



OBSERVATOIRE
DE LA CULTURE ET DES
COMMUNICATIONS
DU QUÉBEC

SOURCES ET MÉTHODES POUR LES ESTIMATIONS DE 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

Dépôt légal
Bibliothèque et Archives Canada
Bibliothèque et Archives nationales du Québec
3^e trimestre 2010
ISBN : 978-2-550-59507-6 (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

Juillet 2010

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
Observatoire de la culture et des communications du Québec
Institut de la statistique du Québec

Esther Frève, pour la révision linguistique
Marie-Eve Cantin, pour la mise en page
Danielle Laplante, pour la coordination de l'édition
Direction des communications
Institut de la statistique du Québec

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

MARCEAU, Sylvie (2010). *Sources et méthodes pour les estimations de 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, 37 p., [En ligne] : www.stat.gouv.qc.ca/observatoire.

Abréviations

AGCS	Accord général sur le commerce des services
CALQ	Conseil des arts et des lettres du Québec
CRTC	Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes
EDR	Entreprise de distribution de radiodiffusion, câblodistributeur
EFS	Enquête sur la fréquentation des spectacles
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	Paie mensuelle d'affiliation
PDS	Prix de détail suggéré
SCIAN	Système de classification des industries de l'Amérique du Nord
SRC/CBC	Société Radio-Canada/Canadian Broadcasting Corporation
SRD	Satellite de radiodiffusion directe
SODEC	Société de développement des entreprises culturelles
S-P-VSD-TAC	Services de télévision spécialisés, payants, vidéo sur demande et télévision à la carte

Signes conventionnels

..	Donnée non disponible		
...	N'ayant pas lieu de figurer	%	Pour cent ou pourcentage
—	Donnée infime	M	En millions
n	Nombre	G	En milliards

TABLE DES MATIÈRES

Introduction.....	7
1. Arts de la scène	9
1.1. Exportations	9
1.1.1. Producteurs.....	9
1.1.2. Diffuseurs	10
1.2. Importations	10
1.2.1. Producteurs.....	10
1.2.2. Diffuseurs	11
1.3. Notes concernant les autres filières.....	12
2. Production cinématographique, télévisuelle et vidéo	13
2.1. Exportations	13
2.1.1. Producteurs.....	13
2.1.2. Fournisseurs de services techniques	14
2.1.3. Distributeurs.....	14
2.1.4. Télédiffuseurs.....	14
2.1.4.1. Télédiffuseurs conventionnels	15
2.1.4.2. Télédiffuseurs de services spécialisés, payants, sur demande et à la carte..	15
2.2. Importations	16
2.2.1. Producteurs.....	16
2.2.2. Fournisseurs de services techniques	17
2.2.3. Distributeurs.....	17
2.2.4. Exploitants de salles et détaillants	19

2.2.5.	Télédiffuseurs	20
2.2.5.1.	Télédiffuseurs conventionnels	20
2.2.5.2.	Télédiffuseurs de services spécialisés et payants	20
2.2.6.	Télédistributeurs	21
2.3.	Notes concernant les autres filières	25
3.	Livres	27
3.1.	Exportations	27
3.2.	Importations	27
3.2.1.	Éditeurs	27
3.2.2.	Distributeurs	27
3.2.3.	Librairies	28
3.3.	Notes concernant les autres filières	28
	Bibliographie	29
	Annexe 1 : Couverture des données	31
	Annexe 2 : Flux entre les abonnés, les télédistributeurs et les services S-P-VSD-TAC canadiens	35

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1	Paramètres utilisés dans les calculs des importations de spectacles	11
Tableau 2	Recettes totales de production et exportations de l'industrie de la production cinématographique, vidéo et audiovisuelle, Canada et provinces, de 1998-1999 à 2004-2005	13
Tableau 3	Données utilisées pour calculer les frais et les droits payables par les détenteurs de permis spécial à la Régie du cinéma	19
Tableau 4	Paiements d'affiliation mensuels moyens par abonné, selon le type de service de télédistribution, 2006 et 2007	22
Tableau 5	Paiements d'affiliation mensuels moyens par abonné, trois scénarios d'abonnement, selon l'origine du service, Québec, 2006 et 2007	24

INTRODUCTION

L'ampleur et la complexité des travaux méthodologiques consacrés à la recherche sur *La balance commerciale québécoise de produits culturels. Arts de la scène, cinéma et télévision et livre, 2006 et 2007*, publiés par l'Observatoire de la culture et des communications du Québec (OCCQ), ne permettaient pas de les intégrer dans cette publication consacrée à l'analyse et à la diffusion des résultats. Néanmoins, pour ne pas sacrifier la rigueur scientifique qui a animé les travaux, il a semblé essentiel de diffuser un complément méthodologique dans un document distinct. Ainsi, le lecteur trouvera ici un exposé de la démarche, des outils et des méthodes utilisés pour calculer la balance commerciale des domaines culturels traités.

Nous avons évalué les importations et les exportations québécoises à chaque étape de la filière dans chacun des domaines considérés, soit : les arts de la scène, le film et la télévision et le livre. Les estimations inscrites dans les tableaux du rapport principal reposent sur la base des activités¹ plutôt que sur celle des produits. Par exemple, dans la catégorie « importations, arts de la scène, producteurs », nous inscrivons les dépenses faites par des *producteurs* au Québec pour des biens et services achetés auprès de fournisseurs hors Québec et non les sommes versées pour des spectacles produits par des compagnies étrangères. Ces dernières sont plutôt classées avec les importations faites par les *diffuseurs* de spectacles.

Il ne faut donc pas chercher de concordance lexicographique entre ce qui est échangé et l'agent de transaction, que ce soit dans le cas des importations

ou des exportations. Cette façon de procéder permet une approche plus systématique et complète qu'une analyse par produit. Cependant, les descriptions qui suivent sont parfois fondées sur les produits si les données ne sont disponibles que sur cette base. Dans ce document, l'ordre de la présentation des sources et des méthodes suit la structure de la section 3.3 du rapport principal qui présentait les résultats : d'abord, les exportations et les importations du domaine des arts de la scène, ensuite, les exportations et les importations du domaine du cinéma et de la télévision et, enfin, les exportations et les importations du domaine du livre.

Pour chaque domaine, nous avons mesuré le commerce extérieur du Québec, c'est-à-dire les échanges entre des entités établies au Québec et des entités hors Québec. Étant donné que la Politique internationale du Québec s'intéresse d'abord et avant tout aux relations entre le Québec et d'autres pays dans ses domaines de responsabilité, nous présentons aussi – lorsque possible – les échanges avec des pays autres que le Canada. On parle alors du commerce étranger.

Dans le but d'illustrer simplement le degré de fiabilité des données utilisées pour calculer la balance commerciale québécoise de produits culturels, un tableau synthèse (annexe 1) permet de comprendre, selon les différentes composantes des filières de chaque domaine culturel étudié, la nature et la composition des données utilisées. Ce tableau renseigne sur la disponibilité de données particulières ou sur les estimations qu'il a fallu produire.

1. On peut aussi parler d'agents ou d'établissements.

1

ARTS DE LA SCÈNE

1.1. EXPORTATIONS

Les Nations unies² définissent quatre modes d'offre de service en vertu de l'Accord général sur le commerce de services (AGCS). De ces quatre modes, résumés dans l'encadré, les exportations en arts de la scène que nous avons évaluées dans ce travail en touchent deux : la présence de personnes physiques (mode 4) et la consommation à l'étranger (mode 2). Le premier s'applique aux producteurs et aux créateurs qui se déplacent pour offrir des prestations hors Québec; le deuxième concerne les consommateurs non résidents du Québec, les touristes, qui se déplacent pour assister à des prestations au Québec.

1.1.1. Producteurs

Données

Les données pour estimer les exportations en 2007 des producteurs en arts de la scène proviennent de l'*Enquête sur les exportations québécoises de spectacles* (2007-2008) de l'OCCQ. Les données de cette enquête ne sont pas publiées. La valeur des exportations pour 2006 est imputée à partir des résultats de 2007 et des données de Statistique Canada sur les recettes d'exploitation des arts de la scène³.

MODES D'OFFRE DE SERVICE EN VERTU DE L'ACCORD GÉNÉRAL SUR LE COMMERCE DE SERVICES

Voici les quatre façons dont un service peut être offert entre les membres (pays) de l'AGCS.

Mode 1, offre transfrontalier : L'offre de service à partir du territoire d'un membre vers celui d'un autre membre. Fournisseur et acheteur demeurent dans leur pays respectif; le service traverse la frontière (par exemple, par téléphone).

Mode 2, consommation à l'étranger : Le service est offert dans le territoire d'un membre à un résident d'un autre membre. Le fournisseur demeure dans son territoire et le consommateur se déplace dans celui du fournisseur.

Mode 3, présence commerciale : Une entité d'un pays membre établit une présence commerciale (filiale, succursale, etc.) dans le territoire d'un autre membre afin de fournir le service aux acheteurs dans l'autre territoire.

Mode 4, présence de personnes physiques : Un fournisseur individuel (employé ou travailleur autonome) se rend dans le pays de l'acheteur afin d'offrir le service.

2. Les quatre modes d'offre sont décrits dans UNITED NATIONS (2002), p. 11.

3. Les recettes d'exploitation sont tirées de STATISTIQUE CANADA (2008a).

Méthode

Il s'agit des revenus provenant de l'extérieur du Québec, au cours de l'année 2007-2008, d'établissements qui ont produit des spectacles présentés hors Québec ou y ont participé (par exemple, en tant que gérant ou artiste à forfait). L'enquête présentait un degré de non-réponse non négligeable qui a été pris en compte avec une pondération des réponses complètes. Néanmoins, il est possible qu'il y ait sous-estimation des revenus dérivés des présentations hors Québec si le répondant ne croit pas avoir participé à la production du spectacle pendant la période de référence. Par exemple, une compagnie de théâtre, qui a vendu outre-mer en 2006 les droits d'exploitation d'une œuvre, peut recevoir des redevances en 2007, mais ne pas avoir participé aux prestations ou aux décisions relatives à sa présentation outre-mer. Pour des raisons analogues, les revenus de l'étranger du mode 3 d'offre de service, définis comme l'établissement d'une présence commerciale ou d'une entité liée dans un pays autre que celui du fournisseur de service, ne sont pas tous comptabilisés. Dans ce cas, le contrôle de production peut avoir été cédé à une entité étrangère, mais qui conserve des liens économiques ou légaux avec une compagnie d'ici. Strictement parlant, la compagnie mère qui est au Québec n'est donc pas la *productrice* du spectacle ou une *participante* aux représentations. Il en résulte une exclusion dans notre étude des revenus des sociétés sœurs établies dans d'autres pays.

1.1.2. Diffuseurs

Données

Il n'existe pas de données sur les dépenses au Québec selon l'origine de l'auditoire. Une valeur indicative est déduite à partir des renseignements obtenus par l'*Enquête sur la fréquentation des spectacles* de l'OCCQ, sur les spectacles lors d'un festival, et d'une étude d'impact effectuée pour le Regroupement des événements majeurs internationaux (RÉMI).

Méthode

Il s'agit de spectacles offerts au Québec à des non-résidents du Québec. Pour la plupart des spectacles, la clientèle visiteuse (de l'extérieur du Québec) ne constitue qu'une faible proportion de la clientèle totale.

Cependant, un certain nombre d'événements de portée internationale ont lieu régulièrement au Québec. Par exemple, on peut lire sur le site Web du Festival international de jazz de Montréal que 25 % des participants en 2008 venaient de l'extérieur de la province, que l'on comptait 6M\$ de revenus de billetterie et que 128 000 billets avaient été écoulés⁴. Si les visiteurs de l'extérieur achètent des billets dans la même proportion que les résidents du Québec, la valeur d'exportation du Festival était d'environ 1,5M\$. Une étude de 21 festivals et autres événements majeurs membres du RÉMI au Québec indique qu'environ 10 % des 12 960 334 personnes accueillies en 2004 venaient de l'extérieur du Québec⁵. Toutefois, seulement 9 de ces 21 événements concernent les arts de la scène. Selon Luc Fournier du RÉMI⁶, la proportion hors Québec est plus élevée en 2007 (environ 17 %). Dans l'enquête sur la fréquentation des spectacles, les revenus de billetterie lors d'un festival sont de 17,3M\$ en 2007. Les ventes de billets à des non-résidents pourraient alors être de l'ordre de 3M\$ (soit 17,3 multiplié par 0,17). Certains raffinements pourraient être apportés à ce chiffre (par exemple, distinguer les festivals internationaux des festivals locaux ou ajouter les festivals de films), mais le résultat demeurerait approximatif.

En ce qui concerne la répartition Canada/étranger présentée dans la section 3.4 du rapport final, nous appliquons une division proportionnelle à l'origine des touristes. D'après Tourisme Québec⁷, 13 % des touristes au Québec en 2003 venaient des autres provinces canadiennes et 11 % de l'étranger.

1.2. IMPORTATIONS

1.2.1. Producteurs

Les importations des producteurs des arts de la scène sont de deux sortes : 1. les spectacles donnés au Québec et produits par une compagnie québécoise avec des artistes étrangers; 2. les spectacles produits par une compagnie québécoise, mais qui ont lieu hors Québec.

Données

Dans le premier cas, les estimations sont basées sur des données de l'*Enquête sur la fréquentation des*

4. FESTIVAL INTERNATIONAL DE JAZZ DE MONTRÉAL (2008).

5. CFM STRATEGIES (2004).

6. Communication personnelle.

7. GOUVERNEMENT DU QUÉBEC (2009).

spectacles (EFS) de l'OCCQ. Dans le deuxième cas, les résultats inédits sont tirés de l'*Enquête sur les exportations québécoises de spectacles 2007-2008* de l'OCCQ.

Méthode

Les importations associées aux spectacles donnés au Québec et produits par une compagnie québécoise, mais avec des artistes étrangers, correspondent à l'estimation des paiements faits à ces artistes et sont calculées avec les importations des diffuseurs. La méthode est décrite à la section 1.2.2 sur l'accueil des spectacles étrangers.

Les importations des producteurs qui ont donné des spectacles hors Québec sont estimées à partir des dépenses hors Québec déclarées dans l'*Enquête sur les exportations québécoises de spectacles 2007-2008*. L'enquête présentait un degré de non-réponse non négligeable qui a été pris en compte avec une pondération des réponses complètes. Les valeurs pour 2006 sont imputées d'après la variation des dépenses d'exploitation calculées par Statistique Canada⁸ pour des établissements québécois en arts de la scène.

1.2.2. Diffuseurs

Données

Les données proviennent de l'*Enquête sur la fréquentation des spectacles* de l'OCCQ. Des renseignements sur les tournées d'organismes québécois soutenus par le Conseil des arts et des lettres du Québec (CALQ)⁹, ainsi que des données sur les diffuseurs pluridisciplinaires subventionnés par le ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine (MCCCF)¹⁰, ont été utilisés pour estimer les paramètres appliqués lors de l'estimation des importations.

Méthode

Les importations (*IM*) ont été estimées à une fraction des recettes de guichet des spectacles présentés au Québec : $IM = (1 - \alpha) \text{Recettes}$. Le paramètre α mesure le pourcentage des recettes conservé par une entité au Québec et dépend de trois facteurs : l'origine du producteur du spectacle, l'origine des

artistes et le statut du diffuseur. L'*Enquête sur la fréquentation des spectacles* demande aux diffuseurs québécois d'indiquer la provenance de chaque spectacle utilisant leurs installations ainsi que le rôle qu'ils ont joué pour chaque spectacle. Les artistes, groupes d'artistes et producteurs de spectacles peuvent venir du Québec, d'ailleurs au Canada ou de l'étranger. Le répondant peut indiquer avoir joué le rôle de diffuseur, de codiffuseur ou de locateur de salle. Les catégories de spectacles construites à partir des données de l'enquête et les paramètres α appliqués dans chaque cas apparaissent au tableau 1. Si la provenance est inconnue, la valeur du paramètre appliqué est une moyenne de celles que mentionne le tableau, avec une pondération basée sur le nombre de représentations.

Tableau 1

Paramètres utilisés dans les calculs des importations de spectacles

	Diffuseurs ou codiffuseurs	Locateurs
Producteurs et artistes d'origine hors Québec	0,16	0,16
Producteurs québécois avec artistes d'origine hors Québec	0,69	0,69

Sources : Conseil des arts et des lettres du Québec (Hardy, 2006).

Ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine
(publiées dans OCCQ, 2008a).

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

Les paramètres pour producteurs et artistes venant de l'extérieur du Québec sont estimés à partir de renseignements concernant 93 diffuseurs pluridisciplinaires soutenus par le MCCCFC entre 1999 et 2006. Dans les cas où le producteur et l'artiste sont d'origine hors Québec, le paramètre « diffuseur ou codiffuseur » correspond au ratio du montant déclaré pour achat de spectacles sur le montant des revenus de guichet. Notons que ce ne sont pas tous les diffuseurs qui assument des dépenses pour achat de spectacles, puisque plusieurs sont aussi producteurs et que les 93 diffuseurs n'ont offert que 28,3 % des représentations totales, et n'ont reçu que 25,1 % du nombre de spectateurs et 18,1 % des revenus de billetterie

8. STATISTIQUE CANADA (2008a).

9. Gaétan HARDY (2006).

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

de tous les spectacles du Québec. Cependant, la plupart des 93 diffuseurs sur lesquels est basé notre paramètre sont installés hors des grands centres et devraient donc mieux refléter le cas qui nous intéresse (quand un diffuseur paie un producteur).

L'utilisation d'un même paramètre pour « diffuseur » et « codiffuseur » présuppose que ce dernier est un autre diffuseur québécois dans le cas des représentations avec artiste et producteur non québécois. Cette hypothèse est invraisemblable seulement si des producteurs non québécois sont codiffuseurs. Dans la mesure où un producteur doit disposer d'un local de diffusion pour être codiffuseur, on peut affirmer que les producteurs non québécois n'ont pas de locaux de diffusion au Québec. (Dans le cas de spectacles dont les artistes sont étrangers mais le producteur est québécois, la possibilité que le codiffuseur soit un producteur n'a pas de conséquence sur la part des recettes qui reste au Québec.) Si le diffuseur n'a pas de préférence entre acheter un spectacle et tirer des profits comme diffuseur, ou louer une salle pour le même spectacle et tirer des profits en tant que locateur, la proportion des recettes de guichet est comparable dans les deux cas. Faute d'information dans un sens ou l'autre, nous convenons que la valeur du paramètre pour des spectacles diffusés dans une salle louée est identique à sa valeur de diffusion.

Les paramètres pour les spectacles avec producteur québécois sont estimés à partir de données du CALQ¹¹. L'hypothèse est que le producteur remet à l'artiste ou à la troupe étrangère une somme qui correspond aux salaires et aux cachets du personnel artistique, en plus des droits. L'application du paramètre suppose que ces rémunérations sont proportionnelles aux recettes. Nous nous attendons à ce que la plus grande part des revenus des artistes prenne la forme de cachets, et que ces derniers aient une composante fixe ainsi qu'une composante variable selon les profits nets du spectacle. Ils ne sont donc pas explicitement proportionnels aux recettes. Toutefois, il est raisonnable de croire que la partie fixe est fonction des encaissements anticipés et corrélée avec les recettes. Une source plus importante d'imprécision vient du fait que les trois disciplines principales couvertes par les données (danse, musique et théâtre)

ne représentent que 31 % des recettes et 56 % des représentations au Québec en 2007¹². Quant au reste, il s'agit surtout de spectacles de chanson qui ne sont pas compris dans l'étude du CALQ. Enfin, l'enquête sur la fréquentation des spectacles ne comporte pas de catégorie « arts multidisciplinaires » comme les données du CALQ, mais les quelques spectacles de cirque et de magie de l'EFS sont aussi calculés avec un paramètre dérivé des arts multidisciplinaires et du cirque. Notons que cette méthode ne mesure pas les cachets versés à des artistes étrangers pour des spectacles gratuits ou des spectacles exigeant une charge fixe pour l'entrée à un site. Ils ne sont donc pas inclus dans les importations puisque ces spectacles ne sont pas répertoriés dans l'EFS.

1.3. NOTES CONCERNANT LES AUTRES FILIÈRES

Les exportations directes des auteurs, des artistes et des autres créateurs individuels, sous forme de droits et de redevances, en particulier ce qui transige par les sociétés de gestion de droits, ne sont que partiellement évaluées ici, faute de données sur ces transactions. Par exemple, Gamache (2009) a répertorié 27 pièces de dramaturges québécois produites hors Québec par des compagnies non québécoises en 2007-2008, et Boudier (2008) avait établi une liste pour 2006-2007 qui en comprend 22. Cependant, dans la mesure où ces créateurs sont actifs sur la scène internationale en tant que producteurs en 2007-2008, les valeurs en question sont comprises dans les exportations des producteurs.

Enfin, rappelons qu'à la section 1.1.2, nous avons inclus une approximation des ventes à des touristes venus au Québec. Un traitement symétrique du public devrait aussi inclure les achats des touristes québécois à l'extérieur. Ces dépenses sont des importations des arts de la scène au même titre que les exportations pour les touristes venus ici¹³. Malheureusement, aucune indication de l'ampleur de ces dépenses n'est disponible; il n'est donc pas possible de les inclure. Par ailleurs, des données sur ce plan apparaîtront sous l'activité « consommation », qui n'est généralement pas incluse dans notre cadre d'analyse faute d'information, et ce, pour les trois domaines étudiés.

11. Les données servant au calcul du paramètre se trouvent dans Gaétan Hardy (2006).

12. OCCQ (2008a), tableau 2.3.1.

13. Les deux se rapportent au mode 2 d'échanges commerciaux.

2

PRODUCTION CINÉMATOGRAPHIQUE, TÉLÉVISUELLE ET VIDÉO

2.1. EXPORTATIONS

2.1.1. Producteurs

Données

Les exportations hors Québec (au Canada et à l'étranger) pour 2006 des producteurs du domaine du cinéma et de la télévision sont produites à partir de compilations faites par l'OCCQ des microdonnées de l'*Enquête sur la production cinématographique, télévisuelle et vidéo* de Statistique Canada. Les exportations pour 2007 sont extrapolées d'après les recettes d'exploitation de 2007 publiées par Statistique Canada (2009g).

Méthode

La méthodologie de l'*Enquête sur la production cinématographique, télévisuelle et vidéo 2006* de Statistique Canada est consultable dans Statistique Canada (2009f). L'estimation des exportations pour l'année 2006 est produite à partir des réponses concernant les ventes à des clients à l'étranger et selon le lieu de résidence du client (autres provinces et étranger), des exportations de services à l'étranger et des revenus de droits et de redevances de l'étranger.

Nous ne disposons pas des microdonnées pour 2007, mais nous avons procédé à une imputation qui utilise les résultats de 2006 et des renseignements financiers de 2007. Plus précisément, l'estimation des exportations des producteurs pour 2007 est établie comme une proportion des recettes d'exploitation. Le calcul est lui-même fondé sur les résultats d'exportation en fonction des recettes de 2006. Cette méthode d'imputation est peu satisfaisante. Dans un premier

Tableau 2

Recettes totales de production et exportations de l'industrie de la production cinématographique, vidéo et audiovisuelle, Canada et provinces, de 1998-1999 à 2004-2005

	Unité	1998-1999	1999-2000	2000-2001	2001-2002	2004-2005	Moyenne ¹
Canada							
Recettes totales	M\$	1 889,7	2 345,8	2 339,3	2 585,5	2 868,5	...
Exportations	M\$	466,5	671,8	581,6	662,1	704,3	...
Part des exportations	%	24,7	28,6	24,9	25,6	24,6	25,7
Québec							
Recettes totales	M\$	461,0	494,1	467,9	563,6	864,8	...
Exportations	M\$	48,9	40,6	52,9	70,3	45,3	...
Part des exportations	%	10,6	8,2	11,3	12,5	5,2	9,0
Atlantique							
Recettes totales	M\$	45,6	79,3	70,5	76,4	31,0	...
Exportations	M\$	3,9	6,7	7,7	9,5	—	...
Part des exportations	%	8,6	8,4	10,9	12,4	..	9,2
Ontario							
Recettes totales	M\$	1 131,0	1 287,1	1 373,9	1 512,5	1 510,5	...
Exportations	M\$	362,2	407,4	348,8	424,9	441,2	...
Part des exportations	%	32,0	31,7	25,4	28,1	29,2	29,1
Alberta							
Recettes totales	M\$	42,1	49,3	42,0	40,9	27,4	...
Exportations	M\$	4,5	10,0	2,1	2,0	3,2	...
Part des exportations	%	10,7	20,3	5,0	4,9	11,7	10,8
Colombie-Britannique							
Recettes totales	M\$	174,5	418,5	358,8	365,6	403,1	...
Exportations	M\$	38,0	205,5	169,9	155,3	214,6	...
Part des exportations	%	21,8	49,1	47,4	42,5	53,2	45,5

1. Pour les années dont les données sont disponibles.

Source: Adapté de Statistique Canada (2006), *La production cinématographique, audiovisuelle et vidéo, tableaux de données* (87010XIF), 2006.

temps, l'étude des données provinciales disponibles entre 1998-1999 et 2004-2005 (tableau 2) révèle que les recettes et les exportations étrangères ne fluctuent pas forcément dans le même sens d'une année à l'autre. Cependant, l'ordre de grandeur de la part de revenus d'exportation est relativement stable au cours des années pour lesquelles des renseignements sont disponibles, mais varie beaucoup d'une province à l'autre, c'est-à-dire que la part varie davantage entre les provinces qu'au sein de chaque province. Ainsi, le lieu semble mieux révéler le niveau des exportations. Notre estimation pour 2006 correspond à une part de recettes de 7 %, sous la moyenne indiquée au tableau 2. Si l'on utilisait la part moyenne des exportations, selon le tableau, l'estimation pour 2007 serait de presque 13M\$ de plus. On préfère utiliser la part relative à 2006 en raison de modifications apportées à l'enquête et d'une discontinuité dans la comparabilité des données à partir de 2006.

2.1.2. Fournisseurs de services techniques

Données

L'*Enquête sur l'industrie des services techniques aux producteurs de film, d'émission de télévision et de publicité 2007-2008* de l'OCCQ fournit les données nécessaires au calcul des exportations hors Québec (étranger et Canada) des fournisseurs de services techniques du domaine du cinéma et de la télévision. Les résultats de cette enquête apparaissent dans un bulletin de l'OCCQ¹⁴.

Méthode

La valeur des exportations des fournisseurs de services techniques pour 2007 est calculée directement à partir des réponses à l'enquête, avec une imputation pour la non-réponse basée sur des données administratives. La valeur des exportations pour 2006 est extrapolée à partir du pourcentage des ventes hors Québec en 2007 et du chiffre d'affaires de l'année 2006. Le chiffre d'affaires de 2006 a fait l'objet d'une question dans la même enquête.

2.1.3. Distributeurs

Données

Les exportations hors Québec des distributeurs dans le domaine du cinéma et de la télévision (Canada et étranger) sont produites à partir de compilations fai-

tes par l'OCCQ des microdonnées de l'*Enquête sur la distribution de productions cinématographiques et vidéo* de Statistique Canada pour 2006. Les exportations pour 2007 sont imputées d'après les recettes d'exploitation de 2007 publiées dans Statistique Canada (2009b) et les résultats estimés pour 2006.

Méthode

La méthodologie de l'*Enquête sur la distribution de productions cinématographiques et vidéo 2006* de Statistique Canada est décrite dans Statistique Canada (2008b). Les exportations à l'étranger des distributeurs de productions cinématographiques et télévisuelles sont estimées à partir des déclarations de ventes de productions canadiennes et non canadiennes à l'étranger, ainsi que des paiements de droits et de redevances de l'étranger. Les exportations à l'étranger concernent surtout le marché de la télévision. Nous y ajoutons une estimation des ventes au Canada hors Québec, calculée d'après une répartition des ventes à des clients dans les autres provinces. Pour quelques répondants, la répartition semble correspondre plutôt aux ventes selon l'emplacement des filiales et non en vertu du lieu de résidence des clients; dans ces cas, les réponses n'ont pas été prises en compte dans le calcul.

Nous ne disposons pas des microdonnées pour 2007, mais nous avons procédé à une imputation qui utilise les résultats de 2006 et des renseignements financiers de 2007. Plus précisément, l'estimation des exportations des distributeurs pour 2007 est établie comme une proportion des recettes d'exploitation. Le calcul est lui-même fondé sur les résultats d'exportation en fonction des recettes de 2006.

2.1.4. Télédiffuseurs

Les exportations des télédiffuseurs évaluées dans cette section appartiennent à deux catégories: les ventes de services, principalement des recettes publicitaires, et les revenus d'abonnement. Nous avons mesuré les exportations de la première catégorie pour les télédiffuseurs conventionnels, mais seulement à l'étranger. Les exportations interprovinciales sur ce plan ne sont pas connues. Les exportations de la deuxième catégorie s'appliquent aux télédiffuseurs de services spécialisés (S), payants (P), sur demande (VSD) et à la carte (TAC)¹⁵ et se rapportent

14. MARCEAU (2010).

15. Nous appellerons désormais les quatre catégories de services S-P-VSD-TAC.

aux revenus de l'extérieur du Québec. Toutefois, il est raisonnable de croire que presque tous ces revenus proviennent d'abonnements au Canada.

2.1.4.1. Télédiffuseurs conventionnels

Données et méthode

Les exportations des télédiffuseurs conventionnels 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 Conseil de la radiodiffusion et de télécommunications canadiennes (CRTC) pour 2006 et 2007¹⁶. Les *Rapports annuels* constituent un recensement de « toutes les entités titulaires d'une licence du CRTC qui leur permet d'exploiter une entreprise conventionnelle de programmation de radio et de télévision », mais excluent les activités de la Société Radio-Canada/Canadian Broadcasting Corporation (SRC/CBC). Les estimations s'appliquent uniquement aux ventes internationales de services, principalement la publicité. Notons que ces recettes ne constituent qu'une faible part de la valeur des exportations indiquée pour tous les télédiffuseurs. En fait, les télédiffuseurs conventionnels – à l'exclusion de la SRC/CBC – n'ont déclaré aucune vente de droits et de redevances à l'étranger dans les *Rapports annuels d'entreprises de programmation télévisuelle et radiophonique* pour les années considérées. Nous concluons que les exportations d'émissions à l'étranger sont réalisées par les distributeurs ou les producteurs indépendants (avec l'exception possible de SRC/CBC). Ces valeurs sont donc comprises dans les exportations de films et de produits télévisuels déjà décrites. Les ventes au Canada hors Québec ne sont pas évaluées, faute de données. Dans la mesure où les services des télédiffuseurs sont disponibles partout au pays, la valeur des ventes interprovinciales d'émissions de télévision est faible, mais aucune information n'est disponible pour déterminer l'ampleur du phénomène.

2.1.4.2. Télédiffuseurs de services spécialisés, payants, sur demande et à la carte

En ce qui concerne les chaînes de télévision payantes et spécialisées, les exportations font référence

aux abonnements de résidents hors Québec aux services S-P-VSD-TAC québécois. Elles correspondent à un tarif¹⁷ mensuel estimé pour les abonnés hors Québec, multiplié par le nombre de ces abonnés.

Données

Les estimations pour les services spécialisés (S), payants (P), sur demande (VSD) et à la carte (TAC) ont été produites à l'aide des revenus d'abonnement et du nombre d'abonnés disponibles avec les relevés financiers¹⁸ diffusés publiquement par le CRTC à partir des *Rapports annuels de services de télévision payante et d'émissions spécialisées*, incluant les services sur demande et à la carte, pour les chaînes émanant du Québec.

Méthode

On distingue trois catégories de services S-P-VSD-TAC selon le type présumé d'abonnés : (i) les services francophones et dont on présume que la plupart des abonnés résident au Québec, (ii) les services spécialisés ayant un grand nombre d'abonnés à l'extérieur du Québec et (iii) les services non francophones. On compte 18 services dans la première catégorie, 2 dans la deuxième et 3 dans la dernière. Les exportations sont calculées au produit du nombre d'abonnés et du tarif hors Québec estimés. Ce tarif renvoie au paiement d'affiliation (PA) par abonné, par mois, versé par le télédiffuseur à un télédiffuseur S-P. La façon dont le nombre d'abonnés et les tarifs hors Québec sont estimés est décrite plus loin.

1. Services francophones

Les services de la première catégorie reçoivent généralement un paiement d'affiliation par abonné moins élevé à l'extérieur du Québec qu'au Québec. On suppose que ce tarif est une fraction du tarif québécois. En particulier, on fait l'hypothèse que le tarif hors Québec représente 10 % du tarif québécois, sauf pour ARTV dont le tarif national est réglementé par le CRTC. Il en découle un tarif moyen de 6 ¢ par mois pour 16 services S-P (excluant ARTV et Super Écran). Quant au nombre d'abonnés, si nous connaissons la proportion approximative des abonnés dans les autres provinces (nous avons parfois

16. Les données se trouvent dans STATISTIQUE CANADA (2009a).

17. 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.

18. CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES (2009b).

de l'information, mais seulement pour une année autre que 2006 ou 2007), elle est utilisée pour dériver le nombre d'abonnés hors Québec. Si nous ne disposons pas d'information précise, on utilise la répartition de la population selon la langue maternelle et la province¹⁹ pour établir la proportion des abonnés hors Québec, ce qui présuppose que les abonnés sont canadiens.

2. Services « pancanadiens »

Les abonnés des services de la deuxième catégorie sont en majorité à l'extérieur du Québec. Pour RDI et TV5, nous connaissons approximativement la proportion des abonnés hors Québec. Le nombre d'abonnés à Weather/Météomédia est presque égal (98 % en 2007) au nombre total d'abonnés aux services de télédistribution. La proportion d'abonnés à ce service est donc estimée égale à la proportion québécoise des abonnés canadiens (25 %).

Quant au tarif, on applique le même escompte à RDI qu'aux autres services francophones. Aucun escompte n'est appliqué pour le jumelé Weather/Météomédia, ni pour TV5. Même si le service francophone Météomédia est vendu moins cher à l'extérieur du Québec, il est raisonnable de croire que le service anglophone Weather est vendu moins cher au Québec. On fait l'hypothèse que les deux services sont vendus ensemble à un tarif uniforme partout au pays. En ce qui concerne TV5, il s'agit d'un réseau international dont le PA mensuel par abonné au Canada est le plus faible de tous les services québécois.

3. Services non francophones

Pour les services spécialisés non francophones NMTV et MenTV²⁰, on estime le nombre d'abonnés selon la distribution de la langue maternelle dans la population. De plus, pour NMTV (espagnol), on abaisse le tarif hors Québec de la même façon que pour les autres services. Pour MenTV (anglais), cependant, on réduit le tarif pour les abonnés au Québec.

En ce qui concerne les services sur demande et à la carte, les exportations et les importations sont attribuées selon le nombre d'abonnés estimés au

Québec et hors Québec. Cette approche est expéditive, mais pas entièrement satisfaisante étant donné que les Québécois n'ont pas les mêmes habitudes de consommation de produits télévisuels que les résidents des autres provinces canadiennes. En dépit des critiques qui peuvent être formulées à cet égard, nous avons retenu cette approche, faute de renseignements fiables et précis qui permettraient de peaufiner l'estimation.

2.2. IMPORTATIONS

2.2.1. Producteurs

Données

La valeur des importations internationales de services, de droits et de redevances est produite à partir de compilations faites par l'OCCQ des microdonnées de l'*Enquête sur la production cinématographique, télévisuelle et vidéo* de Statistique Canada. En font également partie les importations internationales de biens de l'industrie de la production de films et de vidéos extraites du Commerce international en ligne (CIEL) de l'Institut de la statistique du Québec²¹.

Méthode

La méthodologie de l'*Enquête sur la production cinématographique, télévisuelle et vidéo 2006* de Statistique Canada est décrite dans Statistique Canada (2009f). Les données retenues couvrent les paiements pour des services, des droits et des redevances en 2006. Nous ne disposons pas de microdonnées pour 2007. Une estimation a donc été produite à partir des résultats concernant les importations en fonction des dépenses pour 2006 et des données publiées par Statistique Canada pour 2007.

Nous avons ajouté aux calculs précédents des données concernant les échanges de biens des établissements de production de films et de vidéos (code 51211 du Système de classification des industries de l'Amérique du Nord ou SCIAN) qui ont été repérées sur le site du CIEL. Celles-ci peuvent inclure une partie des importations de films par les distributeurs, mais elles sont suffisamment faibles pour que les conséquences de double compte, s'il y en a, soient minimes.

19. Selon STATISTIQUE CANADA (2007).

20. Weather est inclus dans les services pancanadiens.

21. INSTITUT DE LA STATISTIQUE DU QUÉBEC (2009).

Enfin, notons que ces données ne couvrent que le commerce avec l'étranger, aucune donnée sur les importations interprovinciales n'étant disponible.

2.2.2. Fournisseurs de services techniques

Données

La valeur des importations des fournisseurs de services techniques ont été estimées 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. Les résultats de cette enquête apparaissent dans un bulletin de l'OCCQ²².

Méthode

La valeur des importations pour 2007 est calculée directement à partir des réponses au questionnaire avec une imputation pour la non-réponse basée sur des données administratives. Seulement une partie des importations sont mesurées; plus particulièrement, le résultat comprend les dépenses de sous-traitance et de services professionnels hors Québec.

La valeur des importations pour 2006 est établie en appliquant un taux de croissance basé sur la variation entre 2006 et 2007 des dépenses nettes (après soustraction des salaires et des traitements) pour l'industrie de la postproduction cinématographique, télévisuelle et vidéo diffusée par Statistique Canada (2009e).

2.2.3. Distributeurs

Cette section fait référence aux importations par deux types de distributeurs : les distributeurs détenteurs d'un permis général et les distributeurs québécois de produits pour le marché de la télévision. Les compilations se font en deux temps : d'abord les transactions internationales, ensuite les échanges interprovinciaux.

Notons qu'au Québec, les films projetés en salle et les produits cinématographiques et télévisuels disponibles sur support vidéo sont distribués par des détenteurs de permis général ou de permis spéciaux. Seule une entreprise québécoise peut détenir un permis général. Les grands studios états-unis, les majors, peuvent exploiter leur entreprise au Québec en vertu d'une entente qui leur permet de distribuer

les films dont ils sont producteurs ou détenteurs des droits mondiaux. Les activités des majors sont attribuées aux importations des exploitants de salles et des autres détaillants, à la section 2.2.4, puisque ces derniers sont les agents qui exploitent les produits des majors.

Données

Les données de l'*Enquête sur la distribution de productions cinématographiques et vidéo* de Statistique Canada ont été utilisées pour calculer les importations internationales de services, de droits et de redevances. Les importations des autres provinces sont calculées uniquement pour les produits diffusés en salle ou sur support vidéo à partir des renseignements fournis par la Régie du cinéma et l'*Enquête sur les projections cinématographiques* de l'OCCQ, publiés dans *Statistiques sur l'industrie du film et de la production télévisuelle indépendante*²³.

Méthode

La première composante de nos estimations se rapporte aux importations internationales de services, de droits et de redevances recueillies dans l'*Enquête sur la distribution de productions cinématographiques et vidéo* de Statistique Canada. La méthodologie de cette enquête est décrite dans Statistique Canada (2008b). L'OCCQ a effectué des compilations à partir de microdonnées pour 2006. Nous ne disposons pas des microdonnées de 2007, mais nous avons extrapolé le résultat à l'aide des données financières de 2007 diffusées par Statistique Canada (2009b). Pour ce faire, on calcule le ratio des paiements internationaux pour services sur les dépenses nettes (après soustraction des salaires et des traitements) de 2006 et on l'applique ensuite aux dépenses nettes de 2007. Le résultat couvre les secteurs cinématographiques et télévisuels, mais seulement pour les transactions avec l'étranger.

La deuxième composante de nos estimations comporte les importations associées aux films et DVD canadiens non québécois. Nous supposons que celles-ci peuvent être calculées en fonction des revenus des distributeurs, des recettes des films et des attestations. D'abord, on établit les revenus associés aux produits canadiens non québécois. Ensuite, on retient

22. MARCEAU (2010).

23. OBSERVATOIRE DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS DU QUÉBEC (2008b).

une portion de ces revenus comme paiement versé par les distributeurs aux producteurs hors Québec. On fait l'hypothèse que les revenus de distribution (Rev_g^{can}) sont proportionnels aux recettes pour les films canadiens non québécois diffusés en salle (Rec_{fg}^{can}) et aux revenus de distribution de matériel vidéo (Rev_v). En ce qui concerne les films diffusés en salle, les revenus de distribution sont établis à partir du ratio des revenus bruts des distributeurs québécois sur les recettes de films distribués par ces derniers. En 2006, ce ratio est de 0,76; en 2007, il est de 0,64. Puisque toutes les copies de films canadiens étaient distribuées par des détenteurs de permis général en 2006 et en 2007, on attribue tous les revenus de distribution ainsi estimés à des entreprises québécoises.

Quant au matériel vidéo, nous ne pouvons effectuer le même genre de calcul que dans le cas des films

en salle, puisque nous ne connaissons pas la répartition des produits selon l'origine pour chaque type de détenteurs de permis. On suppose plutôt que le matériel vidéo canadien est distribué par des détenteurs de permis général (comme les films en salle) et que le revenu généré peut être établi à partir du revenu de distribution moyen par copie (attestation). Nous avons calculé le nombre d'attestations délivrées pour des films canadiens (peu importe l'année d'attribution du certificat) à 1 851 465 en 2006 et à 1 866 235 en 2007²⁴, soit 5,8 % et 6,3 % des attestations octroyées durant chacune des deux années. On applique ces pourcentages aux revenus de distribution de matériel vidéo pour estimer les revenus associés aux produits canadiens non québécois²⁵.

En formule, le calcul concernant les produits canadiens s'exprime comme suit :

$$Rev_g^{can} = \gamma Rec_{fg}^{can} + \lambda Rev_v \text{ avec } \gamma = \frac{Rev_{fg}}{Rec_{fg}} \text{ et } \lambda = \frac{A^{can}}{A}$$

où Rev_g^{can} =	Revenus de distribution de films canadiens pour les détenteurs de permis général
Rec_{fg}^{can} =	Recettes pour films canadiens diffusés en salle distribués par des détenteurs de permis général
Rev_v =	Revenus de distribution de matériel vidéo, matériel de toutes les origines
Rev_{fg} =	Revenus des détenteurs de permis général provenant de la distribution en salle de films, films de toutes les origines
Rec_{fg} =	Recettes pour films diffusés en salle distribués par des détenteurs de permis général, films de toutes les origines
A^{can} =	Attestations émises pour films et produits télévisuels canadiens (non québécois)
A =	Attestations émises pour films et produits télévisuels, toutes les origines

Enfin, une partie des revenus associés aux produits canadiens (en salle et sur vidéo) est versée au producteur ou autre détenteur de droits hors Québec. Un pourcentage basé sur le ratio des dépenses en droits et en redevances sur les revenus de distribution pour des productions canadiennes, dérivé des données de l'*Enquête sur la distribution de productions cinématographiques et vidéo 2006* de Statistique Canada, est utilisé pour calculer le paiement accordé

aux producteurs. Notons que le pourcentage obtenu est inférieur à celui que suggère l'analyse de Gill et Audet (2008) pour des longs métrages québécois²⁶. Les conséquences d'utiliser une valeur plutôt que l'autre sur l'estimation des importations globales sont minimales, puisque les films canadiens non québécois représentent une très faible proportion de tous les revenus de distribution.

24. OBSERVATOIRE DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS DU QUÉBEC (2008c, 2007 et 2006), tableaux 7.7 des trois éditions.

25. Bien que cette approche ne soit pas entièrement satisfaisante, la recherche de meilleures estimations n'a pas livré de résultats cohérents.

26. Sur 81 longs métrages québécois produits et diffusés entre 1998 et 2003, les distributeurs ont remis 15,4 M\$ aux producteurs et aux investisseurs. Étant donné les revenus bruts de 84,5 M\$ pour les distributeurs de ces films, on aurait $15,4 \div 84,5 = 0,1822$ comme part remise aux producteurs.

Pour terminer, mentionnons que les importations de productions télévisuelles canadiennes non québécoises ne sont pas comprises dans les estimations, faute d'information pour les évaluer. Vu l'absence de barrières à la télédiffusion pancanadienne, les transactions interprovinciales en cette matière sont peut-être faibles, mais nous ne sommes pas en mesure de confirmer statistiquement cette hypothèse.

2.2.4. Exploitants de salles et détaillants

Il est question ici des importations associées aux activités des majors.

Données

Les estimations sont établies à partir des renseignements concernant les revenus bruts des distributeurs à permis spéciaux, les certificats et les attestations. Ces derniers proviennent de la Régie du cinéma et sont disponibles dans les *Statistiques sur l'industrie du film et de la production télévisuelle indépendante de l'OCCQ* et le *Rapport annuel de gestion* de la Régie du cinéma.

Méthode

Les revenus bruts de distribution des distributeurs détenteurs de permis spéciaux, les majors, provenant

de la diffusion en salle et du commerce de détail de matériel vidéo au Québec équivalent à des paiements à des entreprises étrangères, par les propriétaires de salle et les détaillants de matériel vidéo. Ces revenus sont alors considérés comme des importations. Cependant, il faut en soustraire les frais au Québec de ces distributeurs qui ne sont pas inclus dans les exportations d'un autre maillon de la chaîne²⁷. En particulier, les distributeurs assument des frais et des droits associés aux permis, aux certificats et aux attestations, payés à la Régie du cinéma. Nous avons soustrait ces charges pour les détenteurs de permis spéciaux. Les données du tableau 3 ont servi aux calculs des charges²⁸ que nous avons soustraites des revenus.

Mentionnons que le nombre de copies de films-annonces attribuées aux majors a été calculé à partir de la proportion des copies de films en salle de ces derniers, ce qui sous-estime vraisemblablement le nombre de films-annonces des majors. De plus, le tarif moyen utilisé pour les attestations est calculé en divisant la différence entre les revenus du « contrôle de matériel vidéo²⁹ » et les paiements pour certificats par le nombre total d'attestations délivrées. Bien que les frais payables à la Régie du cinéma varient en fonction de la nature du film (québécois, langue de

Tableau 3

Données utilisées pour calculer les frais et les droits payables par les détenteurs de permis spécial à la Régie du cinéma

	Prix	2006-2007	2007-2008
	\$	n	
Permis spéciaux émis pour les majors	330	1 790	1 662
Films en salle, permis spéciaux	10	6 842	6 110
Films-annonces	5	53 314 ¹	48 900 ¹
Certificats émis (tous les distributeurs)	55	64 422	62 059
Certificats émis pour permis spéciaux	55	1 678	1 523
Attestations (tous les distributeurs)	...	34 733 713	29 834 692
Attestations pour permis spéciaux	0,29 ²	17 114 540	10 094 000

1. Le nombre de copies de films-annonces attribués aux majors a été calculé à partir de la proportion des copies de film en salle de ces derniers.

2. Le prix moyen utilisé pour les attestations est calculé en divisant la différence entre les revenus du « contrôle de matériel vidéo » et les paiements pour certificats par le nombre total d'attestations livrées.

Sources : Régie du cinéma (2009).

Régie du cinéma (2008).

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

28. Les frais payables à la Régie du cinéma ont été calculés à partir de la grille sur le site Web de cette dernière. RÉGIE DU CINÉMA (2009).

29. Tiré de RÉGIE DU CINÉMA (2008).

la version originale, lieu de doublage, etc.), nous n'avons pas tenu compte de ces distinctions. Le total des frais en cause étant faible par rapport aux revenus des distributeurs, ces imprécisions n'ont pas d'incidence importante sur nos conclusions.

2.2.5. Télédiffuseurs

Les importations évaluées sous cette rubrique correspondent aux paiements de droits, de redevances, de publicité et aux autres dépenses à l'étranger des télédiffuseurs conventionnels et des dépenses associées aux émissions non canadiennes des services S-P-VSD-TAC.

Les importations interprovinciales liées à la programmation des télédiffuseurs (conventionnels et S-P-VSD-TAC) ne sont pas connues. Dans la mesure où ces derniers diffusent partout au pays, la valeur des achats interprovinciaux d'émissions de télévision est faible. L'omission est peut-être plus importante en ce qui concerne la télédiffusion de films acquis auprès d'un distributeur canadien hors Québec, mais aucune information n'est disponible pour en déterminer l'ampleur.

2.2.5.1. Télédiffuseurs conventionnels

Données et méthode

Les données pour calculer les importations des télédiffuseurs conventionnels proviennent de la *Base de données sur la radiodiffusion et la télécommunication* de Statistique Canada, dérivée des *Rapports annuels pour entreprises de programmation télévisuelle et radiophonique* soumis à Statistique Canada et au CRTC. Les *Rapports annuels* constituent un recensement de « toutes les entités titulaires d'une licence du CRTC qui leur permet d'exploiter une entreprise conventionnelle de programmation de radio et de télévision », mais excluent la SRC/CBC. Les importations calculées à partir de ces rapports correspondent aux paiements de droits, de redevances, de publicité et aux autres dépenses versées à l'étranger.

2.2.5.2. Télédiffuseurs de services spécialisés et payants

Il s'agit ici d'estimations des importations faites par les services S-P-VSD-TAC pour la programmation (des émissions) étrangère.

Données

Nous avons utilisé les statistiques financières recueillies et diffusées par le CRTC à partir des *Rapports annuels de services de télévision payante et d'émissions spécialisées*, incluant les services sur demande et à la carte, pour les chaînes situées au Québec. De plus, des données de la *Base de données sur la radiodiffusion et la télécommunication* de Statistique Canada sont exploitées afin d'établir la valeur d'un paramètre utilisé dans le calcul des importations.

Méthode

Les entreprises de services de programmation spécialisés et payants ne fournissent pas de renseignements précis sur les dépenses à l'étranger comme c'est le cas pour les télédiffuseurs conventionnels. Nous ne pouvons donc pas calculer les importations de la même façon que précédemment. Nous disposons de l'information recueillie par Statistique Canada sur des « dépenses d'émissions » et des « dépenses pour émissions canadiennes » dans le cas des services de programmation spécialisés et payants et sur les dépenses pour émissions canadiennes et pour émissions non canadiennes dans le cas des télédiffuseurs conventionnels (à l'exception de la SRC/CBC). Toutefois, ces chiffres ne permettent pas de connaître véritablement les importations d'émissions. Premièrement, ce sont des dépenses d'amortissement qui ne sont pas toujours les mêmes que les dépenses réelles actuelles. Deuxièmement, ces données ne correspondent pas forcément aux sommes effectivement versées à l'étranger, puisque le produit de programmation (émission, concept, etc.) peut être obtenu et payé à un distributeur canadien. Troisièmement, il n'y a pas de distinction entre émissions canadiennes et québécoises (ni originalement francophones ou anglophones). Ce dernier facteur nous empêche de produire une estimation des échanges interprovinciaux.

Nous avons alors cherché à produire une estimation raisonnable pour la partie non canadienne à partir de ce que nous savons des télédiffuseurs conventionnels. La méthode retenue comporte trois étapes :

1. Une estimation des dépenses pour émissions non canadiennes des services spécialisés et payants est obtenue à partir de la différence entre les dépenses totales de programmation et de production et les dépenses pour émissions canadiennes.
2. Une portion seulement de cette différence est attribuable aux émissions étrangères en raison de certaines dépenses non déclarées dans les « dépenses pour émissions canadiennes », telles que les infopublicités, le coût des services de production vendus et les dépenses pour émissions canadiennes admissibles au Fonds canadien de télévision. L'estimation de ces autres dépenses est établie sur la base des autres dépenses observées des chaînes conventionnelles.
3. Enfin, nous supposons qu'une partie des dépenses attribuables aux émissions non canadiennes calculées à l'étape 2 est versée à des entités à l'étranger et que cette partie peut être établie proportionnellement. Nous avons retenu le ratio moyen (sur trois ans : 2005, 2006 et 2007) des paiements de droits et de redevances à l'étranger des télédiffuseurs conventionnels sur les dépenses pour émissions non canadiennes de ces derniers comme paramètre de proportionnalité pour établir une estimation de la valeur des importations. Ainsi, nous présumons que les chaînes S-P acquièrent les émissions étrangères (et les droits de diffusion) de la même manière que les chaînes conventionnelles.

2.2.6. Télédistributeurs

Il n'existe pas de données conviviales et complètes sur les activités de cette catégorie au Québec. Afin de compléter notre grille, nous avons légèrement dérogé au cadre d'analyse basé sur les activités. La méthode privilégiée repose sur une approche basée sur les produits et le public. Plus précisément, nous avons évalué les importations par des télédistributeurs québécois qui sont attribuables aux abonnés québécois. Le calcul exclut les sommes versées par des entreprises d'ici à des entités extérieures lorsque ces montants sont attribuables à des abonnés hors

Québec. Les flux entre les abonnés, les télédistributeurs et les services S-P-VSD-TAC selon l'origine du service sont illustrés par une figure (voir annexe 2). Nous avons estimé une composante interprovinciale et une composante internationale.

Données

Les données utilisées dans les estimations proviennent de la *Base de données sur la radiodiffusion et la télécommunication* de Statistique Canada dérivée des *Rapports annuels pour les titulaires d'une licence d'entreprise de télédistribution* soumis à Statistique Canada et au CRTC, ainsi que des relevés financiers diffusés par le CRTC³⁰ et basés sur les *Rapports annuels de services de télévision payante et d'émissions spécialisées*.

Méthode

La composante interprovinciale des importations qu'on associe aux télédistributeurs correspond aux paiements d'affiliation (PA) versés par les télédistributeurs au Québec pour les Québécois abonnés à des chaînes de télévision spécialisée (S) et payante (P) canadiennes hors Québec.

L'estimation consiste à soustraire des PA pour services S-P canadiens ceux qui sont versés à des services S-P québécois, en prenant soin d'isoler les PA faits par les télédistributeurs québécois pour leurs abonnés au Québec.

Ce calcul comporte deux parties : premièrement, extirper les PA pour services S-P québécois des PA pour services S-P canadiens et, deuxièmement, extirper les PA attribuables aux abonnés québécois des PA attribuables aux abonnés canadiens à l'égard des services de radiodiffusion directe (SRD)³¹. Ce deuxième exercice n'est pas nécessaire dans le cas des câblo-distributeurs (EDR) puisque nous disposons des données pertinentes ventilées pour le Québec. Pour la première partie du calcul, les PA des S-P québécois pour les abonnés au Québec sont estimés à partir des revenus d'abonnement de ces derniers, avec les exportations de services de télédiffusion spécialisés et payants. Plus précisément, le calcul des importations est le suivant :

30. CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES (2009b).

31. En particulier, la télédistribution par satellite.

$$IM_Q^{SP_{canhQ}} = PA_Q^{SP_{can}} - PA_Q^{SP_Q} \text{ avec } PA_Q^{SP_Q} = Rev^{SP_Q} - Rev_{hQ}^{SP_Q} = Rev^{SP_Q} - EX^{SP_Q}$$

où $IM_Q^{SP_{canhQ}}$ = Importations de S-P canadiens non québécois pour abonnés québécois

$PA_Q^{SP_{can}}$ = Paiements d'affiliation pour S-P canadiens pour abonnés québécois

$PA_Q^{SP_Q}$ = Paiements d'affiliation pour S-P québécois pour abonnés québécois

Rev^{SP_Q} = Revenus d'abonnement des S-P québécois pour tous les abonnés

$Rev_{hQ}^{SP_Q}$ = Revenus d'abonnement des S-P québécois pour abonnés hors Québec

EX^{SP_Q} = Exportations des S-P québécois

La méthode d'estimation des exportations est décrite à la section 2.1.4.2 sur les exportations des services S-P-VSD-TAC.

La deuxième partie du calcul (celle qui se rapporte aux SRD) est nécessaire parce qu'il n'y a pas de ventilation provinciale des activités des télédistributeurs sans fil. On pourrait assimiler la proportion des abonnés qui résident au Québec à celle des PA attribuable aux abonnés québécois, mais les préférences distinctes des ménages québécois à l'égard des choix télévisuels suggèrent qu'une telle démarche est inappropriée. En effet, on observe au tableau 4 que les paiements mensuels moyens des câblodistributeurs au Québec sont plus faibles que ceux d'ailleurs au Canada (13,43 \$ et 15,40 \$ en 2007) et plus faibles que ceux des télédistributeurs sans fil (13,43 \$ et 22,06 \$ en 2007).

Pour estimer la contribution des abonnés sans fil, on fait l'hypothèse que le PA moyen d'un abonné au Québec ($\overline{PA_Q}$) est proportionnel au PA moyen des abonnés hors Québec ($\overline{PA_{HQ}}$), où cette proportion est notée δ , en particulier $\overline{PA_Q} = \delta \overline{PA_{HQ}}$. À partir

Tableau 4

Paiements d'affiliation mensuels moyens par abonné, selon le type de service de télédistribution, 2006 et 2007

	2006	2007
	\$	
EDR ¹ québécois	12,07	13,43
EDR ¹ canadiens (incluant le Québec)	13,84	14,93
EDR ¹ canadiens (excluant le Québec)	14,38	15,40
SRD et SDM ² (Canada incluant le Québec)	19,67	22,06
Tous les services, Canada	15,35	16,76

1. EDR = entreprise de distribution de radiodiffusion, câblodistributeur.

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

Source: Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (2009a).

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

du nombre d'abonnés au Québec (Ab_Q), le nombre d'abonnés canadiens hors Québec (Ab_{HQ}) et le PA moyen pour tous les abonnés canadiens ($\overline{PA}$), une transposition de la formule du PA moyen donne celle du PA moyen pour les abonnés hors Québec :

$$\begin{aligned} \overline{PA} &= \frac{\overline{PA_Q} Ab_Q + \overline{PA_{HQ}} Ab_{HQ}}{(Ab_Q + Ab_{HQ})} = \frac{(\delta \overline{PA_{HQ}}) Ab_Q + \overline{PA_{HQ}} Ab_{HQ}}{(Ab_Q + Ab_{HQ})} \\ \Rightarrow \overline{PA_{HQ}} &= \frac{\overline{PA} \cdot (Ab_Q + Ab_{HQ})}{\delta Ab_Q + Ab_{HQ}} \end{aligned}$$

Multiplier ce dernier par la proportion δ et le nombre d'abonnés au Québec donne les PA attribuables à ces abonnés. Cette formule s'applique autant aux EDR qu'aux SRD. Toutefois, ne disposant pas d'information ventilée par province pour les SRD, nous ne connaissons ni la valeur de δ ni la répartition provinciale des abonnements. Pour compenser cette première inconnue, nous l'approximons avec le ratio du PA moyen des abonnés au Québec sur celui des abonnés hors Québec de EDR par câble. Pour 2007, nous avons $\delta=0,87$. Quant aux abonnements, la part québécoise est imputée à partir des abonnements au Québec à un service spécialisé pancanadien particulier distribué sur le service de base des télédistributeurs.

Nous pouvons alors calculer le produit du PA moyen et le nombre d'abonnés, où ces deux éléments s'appliquent aux abonnés québécois. La somme de ce résultat et des PA des EDR québécois pour les abon-

nés au Québec indique la valeur des PA des télédistributeurs au Québec pour les abonnés québécois.

Pour calculer les importations de services S-P non québécois, il faut soustraire la partie de la somme versée par les entreprises de télédistribution à des services S-P québécois. Les PA reçus par des services S-P québécois pour les abonnés au Québec ont été établis à l'étape du calcul des exportations de S-P (section 2.1.4.2). La différence entre les revenus d'abonnement des S-P québécois et leurs exportations correspond à ce qu'ils ont reçu pour les abonnés au Québec, mais inclut une somme pour les abonnés québécois de SRD non québécois qui ne fait pas partie des importations. Donc, pour arriver à ce qui a été versé par les EDR et les SRD québécois, il faut retirer la part venant de SRD non québécois. La formule des importations peut être exprimée comme suit³²:

$$IM_Q^{SP_{canhQ}} = \left(PA_{Q,EDR_Q} + \overline{PA}_{Q,SRD} \cdot Ab_{Q,SRD_Q} \right) - \left(Rev_Q^{SP_Q} - EX^{SP_Q} - \overline{PA}_{Q,SRD} \cdot Ab_{Q,SRD_{hQ}} \right)$$

où

$IM_Q^{SP_{canhQ}}$	=	Importations de services S-P canadiens non québécois pour abonnés québécois
PA_{Q,EDR_Q}	=	Paiements d'affiliation des EDR au Québec pour abonnés québécois
$\overline{PA}_{Q,SRD}$	=	Paiements d'affiliation moyens par abonné des SRD pour les abonnés au Québec
Ab_{Q,SRD_Q}	=	Nombre d'abonnés québécois de SRD au Québec
$Rev_Q^{SP_Q}$	=	Revenus d'abonnement des SP québécois associés aux abonnés québécois
EX^{SP_Q}	=	Exportations des SP québécois
$Ab_{Q,SRD_{hQ}}$	=	Nombre d'abonnés québécois de SRD hors Québec

Il y a une contrepartie aux PA reçus par les services S-P au Québec pour les abonnés québécois de SRD à l'extérieur : les importations interprovinciales de services de télédistribution par des ménages québécois. Ces importations ne sont pas évaluées. Une discussion en cette matière se trouve à la section 2.3.

La composante internationale des importations des télédistributeurs est basée sur les paiements à l'étranger pour droits, redevances et publicité déclarés par des entreprises de télédistribution (EDR, SRD et SDM) tirés de la *Base de données sur la radiodiffusion et la télécommunication* de Statistique Canada. Dans le

32. Cette façon de procéder nous permet aussi de récupérer les importations associées aux paiements d'affiliation versés aux services S-P non québécois par les télédistributeurs hors Québec pour leurs abonnés québécois.

cas d'entreprises ayant des abonnés hors Québec, seulement une portion des droits et des redevances payés est comptabilisée. Cette portion est déterminée par la proportion estimée d'abonnés au Québec, avec un ajustement selon le différentiel des paiements d'affiliation d'abonnés québécois et canadiens. Cet ajustement est basé sur le même δ déjà utilisé.

La répartition des paiements d'affiliation selon l'origine du service diverge de la répartition des heures d'écoute. En particulier, les heures d'écoute sont plus concentrées sur les services francophones que sont les PA. Compte tenu du modèle de mise en marché des services S-P, ce résultat n'est pas inattendu. En effet, les consommateurs s'abonnent à des bouquets préassemblés de chaînes S-P, dont certaines sont écoutées souvent et d'autres, peu. De plus, la répartition des heures d'écoute est muette quant aux prix et au nombre de services écoutés car les dépenses des consommateurs ne varient pas avec leur écoute des services dans les bouquets. Enfin, la répartition des heures d'écoute n'est pas connue pour le Québec en 2006-2007, seulement pour le marché francophone

du Québec. Il est probable que les données québécoises indiqueraient une écoute moins centrée sur les services de langue française. Le problème consiste alors à déterminer si la répartition des PA selon nos calculs est raisonnable.

À cette fin, nous proposons de comparer la répartition des PA mensuels selon trois circonstances (tableau 5) :

1. un Québécois qui s'abonne à tous les services spécialisés de catégorie A (offerts dans le service de base) ainsi qu'aux services payants francophones;
2. un Québécois qui s'abonne à tous les services S-P disponibles au Canada;
3. les PA mensuels observés.

Intuitivement, les cas 1 et 2 constituent des bornes acceptables. En effet, il est raisonnable de croire qu'un abonné moyen choisira au moins un bouquet francophone en plus du service de base, mais que

Tableau 5

Paiements d'affiliation mensuels moyens par abonné, trois scénarios d'abonnement, selon l'origine du service, Québec, 2006 et 2007

	2006	2007	2006	2007
	\$		%	
D'après les calculs pour importations				
Spécialisés et payants québécois	8,37	8,91	63,3	60,0
Spécialisés et payants canadiens non québécois	4,17	5,18	31,5	34,9
Spécialisés et payants non canadiens ¹	0,68	0,76	5,1	5,1
Total	13,22	14,85	100,0	100,0
Si abonnement à tous les services spécialisés A et payants francophones				
Spécialisés A au Québec et payants francophones	7,93	9,2	72,0	70,0
Spécialisés A au Canada hors Québec	2,39	3,18	21,7	24,2
Spécialisés et payants non canadiens ¹	0,68	0,76	6,2	5,8
Total	11,02	13,14	100,0	100,0
Si abonnement à tous les services spécialisés et payants				
Spécialisés et payants québécois	8,94	10,68	33,3	34,4
Spécialisés et payants canadiens non québécois	17,2	19,64	64,1	63,2
Spécialisés et payants non canadiens ¹	0,68	0,76	2,5	2,4
Total	26,82	31,07	100,0	100,0

1. Invariable selon l'hypothèse, basé sur les calculs d'importation.

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 (2009b).

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

peu s'abonneront à tous les services. On s'attend alors à un PA moyen au cas 3 entre ceux qui correspondent aux deux autres cas. Le PA moyen qui découle de nos calculs des importations se situe effectivement entre ceux des deux autres scénarios. Toutefois, il est plus proche de la borne inférieure (point 1) que de la borne supérieure (point 2): il excède celui du point 1 par moins de 2 \$, mais représente la moitié de celui du point 2. Ce constat suggère que les abonnés québécois choisissent un peu plus que les seules options francophones. De plus, les services québécois ont la plus grande part dans la répartition par origine de service dans le cas d'abonnements modestes et dans les résultats observés (70 % et 60 % en 2007), mais pas à l'autre extrême où cette part n'est que d'un tiers. Nous concluons que l'ordre de grandeur des PA moyens obtenus est crédible.

2.3. NOTES CONCERNANT LES AUTRES FILIÈRES

Être fidèle à l'approche par activité exigerait la compilation des frais d'abonnement des ménages et des commerces québécois à des services de télédistribution hors Québec afin d'inclure les importations de services de télédistribution propres, ainsi que des frais d'abonnement de ménages et de commerces hors Québec à des services de télédistribution québécois, puisque ces derniers sont des exportations de services de télédistribution. De plus, les télé distributeurs peuvent assumer des dépenses ailleurs que là où se trouve leur siège social et il faudrait les prendre en compte si l'on veut dresser un portrait juste des exportations et des importations associées aux services de télédistribution. Cela nécessitera aussi d'indiquer tous les PA, y compris ceux qui sont attribuables aux abonnés non québécois des télé distributeurs d'ici, pour ne pas surestimer les exportations nettes. À regret, nous disposons de trop peu d'information quantitative concernant les opérations entre les entreprises de télédistribution principales et des entités associées dans d'autres provinces pour répartir les frais d'abonnement entre les services québécois et les autres services.

Vu l'ampleur des revenus d'abonnement de télé distribution sans fil au Canada (1,8 G\$ en 2007), les importations et les exportations interprovinciales de ces

services peuvent être importantes, voire assez pour noyer celles des autres secteurs culturels. L'absence de balises raisonnables, qui permettraient d'établir un ordre de grandeur fiable, entraîne un très haut degré d'incertitude en ce qui concerne la valeur des échanges de ces services. Donc, pour ce qui est d'une partie du secteur télévisuel, nous avons opté pour une approche basée davantage sur le produit (la programmation et la télédiffusion) que sur l'activité. Dans un premier temps, ceux qui s'intéressent au contenu culturel y trouveront leur compte. Dans un deuxième temps, la Politique internationale du Québec, le point de départ de ces travaux, s'applique aux échanges internationaux plutôt qu'interprovinciaux. Cependant, d'autres omissions s'ajoutent à celle-ci, si bien que, des points de vue statistique et économique, l'estimation des flux d'échanges dans l'industrie de la télévision demeure incomplète. Notamment, les ventes de publicité au Canada hors Québec, les ventes de publicité à l'étranger par les S-P, le service français de Radio-Canada et les importations associées à la programmation canadienne, mais non québécoise, n'ont pas pu être évaluées.

Dans la mesure où l'auditoire est surtout canadien, on peut présumer que les acheteurs de temps d'antenne publicitaire sont aussi canadiens et, par conséquent, que la part des exportations de publicité à l'étranger est faible. Cependant, la taille du secteur est telle que, même si une faible proportion des services est vendue à l'étranger, les exportations sont importantes. Par exemple, les revenus de publicité nationale des services de télévision conventionnels privés, spécialisés et payants sont de plus de 343 M\$ en 2007 et les revenus publicitaires du service français de la télévision de Radio-Canada³³ sont de l'ordre de 100 M\$ en 2007-2008 (SRC/CBC, 2008: 13). Si tout au plus 5 % des recettes publicitaires proviennent de l'extérieur, les exportations seraient de 17,2 M\$ en 2007, chiffre comparable aux ventes hors Québec des distributeurs de livres.

Enfin, les importations de services de télédiffusion canadiens évaluées se limitent aux importations de services S-P-VSD-TAC, puisque seuls ces derniers reçoivent des paiements pour le service de télédiffusion. Les télédiffuseurs canadiens de services conventionnels ne reçoivent pas de paiements d'affiliation. Il ne peut donc pas y avoir d'importation relative à ces

33. Réseau principal seulement.

paiements pour ces télédiffuseurs. Par contre, l'achat par une entreprise québécoise d'une publicité ou de temps d'antenne sur les ondes d'un télédiffuseur canadien hors Québec correspond à une importation de ce service. Malheureusement, nous ne disposons pas des renseignements nécessaires pour calculer l'ampleur des sommes en question.

Compte tenu des revenus de publicité nationale de plus de 430M\$ pour les télédiffuseurs au Québec, des dépenses de 424M\$ à la télévision de Radio-Canada, alors que 79% du contenu du service français de la télévision de Radio-Canada est canadien – la majorité de ce contenu est présumé québécois –, et de l'absence de renseignements qui permettraient de ventiler certaines données concernant la programmation et la publicité, nous devons reconnaître que nos estimations des exportations et des importations du secteur télévisuel offrent, tout au moins, une estimation de leurs valeurs minimales.

Dans un autre ordre d'idées, notons que les produits cinématographiques et télévisuels ne sont pas mutuellement exclusifs. Par exemple, la chronologie des médias pour les films permet leur exploitation sur plusieurs marchés. Ainsi, les films commencent leur vie en salle, puis ils sont diffusés à la télévision payante et, par la suite, à la télévision sur demande et puis rendus disponibles sur DVD avant d'être diffusés à la télévision conventionnelle³⁴. Répartir les revenus et les dépenses afin de les attribuer à l'une ou l'autre des composantes du domaine n'est pas toujours un exercice raisonnable. Nous avons surtout cherché à éviter les doubles comptes.

Enfin, on suppose que les importations faites par des artistes, des comédiens et des créateurs, dans la mesure où ces derniers ne sont pas aussi producteurs, sont négligeables.

34. Le délai entre chacune de ces étapes est de plus en plus court et, dans certains cas, inexistant.

3 LIVRES

3.1. EXPORTATIONS

Les exportations des éditeurs et des distributeurs de livres correspondent à leurs ventes nettes hors Québec pour l'ensemble des catégories de livres. Les données proviennent de l'*Enquête mensuelle sur les ventes de livres neufs (volet édition et volet distribution)* de l'OCCQ. La méthodologie et une description des résultats depuis 2002 sont consultables dans Allaire (2008).

3.2. IMPORTATIONS

3.2.1. Éditeurs

Données

Les importations des éditeurs de livres correspondent aux paiements de droits et de redevances et aux achats de services à l'étranger. Les données sont tirées de l'*Enquête des industries de services : éditeurs de livres* de Statistique Canada et sont compilées par l'OCCQ.

Méthode

La méthodologie de l'enquête est décrite dans Statistique Canada (2009c). La valeur des importations pour 2007 a été extrapolée à partir des résultats des importations en 2006 en fonction des données financières et des statistiques sommaires de 2007 publiées dans Statistique Canada (2009d). La somme retenue indique uniquement les importations internationales, faute de données concernant les dépenses des éditeurs d'ici auprès d'entités dans les autres provinces.

3.2.2. Distributeurs

Les importations des distributeurs évaluées sous cette rubrique correspondent aux sommes remises par ceux-ci à des éditeurs non québécois. Elles sont établies proportionnellement à la valeur finale des ventes de distribution de livres édités hors Québec.

Données

Les données utilisées dans nos calculs proviennent de l'*Enquête auprès des distributeurs et diffuseurs de livres du Québec* et l'*Enquête mensuelle sur les ventes de livres neufs* de l'OCCQ. Elles s'appliquent aux établissements dont la distribution est l'activité principale ainsi qu'à quelques éditeurs qui font de la distribution.

Méthode

Les importations sont estimées à une proportion de la valeur finale des ventes de distribution au Québec de livres d'éditeurs non québécois. Ce calcul nécessite qu'on spécifie la proportion en question et la valeur finale des livres. Nous faisons l'hypothèse que les éditeurs reçoivent un pourcentage du prix de détail suggéré (PDS) pour chaque livre vendu. Ce pourcentage, désigné par β , est estimé en fonction du ratio entre les achats effectués auprès des éditeurs et la valeur finale des ventes des distributeurs. Deux hypothèses additionnelles permettent d'établir la valeur du dénominateur de ce ratio. D'abord, on présume que les ventes finales des distributeurs se font au PDS. Ensuite, on suppose que les revenus des distributeurs provenant de la vente de livres destinés au marché de la revente correspondent à un pourcentage du PDS, lequel dépend du taux de remise accordé aux

revendeurs. Cette dernière composante est représentée par l'équation :

$$Rev_r = V_r^{PDS} (1 - \rho_r)$$

où Rev_r = Revenus des distributeurs provenant de la vente de livres; $r = l$ pour librairies et $r = g$ pour les grandes surfaces

V_r^{PDS} = Valeur des ventes au PDS; $r = l$ pour les librairies et $r = g$ pour les grandes surfaces

ρ_r = Taux de remise; $r = l$ pour les librairies et $r = g$ pour les grandes surfaces

Nous pouvons alors estimer la valeur finale des livres vendus par l'intermédiaire d'un distributeur avec la formule $V_r^{PDS} = \frac{Rev_r}{1 - \rho_r}$.

Mentionnons que la remise accordée pour les livres vendus dans des magasins à grande surface (ρ_g) est moins élevé que pour les livres vendus en librairie (ρ_l). Il existe donc un taux de remise pour chacune des deux catégories de points de vente : ρ_g et ρ_l .

Rassembler les différents éléments mentionnés produit l'équation suivante pour estimer le pourcentage du PDS de chaque livre remis à l'éditeur :

$$\beta = \frac{C}{Rev_l / (1 - \rho_l) + Rev_g / (1 - \rho_g) + F}$$

où β = Part du PDS remis aux éditeurs

C = Coût des achats de livres pour les distributeurs

Rev_l = Revenus des distributeurs provenant de la vente de livres en librairie

Rev_g = Revenus des distributeurs provenant de la vente de livres par les grandes surfaces

ρ_l = Taux de remise pour livres vendus en librairie

ρ_g = Taux de remise pour livres vendus par les grandes surfaces

F = Ventes finales

Pour les livres vendus en librairie, on suppose que $\rho_l = 38\%$. Ce pourcentage est fondé sur le taux de remise moyen des distributeurs québécois. Ménard (2001 : 175) avait estimé la remise pour les grandes surfaces à 33,6 % en 1998-1999 pour 15 distributeurs québécois. On suppose alors que $\rho_g = 33,6\%$. Enfin, le ratio β est calculé d'après les données de l'*Enquête auprès des distributeurs et diffuseurs de livres du Québec* pour les établissements dont la distribution est l'activité principale. La résultante est une valeur de β égale à 0,48 pour 2006 et à 0,58 pour 2007.

Les importations ont ensuite été estimées en appliquant la proportion β à la valeur finale (PDS) des livres non québécois vendus sur le marché de la revente, calculée avec une pondération selon l'importance de chaque point de vente (librairies ou grandes surfaces), et sur le marché final au Québec³⁵.

3.2.3. Librairies

Données et méthode

La valeur des importations de livres par les librairies correspond à l'approvisionnement des librairies québécoises directement auprès des fournisseurs en dehors du Québec et elle est tirée d'Allaire (2008). Une description complète du modèle et des étapes de l'estimation se trouvent dans Allaire (2007).

3.3. NOTES CONCERNANT LES AUTRES FILIÈRES

Les importations auprès des fournisseurs étrangers des autres points de vente, par exemple les magasins à grande surface et les bibliothèques, ne sont pas évaluées. En principe, les magasins à grande surface peuvent s'approvisionner directement auprès de fournisseurs étrangers comme le font les librairies. Toutefois, dans la mesure où la majorité des points de vente autres que les librairies recourent aux services de distributeurs québécois, leurs données sont incluses dans les calculs des distributeurs. Dans le cas des bibliothèques québécoises, ces importations sont négligeables car ces organismes doivent acheter leurs livres auprès des librairies agréées.

35. Les ventes sur le marché final utilisées ici sont celles des établissements faisant la distribution, que ce soit leur activité principale ou non.

BIBLIOGRAPHIE

- ALLAIRE, Benoît (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, 8 p.
- (2007). « La part de marché de l'édition québécoise rebondit en 2006 », *Statistiques en bref*, n° 33, décembre, Observatoire de la culture et des communications, [En ligne] : http://www.stat.gouv.qc.ca/observatoire/publicat_obs/pdf/Stat_brefNo33.pdf, 11 p.
- BOUDIER, Marion (2008). « Le théâtre québécois hors Québec », *Rappels*, vol. 2006-2007, [En ligne] : http://www.crilcq.org/rappels/3-Theatre_hors_Quebec.pdf (page consultée le 8 septembre 2009).
- CFM STRATEGIES (2004). *Évaluation des retombées économiques des événements membres du RÉMI, édition 2004*, [En ligne] : <http://www.remi.qc.ca/html/activites8.html> (page consultée le 26 février 2009).
- CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES (2009a). *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).
- (2009b). *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).
- FESTIVAL INTERNATIONAL DE JAZZ DE MONTRÉAL (2008). *Bilan 2008*, [En ligne] : http://nouvelles.equipespectra.ca/blog/?p=161&langswitch_lang=fr (page consultée le 26 février 2009).
- GAMACHE, Rachel (2009). « Le théâtre québécois hors Québec », *Rappels*, n° 2007-2008, [En ligne] : <http://www.crilcq.org/rappels/4.Rachel%20Gamache-%20Th%C3%A9%C3%A2tre%20qu%C3%A9b%C3%A9cois%20hors-Qu%C3%A9bec.pdf> (page consultée le 8 septembre 2009), 21 p.
- GILL, Anne-Marie, et Marielle AUDET (2008). *Analyse de la récupération des investissements de la SODEC en longs métrages de fiction*, SODEC, Direction générale du développement stratégique et de l'aide fiscale, [En ligne] : [http://www.sodec.gouv.qc.ca/documents/publications/rapport_recuperation_investissements_mars2008%20\(2\).pdf](http://www.sodec.gouv.qc.ca/documents/publications/rapport_recuperation_investissements_mars2008%20(2).pdf) (page consultée le 16 septembre 2008), 80 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).
- HARDY, Gaétan (2006). « 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, 28 p.
- INSTITUT DE LA STATISTIQUE DU QUÉBEC (2009). *Commerce international en ligne*, [En ligne] : http://diff1.stat.gouv.qc.ca/hkb/index_fr.html (page consultée le 14 août 2009).
- MARCEAU, Sylvie (2010). « Profil de l'industrie des services techniques aux producteurs de films, d'émissions de télévision et de publicité », *Statistiques en bref*, n° 64, juillet, Observatoire de la culture et des communications du Québec, [En ligne] : <http://www.stat.gouv.qc.ca/observatoire>, 20 p.
- 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 (page consultée le 15 août 2008), 248 p.
- OBSERVATOIRE DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS DU QUÉBEC (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, 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, 140 p.
- (2008c). *Statistiques sur l'industrie du film et de la production télévisuelle indépendante. Annexe statistique, édition 2008 révisée*, Québec, Institut de la statistique du Québec, [En ligne] : 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, 229 p.
- (2006). *Statistiques sur l'industrie du film et de la production télévisuelle indépendante : Annexe statistique, édition 2006*, Québec, Institut de la statistique du Québec, [En ligne] : http://www.stat.gouv.qc.ca/observatoire/publicat_obs/pdf_anciens/annexe_film2006.pdf, 179 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 (page consultée le 18 septembre 2009), 38 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.

STATISTIQUE CANADA (2009a). *Base de données sur la radiodiffusion et la télécommunication*, avril, 2006 et 2007.

— (2009b). *Distribution de films cinématographiques et de vidéos 2007* (87F0010XIF), Ottawa, [En ligne] : <http://www.statcan.gc.ca/pub/87f0010x/87f0010x2009001-fra.pdf>, 8 p.

— (2009c). *Les éditeurs de livres 2006* (87F0004XWF), Ottawa, [En ligne] : <http://www.statcan.gc.ca/pub/87f0004x/87f0004x2008001-fra.htm>.

— (2009d). *Les éditeurs de livres 2007* (87F0004X), Ottawa, [En ligne] : <http://www.statcan.gc.ca/pub/87f0004x/87f0004x2009001-fra.htm>.

— (2009e). *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).

— (2009f). *Production cinématographique, télévisuelle et vidéo 2006* (87010XIF), Ottawa, [En ligne] : <http://www.statcan.gc.ca/pub/87-010-x/87-010-x2008001-fra.pdf>.

— (2009g). *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). *Distribution de films cinématographiques et de vidéos 2006* (87F0010XIF), Ottawa, <http://www.statcan.gc.ca/pub/87f0010x/87f0010x2009001-fra.pdf> (page consultée le 5 novembre 2009), 9 p.

— (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). *La production cinématographique, audiovisuelle et vidéo : tableaux de données* (87010XIF), [En ligne] : <http://www.statcan.gc.ca/pub/87-010-x/87-010-x2006001-fra.htm> (page consultée le 24 juillet 2008).

United Nations (2002). *Manual on statistics of international trade in services*, 86, New York, United Nations Publications, Statistics Division Department of Economic and Social Affairs, 176 p.

ANNEXE 1 : COUVERTURE DES DONNÉES

2006	Arts de la scène			Film et autre télévision		
	Ailleurs au Canada		International	Ailleurs au Canada		International
Exportations				producteurs	✓	✓
	producteurs	✓ i	✓ i	services techniques	✓ i	✓ i
				distributeurs	✓	✓
	diffuseurs	✓ a	✓ a	exploitants de salles	0	0
				détaillants (vidéos)	0	0
Importations				producteurs	x	✓
	producteurs	✓	✓	services techniques	☑ i	
				distributeurs	✓	✓
	diffuseurs	✓	✓	exploitants de salles	0	✓
				détaillants (vidéos)	0	✓
	consommateurs	x	x	consommateurs	x	x

2007	Arts de la scène			Film et autre télévision		
	Ailleurs au Canada		International	Ailleurs au Canada		International
Exportations				producteurs	✓ i	✓ i
	producteurs	✓	✓	services techniques	✓	✓
				distributeurs	✓ i	✓ i
	diffuseurs	✓ a	✓ a	exploitants de salles	0	0
				détaillants (vidéos)	0	0
Importations				producteurs	x	✓ i
	producteurs	✓	✓	services techniques	☑	
				distributeurs	✓ i	✓ i
	diffuseurs	✓	✓	exploitants de salles	0	✓
				détaillants (vidéos)	0	✓
	consommateurs	x	x	consommateurs	x	x

Signes :

✓ = donnée disponible

i = la donnée ou une partie de la donnée est imputée à partir d'une autre année

a = estimation très approximative

x = aucune estimation

0 = ne s'applique pas ou présumée négligeable

☑ = donnée disponible mais pas de répartition possible

2006	Télévision			Livres		
	Ailleurs au Canada		International	Ailleurs au Canada		International
Exportations				éditeurs (livres)	✓	✓
	télédiffuseurs conv.	x	✓	éditeurs (droits)	x	✓
	télédiffuseurs S-P	✓	0 ⁱ	distributeurs	☑	
	télédistributeurs	x	0	librairies	0	0
Importations				éditeurs (services)	x	✓
	télédiffuseurs conv.	x	✓	éditeurs (droits)	x	✓
	télédiffuseurs S-P	x	✓	distributeurs	✓	✓
	télédistributeurs	✓	✓	librairies	☑	
	consommateurs	x	0	consommateurs	0 ⁱ	0 ⁱ

2007	Télévision			Livres		
	Ailleurs au Canada		International	Ailleurs au Canada		International
Exportations				éditeurs (livres)	✓ i	✓
	télédiffuseurs conv.	x	✓	éditeurs (droits)	x	✓ i
	télédiffuseurs S-P	✓	0 ⁱ	distributeurs	☑	
	télédistributeurs	x	0	librairies	0	0
Importations				éditeurs (services)	x	✓ i
	télédiffuseurs conv.	x	✓	éditeurs (droits)	x	✓ i
	télédiffuseurs S-P	x	✓	distributeurs	✓	✓
	télédistributeurs	✓	✓	librairies	☑	
	consommateurs	x	0	consommateurs	0 ⁱ	0 ⁱ

Signes :

✓ = donnée disponible

i = la donnée ou une partie de la donnée est imputée à partir d'une autre année

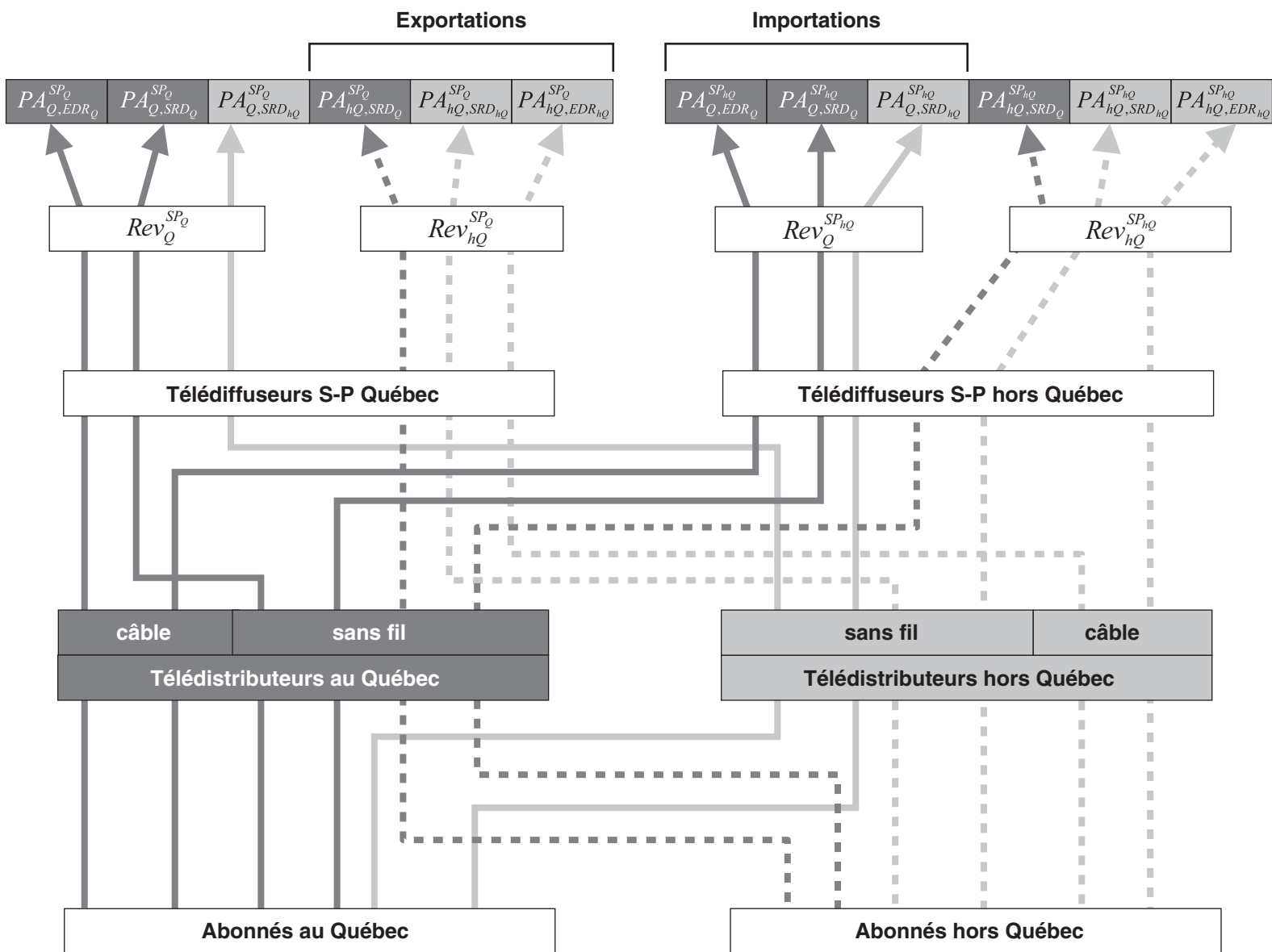
x = aucune estimation

0ⁱ = aucune estimation et présumée faible

0 = ne s'applique pas ou présumée négligeable

☑ = donnée disponible mais pas de répartition possible

**ANNEXE 2:
FLUX ENTRE LES ABONNÉS,
LES TÉLÉDISTRIBUTEURS
ET LES SERVICES S-P-VSD-TAC CANADIENS**



Légende

Lignes solides =	Flux associés aux abonnés québécois
Lignes pointillées =	Flux associés aux abonnés non québécois
Lignes foncées =	Correspondent aux flux passant par des télédistributeurs au Québec
Lignes pâles =	Correspondent aux flux passant par des télédistributeurs hors Québec
PA =	Paiements d'affiliation versés par les télédistributeurs
Rev =	Revenus des services de télédiffusion spécialisés et payants qui proviennent des abonnements
Q =	Au Québec
hQ =	Hors Québec
EDR =	Entreprise de distribution de radiodiffusion
SRD =	Service de radiodiffusion directe (télédistribution sans fil, par satellite)

En général, le premier indice sur PA et Rev réfère au lieu de résidence des abonnés (Québec ou hors Québec), le deuxième réfère à la catégorie de service de télédistribution (EDR ou SRD) tandis que l'indice sur la catégorie de télédistributeur ou de services de télédiffusion réfère à l'origine du service (Québec ou hors Québec).

Par exemple,

$PA_{Q,EDR_Q}^{SP_{hQ}}$ Paiement d'affiliation versés par les EDR (câblodistributeurs) québécois à des services de télédiffusion spécialisés et payants hors Québec pour les abonnés au Québec.

$Rev_{hQ}^{SP_Q}$ Revenus des services de télédiffusion spécialisés et payants au Québec qui proviennent des abonnements hors Québec.

Ce rapport méthodologique complète la publication intitulée *La balance commerciale québécoise de produits culturels : Arts de la scène, cinéma et télévision et livre, 2006 et 2007* produite par l'Observatoire de la culture et des communications du Québec (OCCQ) de l'Institut de la statistique du Québec. Il expose la démarche, les outils et les méthodes utilisés pour calculer les exportations et les importations des domaines traités dans le rapport principal et établit le degré de couverture des statistiques relatives aux composantes de la balance commerciale qui y figurent.

Réalisé par l'OCCQ grâce au soutien financier du ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine et l'appui des autres partenaires financiers de l'OCCQ, *La balance commerciale québécoise de produits culturels : Arts de la scène, cinéma et télévision et livre, 2006 et 2007* dresse 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.