditeurs et distributeurs au Québec, 2007**

	Unité	2007
Par les éditeurs <sup>1</sup>		
Total	k\$	235 949,5
Hors Québec	k\$	56 568,5
Part hors Québec	%	24,0
Par les distributeurs		
Total	k\$	304 958,9
Hors Québec	k\$	17 346,7
Part hors Québec	%	5,7
Ventes		
Total	k\$	540 908,4
Hors Québec	k\$	73 915,2
Part hors Québec	%	13,7

1. Ventes sans l'intermédiaire d'une maison de distribution.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, *Enquête mensuelle sur les ventes de livres neufs*.

les droits constituent une faible part des revenus et que les ventes de livres neufs hors Québec des éditeurs (47,3 M\$) s'effectuent surtout à l'extérieur du Canada<sup>44</sup>.

Par ailleurs, les données douanières indiquent que le gros des exportations de livres<sup>45</sup>, à partir du Québec et du Canada, se dirigent vers les États-Unis (figure 14). Cela n'a rien d'étonnant, étant donné la taille du marché états-unien et l'ampleur des échanges commerciaux entre le Canada et les États-Unis. Mais il est possible que la destination finale soit différente puisqu'il peut être plus économique de desservir d'autres marchés à partir d'entrepôts situés aux États-Unis. De plus, ce ne sont pas nécessairement des livres québécois, puisque le Québec peut servir simplement de point d'expédition, ni de livres canadiens, car ils peuvent être imprimés ici sans que l'éditeur ou l'auteur soient d'ici<sup>46</sup>. La France est le deuxième marché pour les livres quittant le Québec (10,1 %) et le Canada (4,3 %).

Enfin, les ventes hors Québec des éditeurs et des distributeurs québécois donnent un aperçu du rayonnement des œuvres québécoises à l'extérieur, mais elles ne tiennent pas entièrement compte de la dimension artistique<sup>47</sup> des œuvres puisqu'un auteur québécois peut être édité hors Québec. Les ventes de droits hors Québec des éditeurs totalisent 1,6 M\$ en 2007, ce qui n'inclut pas les sommes perçues directement par des auteurs québécois à l'étranger.

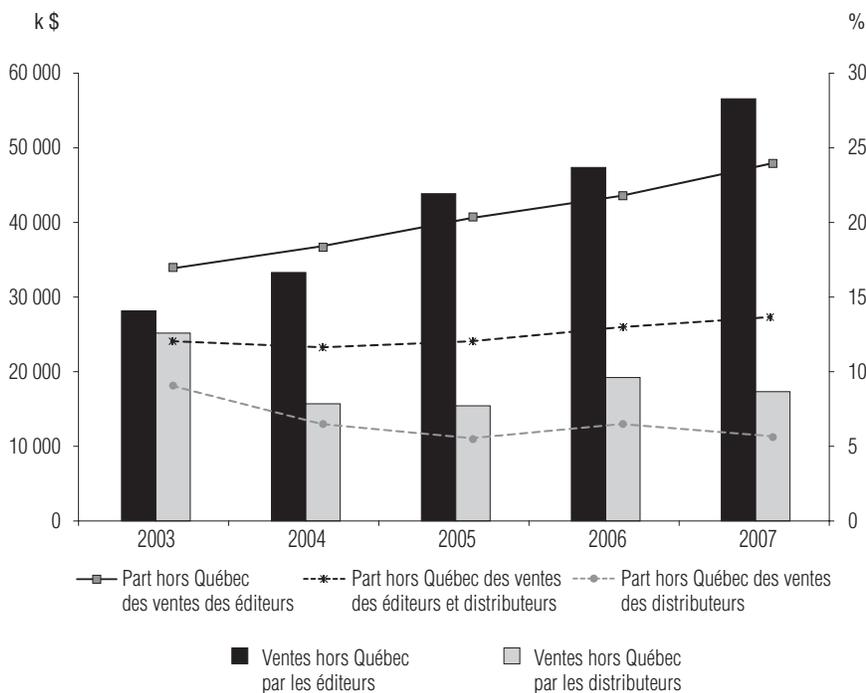
44. Par ailleurs, une étude menée pour Patrimoine Canada affirme : « Puisque tous les distributeurs de livres de langue française sont situés au Québec, compte tenu du nombre limité de librairies de langue française dans les autres provinces canadiennes, il leur est à peu près impossible de desservir adéquatement [les communautés francophones]. » (ÉDINOVA, 2008.) Les ventes au Canada hors Québec des distributeurs seraient alors moins importantes que les ventes à l'étranger.

45. La somme des catégories SCIAN 490191 (dictionnaires et encyclopédies), SCIAN 490199 (livres et ouvrages imprimés similaires, nda) et SCIAN 490300 (albums ou livres d'images pour enfants) dont on a retiré les importations d'éditeurs d'annuaires et de répertoires. Cependant, la destination indiquée des exportations n'est pas nécessairement la destination finale.

46. Toutefois, ce phénomène peut être moins courant que celui de l'impression de livres « québécois » outre-mer.

47. En comparaison avec la dimension industrielle.

Figure 13  
**Ventes nettes de livres neufs hors Québec et parts des ventes hors Québec<sup>1</sup> dans les ventes propres, éditeurs et distributeurs, Québec, 2003-2007**



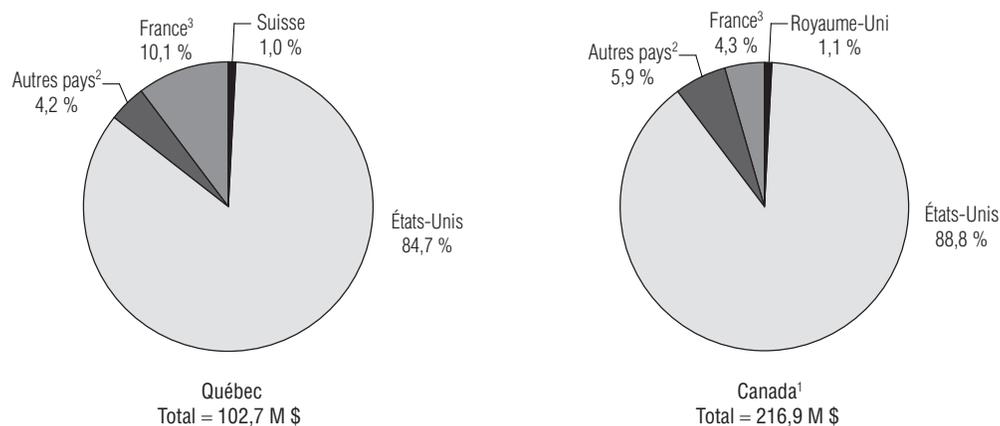
1. La part hors Québec des ventes finales est calculée à partir de l'ensemble des ventes finales au Québec plus les ventes hors Québec des éditeurs et distributeurs au Québec.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, *Enquête mensuelle sur les ventes de livres neufs*.

## 2.4. RÉSUMÉ

Pour clore notre exploration de la présence à l'étranger des produits québécois des trois domaines culturels à l'étude, notons que – même si nous manquons de données probantes sur deux des trois domaines – un portrait général se dessine : les produits et les établissements culturels québécois participent aux marchés internationaux, mais l'essentiel de l'activité se déroule au Québec.

Figure 14  
**Répartition des exportations à l'étranger de livres, selon le pays destinataire, sur une base douanière, Québec et Canada<sup>1</sup>, 2007**



1. Inclut le Québec.

2. Chaque pays dans ce groupe représente moins de 1% des importations.

3. Comprend Monaco et les Antilles françaises.

Source : Adapté de Statistique Canada, *Commerce international de marchandises*.

Compilation : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.



# 3

## COMPOSANTES DE LA BALANCE COMMERCIALE DE PRODUITS CULTURELS

---

Dans le chapitre 1, le survol du marché québécois de certains produits culturels a permis de démontrer que les productions québécoises occupent une part importante du marché national sauf dans le cas du film, où cette part n'est que de 10 %. Dans le chapitre 2, nous avons documenté – malgré des données éparses – certains flux de produits québécois à l'extérieur de la province qui, toutefois, semblent moins importants que l'activité intérieure. Enfin, le présent chapitre précise la valeur des flux commerciaux associés aux produits culturels des domaines des arts de la scène, du film et de la télévision et du livre et permet ainsi d'évaluer la balance commerciale de ces produits.

### 3.1. COMMERCE INTERNATIONAL DE BIENS CULTURELS

Le Québec est l'une de trois provinces canadiennes affichant une balance commerciale de biens culturels positive, d'après les données de Statistique Canada<sup>48</sup> (ta-

bleau 21). Bien qu'encourageant, ce résultat est limité pour trois raisons :

1. Il ne fait référence qu'aux biens et n'inclut pas les services. La distinction est importante, car les produits culturels n'ont pas tous une forme tangible. Tel est le cas, par exemple, des émissions de télévision et des spectacles. De plus, les services peuvent avoir beaucoup de poids dans la balance : les services représentent 59 % des exportations et 42 % des importations de produits culturels canadiens en 2006<sup>49</sup>.
2. Les données sont recueillies sur une base douanière. Bien que des correctifs puissent être apportés en ce qui a trait aux exportations pour permettre de les attribuer à la province de fabrication du produit plutôt qu'à la province de sortie, les importations présentent un autre genre de problème puisque la destination finale n'est pas toujours connue au moment du dédouanement.

3. Ces données ne reflètent que les échanges internationaux. Les échanges interprovinciaux peuvent aussi s'avérer importants : on estime que 38 % du commerce extérieur du Québec, tous biens et services confondus, s'effectue avec les autres provinces canadiennes<sup>50</sup>.

Nous avons donc cherché à offrir un portrait plus précis des échanges de produits culturels. Dans ce qui suit, nous présentons d'abord les résultats globaux de nos travaux et, ensuite, des renseignements propres à chaque maillon des trois domaines culturels étudiés.

### 3.2. COMMERCE EXTÉRIEUR DE PRODUITS CULTURELS

Nous avons examiné trois domaines culturels afin de jeter les bases d'une mesure du commerce extérieur en cette matière. Les résultats de notre analyse, présentés au tableau 22 et à la figure 15, indiquent qu'en 2006 et en 2007, les

48. STATISTIQUE CANADA (2009e). Les deux autres provinces sont Terre-Neuve-et-Labrador et l'Île-du-Prince-Édouard.

49. D'après les données de STATISTIQUE CANADA (2009e) et (2009f).

50. INSTITUT DE LA STATISTIQUE DU QUÉBEC (2008a).

importations excédaient les exportations quant aux domaines des arts de la scène, du film et de la télévision et du livre. Le volume du commerce extérieur est plus élevé en ce qui concerne le cinéma et la télévision que dans les deux autres domaines, à la fois en matière d'exportation et d'importation. En fait, les exportations de ce domaine forment plus des trois quarts des exportations mesurées dans notre étude et presque les deux tiers de toutes les importations mesurées (figure 16). Comparativement au domaine du livre, les exportations en film et télévision sont cinq fois plus importantes et les importations, deux fois plus fortes. Par rapport aux arts de la scène, les exportations et les importations du domaine du film et de la télévision ont 10 fois plus d'ampleur. Par ailleurs, le domaine des arts de la scène affiche le plus faible commerce extérieur.

Ces magnitudes s'expliquent en partie par la taille relative de chaque secteur. Idéalement, nous devrions comparer les exportations et les importations avec la taille de chaque secteur, mesurée par son produit intérieur brut (PIB). À défaut de PIB sectoriel, nous utilisons un indice de l'importance des ventes<sup>51</sup> au Québec (tableau 23). Dans cette perspective, le domaine du livre se détache des deux autres quant aux exportations proportionnellement plus faibles et aux importations proportionnellement plus fortes. Le ratio des exportations aux ventes est de 0,10 pour le livre mais de 0,20 pour les arts de la scène et de 0,16 pour le cinéma et la télévision en 2007, tandis que celui des importations est de 0,3 en moyenne pour le livre mais de 0,19 à 0,30 pour les deux

Tableau 21

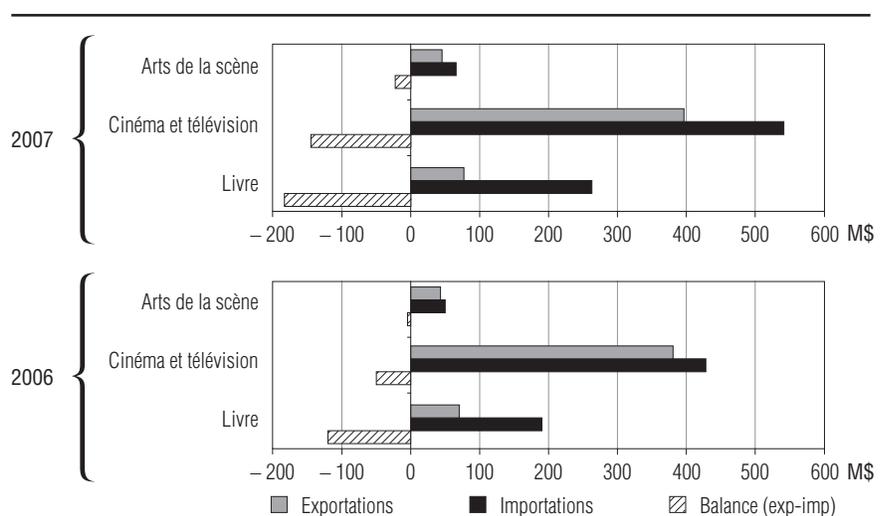
**Commerce international de biens de la culture, sur une base douanière, Québec et Canada, 2004-2008**

	2004	2005	2006	2007	2008
	M\$ courants				
Exportations					
Québec	724,1	778,5	672,5	578,9	528,0
Canada <sup>1</sup>	2 398,4	2 374,1	2 072,5	1 955,7	1 710,1
Importations					
Québec	407,0	500,2	393,8	430,1	450,4
Canada <sup>1</sup>	3 930,5	4 041,5	3 920,4	3 961,0	4 061,9
Balance commerciale					
Québec	317,2	278,2	278,7	148,8	77,5
Canada <sup>1</sup>	-1 532,1	-1 667,4	-1 848,0	-2 005,3	-2 351,8

1. Incluant le Québec.

Source : Adapté de Statistique Canada (2009e), *Commerce des biens de la culture, tableaux de données* (87007X), 2008.

Figure 15

**Exportations, importations et balance commerciale de trois domaines culturels, Québec, 2006 et 2007**

Source : D'après les estimations et les compilations du tableau 22.

autres domaines (tableau 24). Ainsi, même si les films étrangers inondent le Québec, c'est dans le domaine du livre que le déficit commercial est le plus marqué (un ratio de la balance aux ventes de -0,24 en 2007 et de -0,10 et de -0,06 dans les deux autres domaines). Cela

s'explique par le secteur télévisuel plus vaste et plus « québécois » qui abaisse le ratio du domaine du cinéma et de la télévision. La section 3.3 précise davantage la nature des chiffres apparaissant au tableau 22.

51. Il ne s'agit pas d'une évaluation complète de la taille de chaque secteur puisque certains éléments sont mesurés partiellement. En particulier, le marché du matériel vidéo devrait inclure les recettes des détaillants mais cette information n'est pas disponible ; les ventes de livres n'incluent ni les ventes de droits ni les redevances ; les recettes de billets de spectacles n'incluent que les spectacles payants.

Tableau 22

**Exportations, importations et balance commerciale de trois domaines culturels, Québec, 2006 et 2007**

	Arts de la scène	Cinéma et télévision	Livre	Total
	\$			
<b>2006</b>				
Exportations				
Production	40 619 344	209 327 915	50 044 153	299 991 412
Distribution et diffusion	2 856 045	163 083 772	19 430 535	185 370 352
Total	43 475 389	372 411 687	69 474 688	485 361 764
Importations				
Production	31 985 747	5 248 522	22 825 444	60 059 713
Distribution et diffusion	16 294 641	414 563 688	164 088 876	594 947 205
Total	48 280 388	419 812 209	186 914 320	655 006 917
Balance (exportations-importations)				
Production	8 633 597	204 079 393	27 218 709	239 931 699
Distribution et diffusion	-13 438 596	-251 479 915	-144 658 341	-409 576 852
Total	-4 804 999	-47 400 522	-117 439 632	-169 645 153
<b>2007</b>				
Exportations				
Production	40 862 608	208 450 321	59 478 617	308 791 547
Distribution et diffusion	2 992 601	179 383 329	17 346 686	199 722 616
Total	43 855 209	387 833 651	76 825 303	508 514 163
Importations				
Production	30 627 783	5 034 656	23 731 745	59 394 184
Distribution et diffusion	34 789 008	524 793 610	232 842 751	792 425 370
Total	65 416 792	529 828 266	256 574 497	851 819 555
Balance (exportations-importations)				
Production	10 234 825	203 415 665	35 746 872	249 397 362
Distribution et diffusion	-31 796 407	-345 410 281	-215 496 065	-592 702 753
Total	-21 561 582	-141 994 616	-179 749 193	-343 305 391

Sources : Observatoire de la culture et des communications :

*Enquête sur les exportations québécoises de spectacles.**Enquête sur la fréquentation des spectacles au Québec.**Enquête mensuelle sur les ventes de livres neufs.**Enquête annuelle auprès des distributeurs de livres neufs.**Enquête sur les projections cinématographiques.**Enquête sur l'industrie des services techniques aux producteurs de film, d'émission de télévision et de publicité.*

Adapté de Statistique Canada :

*Arts de la scène 2006 (87F0003X), juin 2008, 2006.**Production cinématographique, télévisuelle et vidéo (87010X), juillet 2009, 2007.**Distribution de films cinématographiques et de vidéos (87F0010X), mai 2009, 2007.**Les éditeurs de livres (87F0004X), avril 2009, 2007.**Postproduction cinématographique, télévisuelle et vidéo 2006 (87009X), février 2009, 2007.**Commerce international de marchandises*

Fondé sur Statistique Canada :

*Enquête sur les industries de service. Éditeurs de livres, 2006.**Enquête sur les industries de service. Production cinématographique, télévisuelle et vidéo, 2006.**Enquête sur les industries de service. Distribution de productions cinématographiques et de vidéos, 2006.**Base de données sur la radiodiffusion et la télécommunication, 2006 et 2007.*

Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes :

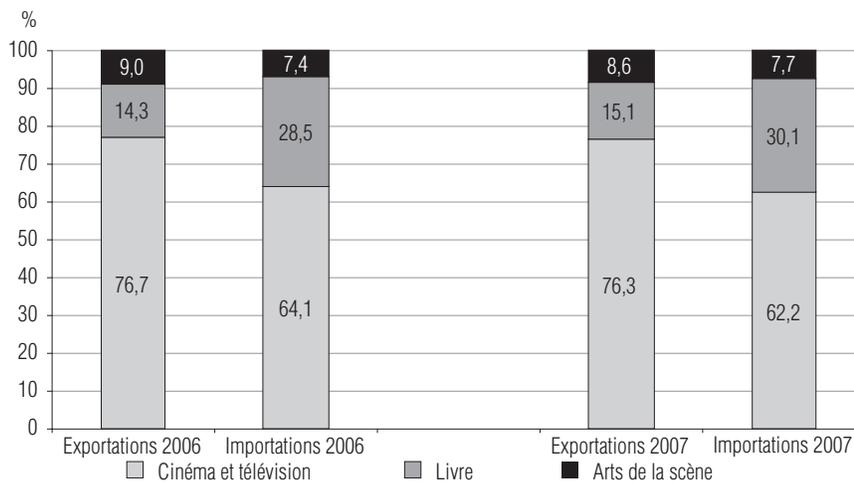
*Relevés financiers concernant les services spécialisés, payants, à la carte et de vidéo sur demande, 2004-2008.**Relevés financiers concernant la distribution de radiodiffusion 2004-2008.**Rapport de surveillance des communications 2008.*

Régie du cinéma :

Données disponibles dans la publication *Statistiques sur l'industrie du film et de la production télévisuelle indépendante* de l'Observatoire de la culture et des communications du Québec.*Rapport annuel de gestion 2007-2008.*Institut de la statistique du Québec, *Commerce international en ligne.*

Compilation : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Figure 16

**Répartition des exportations et des importations de chaque domaine culturel étudié, Québec, 2006 et 2007**

Source : D'après les estimations et les compilations du tableau 22.

Tableau 23

**Données pour le calcul des ratios<sup>1</sup>, Québec, 2006 et 2007**

	2006	2007
	M\$	
Ventes de billets de spectacles	198,7	219,8
Revenus de quatre catégories <sup>2</sup> en cinéma et télévision	2 262,4	2 452,6
Ventes finales de livres	699,6	761,2

1. Les ratios au tableau 24.

2. Revenus des télédiffuseurs conventionnels privés, revenus d'abonnement EDR et SRD pour abonnés québécois, recettes de salles de cinéma et de ciné-parcs et revenus de distribution au Québec de matériel vidéo.

Sources : Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes. *Relevés financiers concernant la distribution de radiodiffusion 2004-2008* pour les revenus d'abonnement des télédiffuseurs. Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes. *Relevés financiers concernant la télévision traditionnelle 2004-2008* pour les revenus des télédiffuseurs conventionnels privés. Régie du cinéma pour les revenus de distribution de matériel vidéo. Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec pour les ventes de billets de spectacles et de livres.

Tableau 24

**Exportations, importations et balance commerciale des trois domaines culturels étudiés, par rapport aux ventes, aux revenus ou à la demande finale, Québec, 2006 et 2007**

	Arts de la scène	Cinéma et télévision	Livre
	Ratio		
Exportations			
2006	0,22	0,16	0,10
2007	0,20	0,16	0,10
Importations			
2006	0,24	0,19	0,27
2007	0,30	0,22	0,34
Balance commerciale			
2006	-0,02	-0,02	-0,17
2007	-0,10	-0,06	-0,24

Source : Compilation de l'Observatoire de la culture et des communications du Québec d'après les données des tableaux 22 et 23.

Les données (tableau 22) indiquent aussi que les producteurs exportent plus qu'ils importent, que les distributeurs et les diffuseurs importent plus qu'ils exportent et, à l'exception des arts de la scène, que les importations en matière de distribution et de diffusion sont plus grandes que les exportations de production. Deux faits ressortent de ce constat : une plus forte présence de produits non québécois au Québec que de produits québécois à l'extérieur, et le rôle significatif des distributeurs et des diffuseurs quant aux choix de consommation possibles.

Enfin, l'examen des ratios des exportations et des importations pour chaque domaine au regard de toute l'économie québécoise (figure 17) suggère que ces trois domaines sont moins « ouverts » que l'économie québécoise en général, pour laquelle les ratios d'exportation et d'importation sur la demande finale se situent légèrement au-dessus de 0,5 comparativement aux ratios d'exportation et d'importation pour la culture qui n'excèdent pas 0,35. En d'autres termes, le commerce extérieur contribue moins aux flux économiques des industries culturelles étudiées que dans d'autres secteurs économiques. En fait, dans son ensemble, le Québec exporte et importe principalement des biens plutôt que des services, mais les industries productrices de services génèrent la plus grande part de l'activité économique. Dans la mesure où les services traversent plus difficilement les frontières de par leur nature et que les produits culturels comportent principalement des services, notre résultat n'a rien d'étonnant.

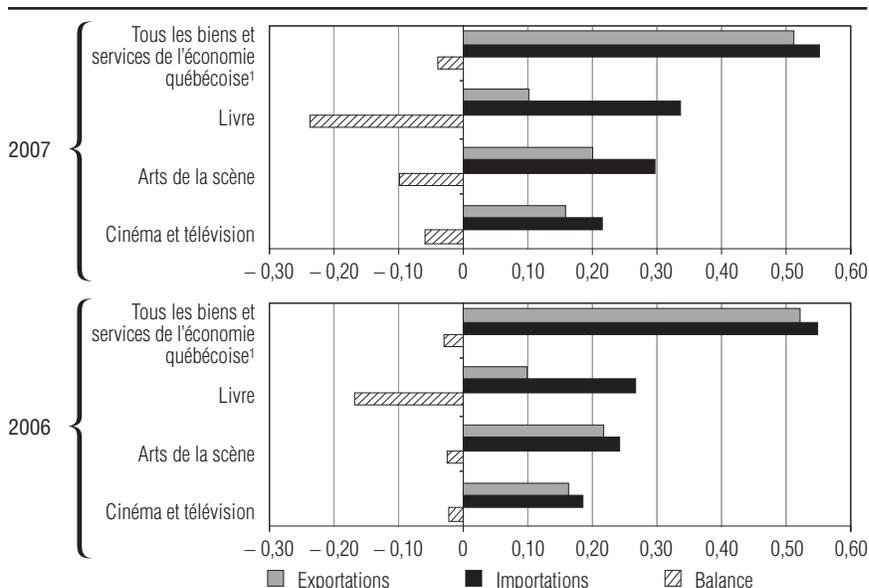
### 3.3. VALEUR DES IMPORTATIONS ET DES EXPORTATIONS

Au regard de chacun des trois domaines étudiés, ventilons maintenant les importations et les exportations selon les divers maillons de la chaîne culturelle, explicitant du même coup les données du tableau 22. Soulignons d'abord que, dans les tableaux 25, 26, 28 et 30, la valeur fournie fait référence à la somme reçue ou versée par les établissements œuvrant dans la catégorie d'activité nommée dans la colonne de gauche<sup>52</sup>. Cette évaluation est différente de celle que présentent les chapitres 1 et 2 puisque la valeur de l'importation dépend de l'étape à laquelle le produit entre au Québec. Par exemple, l'accueil d'un artiste étranger pour un spectacle produit par un établissement québécois représente une importation plus faible que l'accueil d'un spectacle comparable produit par un établissement étranger, parce que seule une partie des revenus est remise à une entité hors Québec.

Dans la plupart des cas, il s'agit d'échanges extérieurs, c'est-à-dire entre le Québec et des entités hors Québec, y compris les autres provinces canadiennes. Nous signalons les situations où les chiffres ne font référence qu'au commerce international (entre le Québec et des pays étrangers). La méthode d'estimation utilisée varie d'une composante à l'autre en raison des sources de données, et n'est décrite que sommairement ici pour ne pas alourdir le texte. Un document méthodologique plus détaillé qui décrit les sources, les paramètres et les calculs est consultable

Figure 17

**Exportations, importations et balance commerciale des trois domaines culturels étudiés et l'économie québécoise, mesure proportionnelle aux ventes, aux revenus ou à la demande finale, Québec, 2006 et 2007**



1. Tous les biens et services de l'ensemble de l'économie québécoise. Les valeurs utilisées pour calculer les ratios pour l'économie québécoise sont en G\$: exportations de 150,1 en 2006 et de 152,7 en 2007; importations de 158,2 en 2006 et de 164,0 en 2007; demande intérieure finale de 288,1 en 2006 et de 307,0 en 2007.

Sources : Ratios du tableau 24 selon les données des tableaux 22 et 23.

Institut de la statistique du Québec (2009b). *Produit intérieur brut selon les dépenses*, [http://www.stat.gouv.qc.ca/donstat/econm\\_finnc/conjn\\_econm/compt\\_econm/cea2\\_2.htm](http://www.stat.gouv.qc.ca/donstat/econm_finnc/conjn_econm/compt_econm/cea2_2.htm).

Compilation : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

sur le site Web de l'Observatoire de la culture et des communications du Québec<sup>53</sup>.

#### 3.3.1. Arts de la scène

Les données sur les exportations de spectacles des producteurs proviennent de l'*Enquête sur les exportations québécoises de spectacles 2007-2008* de l'OCCQ pour 2007. Pour 2006, la valeur est imputée à partir des résultats de 2007 et des données de Statistique Canada sur les recettes d'exploitation des arts de la scène<sup>54</sup>. En 2007-2008, les compagnies québécoises ont tiré environ 41 M\$ en cachets et autres formes de revenus asso-

ciés aux spectacles présentés hors Québec (tableau 25). Nous y avons ajouté un pourcentage des recettes de spectacles présentés lors d'un festival afin de prendre en compte les achats de billets par les touristes non québécois aux festivals en arts de la scène ayant un attrait international.

Les importations de spectacles sont estimées proportionnellement aux recettes de billetterie pour les spectacles provenant de l'extérieur du Québec. Les données de base sont tirées de l'*Enquête sur la fréquentation des spectacles* de l'OCCQ et la proportion est dérivée des données

52. Une autre méthode serait de procéder par produit, ce qui pourrait modifier la présentation mais non le résultat.

53. <http://www.stat.gouv.qc.ca/observatoire>.

54. Les recettes d'exploitation sont tirées de STATISTIQUE CANADA (2008c).

du CALQ<sup>55</sup> et du MCCCCF<sup>56</sup> sur les dépenses pour achats de spectacles et cachets. Nous y ajoutons les dépenses hors Québec des producteurs de spectacles québécois estimées à partir de l'*Enquête sur les exportations québécoises de spectacles 2007-2008* de l'OCCQ. En 2007, la valeur des spectacles importés par des diffuseurs s'élevait à 34,8 M\$, soit presque le double de la valeur estimée des importations de l'année précédente, surtout en raison de l'augmentation des recettes de billetterie pour des spectacles de chanson autre que francophone. Les importations des producteurs comprennent les paiements versés par des producteurs de spectacles à des artistes et à des groupes non québécois qui offrent des spectacles au Québec (38 % du total) ainsi que les dépenses hors Québec de compagnies québécoises en tournée (62 % du total), telles que recueillies par l'*Enquête sur les exportations québécoises de spectacles 2007-2008*.

En 2007, la balance commerciale négative de ce domaine est de 21,6 M\$, relativement faible comparée à la taille du marché final (recettes de billetterie de 219 M\$ au Québec en 2007<sup>57</sup>). La balance indiquée pour 2006 est fournie à titre indicatif seulement, étant donné l'approximation des chiffres sur les activités hors Québec de compagnies québécoises.

### 3.3.2. Cinéma et télévision

En comparaison, les activités en cinéma et télévision sont diversifiées et constituent le champ le plus vaste et le moins linéaire des trois domai-

Tableau 25

**Exportations, importations et balance commerciale pour les arts de la scène, Québec, 2006 et 2007**

	2006	2007
	\$	
Exportations		
Producteurs	40 619 344 <sup>1</sup>	40 862 608 <sup>1</sup>
Diffuseurs	2 856 045	2 992 601
Importations		
Producteurs	31 985 747 <sup>2</sup>	30 627 783 <sup>2</sup>
Diffuseurs	16 294 641	34 789 008
Exportations totales	43 475 389	43 855 209
Importations totales	48 280 388	65 416 791
<b>Balance commerciale</b>	<b>-4 804 999</b>	<b>-21 561 582</b>

1. Estimation à utiliser avec circonspection, fournie à titre indicatif seulement.

2. Une composante de cette donnée est de faible qualité. À interpréter avec prudence.

Sources : Observatoire de la culture et des communications du Québec :

*Enquête sur les exportations québécoises de spectacles.*

*Enquête sur la fréquentation des spectacles au Québec.*

Adapté de Statistique Canada (2009a), *Arts de la scène* (87F0003X), 2007 et 2006.

Compilation : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

nes étudiés. Pour cette étude, nous évaluons les produits audiovisuels qui arrivent aux consommateurs de trois façons : au cinéma (exploitants de salle et de ciné-parc), sur DVD pour usage privé (détaillants) et à la télévision (télédiffuseurs)<sup>58</sup>. Le rôle du distributeur est primordial pour les marchés du cinéma et du vidéogramme, et le Québec a des exigences particulières. Un distributeur peut aussi agir comme intermédiaire entre producteur et télédiffuseur, mais ce dernier est parfois lui-même producteur<sup>59</sup>. Les télédiffuseurs (presque entièrement par câble ou satellite) permettent aux consommateurs d'accéder à un contenu diversifié ainsi qu'à la programmation sur demande (VSD) et à la carte (TAC). Enfin, dans le maillon « production » se trouvent aussi les fournisseurs de services

techniques en plus des producteurs. Ces fournisseurs offrent des services à la fois aux producteurs (par exemple, des effets spéciaux), mais aussi à des distributeurs (par exemple, le tirage de copies).

Dans cette analyse, nous distinguons ce qui est surtout du domaine télévisuel (tableau 28) du reste de la filière (tableau 26) afin de dégager certains constats. Pour 2007, les compilations indiquent un déficit, faible dans le cas des produits cinématographiques et vidéo, plus marqué quant aux produits télévisuels. Pour 2006, les compilations laissent voir un surplus en matière de produits cinématographiques. Ces résultats semblent contredire les données de la section 1.2 selon lesquelles la prépondérance de films états-uniens et une écoute

55. Gaétan HARDY (2006a).

56. OBSERVATOIRE DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS DU QUÉBEC (2008a), tableau 2.2.3.

57. Claude FORTIER (2008).

58. Les consommateurs peuvent aussi obtenir ces produits sur Internet (fichiers téléchargeables) ou par captation directe de la programmation des télédiffuseurs traditionnels. Ces derniers n'ont pas été évalués dans cette étude, faute de données précises.

59. On parle alors de production interne au lieu de production indépendante.

télévisuelle concentrée sur des produits canadiens francophones (c'est-à-dire québécois) marquent le marché québécois. En fait, ce que les chiffres révèlent, c'est la valeur importante des activités de distribution et du commerce interprovincial.

### 3.3.2.1. Films et vidéos

Les exportations et les importations évaluées dans cette section sont du même ordre de grandeur, mais les importations ont la particularité d'être largement attribuables aux activités des majors.

Les exportations par les distributeurs de productions cinématographiques et télévisuelles sont estimées à l'aide de données de l'*Enquête sur la distribution de productions cinématographiques et vidéo* de Statistique Canada pour 2006. Elles comprennent les livraisons (donc des biens) et les transactions de services<sup>60</sup> à l'étranger. Une approximation des exportations vers les provinces canadiennes découle d'une répartition des ventes selon l'emplacement des clients telle qu'on l'a obtenue dans la même enquête. Les exportations hors Québec (étranger et provinces canadiennes) sont de 85,8 M\$ en 2006. Les chiffres pour 2007 proviennent d'une extrapolation basée sur les recettes d'exploitation publiées par Statistique Canada<sup>61</sup>.

De la même façon, les exportations par les producteurs d'œuvres cinématographiques et télévisuelles sont estimées à partir de l'*Enquête sur la production cinématographique, télévisuelle et vidéo* de Statistique Canada pour 2006. Elles comprennent les services de production pour des clients étrangers ainsi que les redevances et les droits reçus de

Tableau 26

### Exportations, importations et balance commerciale du cinéma et de l'audiovisuel (sauf la télévision), Québec, 2006 et 2007

	2006	2007
	\$	
<b>Exportations</b>		
Producteurs	115 260 277	108 497 192
Fournisseurs de services techniques	94 067 638	99 953 129
Distributeurs	85 793 142	93 595 035
Exploitants de salles	.. <sup>1</sup>	.. <sup>1</sup>
Détaillants	.. <sup>1</sup>	.. <sup>1</sup>
<b>Importations</b>		
Producteurs	1 710 233	1 560 241
Fournisseurs de services techniques	3 538 289 <sup>2</sup>	3 474 415 <sup>2</sup>
Distributeurs	18 047 519	19 346 349
Exploitants de salles	69 174 309	63 735 940
Détaillants	156 948 921	227 607 995
<b>Exportations totales</b>	<b>295 121 057</b>	<b>302 045 356</b>
<b>Importations totales</b>	<b>249 419 270</b>	<b>315 724 940</b>
<b>Balance commerciale</b>	<b>45 701 787</b>	<b>-13 679 584</b>

1. Potentiellement faible.

2. Estimation à utiliser avec circonspection, fournie à titre indicatif seulement.

Sources : Observatoire de la culture et des communications du Québec :

*Enquête sur les projections cinématographiques.*

*Enquête sur l'industrie des services techniques aux producteurs de film, d'émission de télévision et de publicité.*

Adapté de Statistique Canada :

*Production cinématographique, télévisuelle et vidéo (87010X), juillet 2009, 2007.*

*Distribution de films cinématographiques et de vidéos (87F0010X), mai 2009, 2007.*

*Postproduction cinématographique, télévisuelle et vidéo (87009X), février 2009, 2007.*

*Commerce international de marchandises*

Fondé sur Statistique Canada :

*Enquête sur les industries de service. Production cinématographique, télévisuelle et vidéo 2006.*

*Enquête sur les industries de service. Distribution de productions cinématographiques et vidéo 2006.*

*Base de données sur la radiodiffusion et la télécommunication, 2006 et 2007.*

Régie du cinéma :

Données disponibles dans la publication *Statistiques sur l'industrie du film et de la production télévisuelle indépendante* de l'Observatoire de la culture et des communications du Québec.

*Rapport annuel de gestion 2007-2008.*

Institut de la statistique du Québec, *Commerce international en ligne.*

Compilation : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

l'étranger. Une approximation des exportations vers les provinces canadiennes découle d'une répartition des ventes selon l'emplacement des clients telle qu'on l'a obtenue dans la même enquête. La somme (115,3 M\$ en 2006) ne comprend que des services et autres produits intangibles. Dans la mesure où un distributeur prend en charge la

commercialisation du produit final, les exportations de films et de vidéogrammes sous forme tangible (biens) sont incluses dans les exportations des distributeurs. Les chiffres pour 2007 proviennent d'une extrapolation basée sur les recettes d'exploitation publiées par Statistique Canada<sup>62</sup>.

60. Droits et redevances inclus.

61. STATISTIQUE CANADA (2009g)

62. STATISTIQUE CANADA (2009k).

Enfin, les exportations de services techniques sont établies à partir de l'*Enquête sur l'industrie des services techniques aux producteurs de film, d'émission de télévision et de publicité 2007-2008* de l'OCCQ<sup>63</sup>. Elles se composent des recettes d'exploitation provenant de sources hors Québec (100 M\$ en 2007). Les données pour 2006 sont calculées à partir des résultats pour 2007 et du chiffre d'affaires de la période précédente.

La somme de ces valeurs correspond à des exportations de 295,1 M\$ en 2006 et de 302,0 M\$ en 2007. Étant donné l'extrapolation nécessaire pour compléter l'une ou l'autre des années, la comparaison entre les deux serait inappropriée.

En ce qui a trait aux importations, pour qu'une œuvre soit disponible pour visionnement au Québec, elle doit être distribuée par une entreprise titulaire de permis de distribution émis par la Régie du cinéma. On évalue alors les importations de films à deux niveaux : d'une part, par les exploitants de salle et de ciné-parc et les détaillants de matériel vidéo qui versent une part de leurs recettes aux distributeurs à permis spéciaux et, d'autre part, par les distributeurs québécois qui paient les producteurs et les détenteurs de droits installés hors Québec. Le permis « général » n'est octroyé qu'aux entreprises québécoises. Les distributeurs non québécois, uniquement les majors, ont reçu une autorisation spéciale qui leur donne le droit de distribuer des films au Québec en vertu d'une entente entre la Motion Picture Export Association of America (MPEAA) et le ministre de la Culture, des Communications

et de la Condition féminine. Les majors détiennent un permis « spécial » pour chaque film distribué au Québec et, comme nous le verrons, ils dominent les importations.

Les revenus bruts des distributeurs détenteurs de permis spéciaux correspondent aux paiements faits par les exploitants et les détaillants de matériel vidéo à des entités non québécoises pour des produits cinématographiques et vidéo. Ces dépenses sont alors des importations dont il faut cependant extraire les charges des majors au Québec et non inclus dans les exportations d'un autre maillon de la chaîne<sup>64</sup>. En particulier, les distributeurs assument des frais et des droits payables à la Régie du cinéma.

En ce qui concerne les distributeurs détenteurs d'un permis général, leurs importations de services (y compris les droits et les redevances) sont estimées à partir des données de l'*Enquête sur la distribution de productions cinématographiques et vidéo* de Statistique Canada pour 2006. Notons que, parmi les répondants à cette enquête, certains œuvrent sur le marché de la télévision (vente d'émissions et de concepts). Les données pour 2007 sont imputées à partir des résultats pour 2006 et des données financières diffusées par Statistique Canada pour 2007<sup>65</sup>.

Or, cette enquête ne permet pas de connaître les importations de produits canadiens non québécois. Pour pallier cette lacune, nous utilisons des données de la Régie du cinéma sur les revenus des distributeurs. Nous supposons que la somme remise aux producteurs canadiens hors Québec peut être

estimée en fonction des revenus de distribution de films canadiens. La proportion utilisée est basée sur les dépenses pour droits et redevances par rapport aux revenus de distribution pour des productions canadiennes ; elle est considérée comme le paiement accordé aux producteurs. Les revenus de distribution attribuables aux films canadiens sont, à leur tour, dérivés des recettes des films canadiens diffusés en salle ou au nombre d'attestations s'il s'agit de matériel vidéo.

Les figures 18a et 18b démontrent le partage du secteur entre les détenteurs de permis général (cercles foncés) et les détenteurs de permis spécial (cercles pâles). La hauteur des cercles correspond aux résultats en termes monétaires (valeur des importations, revenus de distribution et recettes d'exploitation). La taille relative de la bulle intérieure indique la proportion d'une mesure de volume en termes non monétaires (attestations, copies et projections) ou la proportion des importations pour chaque catégorie de titulaires. En ce qui a trait aux cinémas et aux ciné-parcs, les détenteurs de permis spécial affichent plus de volume et de revenus. Quant au matériel vidéo, les revenus de distribution en 2007 sont presque égaux (les cercles sont superposés), bien qu'en 2006 les détenteurs de permis général aient obtenu davantage de revenus de distribution que les détenteurs de permis spécial. La croissance de la part des majors a eu comme résultat d'augmenter les importations de ce secteur (de 249,4 M\$ à 315,7 M\$). D'ailleurs, le poids des majors dans les importations est écrasant : 90,7 % en 2006 et 92,3 en 2007<sup>66</sup>.

63. Les résultats de cette enquête paraîtront dans un bulletin de l'OCCQ au cours de 2010, sous la signature de Sylvie Marceau.

64. Par exemple, si le doublage d'un film états-unien est effectué par un fournisseur de services techniques au Québec, la somme est déjà incluse dans les exportations de services techniques.

65. STATISTIQUE CANADA (2009g).

66. Cependant, l'influence des majors sur les importations n'est pas synonyme de leur poids dans la distribution au Québec, puisqu'ils ne génèrent que 49,8 % des revenus de distribution en 2007 et 43,3 % en 2006 (OBSERVATOIRE DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS DU QUÉBEC, 2008b, tableau 4.1).

Les importations des producteurs de films incluent les importations de services (y compris les droits et les redevances) et sont estimées à partir des données de l'*Enquête sur la production cinématographique, télévisuelle et vidéo* de Statistique Canada pour 2006. En font également partie les importations de biens extraites du *Commerce international en ligne (CIEL)*, outil de l'Institut de la statistique du Québec, pour le secteur de la production de films et de vidéos. Les importations de services pour 2007 sont imputées à partir des résultats pour 2006 et des données financières diffusées par Statistique Canada<sup>67</sup> pour 2007, et ne donnent donc qu'une indication de l'ordre de grandeur des importations, pas nécessairement du changement. Ces chiffres ne reflètent que le commerce international et sont relativement faibles.

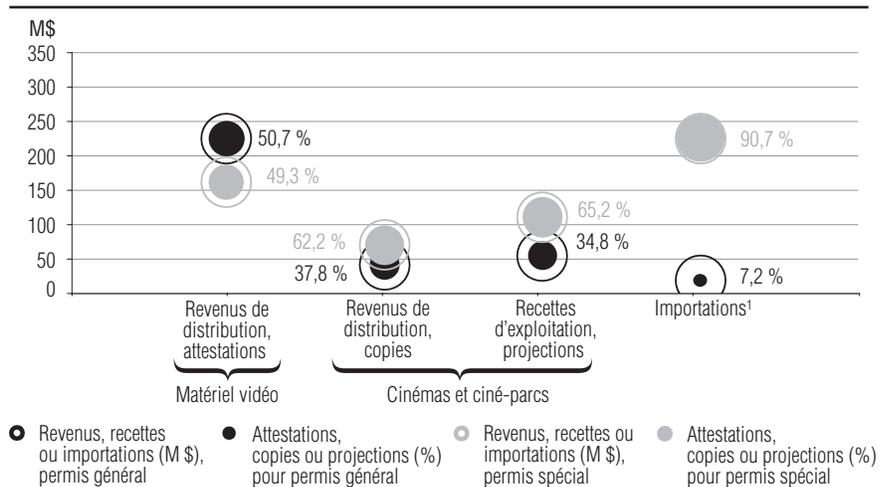
Enfin, les importations des fournisseurs de services techniques (3,5 M\$) comprennent les dépenses pour des services professionnels et la sous-traitance hors Québec et proviennent de l'*Enquête sur l'industrie des services techniques aux producteurs de film, d'émission de télévision et de publicité* pour 2007 de l'OCCQ. Les chiffres pour 2006 sont attribués à partir de ces résultats et des données financières de 2007 pour l'industrie de la postproduction cinématographique, télévisuelle et vidéo publiées par Statistique Canada.

### 3.3.2.2. Télévision

Le secteur télévisuel est le plus important en matière de recettes d'exploitation, au Québec et au Canada (tableau 27). C'est aussi celui qui présente le moins d'information

Figure 18a

#### Caractéristiques de la distribution de produits cinématographiques et vidéos, selon le type de permis, Québec, 2006



Cette figure démontre le partage du secteur entre les détenteurs de permis général (cercles foncés) et les détenteurs de permis spécial (cercles pâles). La hauteur des cercles indique des résultats en termes monétaires (valeur des importations, revenus de distribution et recettes d'exploitation). La taille relative de la bulle intérieure (ainsi que le chiffre) indiquent la proportion des importations ou la proportion d'une mesure de volume en termes non monétaires (attestations, copies et projections) pour chaque catégorie de titulaires.

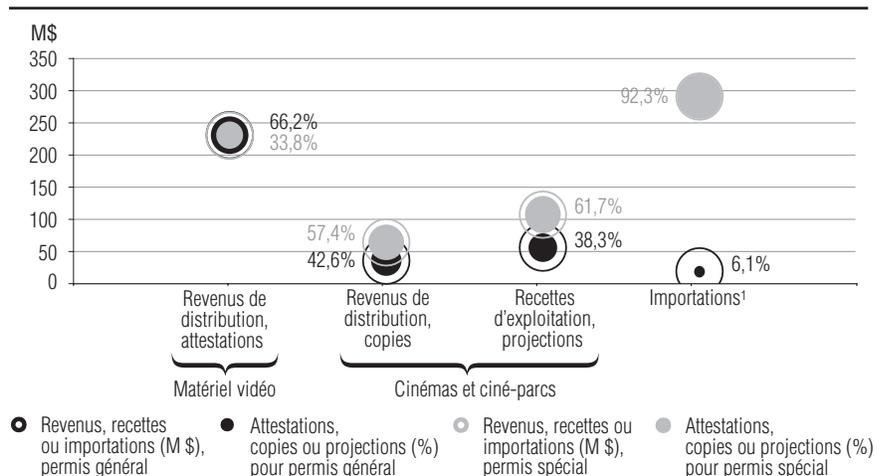
1. La somme des proportions est inférieure à 100 % en raison des importations au chapitre de la production.

Sources : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec. Régie du cinéma (2008), *Rapport annuel de gestion 2007-2008*.

Compilation : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Figure 18b

#### Caractéristiques de la distribution de produits cinématographiques et vidéos, selon le type de permis, Québec, 2007



Cette figure démontre le partage du secteur entre les détenteurs de permis général (cercles foncés) et les détenteurs de permis spécial (cercles pâles). La hauteur des cercles indique des résultats en termes monétaires (valeur des importations, revenus de distribution et recettes d'exploitation). La taille relative de la bulle intérieure (ainsi que le chiffre) indiquent la proportion des importations ou la proportion d'une mesure de volume en termes non monétaires (attestations, copies et projections) pour chaque catégorie de titulaires.

1. La somme des proportions est inférieure à 100 % en raison des importations au chapitre de la production.

Sources : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec. Régie du cinéma (2008), *Rapport annuel de gestion 2007-2008*.

Compilation : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

67. Ces données financières sont publiées dans STATISTIQUE CANADA (2009k).

permettant de ventiler géographiquement les revenus et les dépenses. Ce que nous avons réussi à extraire des données disponibles signale un solde négatif des échanges, surtout en raison des paiements de différents droits par les télédiffuseurs.

Notons qu'une partie des exportations et des importations de ce secteur est incluse dans les données de la section sur le film et la vidéo (par exemple, les ventes de concepts, le doublage et la production télévisuelle indépendante). Toutefois, la partie des échanges associée à la diffusion de programmation télévisuelle et la distribution aux consommateurs (par câble et sans fil) n'y est pas intégrée. Il est possible de présenter les exportations et les importations associées surtout à la programmation et les droits<sup>68</sup> d'affiliation (tableau 28). D'autres éléments, énumérés à la fin de cette section, sont omis faute de données. De ce fait, et compte tenu des manipulations nombreuses<sup>69</sup> nécessaires pour produire quelques chiffres, les données ne sont présentées qu'à titre indicatif.

Les exportations des télédiffuseurs sont de deux sortes : à l'intention des télédiffuseurs conventionnels et pour les télédiffuseurs payants et spécialisés. Dans le premier cas, les exportations sont calculées à partir des données fournies dans les *Rapports annuels des entreprises de programmation télévisuelle et radiophonique* administrés par Statistique Canada en collaboration avec le CRTC pour 2006 et 2007<sup>70</sup>. Ces données s'appliquent uniquement aux ventes internatio-

Tableau 27

**Recettes d'exploitation dans divers secteurs culturels, Québec et Canada, 2006 et 2007**

	Québec		Canada (incluant le Québec)	
	2007	2006	2007	2006
Entreprises en arts de la scène	487,3	484,4	1 241,3	1 207,6
Éditeurs de livres	620,9	586,8	2 125,7	2 120,5
Distributeurs de livres	..	260,8	..	..
Entreprises de production cinématographique et vidéo	785,3	834,3	3 510,9	3 325,3
Entreprises de distribution de production cinématographique et vidéo	247,9	235,6	1 729,9	1 730,9
Distributeurs détenteurs de permis général <sup>1</sup>	298,2	303,7	...	...
Entreprises de postproduction cinématographique	323,2	317,6	820,4	822,2
Entreprises fournisseuses de services techniques aux producteurs de film, d'émission de télévision et de publicité	369,8	..	..	..
Exploitants de salles de cinéma et de ciné-parcs	218,5	210,5	1 311,1	1 200,2
Télédiffuseurs conventionnels privés	465,7	484,0	..	..
Télédiffuseurs de services spécialisés et payants (francophones <sup>2</sup> )	450,4	409,6	..	..
Câblodistributeurs	1 658,2	1 374,7	7 180,0	6 198,8
Télédiffuseurs	2 097,4 <sup>3</sup>	1 768,5 <sup>3</sup>	9 109,9	7 926,8

1. Revenus bruts de distribution.

2. Exclut Météomédia, Télétoon/Teletoon et Bell ExpressVu DTH PPV.

3. Revenus totaux pour le Québec.

Sources : Adapté de Statistique Canada :

*Arts de la scène 2007 (87F0003X)*, mars 2009, 2006 et 2007.

*Production cinématographique, télévisuelle et vidéo (87010X)*, juillet 2009, 2006 et 2007.

*Distribution de films cinématographiques et de vidéos (87F0010X)*, mai 2009, 2006 et 2007.

*Postproduction cinématographique, télévisuelle et vidéo (87009X)*, février 2009, 2006 et 2007.

*Industrie de la télédistribution 2007 (56209X)*, décembre 2008, 2006 et 2007.

*Les éditeurs de livres (87F0004X)*, avril 2009, 2006 et 2007.

*Cinéma (87F0009X)*, mars 2009, 2006 et 2007.

Fondé sur la *Base de données sur la radiodiffusion et la télécommunication* de Statistique Canada, 2006 et 2007.

Observatoire de la culture et des communications du Québec :

*Enquête annuelle auprès des distributeurs de livres neufs.*

*Enquête sur l'industrie des services techniques aux producteurs de film, d'émission de télévision et de publicité.*

Régie du cinéma.

Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes. *Relevés financiers concernant les services spécialisés, payants, à la carte et de vidéo sur demande 2004-2008.*

Estimations du MCCCFC à partir des données du CRTC et de Mediastats.

Compilation : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

nales de services, principalement la publicité, et excluent les activités de la Société Radio-Canada/Canadian Broadcasting Corporation (SRC/CBC).

Dans le second cas, en ce qui concerne les chaînes de télévision payantes et spécialisées, les exportations font référence aux abonnements de résidents hors Québec

68. Les expressions « droits d'affiliation » et « paiements d'affiliation » sont utilisées ici de façon interchangeable.

69. Décrites en plus de détails dans le rapport méthodologique consultable sur le site Web de l'OCCQ : <http://www.stat.gouv.qc.ca/observatoire>.

70. STATISTIQUE CANADA (2009b).

aux services spécialisés (S), payants (P), sur demande (VSD) et à la carte (TAC) québécois. Elles correspondent à un tarif<sup>71</sup> mensuel estimé pour les abonnés hors Québec, multiplié par le nombre de ces abonnés. Ces deux variables sont estimées à partir des données du CRTC<sup>72</sup> pour les services S-P-VSD-TAC pour 2006 et 2007. Pour ce qui est des services francophones, le tarif mensuel hors Québec est fixé en proportion du tarif estimé au Québec. Les services non francophones proviennent surtout de l'extérieur du Québec et comportent donc des importations. Dans ce cas, le tarif mensuel au Québec est fixé en proportion du tarif estimé hors Québec<sup>73</sup>, tandis que le nombre d'abonnés au Québec et hors Québec est estimé selon la répartition linguistique<sup>74</sup>.

Le résultat final de ces calculs donne des exportations de services télévisuels de 77,3 M\$ en 2006 et de 85,8 M\$ en 2007, soit une hausse qui reflète surtout la croissance des services spécialisés et payants.

En ce qui concerne les importations, elles sont évaluées à trois niveaux : par les services de télévision traditionnels, par les télédiffuseurs S-P-VSD-TAC et par les télédiffuseurs. Dans le cas des télédiffuseurs, il s'agit de dépenses associées aux émissions. Les importations des télédiffuseurs conventionnels (excluant SRC/CBC) sont calculées à partir des données fournies dans les *Rapports annuels des entreprises de programmation télévisuelle et radiophonique* administrés par

Tableau 28

**Exportations importations et balance commerciale pour une partie<sup>1</sup> du domaine télévisuel Québec 2006 et 2007**

	2006	2007
	\$	
Exportations		
Télédiffuseurs	77 290 630	85 788 295
Télédiffuseurs	..	..
Importations		
Télédiffuseurs	19 399 547	25 459 177
Télédiffuseurs	150 993 393	188 644 149
Exportations totales	77 290 630	85 788 295
Importations totales	170 392 940	214 103 327
<b>Balance commerciale</b>	<b>-93 102 310</b>	<b>-128 315 032</b>

1. Se rapporte surtout à la programmation et aux droits d'affiliation. Exclut une partie de la publicité ainsi que la télédistribution en soi faute de données.

Sources : Fondé sur la *Base de données sur la radiodiffusion et la télécommunication* de Statistique Canada 2006 et 2007.

Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes :

*Relevés financiers concernant les services spécialisés payants à la carte et de vidéo sur demande 2004-2008.*

*Relevés financiers concernant la distribution de radiodiffusion 2004-2008.*

*Rapport de surveillance des télécommunications 2008.*

Compilation : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Statistique Canada en collaboration avec le CRTC pour 2006 et 2007<sup>75</sup>. Ces données s'appliquent uniquement aux transactions internationales de services, principalement des droits et des redevances de programmation non canadienne. Les importations des télédiffuseurs de services S-P-VSD-TAC sont imputées à partir du ratio moyen des paiements à l'étranger de droits et de redevances des télédiffuseurs traditionnels et d'une estimation des dépenses pour émissions non canadiennes des services S-P. L'ordre de grandeur des importations internationales des télédiffuseurs se situe à 25,5 M\$ en 2007 et à 19,4 M\$ en 2006.

Quant aux importations des télédiffuseurs, elles sont constituées de paiements à l'étranger pour des droits et des redevances de programmation et pour des services de télévision payants et spécialisés (S-P) canadiens non québécois pour les abonnés québécois. Les renseignements sur les paiements à l'étranger proviennent des *Rapports annuels pour les titulaires de licence d'entreprise de télédistribution* administrés par Statistique Canada en collaboration avec le CRTC pour 2006 et 2007<sup>76</sup>. Les paiements au Canada hors Québec sont calculés en soustrayant les revenus d'abonnement des S-P québécois attribuables aux abonnés québécois des

71. Ce que nous appelons « tarif » se rapporte au paiement d'affiliation (PA) par abonné par mois versé par le télédiffuseur à un télédiffuseur S-P.

72. Les données pour ces compilations proviennent du CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES (2009d).

73. Le rapport méthodologique présente quelques exceptions.

74. Cette répartition est tirée de STATISTIQUE CANADA (2007).

75. STATISTIQUE CANADA (2009b).

76. *Ibid.*

paiements d'affiliation pour services S-P canadiens associés aux abonnés québécois. À elles seules, ces importations (188,6 M\$ en 2007 et 151,0 M\$ en 2006) constituent le double des exportations. Les importations des télédiffuseurs viennent creuser l'écart des flux commerciaux pour ces composantes de la filière audiovisuelle.

Ce résultat ne signifie pas que les Québécois achètent davantage de télévision non québécoise que québécoise. À cet égard, on peut tirer des calculs précédents la répartition des paiements d'affiliation selon l'origine du service : québécois, canadien (hors Québec) ou non canadien. Cette répartition, exposée au tableau 29, réitère la préférence des Québécois pour des services télévisuels québécois : en 2007, 60 % de la somme moyenne est versée pour des services québécois. Ce pourcentage est de 35 % pour des services canadiens hors Québec et de 5 % pour des services étrangers.

Avant de clore cette présentation des composantes télévisuelles, soulignons que le résultat exposé ici ne tient pas compte de quatre facteurs plus ou moins importants : la publicité nationale, le service français de la télévision de Radio-Canada (SRC), la programmation canadienne non québécoise et les services de télédistribution propre. Premièrement, les revenus de publicité nationale des télédiffuseurs québécois (excluant la SRC) sont d'environ 345 M\$ en 2007. Même un faible pourcentage vendu à l'étranger supposerait des exportations

Tableau 29

**Paiement d'affiliation mensuel moyen par abonné des télédiffuseurs pour des services de télédiffusion spécialisés et payants, selon l'origine du service de télédiffusion, Québec, 2006 et 2007**

	2006		2007	
	\$	%	\$	%
Québécois	8,37	63,4	8,91	60,0
Canadiens non québécois	4,17	31,5	5,18	34,9
Non canadiens	0,67	5,1	0,75	5,0
<b>Total</b>	<b>13,21</b>	<b>100,0</b>	<b>14,84</b>	<b>100,0</b>

Sources : Fondé sur la *Base de données sur la radiodiffusion et la télécommunication* de Statistique Canada, 2006 et 2007.

Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes :

*Relevés financiers concernant les services spécialisés, payants, à la carte et de vidéo sur demande 2004-2008.*

*Relevés financiers concernant la distribution de radiodiffusion 2004-2008.*

*Rapport de surveillance des télécommunications 2008.*

Compilation : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

importantes. Deuxièmement, trois constats suggèrent, sans le prouver, que les importations associées au service français de la télévision de Radio-Canada (SRC) pourraient être inférieures, mais d'un ordre de grandeur comparable à celui des télédiffuseurs traditionnels privés : 1. leurs dépenses d'exploitation sont comparables à celles de tous les télédiffuseurs privés au Québec (424 M\$ comparé à 420 M\$ en 2007)<sup>77</sup> ; 2. la plupart des activités du service français se font au Québec, ainsi qu'une partie du service anglais ; 3. la proportion de contenu canadien déclarée pour la SRC (79 %<sup>78</sup>) est légèrement supérieure à celle des dépenses pour émissions canadiennes des télédiffuseurs privés au Québec (72,6 %<sup>79</sup>). Troisièmement, une émission canadienne diffusée sur une chaîne québécoise n'est pas forcément québécoise (produite majoritairement au Québec ou par des établissements majoritairement québécois). Enfin, les services

de télédistribution par satellite – Bell télé, filiale québécoise de BCE, et Shaw Direct, compagnie albertaine – partagent le marché québécois et le marché canadien et s'approprient la plus grande part des revenus des services de télédistribution sans fil, établis à 1,8 G\$. Dans ces quatre cas, nous ne disposons pas de balises minimales qui permettraient de ventiler la composante québécoise des revenus et des dépenses ni d'établir l'ordre de grandeur des importations et des exportations. En conséquence, la balance commerciale pour le secteur télévisuel total est inconnue.

### 3.3.3. Livre

Nous avons indiqué précédemment que les éditeurs du Québec accaparent environ la moitié du marché québécois de livres neufs et que les ventes hors Québec de livres neufs comptent pour environ 10 % des ventes finales. Il n'est donc pas étonnant de constater un solde

77. SRC/CBC (2008), p. 19 ; CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES (2009c).

78. SRC/CBC (2008), p. 2.

79. Moyenne pour 2006 et 2007.

négatif des échanges dans le domaine du livre (tableau 30).

En ce qui concerne les exportations de livres, nous reprenons les données sur les ventes hors Québec de la section 2.3, soit une valeur de 73,9 M\$ en 2007 et de 66,8 M\$ en 2006 pour les éditeurs et les distributeurs. Nous y avons ajouté les ventes de services et de droits et les redevances reçues de l'étranger selon les données de l'*Enquête des industries de services : éditeurs de livres* de Statistique Canada pour 2006, avec une imputation pour 2007<sup>80</sup>.

Les importations de livres comprennent ceux qui sont vendus par les distributeurs, les librairies et les coopératives. La valeur des importations réalisées par les distributeurs est estimée selon une certaine proportion du prix de détail suggéré (PDS) pour l'ensemble des livres d'éditeurs non québécois. Plus précisément, cette proportion correspond au rapport entre les dépenses des distributeurs pour achat de livres et la valeur estimée du PDS, lui-même établi à partir des revenus des distributeurs majorés de la remise moyenne accordée aux revendeurs. Les calculs, effectués à partir des données de l'*Enquête mensuelle sur les ventes de livres neufs* et de l'*Enquête annuelle auprès des distributeurs de livres neufs* de l'OCCQ, évaluent les importations des distributeurs à 155 M\$ en 2007 et à 106,7 M\$ en 2006. Ensuite, nous y ajoutons la valeur des achats auprès de fournisseurs hors Québec, telle qu'elle est estimée dans Allaire (2008).

Tableau 30

**Exportations, importations et balance commerciale pour le domaine du livre, Québec, 2006 et 2007**

	2006	2007
	\$	
Exportations		
Éditeurs (livres)	47 325 638	56 568 484
Éditeurs (droits et redevances)	2 718 515	2 910 133
Distributeurs	19 430 535	17 346 686
Librairies	..	..
Importations		
Éditeurs (droits, redevances et services)	22 825 444	23 731 745
Distributeurs	106 710 876	154 959 751
Librairies	57 378 000	77 883 000
Exportations totales	69 474 688	76 825 303
Importations totales	186 914 320	256 574 497
<b>Balance commerciale</b>	<b>-117 439 632</b>	<b>-179 749 193</b>

Sources : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec :

*Enquête sur les ventes de livres neufs.*

*Enquête annuelle auprès des distributeurs de livres neufs.*

Adapté de Statistique Canada, *Les éditeurs de livres* (87F0004X), avril 2009, 2007.

Fondé sur l'*Enquête sur les industries de service : éditeurs de livres* de Statistique Canada, 2006.

Compilation : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Enfin, il faut additionner les paiements faits par des éditeurs au Québec à des non-résidents du Canada pour des droits, des redevances et des achats de services commerciaux. Ces données proviennent de l'*Enquête des industries de services : éditeurs de livres* de Statistique Canada pour 2006. Elles n'incluent pas les sommes versées à des particuliers ou à des entreprises au Canada, mais hors Québec ; tout l'argent qui sort de la province n'est donc pas pris en compte.

Pour ce qui est du résultat final dans le domaine du livre, les éditeurs ont exporté davantage et les distributeurs moins en 2007 qu'en 2006 ; dans l'ensemble, les exportations sont plus élevées en 2007. Les importations aussi ont augmenté, de façon importante, entre 2006

et 2007, passant de 186,9 M\$ à 256,6 M\$. Enfin, les importations de droits et de redevances (23,7 M\$ en 2007<sup>81</sup>) dépassent largement les exportations de droits. Bref, les importations dans le domaine du livre dépassent les exportations, ce qui entraîne un déficit de la balance commerciale dans ce secteur de 117,4 M\$ en 2006 et de 179,7 M\$ en 2007.

Mentionnons que les exportations et les importations de livres sont quelque peu sous-estimées ici en raison de l'absence d'information adéquate en ce qui concerne les consommateurs. En effet, l'incidence, d'une part, des ventes en ligne de librairies québécoises et, d'autre part, des achats en ligne par des Québécois à des vendeurs non québécois ne peut pas

80. L'imputation pour 2007 reposait sur les résultats de 2006 et les données financières publiées dans STATISTIQUE CANADA (2009i)

81. Inclut des achats de services, mais ces derniers sont faibles.

être évaluée. Or, les ventes en ligne ne semblent pas détrôner les ventes en magasin<sup>82</sup>. Selon nous, leur prise en compte ne modifierait pas la conclusion d'un solde négatif.

Le lecteur averti aura constaté une différence entre notre résultat (un déficit de 179,7 M\$) et l'écart entre les exportations et les importations estimées sur une base douanière (102,7 M\$ à la figure 14 et 168,7 M\$ à la figure 9). Plus précisément, nous avons établi qu'il y a un déficit plus élevé que celui que suggèrent les données douanières. La différence, pour ce qui est des importations, s'explique en partie par l'inclusion dans nos compilations de livres canadiens d'éditeurs hors Québec (le commerce interprovincial) ainsi que des paiements à l'étranger pour des droits, des redevances et des services. Dans le cas des exportations, il peut y avoir des livres d'éditeurs hors Québec (surtout aux États-Unis) imprimés au Québec – donc mesurés comme des exportations de livres – mais qui sont plutôt des services d'impression.

### 3.3.4. Résumé

Dans l'ensemble, nous concluons qu'il y a un déficit commercial pour chacun des trois domaines culturels étudiés, et ce, malgré des réalisations notoires à l'étranger et l'offre

majoritairement québécoise de certains produits culturels au Québec.

## 3.4. COMMERCE INTERNATIONAL ET INTERPROVINCIAL

Jusqu'à présent, nous avons parlé surtout du commerce extérieur du Québec, qui englobe le commerce interprovincial et le commerce international. Nous avons démontré que les sommes versées à des non-résidents du Québec dans trois industries culturelles excédaient les sommes reçues de non-résidents du Québec pour les produits de ces industries. Cette section établit quelques constats concernant les échanges avec les autres provinces canadiennes par rapport à d'autres pays. Comme nous l'avons noté lors des descriptions de calculs à la section 3.3, il n'a pas toujours été possible d'évaluer les échanges avec chacune de ces deux zones complètement et séparément. Nous présentons néanmoins les résultats afin de souligner le côté international des échanges de produits culturels.

Les flux monétaires entre le Québec et les autres provinces (flux interprovinciaux) et le Québec et les pays étrangers (flux internationaux) en 2007<sup>83</sup> sont illustrés à la figure 19. Cette figure révèle, d'une

part, que le Québec affiche un déficit à l'échelle internationale, mais un surplus avec les autres provinces et, d'autre part, que le commerce avec d'autres pays est plus élevé que le commerce interprovincial. Ce deuxième constat rappelle la situation générale du Québec dont le tiers de tous les échanges commerciaux s'effectue avec les autres provinces.

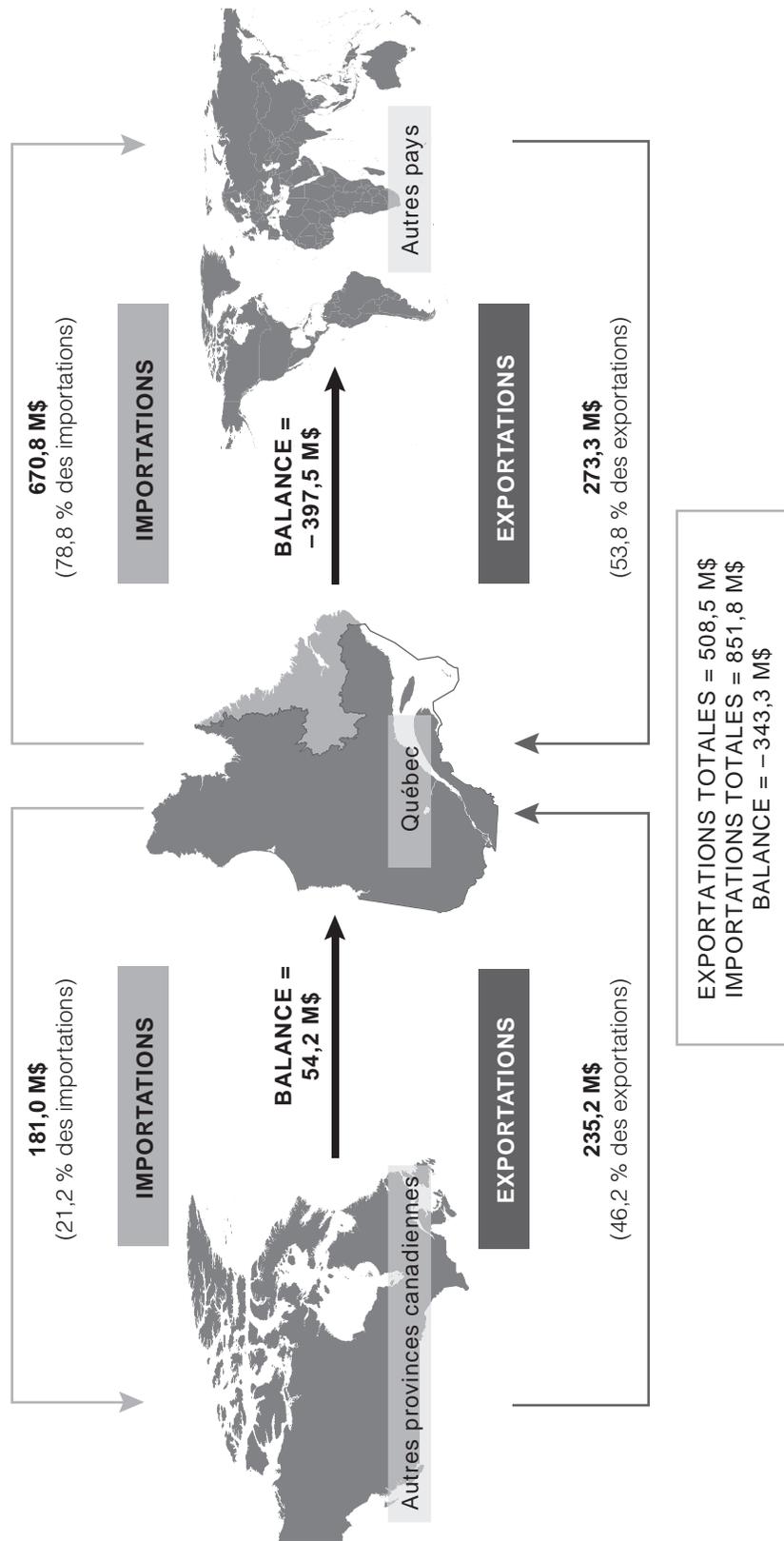
Pour ce qui est de chacun des trois domaines culturels (figure 20), nous constatons que le domaine du cinéma et de la télévision est le plus important en matière d'échanges interprovinciaux et internationaux. Les exportations de produits cinématographiques et télévisuels sont plus élevées au Canada qu'à l'échelle internationale, ce qui reflète en partie l'ampleur de quelques compagnies du Québec actives dans le domaine télévisuel partout au Canada. Sur le plan international, les exportations et les importations du domaine du livre<sup>84</sup> viennent en second et dépassent celles des arts de la scène.

82. Par exemple, selon des données diffusées par Patrimoine Canada, seulement 4 % des ventes d'éditeurs canadiens se font en ligne (TURNER-RIGGS, 2007). De plus, la chaîne canadienne Indigo Books and Music indique que ses ventes en ligne pour l'année se terminant en mars 2009 (tous produits confondus) fournissent 10,1 % des revenus totaux (INDIGO BOOKS AND MUSIC INC., 2009).

83. Étant donné les extrapolations effectuées pour compléter les années 2006 ou 2007, selon le cas, il n'est pas approprié de comparer les deux périodes. Nous ne présentons donc que des données relatives à la plus récente période en faisant ressortir quelques points généraux.

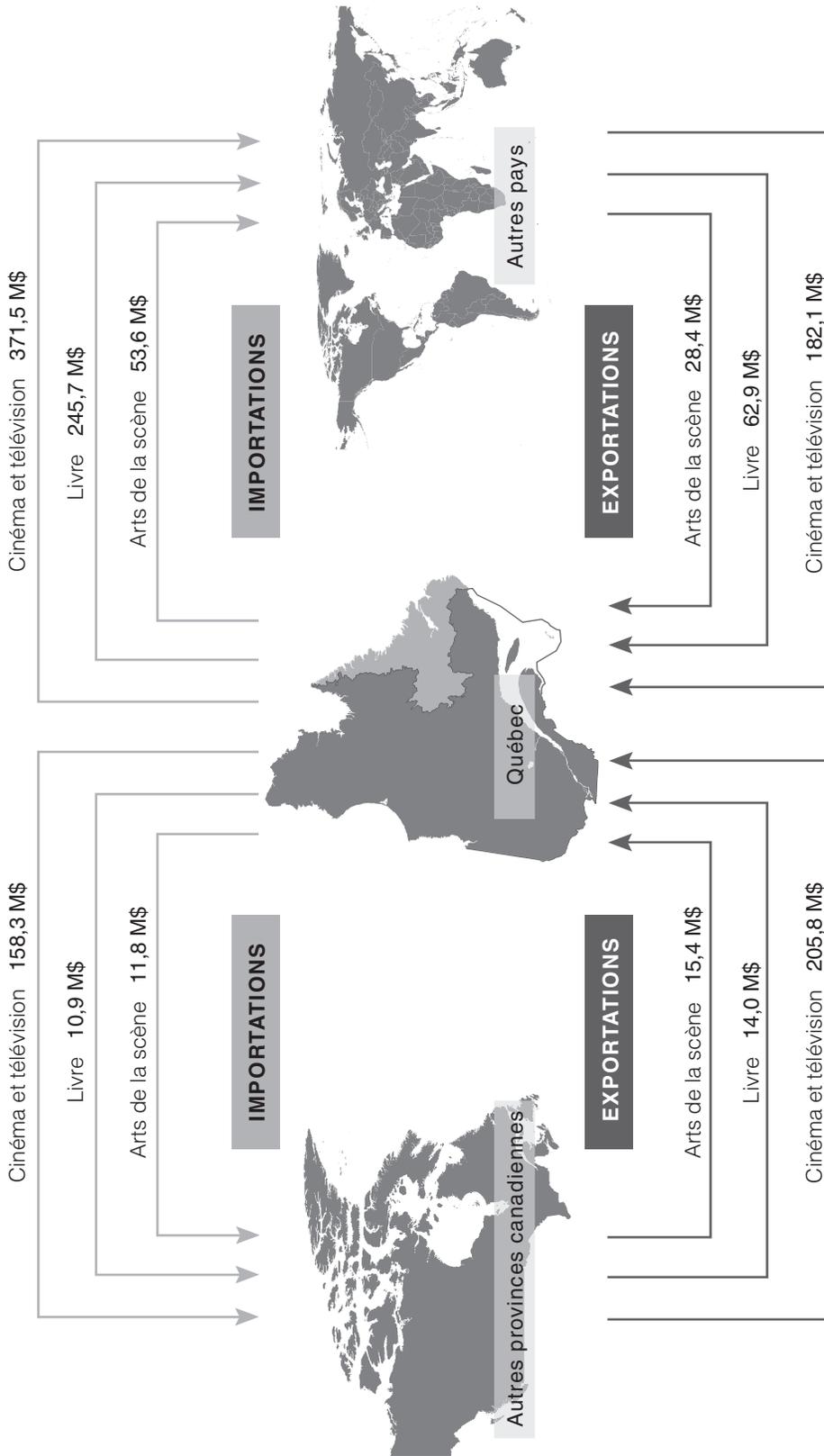
84. Cependant, la répartition des ventes hors Québec des distributeurs de livres et l'approvisionnement hors Québec de librairies québécoises entre ce qui provient du Canada hors Québec et ce qui provient de l'extérieur du Canada n'est pas possible avec les données disponibles. Pour construire les figures 19 et 20, nous avons choisi d'attribuer ces deux sommes du domaine du livre au commerce international. Cette option a peu de conséquences sur le résultat général, les sommes en cause étant relativement modestes.

Figure 19  
Sommaire des flux monétaires pour les produits de trois domaines culturels, soit les arts de la scène, le cinéma et la télévision et le livre, Québec, 2007



Sources: Compilations et estimations de l'Observatoire de la culture et des communications du Québec à partir de ses propres données et renseignements, de ceux de Statistique Canada, du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, de la Régie du cinéma et de l'Institut de la statistique du Québec.  
Voir les tableaux 25, 26, 28 et 30 pour l'énumération complète des enquêtes, bases de données et documents desquels sont tirées les données de base servant aux calculs. Voir le texte du rapport pour plus de détails concernant la méthodologie propre à chaque cas.

Figure 20  
Flux des échanges monétaires interprovinciaux et internationaux pour les produits des arts de la scène, du cinéma et de la télévision et du livre, Québec, 2007



Sources : Compilations et estimations de l'Observatoire de la culture et des communications du Québec à partir de ses propres données et renseignements, de ceux de Statistique Canada, du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, de la Régie du cinéma et de l'Institut de la statistique du Québec.  
Voir les tableaux 25, 26, 28 et 30 pour l'énumération complète des enquêtes, bases de données et documents desquels sont tirées les données de base servant aux calculs. Voir le texte du rapport pour plus de détails concernant la méthodologie propre à chaque cas.

# 4

## CONCLUSION

---

Ce rapport a présenté une compilation de données provenant de nombreuses sources afin d'évaluer le commerce international de produits culturels québécois. Nous avons ciblé trois domaines en particulier : les arts de la scène, le cinéma et la télévision et le livre. La disponibilité et la nature des données sont telles que le fruit de notre travail comporte surtout :

1. une mesure du commerce extérieur, pas seulement international;
2. une évaluation des maillons de production, de distribution et de diffusion de la filière, la création n'étant incluse que si les créateurs sont aussi producteurs.

Les résultats de nos travaux indiquent que le Québec accuse un déficit commercial de produits culturels en 2006 et en 2007 dans les trois domaines étudiés. D'une part, la présence de produits culturels étrangers au Québec est plus prononcée que celle de produits culturels québécois à l'étranger. D'autre part, le commerce avec d'autres pays domine les échanges Québec-hors Québec. Si l'on tient

compte de la taille du secteur culturel, le solde commercial est, toutes proportions gardées, comparable à celui de toute l'économie québécoise. Par contre, le commerce extérieur contribue moins aux flux économiques des industries culturelles étudiées que dans d'autres secteurs économiques, mais ce résultat peut simplement être le reflet d'une caractéristique des industries productrices de services.

Quant aux trois domaines pris individuellement, les échanges de produits cinématographiques et télévisuels sont beaucoup plus grands que ceux des deux autres secteurs. Cependant, lorsqu'on tient compte de la taille des secteurs respectifs, les importations de livres sont plus significatives que celles des deux autres domaines et les exportations semblent moins importantes.

Le solde négatif des domaines culturels étudiés dans ce rapport s'explique en partie par l'existence d'influences prépondérantes en dehors du Québec, comme l'hégémonie du cinéma états-unien, qui imposent une présence importante

de produits culturels étrangers. Toutefois, l'incursion n'est pas totale et les produits québécois tirent leur épingle du jeu. De surcroît, le volume d'exportation souligne que les acteurs culturels québécois osent se faire valoir outre frontières où ils obtiennent de véritables succès.

Cet ouvrage est important pour le regard éclairé qu'il offre sur chaque domaine culturel étudié et les liens entre le Québec et l'extérieur. Les résultats témoignent de l'utilité des méthodologies élaborées et ils forment une base pour suivre les tendances en matière de relations économiques internationales en culture. Les procédés conçus pour ce projet pourront être appliqués de façon récurrente avec un minimum d'effort pour produire des mises à jour et suivre ainsi l'évolution des échanges commerciaux dans les trois domaines culturels étudiés. L'expérience permet aussi d'entrevoir que ce modèle puisse convenir à d'autres domaines culturels.

Enfin, le travail a aussi permis de détecter des lacunes dans les statistiques, c'est-à-dire là où la valeur

de certains échanges est encore incomplète et mal connue. Certaines ont été comblées avec deux nouvelles enquêtes<sup>85</sup>, d'autres avec un nouveau traitement des données existantes. D'autres encore, notamment en ce qui concerne les droits, les redevances et les échanges numériques, nécessiteront des efforts

importants et innovateurs au-delà du seul contexte du commerce international afin de comprendre leur rôle et leur effet sur les divers maillons de la chaîne culturelle. N'oublions pas qu'il s'agit d'industries culturelles en mutation, largement influencées par les innovations technologiques et sociales rapides, et qui évoluent

dans un contexte de mondialisation et de protection de la diversité des expressions culturelles. Afin d'améliorer nos outils d'analyse pour mieux suivre cette évolution, il apparaît nécessaire de disposer d'un solide corpus de statistiques sur les industries culturelles.

---

85. L'Enquête sur les exportations québécoises de spectacles (inédite) et l'Enquête sur l'industrie des services techniques aux producteurs de film, d'émission de télévision et de publicité.

# BIBLIOGRAPHIE

---

- ALLAIRE, Benoit (2008). « Édition québécoise 2007: Exportations en hausse et baisse sur le marché national », *Statistiques en bref*, n° 43, décembre, Observatoire de la culture et des communications du Québec, [En ligne]: [http://www.stat.gouv.qc.ca/observatoire/publicat\\_obs/pdf/Stat\\_BrefNo43.pdf](http://www.stat.gouv.qc.ca/observatoire/publicat_obs/pdf/Stat_BrefNo43.pdf), 8 p.
- AUSTRALIAN BUREAU OF STATISTICS (2008). *Performing Arts 2006-07*, n° 8697.0, National Centre for Culture and Recreation Statistics (NCCRS), [En ligne]: <http://www.abs.gov.au/AUSSTATS/abs@.nsf/productsbyCatalogue/A01C2B3595A8F199CA2568A9001393A9?OpenDocument> (page consultée le 18 juillet 2008), 42 p.
- (2006). *Household Expenditure Survey, Australia. Detailed Expenditure Items, 2003-04* (6535.0.55.001) [En ligne]: [http://www.abs.gov.au/AUSSTATS/abs@.nsf/DetailsPage/6535.0.55.0012003-04%20\(Reissue\)?OpenDocument](http://www.abs.gov.au/AUSSTATS/abs@.nsf/DetailsPage/6535.0.55.0012003-04%20(Reissue)?OpenDocument) (page consultée le 6 octobre 2009).
- CANADIAN MEDIA RESEARCH INC. (2006). *Combien de Canadiens s'abonnent-ils à la télévision par câble ou satellite?*, Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, [En ligne]: [http://www.crtc.gc.ca/fra/publications/reports/radio/cmri\\_rev.pdf](http://www.crtc.gc.ca/fra/publications/reports/radio/cmri_rev.pdf) (page consultée le 16 décembre 2008).
- CFM STRATEGIES (2004). *Évaluation des retombées économiques des événements membres du RÉMI, édition 2004*, [En ligne]: <http://www.remi.qc.ca/html/fr/activites8.html> (page consultée le 26 février 2009).
- CINÉMATHEQUE QUÉBÉCOISE (2010). Répertoire audiovisuel Québec, [En ligne]: [http://collections.cinematheque.qc.ca/rep\\_recherche.asp](http://collections.cinematheque.qc.ca/rep_recherche.asp) (page consultée le 9 mars 2010)
- CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES (2009a). *Rapport de surveillance des communications 2009*, Ottawa, [En ligne]: <http://www.crtc.gc.ca/fra/publications/reports/policymonitoring/2009/2009MonitoringReportFinalFr.pdf> (page consultée le 11 février 2010), 293 p.
- (2009b). *Relevés financiers concernant la distribution de radiodiffusion. 2004-2008 – classes 1, 2 et 3*, [En ligne]: <http://www.crtc.gc.ca/fra/stats1.htm> (page consultée le 4 avril 2009).
- (2009c). *Relevés financiers concernant la télévision traditionnelle, 2004-2008*, [En ligne]: <http://www.crtc.gc.ca/fra/stats5.htm> (page consultée le 11 août 2009).
- (2009d). *Relevés financiers concernant les services spécialisés, payants, à la carte et de vidéo sur demande, 2004-2008*, [En ligne]: <http://www.crtc.gc.ca/fra/stats3.htm> (page consultée le 11 août 2009).
- (2008a). *Rapport de surveillance des communications 2008*, Ottawa, [En ligne]: <http://www.crtc.gc.ca/fra/publications/reports/PolicyMonitoring/2008/cmr2008.htm> (page consultée le 27 novembre 2008), 286 p.
- (2008b). *Relevés financiers concernant la télévision traditionnelle 2003-2007*, [En ligne]: <http://www.crtc.gc.ca/fra/stats5.htm> (page consultée le 11 août 2009).
- CONSEIL DES ARTS ET DES LETTRES DU QUÉBEC (2008). *Rapport annuel de gestion 2007-2008*, Québec, 117 p.
- (2006). *Liste des bourses et subventions accordées en 2005-2006*, [En ligne]: [http://www.calq.gouv.qc.ca/calq/\\$/20052006/aidefinan20052006.pdf](http://www.calq.gouv.qc.ca/calq/$/20052006/aidefinan20052006.pdf).
- (2005). *Rapport annuel 2004-2005*, Québec, 109 p.
- DÉLÉGATION GÉNÉRALE DU QUÉBEC À PARIS (2009). *Répertoire de films*, [En ligne]: [http://www.gouv.qc.ca/portail/quebec/international/france/arts/cinema\\_et\\_telerivision/repertoire\\_films](http://www.gouv.qc.ca/portail/quebec/international/france/arts/cinema_et_telerivision/repertoire_films) (page consultée le 25 novembre 2009).
- DUGAS, Erika (2006). « Comment les ménages canadiens dépensent-ils leur argent au chapitre des biens et services de la culture? », *Culture en perspective*, vol. 15, n° 4, octobre, Statistique Canada, [En ligne]: <http://www.statcan.gc.ca/pub/87-004-x/2003004/4112754-fra.htm> (page consultée le 6 octobre 2009).
- ÉDINOVA (2008). *La diffusion et la distribution du livre de langue française au Canada*, Patrimoine Canada, [En ligne]: [http://www.pch.gc.ca/pc-ch/org/sectr/ac-ca/pblctns/bk\\_dstrbtn\\_lv/dst\\_fra/pdf-fra.pdf](http://www.pch.gc.ca/pc-ch/org/sectr/ac-ca/pblctns/bk_dstrbtn_lv/dst_fra/pdf-fra.pdf).
- FESTIVAL INTERNATIONAL DU FILM FRANCOPHONE DE NAMUR (2009). *Archives*, [En ligne]: <http://www.fiff.be/on/menu-sup/archives/index.html> (page consultée le 24 novembre 2009).
- FORTIER, Claude (2008). « La fréquentation des arts de la scène au Québec en 2007 », *Statistiques en bref*, n° 41, septembre, Observatoire de la culture et des communications du Québec, [En ligne]: [http://www.stat.gouv.qc.ca/observatoire/publicat\\_obs/pdf/Stat\\_BrefNo41.pdf](http://www.stat.gouv.qc.ca/observatoire/publicat_obs/pdf/Stat_BrefNo41.pdf), 19 p.
- GOUVERNEMENT DU QUÉBEC (2009). *Tourisme*, [En ligne]: <http://www.gouv.qc.ca/portail/quebec/pgs/commun/portrait/tourisme/> (page consultée le 27 juillet 2009).
- GRUPE NORDICITÉ (2009). *Profil 2009. Rapport économique sur la production cinématographique et télévisuelle au Canada*, Ottawa, Association canadienne de production de films et de télévision, 90 p.
- HARDY, Gaétan (2009). « Portrait du secteur de la musique au Québec », *Constats du CALQ*, n° 19, avril, Conseil des arts et des lettres du Québec, [En ligne]: [http://www.calq.gouv.qc.ca/publications/constats\\_19.pdf](http://www.calq.gouv.qc.ca/publications/constats_19.pdf), 36 p.
- (2007a). « Le secteur du théâtre au Québec: profil économique », *Constats du CALQ*, n° 17, octobre, Conseil des arts et des lettres du Québec, [En ligne]: [http://www.calq.gouv.qc.ca/publications/constats\\_17.pdf](http://www.calq.gouv.qc.ca/publications/constats_17.pdf), 40 p.
- (2007b). « Portrait du secteur de la danse professionnelle au Québec », *Constats du CALQ*, n° 14, mars, Conseil des arts et des lettres du Québec, [En ligne]: [http://www.calq.gouv.qc.ca/publications/constats\\_14.pdf](http://www.calq.gouv.qc.ca/publications/constats_14.pdf), 27 p.

- (2006a). « L'Économie des tournées québécoises en arts de la scène », *Constats du CALQ*, n° 10, janvier, Conseil des arts et des lettres du Québec, [En ligne] : [http://www.calq.gouv.qc.ca/publications/constats\\_10.pdf](http://www.calq.gouv.qc.ca/publications/constats_10.pdf), 28 p.
- (2006b). « Le soutien financier du Conseil des arts et des lettres du Québec aux artistes et aux écrivains professionnels », *Constats du CALQ*, n° 13, septembre, Conseil des arts et des lettres du Québec, [En ligne] : [http://www.calq.gouv.qc.ca/publications/constats\\_13.pdf](http://www.calq.gouv.qc.ca/publications/constats_13.pdf), 20 p.
- IMDB (2009). *Box Office Mojo*. [En ligne] : <http://www.boxofficemojo.com/> (page consultée le 26 juin 2009).
- INDIGO BOOKS AND MUSIC INC. (2009). *Annual Report for the 52-week period ended March 28, 2009*, [En ligne] : [http://images.chapters.indigo.ca/images\\_2005/Content/Articles/En/AboutUs/PDFs\\_IR/AnnualReports/FY\\_09\\_AnnualReport.pdf](http://images.chapters.indigo.ca/images_2005/Content/Articles/En/AboutUs/PDFs_IR/AnnualReports/FY_09_AnnualReport.pdf) (page consultée le 29 octobre 2009), 47 p.
- INSTITUT DE LA STATISTIQUE DU QUÉBEC (2009a). *Commerce international en ligne*, [En ligne] : [http://diff1.stat.gouv.qc.ca/hkb/index\\_fr.html](http://diff1.stat.gouv.qc.ca/hkb/index_fr.html) (page consultée le 14 août 2009).
- (2009b). *Produit intérieur brut selon les dépenses*, tableau 2.2, [En ligne] : [http://www.stat.gouv.qc.ca/donstat/econm\\_finnc/conjn\\_econm/compt\\_econm/cea2\\_2.htm](http://www.stat.gouv.qc.ca/donstat/econm_finnc/conjn_econm/compt_econm/cea2_2.htm) (page consultée le 8 mars 2010).
- (2008a). *Comparaisons interprovinciales*, chap. 8 : « Le commerce interprovincial », [En ligne] : [http://www.stat.gouv.qc.ca/donstat/econm\\_finnc/conjn\\_econm/TSC/index.htm](http://www.stat.gouv.qc.ca/donstat/econm_finnc/conjn_econm/TSC/index.htm) (page consultée le 28 juillet 2009).
- (2008b). *Population, accroissement quinquennal et répartition, Canada et provinces, 1971-2009*. [En ligne] : [http://www.stat.gouv.qc.ca/donstat/societe/demographie/struc\\_poplt/103.htm](http://www.stat.gouv.qc.ca/donstat/societe/demographie/struc_poplt/103.htm) (page consultée le 18 août 2009).
- INSTITUT NATIONAL DE LA STATISTIQUE ET DES ÉTUDES ÉCONOMIQUES (2009). *Consommation des ménages (tableaux détaillés). Consommation effective par produit*, [En ligne] : <http://www.insee.fr/fr/themes/comptes-nationaux/souschapitre.asp?id=74> (page consultée le 7 octobre 2009).
- MÉNARD, Marc (2001). *Les chiffres des mots. Portrait économique du livre au Québec*, Montréal, SODEC, [En ligne] : [http://www.sodec.gouv.qc.ca/medias\\_publications.php](http://www.sodec.gouv.qc.ca/medias_publications.php) (page consultée le 15 août 2008), 248 p.
- MINISTÈRE DE LA CULTURE ET DE LA COMMUNICATION (FRANCE) (2009). *Chiffres clés 2009. Statistiques de la culture*, Département des études, de la prospective et des statistiques, [En ligne] : <http://www.culture.gouv.fr/nav/index-stat.html> (page consultée le 30 octobre 2009), 239 p.
- MINISTÈRE DES RELATIONS INTERNATIONALES (2006). *La Politique internationale du Québec. La force de l'action concertée*, Gouvernement du Québec, [En ligne] : <http://www.mri.gouv.qc.ca/fr/pdf/Politique.pdf>, 113 p.
- OBSERVATOIRE DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS DU QUÉBEC (2009a). *Caractéristiques des représentations payantes en danse selon le genre et la provenance des spectacles, Québec, 2007*. [En ligne] : [http://www.stat.gouv.qc.ca/donstat/societe/culture\\_comnc/art\\_interpretation/freq\\_spectacles/2007/tab15\\_2\\_07.htm](http://www.stat.gouv.qc.ca/donstat/societe/culture_comnc/art_interpretation/freq_spectacles/2007/tab15_2_07.htm) (page consultée le 17 novembre 2009).
- (2009b). *Caractéristiques des représentations payantes en théâtre selon le genre et la provenance des spectacles, Québec, 2007*. [En ligne] : [http://www.stat.gouv.qc.ca/donstat/societe/culture\\_comnc/art\\_interpretation/freq\\_spectacles/2007/tab15\\_1\\_07.htm](http://www.stat.gouv.qc.ca/donstat/societe/culture_comnc/art_interpretation/freq_spectacles/2007/tab15_1_07.htm) (page consultée le 17 novembre 2009).
- (2009c). *Caractéristiques des représentations payantes en variétés selon le genre et la provenance des spectacles, Québec, 2007*. [En ligne] : [http://www.stat.gouv.qc.ca/donstat/societe/culture\\_comnc/art\\_interpretation/freq\\_spectacles/2007/tab15\\_5\\_07.htm](http://www.stat.gouv.qc.ca/donstat/societe/culture_comnc/art_interpretation/freq_spectacles/2007/tab15_5_07.htm) (page consultée le 17 novembre 2009).
- (2009d). *Statistiques principales des câblodistributeurs, distributeurs de radiodiffusion par satellite et par micro-ondes, Québec, 2003 à 2007*. [En ligne] : [http://www.stat.gouv.qc.ca/donstat/societe/culture\\_comnc/radio\\_tele/cablodistrib/teledistribution\\_03\\_07.htm](http://www.stat.gouv.qc.ca/donstat/societe/culture_comnc/radio_tele/cablodistrib/teledistribution_03_07.htm) (page consultée le 26 octobre 2009).
- (2009e). *Statistiques sur l'industrie du film et de la production télévisuelle indépendante, édition 2009*, Québec, Institut de la statistique du Québec, [En ligne] : [http://www.stat.gouv.qc.ca/observatoire/publicat\\_obs/film.htm](http://www.stat.gouv.qc.ca/observatoire/publicat_obs/film.htm) 152 p.
- (2009f). *Ventes nettes de livres par les éditeurs québécois sur le marché de la vente finale, livres généraux, Québec, janvier à décembre 2007 et 2008*, [En ligne] : [http://www.stat.gouv.qc.ca/donstat/societe/culture\\_comnc/livre\\_biblt/livre2008/edit-vente-liv-gen-ven-fin2007-2008.htm](http://www.stat.gouv.qc.ca/donstat/societe/culture_comnc/livre_biblt/livre2008/edit-vente-liv-gen-ven-fin2007-2008.htm) (page consultée le 14 février 2009).
- (2008a). *Statistiques principales de la culture et des communications au Québec, édition 2008*, Québec, Institut de la statistique du Québec, [En ligne] : [http://www.stat.gouv.qc.ca/observatoire/publicat\\_obs/pdf/Stat\\_princ2008.pdf](http://www.stat.gouv.qc.ca/observatoire/publicat_obs/pdf/Stat_princ2008.pdf), 130 p.
- (2008b). *Statistiques sur l'industrie du film et de la production télévisuelle indépendante, édition 2008 révisée*, Québec, Institut de la statistique du Québec, [En ligne] : [http://www.stat.gouv.qc.ca/observatoire/publicat\\_obs/pdf/Cinema2008.pdf](http://www.stat.gouv.qc.ca/observatoire/publicat_obs/pdf/Cinema2008.pdf), 140 p.
- (2008c). *Statistiques sur l'industrie du film et de la production télévisuelle indépendante. Annexe statistique, édition 2008*, Québec, Institut de la statistique du Québec, [En ligne] : [http://www.stat.gouv.qc.ca/observatoire/publicat\\_obs/pdf/Cinema2008Annexe.pdf](http://www.stat.gouv.qc.ca/observatoire/publicat_obs/pdf/Cinema2008Annexe.pdf), 216 p.
- (2007). *Statistiques sur l'industrie du film et de la production télévisuelle indépendante. Annexe statistique, édition 2007*, Québec, Institut de la statistique du Québec, [En ligne] : [http://www.stat.gouv.qc.ca/observatoire/publicat\\_obs/pdf\\_anciens/Cinema2007Annexe.pdf](http://www.stat.gouv.qc.ca/observatoire/publicat_obs/pdf_anciens/Cinema2007Annexe.pdf), 229 p.
- OFFICE FOR NATIONAL STATISTICS (2008). *Family Spending. A report on the 2007 Expenditure and Food Survey*, Basingstoke, Palgrave Macmillan, [En ligne] : [http://www.statistics.gov.uk/downloads/theme\\_social/Family\\_Spending\\_2007/FamilySpending2008\\_web.pdf](http://www.statistics.gov.uk/downloads/theme_social/Family_Spending_2007/FamilySpending2008_web.pdf), 203 p.
- RÉGIE DU CINÉMA (2009). *Frais et droits payables*, [En ligne] : <http://www.rcq.qc.ca/outils/frais.asp> (page consultée le 30 juillet 2009).
- (2008). *Rapport annuel de gestion 2007-2008*, Québec, Les Publications du Québec, [En ligne] : [http://www.rcq.qc.ca/la\\_regie/RAG\\_2007-2008.pdf](http://www.rcq.qc.ca/la_regie/RAG_2007-2008.pdf) (page consultée le 18 septembre 2009), 38 p.
- SOCIÉTÉ DE DÉVELOPPEMENT DES ENTREPRISES CULTURELLES (2009). *Rapport annuel de gestion 2008-2009*, [En ligne] : [http://www.sodec.gouv.qc.ca/documents/rapports\\_annuels/SODEC\\_RAG\\_2008-2009.pdf](http://www.sodec.gouv.qc.ca/documents/rapports_annuels/SODEC_RAG_2008-2009.pdf), 192 p.
- (2008). *Rapport annuel de gestion 2007-2008*, [En ligne] : [http://www.sodec.gouv.qc.ca/documents/rapports\\_annuels/SODEC\\_RAG\\_2007-2008.pdf](http://www.sodec.gouv.qc.ca/documents/rapports_annuels/SODEC_RAG_2007-2008.pdf), 180 p.
- (2007). *Rapport annuel de gestion 2006-2007*, [En ligne] : [http://www.sodec.gouv.qc.ca/documents/rapports\\_annuels/SODEC\\_RapportAnnuel\\_2006-2007.pdf](http://www.sodec.gouv.qc.ca/documents/rapports_annuels/SODEC_RapportAnnuel_2006-2007.pdf), 152 p.
- (2006). *Rapport annuel de gestion 2005-2006*, [En ligne] : [http://www.sodec.gouv.qc.ca/documents/rapports\\_annuels/rapport\\_05\\_06.pdf](http://www.sodec.gouv.qc.ca/documents/rapports_annuels/rapport_05_06.pdf), 140 p.

- SRC/CBC (2008). *Rapport annuel de CBC – Radio-Canada 2007-2008. Volume deux : Analyse de la direction et examen des états financiers*, Ottawa, SRC/CBC, [En ligne] : <http://www.cbc.radio-canada.ca/rapportsannuels/2007-2008/index.shtml> (page consultée le 5 août 2009), 62 p.
- STATISTICS ICELAND (2009). *Tours of theatre and professional theatre groups abroad 1985-2008*. [En ligne] : <http://www.statice.is/Statistics/Culture/Arts> (page consultée le 15 octobre 2009).
- STATISTIQUE CANADA (2009a). *Arts de la scène 2007* (87F0003XIF), [En ligne] : <http://www.statcan.gc.ca/bsolc/olc-cel/olc-cel?catno=87F0003XIF&lang=fra> (page consultée le 11 septembre 2009),
- (2009b). *Base de données sur la radiodiffusion et la télécommunication*, avril, 2006 et 2007.
- (2009c). *CANSIM Tableau 203-0012. Enquête sur les dépenses des ménages (EDM), dépenses des ménages au titre de l'éducation, selon les provinces et territoires*. [En ligne] : [http://cansim2.statcan.gc.ca/cgi-win/cnsmcgi.exe?Lang=F&RootDir=CII/&ResultTemplate=CII/CII\\_\\_\\_&Array\\_Pick=1&ArrayId=2030012](http://cansim2.statcan.gc.ca/cgi-win/cnsmcgi.exe?Lang=F&RootDir=CII/&ResultTemplate=CII/CII___&Array_Pick=1&ArrayId=2030012) (page consultée le 8 octobre 2009).
- (2009d). *Cinéma 2007* (87F0009XWF), [En ligne] : <http://www.statcan.gc.ca/bsolc/olc-cel/olc-cel?catno=87F0009X&lang=fra> (page consultée le 30 octobre 2009).
- (2009e). *Commerce de biens de la culture. Tableaux de données* (87007X), [En ligne] : <http://www.statcan.gc.ca/bsolc/olc-cel/olc-cel?catno=87-007-X&lang=fra> (page consultée le 14 octobre 2009).
- (2009f). *Commerce de services de la culture. Tableaux de données* (87213X), [En ligne] : <http://www.statcan.gc.ca/pub/87-213-x/87-213-x2009000-fra.htm> (page consultée le 28 juillet 2009).
- (2009g). *Distribution de films cinématographiques et de vidéos 2007* (87F0010XIF), Ottawa, [En ligne] : <http://www.statcan.gc.ca/pub/87f0010x/87f0010x2009001-fra.pdf>, 8 p.
- (2009h). *Les éditeurs de livres 2006* (87F0004XWF), Ottawa, [En ligne] : <http://www.statcan.gc.ca/pub/87f0004x/87f0004x2008001-fra.htm>.
- (2009i). *Les éditeurs de livres 2007* (87F0004X), Ottawa, [En ligne] : <http://www.statcan.gc.ca/pub/87f0004x/87f0004x2009001-fra.htm>.
- (2009j). *Postproduction cinématographique, télévisuelle et vidéo 2007* (87009X), Ottawa, [En ligne] : <http://www.statcan.gc.ca/bsolc/olc-cel/olc-cel?catno=87-009-X&lang=fra> (page consultée le 25 août 2009).
- (2009k). *Production cinématographique, télévisuelle et vidéo 2007* (87010XIF), Ottawa, [En ligne] : <http://www.statcan.gc.ca/pub/87-010-x/87-010-x2009001-fra.pdf>, 6 p.
- (2008a). *Arts de la scène. Tableaux de données 2006* (87F0003X), [En ligne] : <http://www.statcan.gc.ca/pub/87f0003x/87f0003x2008001-fra.pdf> (page consultée le 12 février 2009), 16 p.
- (2008b). *Industrie de la télédistribution 2007*, 56209XWF, [En ligne] : <http://www.statcan.gc.ca/bsolc/olc-cel/olc-cel?lang=fra&catno=56-209-X> (page consultée le 15 décembre 2008).
- (2008c). *Les arts de la scène. Tableaux de données 2004* (87F0003XIF), [En ligne] : <http://www.statcan.gc.ca/pub/87f0003x/87f0003x2006001-fra.htm> (page consultée le 11 septembre 2009).
- (2007). *Population selon la langue maternelle, par province et territoire (recensement de 2006)*. [En ligne] : <http://www40.statcan.gc.ca/l02/cst01/demo11b-fra.htm> (page consultée le 15 décembre 2008).
- (2006). *L'écoute de la télévision. Tableaux de données* (87F0006XIF), [En ligne] : <http://www.statcan.gc.ca/bsolc/olc-cel/olc-cel?catno=87F0006X&lang=fra>.
- TURNER-RIGGS (2007). *Le secteur de la vente de livres au détail au Canada*, Patrimoine Canada, [En ligne] : [http://www.pch.gc.ca/pgm/padie-bpidp/rep/rap-rep\\_07/rapport-pdf-report-fra.pdf](http://www.pch.gc.ca/pgm/padie-bpidp/rep/rap-rep_07/rapport-pdf-report-fra.pdf) (page consultée le 28 octobre 2009), 26 p.
- UNITED NATIONS STATISTICS DIVISION (2009). *UN COMTRADE*, [En ligne] : <http://comtrade.un.org/> (page consultée le 7 octobre 2009).

Réalisé par l'Observatoire de la culture et des communications du Québec (OCCQ) de l'Institut de la statistique du Québec, grâce au soutien financier du ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine et à l'appui des partenaires financiers de l'OCCQ, ce document réunit de nombreuses sources de données pour dresser un portrait des échanges commerciaux du Québec pour les arts de la scène, le cinéma et la télévision et le livre. Au regard de chacun des trois domaines culturels étudiés, on trouve des données sur la présence au Québec de produits culturels étrangers, sur les activités hors Québec des établissements culturels québécois, des mesures de l'exportation et de l'importation ainsi que de la balance commerciale. Enfin, on évalue la part du commerce interprovincial par rapport au commerce international.

**Institut  
de la statistique**

**Québec** 

Avec la participation de :  
• Ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine