



N° 81-595-MIF au catalogue — N° 021

ISSN: 1711-8328

ISBN: 0-662-77621-6

Documents de recherche

Culture, tourisme et Centre de la statistique de l'éducation

Cadre canadien pour les statistiques culturelles

Par Programme des statistiques de la culture

Division de la Culture, tourisme et centre de la statistique de l'éducation
2001 Immeuble principal, Ottawa, K1A 0T6

Téléphone : 1 800 307-3382 Télécopieur : 1 613 951-9040

Toutes les opinions émises par les auteurs de ce document ne reflètent pas nécessairement celles de Statistique Canada.



Statistique Statistics
Canada Canada

Canada

Comment obtenir d'autres renseignements

Toute demande de renseignements au sujet du présent produit ou au sujet de statistiques ou de services connexes doit être adressée à : Services aux clients, Culture, tourisme et Centre de la statistique de l'éducation, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6; téléphone : (613) 951-7608; sans frais : 1 800 307-3382; télécopieur : (613) 951-9040; ou courrier électronique : educationstats@statcan.ca.

Pour obtenir des renseignements sur l'ensemble des données de Statistique Canada qui sont disponibles, veuillez composer l'un des numéros sans frais suivants. Vous pouvez également communiquer avec nous par courriel ou visiter notre site Web.

Service national de renseignements 1 800 263-1136
Service national d'appareils de télécommunications pour les malentendants 1 800 363-7629
Renseignements par courriel infostats@statcan.ca
Site Web www.statcan.ca

Renseignements sur les commandes

On peut se procurer ce produit n° 81-595-MIF2004021 au catalogue sur internet gratuitement. Pour obtenir un numéro de ce produit, les utilisateurs sont priés de se rendre à <http://www.statcan.ca/francais/bsolc?catno=81-595-M>.

Normes de service à la clientèle

Statistique Canada s'engage à fournir à ses clients des services rapides, fiables et courtois, et ce, dans la langue officielle de leur choix. À cet égard, notre organisme s'est doté de normes de service à la clientèle qui doivent être observées par les employés lorsqu'ils offrent des services à la clientèle. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec Statistique Canada au numéro sans frais 1 800 263-1136.

**Culture, tourisme et Centre de la statistique
de l'éducation
Documents de recherche**

Cadre canadien pour les statistiques culturelles

Programme des statistiques de la culture *Statistique Canada*

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 2004

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de transmettre le contenu de la présente publication, sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, enregistrement sur support magnétique, reproduction électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou de l'emmagasiner dans un système de recouvrement, sans l'autorisation écrite préalable des Services de concession des droits de licence, Division du marketing, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Août 2004

N° 81-595-MIF2004021 au catalogue

Périodicité : Irrégulier

ISSN : 1711-8328

ISBN : 0-662-77621-6

Ottawa

This publication is available in English upon request (Catalogue no. 81-595-MIE2004021).

Statistique Canada

Remerciements

Le présent cadre résulte d'une collaboration de longue date entre le Programme de la statistique de la culture de Statistique Canada et le ministère du Patrimoine canadien. Un groupe de travail a été créé au cours des premières étapes de cette initiative, afin d'assurer que le Cadre puisse soutenir la planification, le suivi et l'étude des questions liées à la culture. Ce groupe de travail était composé de représentants du ministère du Patrimoine canadien, du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, d'Industrie Canada et de Statistique Canada. Outre ce groupe de travail, de nombreux autres organismes ont également apporté leur contribution à la création du Cadre – l'Institut de la statistique du Québec, la Conférence canadienne des arts, le Conseil des Arts du Canada, les gouvernements et organismes provinciaux, ainsi que de nombreuses associations culturelles. En outre, le Conseil national de la statistique, le Comité consultatif national de la statistique culturelle et le Comité consultatif des industries de service ont apporté une importante rétroaction. Au sein de Statistique Canada, le Comité des méthodes et des normes et le Comité des concepts ont tous deux apporté une précieuse contribution. Au fil des ans, de nombreux membres du personnel au sein du Programme de la statistique culturelle ont travaillé à faire progresser le Cadre. Parmi ces membres, on retrouve Michel Durand, John Gordon, Mary Cromie, Jamie Carson, Marla Waltman Daschko, Trish Horricks et Greg Peterson.

Note de reconnaissance

Le succès du système statistique du Canada repose sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada et la population, les entreprises, les administrations canadiennes et les autres organismes. Sans cette collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible de produire des statistiques précises et actuelles.

Table des matières

Remerciements	4	
Préface	6	
1. Introduction	7	
1.1 Caractéristiques nécessaires d'un cadre	7	
2. Un modèle pour la culture	9	
2.1 Définition de la culture	9	
2.2 Définition des biens et services culturels	9	
2.2.1 Caractéristiques des biens culturels	11	
2.2.2 Caractéristiques des services culturels	12	
2.3 Consommation de la culture	12	
2.3.1 Distinction entre l'acheteur et le consommateur	13	
2.4 La chaîne de création	13	
2.4.1 Le patrimoine – un cas particulier	15	
2.4.2 Définir le secteur culturel	16	
2.5 Réunir la production et la consommation	17	
2.5.1 Application du cadre à la politique publique	18	
2.5.2 Application du cadre au reste du monde	20	
3. Conclusion	21	
Annexe A	Index sur les biens et services culturels	22
Annexe B	Le secteur culturel	27
Annexe C	Professions culturelles	31

Préface

Le présent cadre pour les statistiques culturelles documente les concepts et les définitions sur lesquels repose la mesure des industries culturelles. L'adoption d'une définition normalisée de la culture et d'un cadre conceptuel permettront l'élaboration d'indicateurs culturels fondés sur des conventions approuvées qui déboucheront sur des conclusions analytiques cohérentes et exactes.

Le présent document décrit les fondements conceptuels du cadre qui servira d'assises aux aspects méthodologiques des enquêtes sur le secteur culturel. Il présente des définitions, des concepts et des conventions analytiques. Le cadre servira à l'analyse des répercussions économiques du secteur culturel, de la taille et des caractéristiques de la main-d'œuvre culturelle, de la valeur du commerce international dans le secteur culturel et de la valeur des dépenses des consommateurs pour les biens et services culturels, enfin à toute la recherche du Programme de la statistique culturelle.

Bien que n'étant pas statique, ce cadre doit être stable pendant un certain temps pour être utile. Comme dans tous les cadres conceptuels et systèmes de classification, les lacunes ou améliorations possibles seront consignées puis prises en considération dans le cadre d'un processus de révision cyclique.

1. Introduction

Le cadre pour les statistiques culturelles a pour objet de fournir des définitions et des concepts pour orienter la collecte de statistiques comparables, de même que l'élaboration d'indicateurs et les recherches analytiques. Il s'agit d'un moyen de favoriser la présentation de données uniformes dans le secteur culturel. Il faut établir un concept statistique officiel de la culture qui soit différent d'autres concepts culturels, dont certains sont très larges.

Pour comprendre la culture, il ne suffit pas d'en classer les industries, les biens et les services, et les professions. Les divers acteurs engagés dans la culture sont les établissements que nous évaluons. Ces établissements sont classés en industries culturelles en fonction de leur activité première. Il existe des liens entre les acteurs dans toutes les industries de la chaîne de création. Cette chaîne de création aboutit à des résultats mesurables. On trouvera des exemples de ces joueurs, des liens et des résultats au tableau 1. Le cadre décrit les relations entre ces trois facteurs.

Tableau 1

Acteurs, liens et résultats

Acteurs	<ul style="list-style-type: none"> • Établissements (qui fabriquent et/ou distribuent des biens et des services) • Particuliers (consommateurs et main-d'œuvre)
Gouvernement	<ul style="list-style-type: none"> • Soutien des services • Associations, notamment les syndicats
Liens	<ul style="list-style-type: none"> • Chaîne de création (production et offre) • Consommation (participation et demande)
Résultats	<ul style="list-style-type: none"> • Répercussions sociales • Répercussions économiques

1.1 Caractéristiques nécessaires d'un cadre

Les industries culturelles, leurs caractéristiques, les biens et les services qu'ils offrent et leurs répercussions sont à certains égards différents des autres industries mesurées par les statistiques officielles. Toutefois, le présent cadre situe la culture dans l'ensemble du système statistique national. À cette fin, le cadre contient un certain nombre d'éléments.

En premier lieu, le cadre comprend une définition de la culture. La définition de la culture délimite ce qui est ou devrait être mesuré par le Programme de la statistique culturelle au sein du système statistique national.

En deuxième lieu, bien qu'il soit compréhensible que l'on souhaite adopter une vaste perspective, l'étendue des activités culturelles ne doit pas empiéter sur des domaines statistiques établis et distincts. Dans le contexte canadien, l'environnement, les sports, les loisirs et les technologies sont exclus de la culture. Le cadre comprend expressément : les médias écrits, l'industrie cinématographique, la radiotélédiffusion, l'enregistrement et l'édition musicale, les arts de la scène, les arts visuels, l'artisanat, l'architecture, la photographie, le design, la publicité, les musées, les musées des beaux-arts, les archives, les bibliothèques et l'éducation culturelle. Il comprend en outre, de façon limitée, le soutien culturel par les administrations et les activités des syndicats/associations en lien avec la culture.

En troisième lieu, le Cadre comprend les taxonomies des industries, des biens, des services, et des professions des classifications normalisées reconnues¹.

Enfin, le cadre intègre les aspects sociaux et économiques de la culture. C'est donc qu'il est suffisamment large pour englober non seulement la création, la production, la fabrication et la distribution de biens et services culturels, mais qu'il tient compte aussi de la consommation de biens et services culturels et des répercussions sociales et économiques découlant de la chaîne de création et de cette consommation.

2. Un modèle pour la culture

Le Programme de la statistique culturelle quantifie et définit les acteurs, les liens et les résultats associés à la culture. À cette fin, il est important de comprendre en premier lieu ce qu'on entend par la culture.

2.1 Définition de la culture

Le mot « culture » est lourd de sens. Si la définition est large, la culture peut comprendre les systèmes économiques, les idéologies et les processus politiques, les établissements d'enseignement, les programmes sociaux, l'environnement, les systèmes technologiques, les pratiques en matière de loisirs, les activités artistiques et patrimoniales, les secteurs des transports et des communications, les activités religieuses et spirituelles. Toutefois, ces notions de la culture sont trop larges pour être utiles dans la délimitation de la portée du Programme de la statistique culturelle. Une définition de la culture à des fins statistiques établit des limites autour de ce qui doit être inclus et exclus. C'est ainsi qu'une définition plus étroite de la culture est adoptée de manière à ne pas incorporer d'autres domaines qui sont généralement reconnus comme distincts dans le système statistique national (par exemple, l'ethnicité, dont il est habituellement question dans le programme de statistiques sociodémographiques de Statistique Canada).

Aux fins du présent cadre statistique, la culture se définit comme suit :

activité artistique créatrice et les biens et services produits par cette activité, et conservation du patrimoine humain.

Avec cette définition, nous pouvons adopter une méthode de mesure qui tienne compte des industries artistiques et patrimoniales ainsi que des biens et services, des professions et des résultats des œuvres artistiques et patrimoniales créatives.

2.2 Définition des biens et des services culturels

La définition de la culture est plutôt vague, mais ce sont les biens et les services culturels qui la délimitent vraiment. Autrement dit, la liste des biens et des services considérés comme de la culture réussit à préciser le cadre.

Il n'existe pas de critère unique pour déterminer quels biens et quels services sont susceptibles d'être considérés comme de la culture. Le présent cadre définit les biens et les services de façon relativement étroite de manière à ce qu'ils correspondent aux normes de classification de Statistique Canada. Les valeurs esthétiques ou intellectuelles des biens et des services ne sont pas les critères utilisés pour en déterminer l'inclusion ou l'exclusion.

Pour être inclus, un bien ou un service doit satisfaire à au moins l'un des critères suivants :

- être un bien créatif qui justifie le droit de propriété intellectuelle;
- être un service lié à la conservation ou à la présentation de biens créatifs;
- être un bien ou un service de soutien à la création, la production ou la transmission d'autres biens ou services créatifs, notamment un service qui ajoute au contenu ou modifie le contenu d'un produit culturel (p. ex. services de rédaction-révision, illustrations, objets d'art, conception et présentation, studios de musique);
- être un service lié à la conservation, à la présentation ou à l'interprétation du patrimoine humain;
- être un service éducatif qui vise les travailleurs qui produisent des biens ou des services créatifs.

Dans la liste qui en découle, les biens et les services peuvent être distingués les uns des autres d'un certain nombre de façons.

- Demande finale et intrants intermédiaires

Certains biens et services sont consommés directement par les consommateurs (p. ex. productions cinématographiques ou télévisuelles, livres ou représentations théâtrales), tandis que d'autres sont des intrants intermédiaires dans le processus de production (mixage de la piste sonore d'un film, édition d'un livre ou conception scénique d'une production théâtrale) et ne sont pas directement consommés par des individus. Certains relèvent des deux.

- Biens et services culturels primaires et secondaires

Les biens et les services culturels primaires sont ceux pour lesquels la chaîne de création entre entièrement dans le champ de la culture. Ils ont pour but premier la transmission d'un concept esthétique ou intellectuel visant à provoquer une réaction émotionnelle ou cognitive, et ils comprennent des droits de propriété intellectuelle.

Les biens et services culturels secondaires sont ceux pour lesquels une partie seulement de la chaîne de la création entre dans le champ de la culture. Ils sont également le produit d'une activité artistique créatrice, mais soit n'ont pas comme but premier la transmission d'un concept esthétique ou intellectuel (p. ex. un bâtiment), soit sont des œuvres d'art visuel reproduites en série.

On peut déterminer d'autres biens et services qui sont essentiels à l'offre et à la consommation en tant qu'intrants intermédiaires, ainsi que des produits qui révèlent la consommation, p. ex. un film est un produit primaire, le jeu d'un acteur est un service d'offre et les ventes de billets de cinéma sont un indicateur de la demande.

Enfin, les biens et les services culturels peuvent être distingués les uns des autres par leur format (p. ex. livres, livres sur bande magnétique, version cinématographique d'un livre) ou par leur contenu (p. ex. titre, événement, langue).

Le tableau ci-après contient une liste de biens et de services culturels et fait la distinction entre ceux qui sont considérés comme primaires et secondaires. Une répartition détaillée des produits, y compris un tableau de concordance avec la Classification type des biens (CTB) et la Classification centrale des produits (CCP), est présentée à l'annexe A.

Tableau 2

Biens et services culturels

Primaires (mesure toute la chaîne de création)	Secondaires (mesure une partie seulement de la chaîne de création)
<ul style="list-style-type: none"> • Radiotélédiffusion programmation et services (radio, câblodistribution, télévision, satellite et internet) • Festivals • Services du patrimoine • Services de bibliothèque et d'archives • Cinéma, films et vidéos • Arts de la scène (spectacles sur scène et services artistiques de soutien) • Musique imprimé • Enregistrements sonores • Arts visuels (originaux et artisanat) • Écrits et ouvrages publiés (livres, journaux et périodiques) 	<ul style="list-style-type: none"> • Services de publicité • Plans architecturaux • Services de droits d'auteur et services connexes • Plans et dessins • Services éducatifs • Objets d'art visuel produits en série • Photographie • Services de soutien

2.2.1 Caractéristiques des biens culturels

« Les biens sont des objets physiques pour lesquels il existe une demande, sur lesquels des droits de propriété peuvent être établis et dont la propriété peut être transférée d'une unité institutionnelle à une autre par le biais d'une opération sur le marché. »² Les biens sont les produits qui ont des propriétés physiques comme un volume et une masse, que l'on peut apprécier par l'observation directe des biens eux-mêmes. À cet égard, les systèmes de classification actuels sur les biens sont fondés sur la composition matérielle des biens.

Les biens culturels comprennent les biens originaux et les objets produits en série qui ont un contenu culturel comme il est défini dans le présent cadre. Il est important de retenir ce concept afin de maintenir la cohérence avec les normes actuelles, bien que, dans le cas des biens culturels, il existe d'autres caractéristiques plus pertinentes qui doivent être prises en compte et classifiées, comme le genre, la langue, le pays d'origine, etc.

2.2.2 Caractéristiques des services culturels

« Les services comprennent une gamme étendue et complexe de transactions visant des produits qui sont, par nature, généralement intangibles. Contrairement aux biens, les services ne sont pas des entités indépendantes sur lesquelles il est possible d'établir des droits de propriété. Leur commercialisation ne peut être dissociée de leur production. Les services sont des sorties hétérogènes produites sur commande : ils se traduisent typiquement par un changement de l'état des unités qui les consomment, changement obtenu par l'activité des producteurs à la demande des consommateurs. Au moment même où la production d'un service se termine, il doit être fourni au consommateur. »³

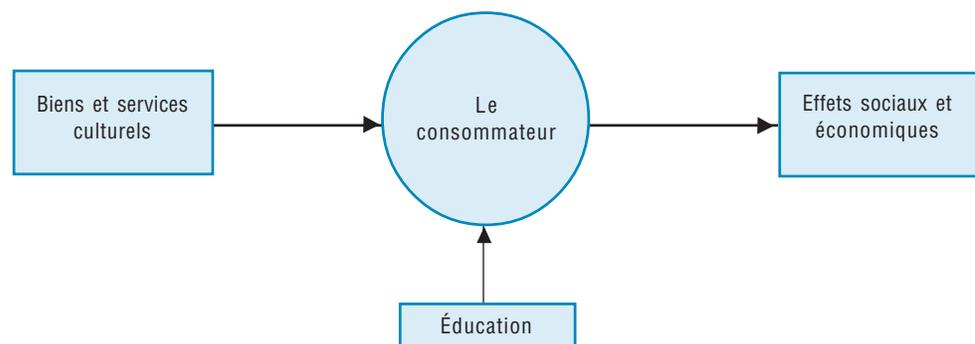
On peut considérer que les services culturels comprennent les services créatifs (lesquels peuvent entraîner le paiement ou la réception de droits d'auteur), les services de contenu (services qui ajoutent quelque chose à un produit culturel ou le modifient), les diffusions, les spectacles sur scène et autres manifestations culturelles (telles les expositions dans un musée).

2.3 Consommation de la culture

La consommation est prépondérante dans le modèle statistique pour la culture. La production de biens et services culturels n'a pas d'effet s'ils ne sont pas utilisés. En outre, il y a d'importants facteurs extérieurs sociaux et économiques qui découlent de la consommation de la culture et qui sont pris en compte dans le cadre. Ils sont illustrés à la figure 1.

Figure 1

Le rôle de la consommation



Au centre du modèle de consommation, on trouve le consommateur individuel de culture. Ce consommateur présente un certain nombre de caractéristiques (âge, sexe, revenu, éducation, profession, ethnicité et lieu géographique). Le bien ou le service culturel consommé possède aussi un certain nombre de caractéristiques. En outre, le consommateur peut avoir besoin d'une certaine éducation (ou de connaissances) pour bien apprécier ou consommer les biens ou les services culturels. La consommation de la culture entraîne un certain nombre d'effets sociaux et économiques, dont certains ont des répercussions directes sur l'individu et d'autres bénéficient à l'ensemble de la communauté.

2.3.1 Distinction entre l'acheteur et le consommateur

Les effets sociaux dont bénéficie soit l'individu, soit la société, ne sont pas toujours reliés à l'agent économique qui achète le bien ou le service. Il existe une distinction entre la consommation et la demande d'un bien ou d'un service culturel. Par exemple, une société peut acheter une peinture, qui peut être consommée par les individus (p. ex. les employés, les clients). Il peut y avoir certains effets sociaux découlant de la consommation de cette peinture, mais ces effets découlent du fait que les individus contempnent la peinture. Bien que la société puisse bénéficier de certains facteurs extérieurs positifs, l'entité légale qui a acheté le bien ou le service ne modifie pas son comportement en raison de l'achat, mais cet achat aura une incidence d'ordre économique.

Pour comprendre les effets économiques, on peut aussi examiner le secteur culturel d'un point de vue qui correspond davantage à la notion de demande finale selon le Système de la comptabilité nationale. Dans ce cas, la demande peut être répartie en fonction des agents économiques qui ont acheté le bien ou le service.

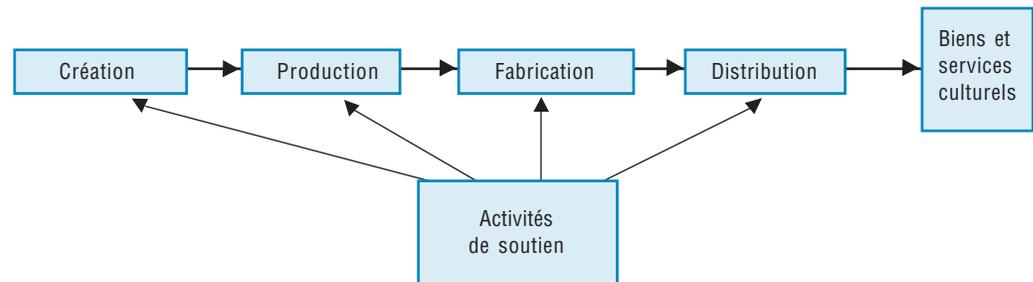
1. Dépenses personnelles, ce qui comprend les achats faits par les individus.
2. Investissements par les entreprises. Il s'agit des investissements dans les biens et services culturels faits par les entreprises. Mentionnons à titre d'exemple l'achat de biens et services culturels à l'intention des employés ou des clients (p. ex. des œuvres d'art installées dans la cafétéria).
3. Dépenses gouvernementales. Il s'agit de la demande finale de biens et services culturels par le gouvernement. Mentionnons à titre d'exemple les œuvres commandées par le gouvernement.
4. Demande étrangère de biens et services culturels. Cet élément comprend les personnes, les entreprises et les gouvernements à l'extérieur du Canada. Pour déterminer les répercussions économiques de la culture, nous nous intéressons aux exportations moins les importations.

Bien qu'il puisse y avoir divers agents économiques qui achètent des biens et des services culturels, en fin de compte, ce sont les individus qui les consomment. Une société par exemple ne peut apprécier une œuvre d'art par elle-même. Celle-ci ne peut être appréciée que par les individus qui sont en mesure d'interagir avec celle-ci. Pensons, par exemple, à la situation où un festival achète une pièce de théâtre qui est consommée par un public. À cet égard, le cadre ne situe pas la consommation dans la perspective du marché, mais dans celle de l'utilisation finale d'un bien ou d'un service culturel.

2.4 La chaîne de création

Pour être consommé, un bien ou un service culturel doit en premier lieu être créé, produit, parfois fabriqué, puis alors distribué aux consommateurs. C'est ce qu'illustre la figure 2, soit la *chaîne de création*.

Figure 2
Chaîne de création



Cette chaîne de création comprend un certain nombre d'activités ou d'étapes distinctes, dont chacune se produit dans des établissements à qui peut être attribuée une classification selon une branche d'activité. Voici ces étapes :

- **Création** – Il s'agit des établissements qui participent à l'élaboration d'une idée artistique créative, comme les artistes, les auteurs et les interprètes indépendants (SCIAN 71151). Une grande partie de cette activité créatrice peut toutefois être entreprise dans d'autres établissements dont l'activité principale n'est pas de l'ordre de la création (par exemple les journaux).
- **Production** – Ces établissements comprennent ceux dont l'activité principale consiste à produire un bien ou un service créatif pouvant être facilement défini. Les biens sont tangibles (livres, magazines, enregistrements sonores), tandis que les services ne le sont pas (concerts, pièces de théâtre ou expositions dans une galerie d'art).
- **Fabrication** – Il s'agit d'établissements dont l'activité consiste à reproduire en série des biens culturels primaires (reproduction de films, impression, affiches) à partir d'un original. Ils se distinguent de ceux qui font de la production, car ils n'ajoutent pas de valeur au contenu culturel du bien.
- **Distribution** – Ces établissements comprennent ceux qui distribuent des biens culturels primaires et assurent la distribution en série d'objets d'arts visuels et de photographies à divers joueurs, notamment des grossistes et des détaillants, des radiotélédiffuseurs d'émissions de radio et de télévision, ou Internet.
- **Activités de soutien** – Il existe en outre des activités relatives à la culture qui aident à financer ou soutenir la création et la production (groupes de droits d'auteur, agents, gérants, promoteurs).

Il n'existe pas toujours une distinction nette entre les activités des établissements culturels. Par exemple, l'activité créatrice peut être entreprise par un établissement dont l'activité principale n'est pas la création (p. ex. la production). Le cas échéant, la création est appelée activité secondaire et est incluse, mais fait l'objet d'un rapport distinct dans les résultats de l'établissement concerné. De même, certains établissements dont l'activité principale est la culture peuvent avoir des activités non culturelles secondaires (p. ex. la comptabilité) qui sont incluses mais qui font l'objet d'un rapport distinct dans la mesure des statistiques culturelles. Enfin, il

existe des établissements non culturels (p. ex. dans le secteur de la construction automobile) qui incluent aussi des activités culturelles (p. ex. la conception) qui ne sont pas incluses dans les statistiques culturelles.

Enfin, il peut y avoir certains produits qui ne franchissent pas toutes les étapes de la chaîne de création. Une œuvre artistique originale, par exemple, peut ne pas être produite en série (c.-à-d. fabriquée).

Exemple de la chaîne de création

La chaîne de création peut être appliquée, en totalité ou en partie, à tous les biens et services de la culture. Prenons par exemple les livres.

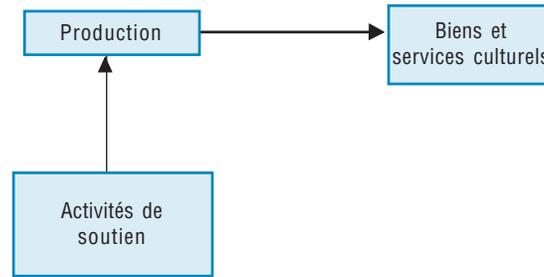
- Création – Le livre a été écrit par un auteur qui est un travailleur autonome (SCIAN 71151).
- Production – Le livre est produit par un éditeur (SCIAN 51113) qui ajoute une valeur au contenu du produit (c.-à-d. les services d'édition).
- Fabrication – La reproduction en série du livre est faite par un imprimeur (SCIAN 32311).
- Distribution – Le livre est distribué par des grossistes (SCIAN 41442) et vendu au détail chez divers détaillants comme des librairies (SCIAN 451210), des grands magasins (SCIAN 452), et des entreprises de télémagasinage et de vente par correspondance (SCIAN 454110).
- Services de soutien – Un certain nombre de secteurs contribuent à divers éléments de la chaîne de création. Outre les activités de soutien relatives à l'impression (SCIAN 32312), il y a aussi les agents et les représentants (SCIAN 71151) et les organismes qui représentent les éditeurs et les auteurs (SCIAN 81390).

2.4.1 Le patrimoine – un cas particulier

La chaîne de création fonctionne le mieux lorsque les produits culturels constituent des biens physiques. Il faut apporter certaines modifications aux services culturels, surtout ceux reliés à la conservation du patrimoine humain⁴.

Un certain nombre d'activités sont entreprises dans la production de ces services⁵. Une fois qu'on a reconnu (c.-à-d. découvert ou identifié) l'artefact, celui-ci est ensuite conservé (c.-à-d. réparé, restauré ou stabilisé), interprété et présenté. Dans ce cas-ci, la création, la fabrication et la distribution ne sont pas des activités pertinentes. Toutes les activités qui interviennent dans la production et la prestation de ce service se trouvent toutes au sein du même établissement, lequel porte la classification des branches décrivant ces activités. C'est ainsi qu'on obtient une chaîne de création simplifiée.

Figure 3
Services du patrimoine



Dans le cas des services du patrimoine, deux questions demeurent. Une touche la découverte et la conservation de services du patrimoine qui ne feront peut-être jamais l'objet d'une exposition. L'autre est liée à la conservation du patrimoine bâti qui est entreprise par des établissements et des particuliers qui sont à l'extérieur de ce secteur (voir l'annexe B).

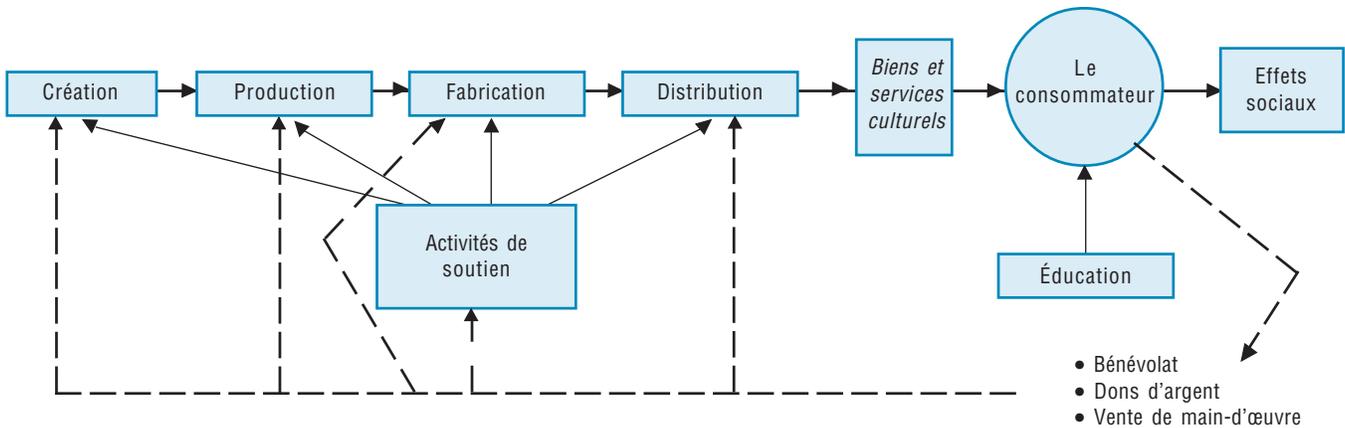
2.4.2 Définir le secteur culturel

La chaîne de création décrit les activités nécessaires à la réalisation d'un produit final pour consommation. Ces activités sont classées en branches définies selon la nomenclature du SCIAN. L'ensemble des branches qui constituent la chaîne de création représente le secteur culturel. Les branches qui participent à la création, à la production, à la fabrication, à la distribution et à la conservation des biens culturels primaires constituent le secteur culturel primaire. De même, celles qui participent à la création, à la production, à la fabrication et à la distribution des produits secondaires constituent le secteur culturel secondaire.

L'annexe B illustre les biens et les services (les industries qui participent à leur création, à leur production, à leur fabrication et à leur distribution, de même qu'aux services de soutien connexes) qui constituent le secteur culturel pour les fins de la statistique. Elle situe aussi ces biens et services au sein de la chaîne de création.

2.5 Réunir la production et la consommation

Figure 4
Le lien entre la production et la consommation

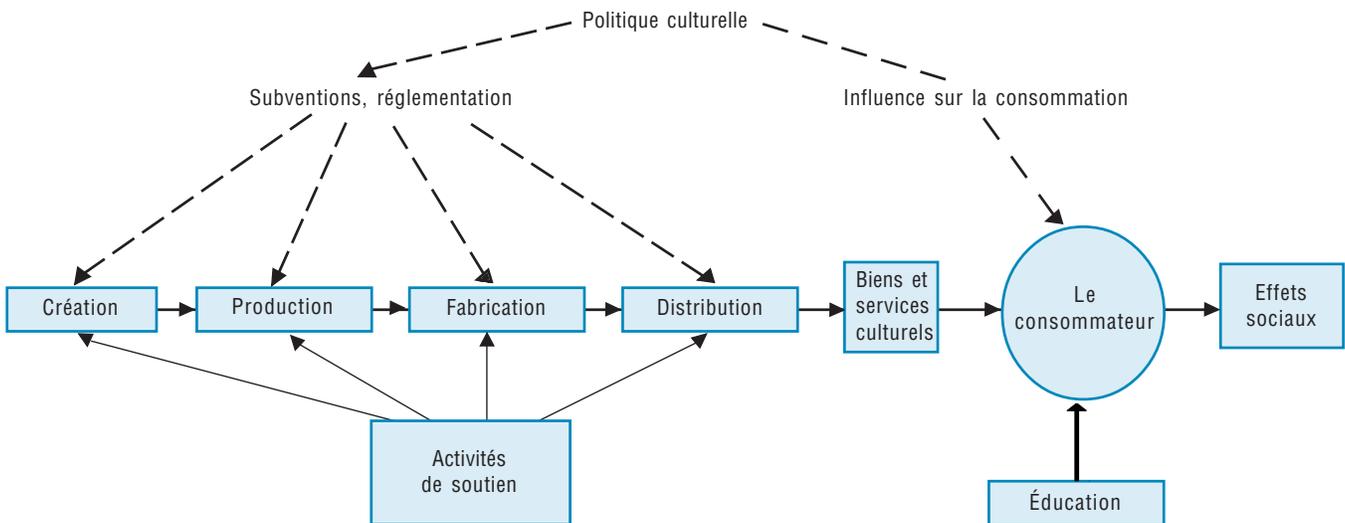


Les biens et services culturels forment le lien entre la production (ou l'offre) et la consommation (ou la demande) de culture (figure 4). Il existe toutefois un certain nombre de mécanismes de réaction. Par exemple, des particuliers peuvent donner du temps et de l'argent pour les éléments de l'offre de la chaîne de création. Une autre réaction tient à l'offre de services contre rémunération. La consommation de culture peut permettre à un particulier d'acquérir des connaissances et des compétences. L'individu qui a reçu la formation nécessaire et qui a un intérêt suffisant peut offrir ses services contre rémunération à des éléments au sein de la chaîne de création⁶.

Le lien entre la production et la consommation est important. Il est ainsi possible, dans le cadre culturel, de tenir compte des relations entre les industries et les résultats. Est-ce que l'octroi d'une subvention pour un facteur particulier de production, par exemple, entraîne la modification du comportement du consommateur?

2.5.1 Application du cadre à la politique publique

Figure 5
Le cadre et la politique publique



Le cadre reflète le rôle de la politique publique dans le secteur culturel. L'un des objectifs de cette politique publique, par exemple, est de modifier le comportement des consommateurs en vue d'obtenir certains résultats sociaux (p. ex. un plus grand sentiment d'identité nationale).

Quels sont les leviers utilisés pour provoquer le changement?

Le secteur culturel peut être soutenu directement par des subventions et des contributions versées par les ministères et les organismes fédéraux et provinciaux, ou encore les administrations municipales, ou indirectement par des crédits d'impôt ou d'autres mesures de stimulation. Les gouvernements peuvent également chercher à exercer une influence sur la création ou la distribution de biens ou services culturels en établissant une réglementation (p. ex. le règlement sur le contenu canadien pour les radiotélédiffuseurs).

Pour connaître les résultats de ces interventions, il faut des données fiables sur l'ampleur des fonds versés par les gouvernements (directement ou indirectement) aux fins de la création, de la production et de la distribution culturelles.

Les investissements dans le secteur culturel ont-ils un effet sur les extrants?

Les biens et les services culturels présentent des caractéristiques mesurables : genre, langue, ethnicité, pays d'origine et média (tangibles ou non tangibles). Des mesures de soutien sont offertes pour la création, la production ou la distribution des biens et

des services culturels dans l'attente que ces biens et services présentent les caractéristiques souhaitées (p. ex. le contenu canadien).

Étant donné cet objectif, il est important de mesurer les intrants intermédiaires et les extrants finals à chaque étape de la production.

Quels biens et services culturels sont consommés par les Canadiens?

Les individus qui consomment des biens et des services culturels ont leurs propres ensembles de caractéristiques (ethnicité, revenu, éducation, sexe, lieu, âge). Les coûts pour les consommateurs se mesurent en argent ou en temps.

Pour comprendre la consommation de la culture, il faut comprendre les biens et les services qui sont consommés et les caractéristiques du consommateur, et savoir dans quelle mesure les individus consomment ces biens et ces services (quantité, valeur, fréquence et temps).

Il est important d'établir un lien entre la production et la consommation des biens et des services culturels. Un genre particulier de bien ou de service culturel conduit-il à une modification du comportement? Par exemple, une plus grande disponibilité de pièces de théâtre de haute qualité à la télévision de langue anglaise conduit-elle à une augmentation de la consommation?

Quelle est la motivation pour la consommation de ces biens et services?

La production d'un bien ou d'un service présentant certaines caractéristiques ne conduit pas nécessairement à la consommation de ce bien ou ce service par les consommateurs. Par exemple, ce n'est pas parce que la production et la distribution de la musique d'un artiste francophone sont subventionnées directement que la consommation de cette musique augmentera dans la communauté anglophone.

Si l'on comprend les motivations des individus pour la consommation de la culture, on pourra mieux déterminer dans quelle mesure un groupe donné de personnes pourra s'intéresser à un type donné de biens ou de services.

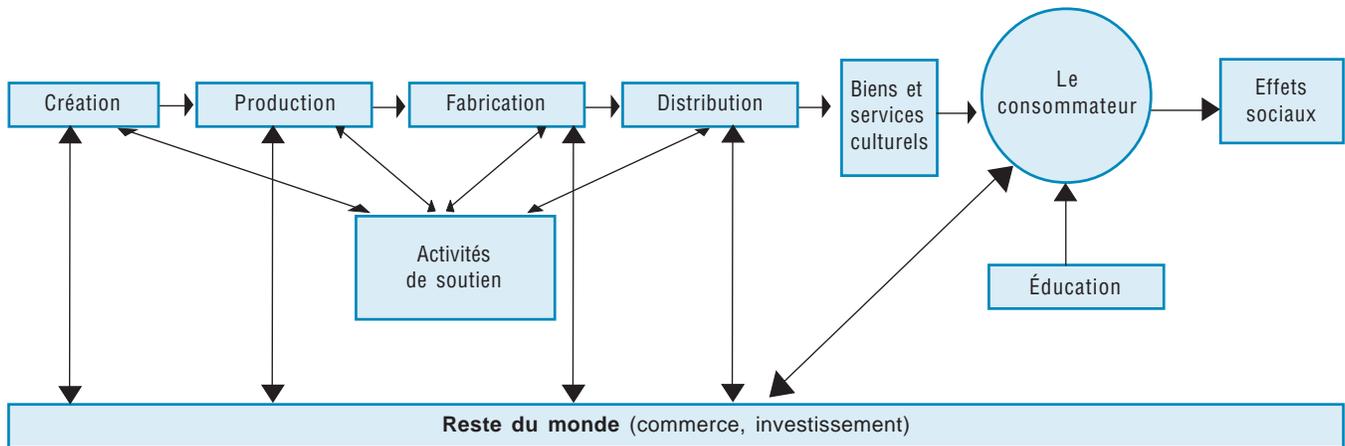
Quels sont les avantages potentiels de la consommation de la culture pour la société canadienne?

Du fait qu'il consomme un bien ou un service culturel, un individu peut améliorer son bien-être. En outre, l'utilisation du bien ou du service peut amener le consommateur à consommer davantage d'autres biens ou services culturels (un accroissement du capital humain).

La consommation de la culture peut donner lieu à la création de liens entre les personnes qui ont consommé le même type de produits culturels (cohésion sociale). De même, la consommation de la culture peut entraîner la création d'un réseau et le renforcement des communautés (capital social).

2.5.2 Application du cadre au reste du monde

Figure 6
Application du cadre au reste du monde



La culture peut faire l'objet d'échanges commerciaux. Ce commerce n'est pas limité au mouvement des biens culturels, mais il comprend aussi les échanges commerciaux de services culturels. Mentionnons en particulier le commerce de la propriété intellectuelle. Les droits sont accordés en vertu de licences ou vendus à des fins spécifiques, dans des territoires délimités, en contrepartie de redevances ou d'autres honoraires. Les échanges commerciaux peuvent se produire au niveau du consommateur ou à d'autres points le long de la chaîne de création.

L'afflux de capital vers des éléments dans la chaîne de création fait également partie du volet international de la culture. L'investissement dans les entreprises culturelles (c.-à-d. l'investissement direct étranger à partir de l'extérieur du Canada et l'investissement direct canadien à l'étranger) est inclus dans le cadre.

3. Conclusion

Le présent cadre permet de concevoir le modèle de production et de consommation culturelle, ainsi que la portée de la culture aux fins du Programme de la statistique de la culture. Il s'agit du fondement aux fins de l'élaboration d'un ensemble cohérent de statistiques culturelles, qui s'étendent au-delà de la mesure des flux financiers et économiques liés à l'offre et à la demande des biens et de services culturels, pour mesurer l'incidence sociale de la culture. Le cadre supportera l'élaboration d'indicateurs et l'identification d'importantes lacunes statistiques.

Une étape future consistera à définir les indicateurs culturels et les variables servant à leur définition. Les exemples d'indicateurs culturels pourraient inclure le contenu canadien, le pays de contrôle et les avantages du point de vue social.

Annexe A

Index sur les biens et services culturels

Selon la définition des codes de Classification types des biens (CTB) et la Classification Centrale des Produits (CCP) Version 1.1

Description	Type		Caractère		CTB	CCP
	Intrant inter-médiaire	Demande finale	Primaire	Secondaire		
Écrits et œuvres publiés						
Livres						
Dictionnaires et encyclopédies, même en fascicules		X	X		4901.91	
Autres livres (Manuels scolaires des niveaux primaire et secondaire)		X	X		4901.99.4	
Autres livres (Manuels scolaires de niveau postsecondaire)		X	X		4901.99.5	
Livres techniques, scientifiques et professionnels		X	X		4901.99.62	
Annuaire d'écoles secondaires et de collèges; romans		X	X		4901.99.7	
Livres d'arts, d'illustrations et de liturgie		X	X		4901.99.8	
Autres livres imprimés, brochures, et imprimés similaires		X	X		4901.99.9	
Albums ou livres d'images et albums à dessiner ou à colorier, pour enfants		X	X		4903	
Services d'auteurs, de compositeurs, de sculpteurs et d'autres artistes, sauf les professionnels du spectacle	X		X			96320
Journaux et périodiques						
Journaux et publications périodiques imprimés, même illustrés ou contenant de la publicité		X	X		4902	
Services d'auteurs, de compositeurs, de sculpteurs et d'autres artistes, sauf les professionnels du spectacle	X		X			96320
Autres documents imprimés						
Ouvrages cartographiques de tous genres, y compris les cartes murales et les plans topographiques, imprimés: Sous forme de livres ou de brochures		X		X	4905.91	
Brochures et imprimés similaires, même en feuillets isolés, même pliés		X		X	4901.10	
Timbres-poste, timbres fiscaux, marques postales, enveloppes premier jour, entiers postaux et analogues, oblitérés ou bien non oblitérés mais n'ayant pas cours ni destinés à avoir cours dans le pays de destination		X		X	9704	
Cartes postales imprimées ou illustrées; cartes imprimées comportant des vœux ou des messages personnels, même illustrées, avec ou sans enveloppes, garnitures ou applications		X		X	4909	
Calendriers de tous genres, imprimés, y compris les blocs de calendriers à effeuiller		X		X	4910	
Autres imprimés, y compris les images, les gravures et les photographies (sauf le matériel publicitaire)		X		X	4911.91	
Services d'auteurs, de compositeurs, de sculpteurs et d'autres artistes, sauf les professionnels du spectacle	X		X			96320
Services d'édition						
Services d'agence de presse aux journaux et aux périodiques	X		X			84410
Services de cartographie	X		X			83540
Services de traduction et d'interprétation	X			X		83910
Services d'octroi des licences pour le droit d'utiliser des originaux d'œuvres des spectacles, littéraires et acoustiques.	X			X		73320
Services d'octroi des licences pour le droit d'utiliser des marques de fabrique et des franchises.	X			X		73340
Services d'édition pour le compte de tiers		X	X			89110

Index sur les produits culturels – suite

Description	Type		Caractère		CTB	CCP
	Intrant inter-médiaire	Demande finale	Primaire	Secondaire		
Film et vidéo						
Film						
Films cinématographiques, impressionnés et développés, comportant ou non l'enregistrement du son ou ne comportant que l'enregistrement du son, d'une largeur de 35 mm ou plus, autre que pour les annonces à la télévision	X		X		3706.10.90	
Films cinématographiques, impressionnés et développés, comportant ou non l'enregistrement du son ou ne comportant que l'enregistrement du son, autre que d'une largeur de 35 mm ou plus, autres que pour les annonces à la télévision	X		X		3706.90.90	
Services de production de films cinématographiques, des bandes vidéos et des émissions de télévision	X		X			96121
Services techniques d'appui à la production d'oeuvres audiovisuelles	X		X			96130
Services de distribution de films cinématographiques, de bandes vidéo et d'émissions de télévision	X		X			96141
Services de post-production de films et de programmes audiovisuelles	X		X			96142
Autres services annexes à la production de films et de programmes de télévision ou de radio	X		X			96149
Services de projection de films cinématographiques		X	X			96151
Services de projection de bandes vidéo		X	X			96152
Services de location de bandes vidéo	X			X		73220
Services d'octroi des licences pour le droit d'utiliser des originaux d'oeuvres des spectacles, littéraires et acoustiques	X		X			73320
Services d'octroi des licences pour le droit d'utiliser des marques de fabrique et des franchises	X		X			73340
Services d'artistes de professionnels du spectacle	X		X			96310
Services d'auteurs, de compositeurs, de sculpteurs et d'autres artistes, sauf les professionnels du spectacle	X		X			96320
Services de fournitures d'autres personnels	X			X		85129
Vidéo						
Disques pour systèmes de lecture par faisceau laser, autres que pour l'enregistrement sonore et logiciel		X	X		8524.39.90	
Bandes d'enregistrements vidéophoniques, d'une largeur excédant 4 mm, mais n'excédant pas 6,5 mm		X	X		8524.52.2	
Bandes d'enregistrements vidéophoniques, d'une largeur excédant 6,5 mm		X	X		8524.53.1	
Radiodiffusion						
Services de production de films et de programmes de télévision (en partie)	X		X			96121
Services de production de radio	X		X			96122
Services techniques d'appui à la production d'oeuvres audiovisuelles	X		X			96130
Services de distribution de films, et de programmes de télévision (en partie)	X		X			96141
Services de post-production de films et de programmes audiovisuels (en partie)	X		X			96142
Autres services annexes à la production de films et de programmes de télévision ou de radio (en partie)	X		X			96149
Services de transmission et de programmation audiovisuelle		X	X			96160
Services d'agences de presse (médiats audiovisuels)	X		X			84420
Services de professionnels du spectacle	X		X			96310
Services d'auteurs, de compositeurs, de sculpteurs et d'autres artistes, sauf les professionnels du spectacle	X		X			96320
Services d'octroi des licences pour le droit d'utiliser des originaux d'oeuvres des spectacles, littéraires et acoustiques.	X		X			73320
Services d'octroi des licences pour le droit d'utiliser des marques de fabrique et des franchises.	X		X			73340

Index sur les produits culturels – suite

Description	Type		Caractère		CTB	CCP
	Intrant inter-médiaire	Demande finale	Primaire	Secondaire		
Enregistrements sonores et édition musicale						
Enregistrements sonores						
Disques pour électrophones		X	X		8524.10	
Disques pour systèmes de lecture par faisceau laser pour la reproduction du son uniquement		X	X		8524.32	
Bandes magnétiques d'une largeur excédant 4 mm mais n'excédant pas 6,5 mm		X	X		8524.52.90	
Bandes magnétiques d'une largeur excédant 16mm, en cassettes		X	X		8524.53.90	
Services d'enregistrement sonore	X		X			96111
Services de post-production audio	X		X			96112
Musique imprimée						
Musique manuscrite ou imprimée, illustrée ou non, même reliée	X		X		4904	
Services de professionnels du spectacle	X		X			96310
Services d'auteurs, de compositeurs, de sculpteurs et d'autres artistes, sauf les professionnels du spectacle	X		X			96320
Services d'octroi des licences pour le droit d'utiliser des originaux d'œuvres des spectacles, littéraires et acoustiques.	X		X			73320
Services d'octroi des licences pour le droit d'utiliser des marques de fabrique et des franchises.	X		X			73340
Spectacles sur scène						
Services de promotion et d'organisation de spectacles sur scène		X	X			96210
Services de production et de présentation de spectacles sur scène		X	X			96220
Services d'exploitation d'installations de spectacles sur scène		X	X			96230
Autres services annexes aux spectacles sur scène		X	X			96290
Services de professionnels du spectacles		X	X			96310
Services d'auteurs, de compositeurs, de sculpteurs et d'autres artistes, sauf les professionnels du spectacle		X	X			96320
Arts visuels						
Œuvres d'art originales						
Tableaux, peintures et dessins, faits entièrement à la main, à l'exclusion des dessins du no. 49.06 et des articles manufacturés décorés à la main		X	X		9701.10	
Gravures, estampes et lithographies originales		X	X		9702	
Productions originales de l'art statuaire ou de la sculpture, en toutes matières		X	X		9703	
Autres objets d'art visuel						
Statuettes et autres objets d'ornementation, en plastique		X		X	3926.40	
Statuettes et autres objets d'ornementation, en bois		X		X	4420.10	
Statuettes et autres objets d'ornementation en céramique		X		X	6913	
Statuettes et autres objets d'ornementation en verre travaillé		X		X	7018.90	
Statuettes et autres objets d'ornements, argentés, dorés ou platinés		X		X	8306.21	
Ivoire, os, écaille de tortue, corne, bois d'animaux, corail, nacre et autres matières animales à tailler, travaillées, et ouvrages en ces matières (y compris les ouvrages obtenus par moulage)		X		X	9601	
Collages originaux et plaques décorées similaires		X		X	9701.90	
Architecture						
Plans et dessins d'architectes, d'ingénieurs et autres plans et dessins industriels, commerciaux, topographiques ou similaires, obtenus en original à la main; textes écrits à la main; reproductions photographiques sur papier sensibilisé et copies obtenues au carbone des plans, dessins ou textes visés ci-dessus	X			X	4906	
Services d'établissement de plans d'architecture et d'administration	X			X		83212

Index sur les produits culturels – suite

Description	Type		Caractère		CTB	CCP
	Intrant inter-médiaire	Demande finale	Primaire	Secondaire		
Design						
Services d'architecture intérieur	X			X		83410
Autres services de design spécialisé	X			X		83490
Publicité						
Annonces publicitaires destinées à la télévision, autres que celles importées uniquement à titre de référence, sur film cinématographique, impressionnés et développés, d'une largeur de 35 mm ou plus	X			X	3706.10.30	
Annonces publicitaires destinées à la télévision, autres que celles importées uniquement à titre de référence, sur film cinématographique d'une largeur de moins de 35 mm	X			X	3706.90.30	
Imprimés publicitaires, catalogues commerciaux et similaires		X		X	4911.10	
Services de planification, de création et de placement en publicité	X			X		83610
Services d'auteurs, de compositeurs, de sculpteurs et d'autres artistes, sauf les professionnels du spectacle	X			X		96320
Festivals						
Services de promotion et d'organisation de spectacles (en partie)		X	X			96210
Services d'auteurs, de compositeurs, de sculpteurs et d'autres artistes, sauf les professionnels du spectacle (en partie)		X	X			96220
Autres services pour les arts de la scène et les spectacles en direct (en partie)		X	X			96290
Services pour les artistes de la scène (en partie)	X		X			96310
Services d'octroi des licences pour le droit d'utiliser des originaux d'oeuvres des spectacles, littéraires et acoustiques	X		X			73320
Services d'octroi des licences pour le droit d'utiliser des marques de fabrique et des franchises	X		X			73340
Patrimoine						
Collections et spécimens pour collections de zoologie, de botanique, de minéralogie, d'anatomie, ou présentant un intérêt historique, archéologique, paléontologique, ethnographique ou numismatique		X	X		9705 9706	
Objets d'antiquité ayant plus de 100 ans d'âge		X	X			
Services des musées sauf pour les sites et les monuments historiques		X	X			96411
Services de conservation des lieux et des monuments historiques		X	X			96412
Services de jardins botaniques et zoologiques		X	X			96421
Services des réserves naturelles, y compris les services de conservation de la faune		X	X			96422
Services d'auteurs, de compositeurs, de sculpteurs et d'autres artistes, notamment services de restauration d'oeuvres d'art, sauf les professionnels du spectacle	X		X			96320
Services d'octroi des licences pour le droit d'utiliser des marques de fabrique et des franchises.	X		X			73340
Bibliothèques et archives						
Services de bibliothèques		X	X			84510
Services d'archives		X	X			84520

Index sur les produits culturels – fin

Description	Type		Caractère		CTB	CCP
	Intrant inter-médiaire	Demande finale	Primaire	Secondaire		
Photographie						
Services de portraits photographiques	X			X		83811
Services de photographiques publicitaires et services connexes	X			X		83812
Services de photo d'actualité	X			X		83813
Services de photographiques spécialisés	X			X		83814
Services spécialisés de prises de vues photographiques	X			X		83815
Autres services photographiques	X			X		83819
Services de traitement photographique	X			X		83820
Plaques et pellicules, photographiques, impressionnées et développées, autres que les films cinématographiques	X		X		3705	
Autres imprimés : photographies	X		X		4911.91.10	
Services éducatifs						
Écoles de beaux-arts - Services d'enseignement technique et professionnel postsecondaire	X			X		9231
Écoles de beaux-arts - Services d'enseignement universitaire ou non universitaire supérieur	X			X		9239

Annexe B

Le secteur culturel

Défini selon les codes SCIAN

Écrits et œuvres publiées

Création	Production	Fabrication	Distribution	Services de soutien
71151 Artistes, auteurs et interprètes indépendants	51111 Éditeurs de journaux 51112 Éditeurs de périodiques 51113 Éditeurs de livres 51119 Autres éditeurs 51611 Édition, radiodiffusion et télédiffusion par Internet	323113 Sérigraphie commerciale 323114 Impression instantanée 323115 Impression numérique 323119 Autres activités d'impression 32312 Activités de soutien à l'impression Cette industrie comprend les établissements engagés d'abord dans des services de soutien aux imprimeurs commerciaux, par exemple la prépresse et le travail de reliure	41442 Grossistes en livres, en périodiques et en journaux 45121 Librairies et marchands de journaux	61161 Écoles des beaux-arts 71141 Agents et représentants d'artistes, d'athlètes et d'autres personnalités publiques 81321 Fondations et organismes de charité 81331 Organismes d'action sociale 8139 Associations de gens d'affaires, organisations professionnelles et syndicales et autres associations de personnes

Film et vidéo

Création	Production	Fabrication	Distribution	Services de soutien
71151 Artistes, auteurs et interprètes indépendants	51211 Production de films et de vidéos	33461 Fabrication et reproduction de supports magnétiques et optiques 51219 Post-production et autres industries du film et de vidéo	41445 Distributeurs en vidéocassettes 45122 Magasins de bandes préenregistrées, de disques compacts et de disques 51212 Distribution de films et de vidéos 51213 Présentation de films et de vidéos 53223 Location de bandes et de vidéocassettes	61161 Écoles des beaux-arts 71141 Agents et représentants d'artistes, d'athlètes et d'autres personnalités publiques 81321 Fondations et organismes de charité 81331 Organismes d'action sociale 8139 Associations de gens d'affaires, organisations professionnelles et syndicales et autres associations de personnes

Radiotélédiffusion

Création	Production	Fabrication	Distribution	Services de soutien
71151 Artistes, auteurs et interprètes indépendants	51511 Radiodiffusion 51512 Télédiffusion 5152 Télévision payante et spécialisée 51611 Édition, radiodiffusion et télédiffusion par Internet		51511 Radiodiffusion 51512 Télédiffusion 5175 Câblodistribution et autres activités de distribution d'émissions de télévision	61161 Écoles des beaux-arts 71141 Agents et représentants d'artistes, d'athlètes et d'autres personnalités publiques 81321 Fondations et organismes de charité 81331 Organismes d'action sociale 8139 Associations de gens d'affaires, organisations professionnelles et syndicales et autres associations de personnes

Remarque : Les établissements de la radio et de la télévision font de la production et de la distribution.

Le secteur culturel – suite

Enregistrements sonores et édition musicale

Création	Production	Fabrication	Distribution	Services de soutien
71113 Formations musicales et musiciens	51221 Production d'enregistrements sonores	33461 Fabrication et reproduction de supports magnétiques et optiques	41444 Grossistes en enregistrements sonores	45114 Magasins d'instruments et de fournitures de musique
71151 Artistes, auteurs et interprètes indépendants	51222 Production et distribution d'enregistrements sonores de manière intégrée	51222 Production et distribution d'enregistrements sonores de manière intégrée	45122 Magasins de bandes préenregistrées, de disques compacts et de disques	61661 Écoles des beaux-arts
	51224 Studios d'enregistrement sonore	51223 Éditeurs de musique	51222 Production et distribution d'enregistrements sonores de manière intégrée	71141 Agents et représentants d'artistes, d'athlètes et d'autres personnalités publiques
	7113 Promoteurs (diffuseurs) d'événements artistiques et sportifs et d'événements similaires			81321 Fondations et organismes de charité 81331 Organismes d'action sociale 8139 Associations de gens d'affaires, organisations professionnelles et syndicales et autres associations de personnes

Arts de la scène

Création	Production	Fabrication	Distribution	Services de soutien
71113 Formations musicales et musiciens	71111 Compagnies de théâtre (y compris compagnies de comédie musicale et d'opéra) et cafés-théâtres		711321 Promoteurs (diffuseurs) d'événements artistiques, sans installations	45114 Magasins d'instruments et de fournitures de musique
71151 Artistes, auteurs et interprètes indépendants	71112 Compagnies de danse			61161 Écoles des beaux-arts
	71119 Autres compagnies d'arts d'interprétation (y compris spectacles de magie, patinage artistique, cirques, théâtre de marionnettes, spectacles de mime)			71141 Agents et représentants d'artistes, d'athlètes et d'autres personnalités publiques
	711311 Exploitants de théâtres et autres diffuseurs d'événements artistiques avec installations			81321 Fondations et organismes de charité 81331 Organismes d'action sociale 8139 Associations de gens d'affaires, organisations professionnelles et syndicales et autres associations de personnes

Arts visuels (œuvres originales)

Création	Production	Fabrication	Distribution	Services de soutien
71151 Artistes, auteurs et interprètes indépendants			45392 Marchands d'œuvres d'art – vente au détail d'œuvres originales en art visuel	61161 Écoles des beaux-arts 81321 Fondations et organismes de charité 81331 Organismes d'action sociale 8139 Associations de gens d'affaires, organisations professionnelles et syndicales et autres associations de personnes

Le secteur culturel – suite

Arts visuels – autres (secondaire)

Création	Production	Fabrication	Distribution	Services de soutien
71151 Artistes, auteurs et interprètes indépendants	32711 Fabrication de poteries, d'articles en céramique et d'appareils sanitaires Y compris les organismes qui font la production en masse de plaques de collection (e.g. Bradford Exchange, Franklin Mint), et les figurines, statues et statuettes en porcelaine, en céramique, en bois, en métal, et en plastique.	323113 Sérigraphie commerciale Y compris les établissements dont l'activité principale consiste à fabriquer des biens d'art visuel produits en série.	45392 Marchands d'œuvres d'art - Vente au détail d'œuvres originales en art visuel	61161 Écoles des beaux-arts 81321 Fondations et organismes de charité 81331 Organismes d'action sociale 8139 Associations de gens d'affaires, organisations professionnelles et syndicales et autres associations de personnes

Architecture (secondaire)

Création	Production	Fabrication	Distribution	Services de soutien
54131 Services d'architecture 54132 Services d'architecture paysagère				81321 Fondations et organismes de charité 81331 Organismes d'action sociale 8139 Associations de gens d'affaires, organisations professionnelles et syndicales et autres associations de personnes

Photographie

Création	Production	Fabrication	Distribution	Services de soutien
54192 Services photographiques	812921 Laboratoires de développement et de tirage de photos (sauf le service en une heure)		45392 Marchands d'œuvres d'art – Vente au détail d'œuvres originales en art visuel	61161 Écoles des beaux-arts 81321 Fondations et organismes de charité 81331 Organismes d'action sociale 8139 Associations de gens d'affaires, organisations professionnelles et syndicales et autres associations de personnes

Design (secondaire)¹

Création	Production	Fabrication	Distribution	Services de soutien
54141 Services de design d'intérieur 54142 Services de design industriel 54143 Services de design graphique 54149 Autres services spécialisés de design				

Le secteur culturel – fin**Publicité (secondaire)**

Création ²	Production	Fabrication	Distribution	Services de soutien
54143 – Services de design graphique 541899 – Tous les autres services liés à la publicité	54181 Agences de publicité 54185 Publicité par affichage 54186 Publipostage 541891 Distributeurs de publicité par l'objet		54183 Agences d'achat de médias 54184 Représentants de médias 54187 Services de distribution de matériel publicitaire 541899 Tous les autres services liés à la publicité	

Festivals

Création	Production	Fabrication	Distribution	Services de soutien
7111 Compagnies d'arts d'interprétation 71113 Formations musicales et musiciens	711322 Festivals, sans installations			81321 Fondations et organismes de charité 81331 Organismes d'action sociale 8139 Associations de gens d'affaires, organisations professionnelles et syndicales et autres associations de personnes

Patrimoine

Création	Production	Fabrication	Distribution	Services de soutien
	71211 Musées 71212 Lieux historiques et d'intérêt patrimonial 71213 Jardins zoologiques et botaniques 71219 Autres établissements du patrimoine			81321 Fondations et organismes de charité 81331 Organismes d'action sociale 8139 Associations de gens d'affaires, organisations professionnelles et syndicales et autres associations de personnes

Autres services d'information

Création	Production	Fabrication	Distribution	Services de soutien
51911 Agences de presse	519121 Bibliothèques 519122 Archives			81321 Fondations et organismes de charité 81331 Organismes d'action sociale 8139 Associations de gens d'affaires, organisations professionnelles et syndicales et autres associations de personnes

1. L'extrait culturel de cette industrie – le design – est un intrant intermédiaire d'un extrait non culturel. Il ne convient donc pas d'indiquer des services de production, de fabrication, de distribution et de soutien.
2. Un certain nombre d'industries dans la production ont également des activités de création, notamment les agences de publicité, la publicité postale et la publicité par grande annonce.

Annexe C

I Professions culturelles

a) Professions liées à la création et à la production artistiques

- C051 Architectes
- C052 Architectes paysagistes
- C152 Designers industriels/designers industrielles
- F021 Auteurs/auteures, rédacteurs/rédactrices et écrivains/écrivaines
- F022 Réviseurs/révisseuses, rédacteurs-réviseurs/rédactrices-révisseuses et chefs du service des nouvelles
- F023 Journalistes
- F031 Producteurs/productrices, réalisateurs/réalisatrices, chorégraphes et personnel assimilé
- F032 Chefs d'orchestre, compositeurs/compositrices et arrangeurs/arrangeuses
- F033 Musiciens/musiciennes et chanteurs/chanteuses
- F034 Danseurs/danseuses
- F035 Acteurs/actrices et comédiens/comédiennes
- F036 Peintres, sculpteurs/sculpteuses et autres artistes des arts visuels
- F121 Photographes
- F132 Autres artistes de spectacle
- F141 Designers graphiques et illustrateurs/illustratrices
- F142 Designers d'intérieur
- F143 Ensembliers/ensemblières de théâtre, dessinateurs/dessinatrices de mode, concepteurs/conceptrices d'expositions et autres concepteurs/conceptrices artistiques
- F144 Artisans/artisanes

b) Professions de la collection et de la conservation du patrimoine

- F011 Bibliothécaires
 - F012 Restaurateurs/restauratrices et conservateurs/conservatrices
 - F013 Archivistes
-

II Professions des services de soutien culturel

a) Gestion de la culture

- A341 Directeurs/directrices de bibliothèque, d'archives, de musée et de galerie d'art
- A342 Directeurs/directrices – édition, cinéma, radiotélédiffusion et arts de la scène
- B413 Superviseurs/superviseuses de commis de bibliothèque, de correspondanciers et d'autres commis à l'information

b) Professions techniques et opérationnelles

- B551 Commis de bibliothèque
- B552 Correspondanciers/correspondancières, commis aux publications et personnel assimilé
- C125 Techniciens/techniciennes et spécialistes de l'aménagement paysager et de l'horticulture
- C151 Technologues et techniciens/techniciennes en architecture
- C153 Technologues et techniciens/techniciennes en dessin
- F024 Professionnels/professionnelles des relations publiques et des communications
- F025 Traducteurs/traductrices, terminologues et interprètes
- F111 Techniciens/techniciennes et assistants/assistantes dans les bibliothèques et les services d'archives
- F112 Personnel technique des musées et des galeries d'art
- F122 Cadres/cadreuses de films et cadres/cadreuses vidéo
- F123 Techniciens/techniciennes en graphisme
- F124 Techniciens/techniciennes en radiotélédiffusion
- F125 Techniciens/techniciennes en enregistrement audio et vidéo
- F126 Autre personnel technique et personnel de coordination du cinéma, de la radiotélédiffusion et des arts de la scène
- F127 Personnel de soutien du cinéma, de la radiotélédiffusion et des arts de la scène
- F131 Annonceurs/annonceuses et autres communicateurs/communicatrices de la radio et de la télévision
- F145 Patronniers/patronnières de produits textiles, d'articles en cuir et en fourrure

c) Professions de la fabrication

- B523 Opérateurs/opératrices d'équipement d'édition et personnel assimilé
- H018 Surveillants/surveillantes de l'imprimerie et du personnel assimilé
- H521 Opérateurs/opératrices de presse à imprimer
- J181 Opérateurs/opératrices de machines à imprimer

- J182 Photographeurs-clicheurs/photographeuses-clicheuses, photographeurs-reporteurs/photographeuses-reportereuses et autre personnel de pré-mise en train
- J183 Opérateurs/opératrices de machines à relier et de finition
- J184 Développeurs/développeuses de films et de photographies

Notes

1. Dans le cas des activités, la norme actuelle est le Système de classification industrielle de l'Amérique du Nord 2002 (SCIAN). Pour les produits, la Classification type des biens 2001 est utilisée pour les biens et la Classification centrale des produits v. 1.1 (CCP) est utilisée pour les services. Enfin, pour les professions, c'est la Classification nationale des professions – Statistiques (CNPS) 2001, qui est utilisée.
2. Statistique Canada, « La balance des paiements internationaux et le bilan des investissements internationaux du Canada : concepts, sources, méthodes et produits » Numéro de catalogue. 67-506-XIF, p. 19.
3. Statistique Canada, « La balance des paiements internationaux et le bilan des investissements internationaux du Canada : concepts, sources, méthodes et produits » Numéro de catalogue 67-506-XIF, p. 45.
4. Parmi ceux-ci, il y a : les services muséaux, les services de conservation des lieux et bâtiments historiques, les jardins botaniques et zoologiques, et les services de réserves naturelles.
5. Dick Stanley. *The Three Faces of Culture: Why Culture is a Strategic Good Requiring Government Policy Attention*, ministère du Patrimoine canadien, juillet 2003, Référence : RAS-771.
6. Voir à l'annexe C la liste complète des professions culturelles.

Culture, tourisme et Centre de la statistique de l'éducation

Documents de recherche

Index cumulatif

La **Division de la Culture, tourisme et Centre de la statistique de l'éducation** de Statistique Canada élabore des enquêtes, fournit des statistiques et effectue des recherches et des analyses sur les questions d'actualité dans ses trois domaines de responsabilité.

Le **Programme de la statistique culturelle** élabore et diffuse des données actuelles et détaillées sur le secteur culturel au Canada. Ce programme gère une douzaine d'enquêtes/recensements périodiques et de banques de données afin de produire des données qui appuient la prise de décisions stratégiques et la gestion des programmes. Les questions d'actualité incluent les incidences économiques de la culture, la consommation de biens et de services culturels, les dépenses culturelles de l'État, des particuliers et des entreprises, le marché du travail du secteur de la culture, ainsi que le commerce international des biens et des services culturels. Des articles analytiques sont aussi publiés dans *La culture en perspective* (<http://www.statcan.ca:8096/bsolc/francais/bsolc?catno=87-004-X>).

Le **Programme de la statistique du tourisme** fournit des renseignements sur la demande portant sur le tourisme intérieur et international. Le programme couvre l'Enquête sur les voyages des Canadiens (EVC) et l'Enquête sur les voyages internationaux (EVI). Ensemble, ces deux enquêtes donnent des renseignements sur le nombre et les caractéristiques des voyages et des voyageurs en provenance et à destination du Canada et à l'intérieur du pays. Des articles analytiques sont aussi publiés dans *Info-voyages* (87-003-XIF, 5 \$, <http://www.statcan.ca:8096/bsolc/francais/bsolc?catno=87-003-X>).

Le **Centre de la statistique de l'éducation** vise à concevoir et à réaliser un programme complet de collecte et d'analyse de données statistiques pancanadiennes sur l'éducation comme aide aux décisions de politiques et à la gestion des programmes et aussi comme moyen de garantir qu'une information précise et utile sera mise à la disposition du public et des autres intervenants en éducation au Canada. Le Centre mène 15 enquêtes auprès des établissements d'enseignement et plus de 10 enquêtes-ménages sur l'éducation. Des articles analytiques sont aussi publiés dans *Questions d'éducation* (81-004IF, gratuit, <http://www.statcan.ca:8096/bsolc/francais/bsolc?catno=81-004-X>) et dans la série *Direction des études analytiques – Documents de recherche* (11F0019MIF, gratuit, <http://www.statcan.ca:8096/bsolc/francais/bsolc?catno=11F0019M>).

Ci-dessous figure un index cumulatif des documents de recherche sur la culture, le tourisme et l'éducation publiés à date.

Documents de recherche

81-595-MIF2002001	Comprendre l'écart rural-urbain dans le rendement en lecture
81-595-MIF2003002	Services canadiens d'éducation et de formation à l'étranger: le rôle des contrats financés par les institutions financières internationales
81-595-MIF2003003	Trouver sa voie : profil des jeunes diplômés canadiens
81-595-MIF2003004	Étudier, travailler et décrocher : Relation entre le travail pendant les études secondaires et le décrochage scolaire
81-595-MIF2003005	Établir le lien entre les évaluations provinciales des élèves et les évaluations nationales et internationales
81-595-MIF2003006	Qui poursuit des études postsecondaires et à quel moment : Parcours choisis par les jeunes de 20 ans
81-595-MIF2003007	Accès, persévérance et financement : Premiers résultats de l'Enquête sur la participation aux études postsecondaires (EPÉP)
81-595-MIF2003008	L'incidence de l'éducation et de la formation des adultes sur la situation sur le marché du travail au Canada
81-595-MIF2003009	Enjeux liés au contenu de l'Enquête canadienne sur l'éducation et sur la formation des adultes
81-595-MIF2003010	Planification et préparation : premiers résultats de l'Enquête sur les approches en matière de planification des études (EAPE) de 2002
81-595-MIF2003011	Un nouveau regard sur l'enseignement postsecondaire au Canada : Document de travail
81-595-MIF2004012	Variation des niveaux de littératie entre les provinces canadiennes : Constatations tirées du PISA de l'OCDE
81-595-MIF2004013	Traitements et échelles de traitement du personnel enseignant à temps plein dans les universités canadiennes, 2001-2002 : Rapport final
81-595-MIF2004014	À l'école secondaire ou non : Premiers résultats du deuxième cycle de l'Enquête auprès des jeunes en transition, 2002
81-595-MIF2004015	Travail et formation : Premiers résultats de l'EEFA de 2003
81-595-MIF2004016	Promotion de 2000 : profil des diplômés du postsecondaire et endettement des étudiants

Ci-dessous figure un index cumulatif des documents de recherche sur la culture, le tourisme et l'éducation publiés à date.

Documents de recherche

81-595-MIF2004017	Connectivité et intégration des TIC dans les écoles élémentaires et secondaires au Canada : Premiers résultats de l'Enquête sur les technologies de l'information et des communications dans les écoles, 2003-2004
81-595-MIF2004018	Aperçu des cheminements liés aux études et au marché du travail des jeunes Canadiens de 20 à 22 ans
81-595-MIF2004019	Traitements et échelles de traitement du personnel enseignant à temps plein dans les universités canadiennes, 2003-2004
81-595-MIF2004020	Estimations du commerce de biens de la culture : Méthodologie et notes techniques
81-595-MIF2004021	Cadre canadien pour les statistiques culturelles