



Patrimoine  
canadien Canadian  
Heritage

Canada

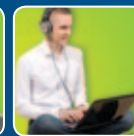


# Intersections:

L'état du paysage culturel

Rapport annuel 2008-2009  
du Secteur des affaires culturelles

Artistique + Sonore



Littéraire Média





# Intersections:

L'état du paysage culturel

Rapport annuel 2008-2009  
du Secteur des affaires culturelles

Artistique + Sonore



Le Secteur des affaires culturelles établit également un rapport annuel par l'intermédiaire du Rapport ministériel sur le rendement (RMR) du ministère du Patrimoine canadien. Il pourrait y avoir des divergences entre le RMR de 2008-2009 et le présent rapport parce que ce dernier contient plus d'information actualisée.



Cette publication est disponible en formats PDF et HTML à l'adresse internet suivante : <http://www.pch.gc.ca>.

©Sa Majesté la Reine du chef du Canada, (2010).

No de catalogue : CH41-20/2009F-PDF

ISBN : 978-1-100-94864-5



## Lettre du ministre

En tant que ministre du Patrimoine canadien, je suis sans cesse émerveillé par la richesse et la diversité des arts et de la culture de ce pays – aussi bien dans leurs formes traditionnelles que dans celles qui sont façonnées par les nouvelles technologies numériques.

Le gouvernement du Canada s’engage à appuyer la diversité si vitale pour la création canadienne. C’est le Secteur des affaires culturelles du ministère que je dirige qui apporte la majeure partie du soutien nécessaire au profit des créateurs et des auditoires canadiens grâce à un éventail de programmes de financement, de crédits d’impôt, de politiques et de cadres législatifs et réglementaires.

Le Secteur a beaucoup accompli dans chacun de ces domaines au cours de 2008-2009, suivant le rythme des changements du paysage artistique et culturel par l’élaboration de nouveaux programmes comme le Fonds des médias du Canada et le Fonds du Canada pour les périodiques. Ces programmes tiennent compte de l’évolution des technologies et des marchés des arts et des industries culturelles auxquels ils s’adressent. À l’avenir, le Secteur des affaires culturelles renouvellera et mettra en œuvre un éventail plus vaste de politiques et de programmes qui mettent l’accent sur l’efficacité, l’efficacité et la marge de manœuvre du soutien des arts et de la culture dans l’intérêt de l’ensemble de la population canadienne.

Non seulement les arts et la culture nous enrichissent en tant que peuple, mais ils contribuent directement à notre prospérité collective. Le soutien des arts et de la culture fait partie intégrante du Plan d’action économique du Canada annoncé en 2008-2009, ce qui témoigne du rôle important qu’ils jouent dans l’économie du pays.

Les arts et la culture améliorent notre qualité de vie, resserrent les liens qui nous unissent et nous donnent une connaissance approfondie, souvent unique, de notre appartenance au pays que nous formons. Le rôle du ministère du Patrimoine canadien est de faire en sorte que tous les Canadiens et toutes les Canadiennes puissent continuer de profiter de ces avantages en favorisant le développement d’un secteur des arts et des industries culturelles solide, dynamique et économiquement viable partout au Canada.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'James Moore'. The signature is fluid and stylized, with a long horizontal stroke at the end.

L’honorable James Moore, C.P., député  
Ministre du Patrimoine canadien et des Langues officielles



## Table des matières

<b>Faits saillants 2008-2009</b> .....	2
<b>Résumé</b> .....	4
<b>Éléments moteurs de la culture</b> .....	8
<b>Outils culturels</b> .....	10
<b>Le paysage médiatique</b> .....	12
Perspective : Audiovisuel .....	14
Bilan de l'année : Création .....	18
Bilan de l'année : Accès.....	22
<b>Le paysage sonore</b> .....	26
Perspective : Musique.....	28
Bilan de l'année : Création .....	32
Bilan de l'année : Accès.....	32
<b>Le paysage littéraire</b> .....	36
Perspective : Édition.....	38
Bilan de l'année : Création .....	41
Partie 1 : Livres.....	41
Partie 2 : Périodiques.....	43
Bilan de l'année : Accès.....	45
Partie 1 : Livres.....	45
Partie 2 : Périodiques.....	47
<b>Le paysage artistique</b> .....	50
Perspective : Arts .....	52
Bilan de l'année : Création .....	57
Bilan de l'année : Accès.....	61
<b>Sources</b> .....	64

2008°2009

# Faits saillants



**475**

Nombre de productions de télévision appuyées par le Fonds canadien de télévision

475

**3,8 %**

Proportion de la contribution des arts et de la culture au produit intérieur brut du Canada

3,8 %

**633 200**

Nombre de personnes employées par le secteur des arts et de la culture au Canada

633 200

**122 400**

Nombre de personnes employées à plein temps par le secteur de la production cinématographique et télévisuelle au Canada

122 400

**43,3**

Pourcentage des heures totales passées à regarder des émissions canadiennes à la télévision (du côté du marché anglophone)

43,3

**64,1**

Pourcentage des heures totales passées à regarder des émissions canadiennes à la télévision (du côté du marché francophone)

64,1



**3<sup>e</sup>**

Rang mondial occupé par le Canada au chapitre des producteurs de jeux vidéo

3<sup>e</sup>

**14**

Nombre de livres achetés par le Canadien moyen par année

14

Pour toutes les sources bibliographiques, veuillez vous référer à la page 67.



~ 500

Nombre d'albums canadiens produits avec l'aide du Secteur des affaires culturelles

500

6<sup>e</sup>

Rang mondial occupé par le Canada en tant que marché de musique enregistrée

6

488,2 millions \$

Valeur commerciale des ventes de musique enregistrée au Canada

488,2

46 milliards \$

Valeur annuelle totale estimée des arts et de la culture au Canada par année

46



18,3

Nombre moyen d'heures consacrées à l'écoute de la radio par semaine par les Canadiens

18,3

4,7 milliards \$

Total des recettes brutes de l'industrie canadienne des médias numériques interactifs

4,7

86

Pourcentage de Canadiens qui ont assisté à au moins un événement artistique ou culturel en 2007

86

141 100

Population active dans le secteur des arts au Canada

141 100

21 000 +

Nombre d'écrivains à temps plein au Canada

21 000



90

Pourcentage de Canadiens qui pensent que les espaces dans leurs collectivités contribuent à leur qualité de vie

90

31

Pourcentage de Canadiens qui ont assisté à un festival, à un événement ou à un spectacle ethnoculturel en 2007

31

> 183 millions

Nombre d'exemplaires de magazines et de journaux non quotidiens canadiens auxquels des Canadiens se sont abonnés grâce à l'aide du Programme d'aide aux publications

24

Pourcentage d'internautes canadiens qui téléchargent ou lisent un journal en ligne toutes les semaines ou plus souvent

599

Nombre de séries de festivals et de saisons de programmation artistique ayant reçu du financement du programme Présentation des arts Canada

# Résumé

La culture est dynamique de par sa nature même. Elle s'adapte constamment à de nouvelles influences et réinterprète les traditions à la lumière de nouvelles réalités. Inhérent à la culture, ce dynamisme est également le résultat de l'influence de forces externes comme les progrès technologiques et les changements économiques.

Le Secteur des affaires culturelles du ministère du Patrimoine canadien contribue à la création d'un environnement dans lequel les arts et les industries culturelles du Canada peuvent se développer durablement et proposer une offre riche et diversifiée d'expériences faisant appel à des modes et des médias multiples : le film, la télévision et Internet; la musique enregistrée et diffusée; les livres et les magazines; les spectacles, les expositions et les événements artistiques.

Le présent rapport présente une vue d'ensemble du travail accompli par le Secteur en 2008-2009 et résume les principales réalisations dans quatre sous-secteurs clés, à savoir l'audiovisuel, la musique, l'édition et les arts. Il examine les tendances importantes qui influent sur chacun de ces sous-secteurs, dont la technologie numérique qui y joue un rôle clé. Il examine également les nouveaux comportements des auditoires et les nouvelles priorités, dont bon nombre se concrétiseront au cours des années à venir alors que les programmes évolueront afin de ne pas se laisser dépasser par les changements.

## Survol du rapport

### Audiovisuel

Suivant une hausse en 2007-2008, les recettes de la production cinématographique et télévisuelle ont légèrement baissé en 2008-2009. Les médias numériques interactifs ont continué d'apporter une contribution considérable à l'économie. Les recettes publicitaires de télévision sont passées des services généralistes aux options offertes par la télévision payante et spécialisée. En 2008-2009, le Secteur des affaires culturelles a contribué à la production de plus de 1000 émissions de télévision et longs métrages grâce aux crédits d'impôt pour la production de contenu canadien, et de 475 émissions de télévision grâce au Fonds canadien de télévision. De plus, le Secteur a contribué à assurer la diffusion de la programmation autochtone dans les foyers du Nord, a assuré un soutien financier à une large gamme de productions en ligne et numériques, et a contribué à 24 initiatives de l'industrie des médias interactifs.

### Musique

La musique numérique a continué à gagner du terrain au cours du dernier exercice avec des recettes commerciales se chiffrant à 82,4 millions de dollars en 2008, une augmentation de 45 % par rapport aux 12 mois précédents. Les ventes de disques compacts ont diminué, et les ventes totales de musique ont affiché une tendance à la baisse tant au Canada qu'ailleurs dans le monde<sup>1</sup>. Le Secteur des affaires culturelles a appuyé la production de plus de 500 albums d'artistes canadiens. Le Secteur a aidé les artistes canadiens à gagner leurs auditoires en appuyant plus de 900 projets de commercialisation, de tournées et de vitrines musicales.



**Caracol.** Image utilisée avec le consentement de Indica Record Inc.



**La Galère.** Image utilisée avec le consentement de Cirrus Communication.

Dans l'ensemble, les artistes canadiens ont bien réussi au cours de la dernière année, les redevances versées aux créateurs et aux éditeurs conformément aux droits d'exécution publique ayant continué à augmenter.

### Édition

L'industrie de l'édition comprend deux sous-secteurs distincts, à savoir l'édition de livres et l'édition de périodiques. Les ventes de livres ont augmenté en 2008-2009, tant au Canada français qu'au Canada anglais<sup>2</sup>, mais les tirages des journaux et des magazines ont chuté, une baisse attribuable en grande partie au ralentissement économique et à l'augmentation continue des médias en ligne accessible gratuitement. De nombreuses compagnies ont commencé à utiliser Internet, publiant des éditions numériques et des contenus disponibles uniquement en ligne. Avec l'aide du Secteur, les maisons d'édition appartenant à des intérêts canadiens ont publié des titres d'environ 4000 auteurs francophones et anglophones. Le tirage des magazines a diminué; toutefois, les marges de profit ont augmenté, celles des éditeurs de magazines ayant reçu l'aide du Secteur affichant des marges deux fois plus élevées que l'ensemble de l'industrie canadienne<sup>3</sup>.

### Arts

Le secteur des arts au Canada englobe divers modes d'expression artistique comme la danse contemporaine, les spectacles de musique classique, les festivals de théâtre, les festivals littéraires, les expositions en arts visuels et les installations faisant appel à des techniques mixtes. La taille des auditoriums a diminué légèrement en 2008-2009 en raison de la conjoncture économique; toutefois, les tendances à plus long terme confirment que les Canadiens assistent assidûment à des événements artistiques et culturels et qu'ils soutiennent indéfectiblement les organismes œuvrant dans ces milieux. Le Secteur des affaires culturelles axe ses efforts sur l'excellence artistique, l'amélioration de l'accès aux œuvres des artistes professionnels ainsi que le soutien des organismes artistiques afin de contribuer à leur santé organisationnelle. Pour ce faire, il a appuyé près de 600 festivals et diffuseurs de saisons de spectacles, 97 projets d'infrastructure culturelle et 156 projets de développement de compétences en affaires, en plus de la formation de milliers de jeunes artistes prometteurs. En outre, les organismes artistiques canadiens ont recueilli plus de 21 millions de dollars en contrepartie de leurs fonds de dotations de 14,9 millions de dollars.



## CRÉATION°ACCÈS

*Le Secteur des affaires culturelles du ministère du Patrimoine canadien contribue à réunir les conditions favorables à l'épanouissement des arts et des industries culturelles, en ciblant deux priorités essentielles, à savoir la **création** et l'**accès**.*





## Éléments moteurs de la culture

La culture contribue à la prospérité des collectivités et suscite la participation des citoyens. Elle inspire un sentiment d'identité et de fierté nationale. Elle enrichit la vie des Canadiens et contribue à l'économie du pays. En 2007, ses diverses industries ont engendré quelque 46 milliards de dollars en activité économique, soit 3,8 % du produit intérieur brut du Canada<sup>4</sup>. De plus, elles ont employé plus de 630 000 personnes<sup>5</sup>, et les 88 millions d'heures de travail que les Canadiens ont consacrées bénévolement correspondent à 46 000 emplois supplémentaires<sup>6</sup>. D'ailleurs, ce sont les villes où la culture est florissante qui attirent le talent et l'investissement.

La culture est en évolution constante. Aujourd'hui, au Canada comme ailleurs, les relations habituelles entre les créateurs et les consommateurs se transforment. Les nouvelles technologies abolissent les frontières entre un grand nombre de modes et de médias artistiques, renforçant en même temps la capacité de tous les Canadiens de partager leur créativité entre eux et avec le monde entier.

Le paysage culturel change également. Comme il suffit d'un clic de souris pour communiquer avec la planète entière, la concurrence pour l'attention du public s'accroît d'une manière exponentielle et amplifie les défis connus reliés à notre proximité de la plus puissante industrie du divertissement de la planète et à notre marché commun. Au Canada, la taille relativement petite du marché national, qui peut faire augmenter les coûts et accroître la complexité de la production culturelle, accentue les pressions concurrentielles.

Voilà pourquoi le gouvernement du Canada joue un rôle actif afin de favoriser la création d'un milieu où les arts et la culture fleurissent.



**Wapos Bay.** Image utilisée avec le consentement de Wapos Bay Productions.

## La culture et le gouvernement fédéral

Outre le Canada, 93 États ainsi que la Commission européenne ont ratifié la Convention de 2005 sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles de l'UNESCO – un accord international qui réaffirme le droit souverain des États d'élaborer des politiques visant à favoriser la diversité des expressions culturelles.

Dans l'esprit de cet accord international, le gouvernement du Canada dispose d'un ensemble d'outils stratégiques adaptables pour appuyer les arts et les industries culturelles. Il assure un financement direct ainsi que des mesures incitatives fiscales, il adopte des lois visant à atteindre des objectifs nationaux, et il maintient des institutions nationales spécialisées, dont les suivantes :

- Conseil des Arts du Canada
- Téléfilm Canada
- CBC/Radio-Canada
- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC)
- Bibliothèque et Archives Canada
- Centre national des Arts
- Office national du film du Canada (ONF)
- Musées nationaux

Le ministère du Patrimoine canadien et ces institutions fédérales coopèrent avec divers intervenants, dont les gouvernements provinciaux et territoriaux, les administrations municipales, les organismes non gouvernementaux et le secteur privé.

Le cadre législatif fédéral appuyant la culture comprend les lois suivantes :

- *Loi sur le ministère du Patrimoine canadien*
- *Loi sur le statut de l'artiste*
- *Loi sur le droit d'auteur*
- *Loi sur Investissement Canada*
- *Loi sur le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes*
- *Loi sur la radiodiffusion*
- *Loi sur la radiocommunication*
- *Loi sur les services publicitaires fournis par des éditeurs étrangers*
- *Loi sur Téléfilm Canada*
- *Loi sur le cinéma*
- *Loi de l'impôt sur le revenu*

## Le Secteur des affaires culturelles

Avec le concours des partenaires des secteurs public et privé, le Secteur des affaires culturelles du ministère du Patrimoine canadien contribue à soutenir les

arts et la culture en ayant recours à une grande diversité et une grande variété de moyens afin :

- d'encourager et de permettre la **création** d'un excellent contenu artistique et culturel qui tient compte de la diversité du Canada;
- de faciliter l'**accès** qu'a le public canadien et étranger à ce contenu.

Les principaux outils dont dispose le Secteur pour atteindre ces objectifs sont des programmes et des politiques qui font en sorte que les Canadiens aient l'occasion de vivre des expériences **médiatiques**, **sonores**, **littéraires** et **artistiques** qui traduisent la riche diversité linguistique, ethnoculturelle et régionale du Canada.

## Outils culturels

Le Secteur des affaires culturelles s'emploie à appliquer des programmes et des politiques qui reconnaissent et tiennent compte de multiples facteurs qui influencent les arts et la culture au Canada, comme l'intégration des technologies et la convergence des médias, la transformation des chaînes de production, jusque-là linéaires, en réseaux complexes faisant appel à de nouveaux modèles d'affaires, ainsi que les découvertes continues par des artistes canadiens de nouvelles façons de gagner des auditoires dans un marché où les frontières disparaissent de plus en plus. Le Secteur a tenu compte de ces faits et de beaucoup d'autres en entreprenant le processus de modernisation de l'ensemble de ses programmes en 2008-2009.

Les résultats du processus de modernisation se feront sentir en 2010 avec la mise en œuvre des programmes réorganisés et rationalisés afin de favoriser la créativité, la concurrence et la production d'œuvres artistiques et culturelles dont l'excellence est manifeste. L'effort de modernisation a également permis de dégager une nouvelle vision axée sur les nombreuses façons dont les Canadiens participent aux arts et à la culture en tant que citoyens, consommateurs et créateurs.

### Politiques pansectorielles

Un grand nombre de politiques du Secteur concernent des segments particuliers des arts et de la culture; toutefois, certaines s'appliquent à tous les modes de création et d'accès. Deux politiques principales qui se classent dans cette dernière catégorie visent le droit d'auteur et les investissements culturels étrangers.

#### **Le droit d'auteur : Tenir compte de la réalité numérique**

Les effets du régime canadien du droit d'auteur se répercutent sur l'ensemble du secteur de la culture et de la création, et touchent directement la population canadienne. Le Canada compte sur la créativité et l'innovation pour poser les assises d'une culture florissante et d'une économie dynamique. *La Loi sur le droit d'auteur* fixe certains droits économiques et moraux, ainsi que des limites et des exceptions, pour les auteurs, les artistes-interprètes, les producteurs et les radiodiffuseurs en ce qui concerne les œuvres littéraires, dramatiques, musicales et artistiques, les prestations, les enregistrements sonores et les signaux de radiodiffusion.



#### **Prendre en compte les arts et la culture : le Plan d'action économique du Canada**

En janvier 2009, le gouvernement du Canada a annoncé son Plan d'action économique qui vise à stimuler l'économie, protéger les Canadiens pendant la récession mondiale et investir dans la croissance à long terme. Ce plan comprend un financement de 540 millions de dollars de 2009 à 2011 pour les arts, la culture et le patrimoine, ainsi que des initiatives touristiques connexes, dont plus de 250 millions de dollars de nouveaux fonds. Le ministère du Patrimoine canadien canalise ces investissements, entre autres, dans les infrastructures culturelles, le développement et la célébration de l'excellence artistique ainsi que l'innovation en matière de concurrence. La prise en compte des arts et de la culture dans le Plan d'action économique du Canada témoigne de l'importance de leur rôle dans la stimulation et l'essor de l'économie.





Les ministres du Patrimoine canadien et de l'Industrie se partagent la responsabilité de la formulation de politiques du droit d'auteur. Pour appuyer le ministre du Patrimoine canadien, le Secteur des affaires culturelles entreprend des recherches et des analyses afin de s'assurer que la politique canadienne du droit d'auteur appuie les objectifs socio-économiques du Canada et se conforme aux normes internationales. Le Secteur favorise également les intérêts du Canada en matière de droit d'auteur sur la scène internationale, notamment à l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI) et dans le cadre de négociations visant la conclusion de l'Accord commercial relatif à la contrefaçon.

Dans le contexte numérique d'aujourd'hui, les lois canadiennes sur le droit d'auteur doivent évoluer pour favoriser la créativité, l'innovation et l'essor économique et pour donner aux créateurs et aux consommateurs canadiens les outils dont ils ont besoin pour s'assurer que le Canada se mesure au marché international. En juin 2008, le gouvernement du Canada a présenté le projet de loi C-61, Loi modifiant la Loi sur le droit d'auteur, qui est mort au *Feuilleton* avec la dissolution du Parlement en vue des élections générales. Dans le discours du Trône de novembre 2008, le gouvernement a réaffirmé son engagement de moderniser les lois canadiennes sur le droit d'auteur, et Patrimoine canadien continue d'œuvrer avec le concours d'Industrie Canada afin de modifier la *Loi sur le droit d'auteur*.

### **Investissements culturels étrangers :**

#### **Faire du monde entier un partenaire en matière de culture**

Les investisseurs étrangers peuvent s'avérer des partenaires importants dans la production et la commercialisation de produits culturels canadiens. Dans le cadre de la *Loi sur Investissement Canada*, le Secteur des affaires culturelles fait en sorte que les artistes et les consommateurs canadiens tirent profit des investissements étrangers dans les secteurs du film, de la musique et de l'édition.

En 2008-2009, le Secteur a évalué 31 propositions d'investissement qu'ont soumises des investisseurs étrangers qui se sont engagés à créer des emplois au Canada, à appuyer des projets de recherche avec le concours de l'industrie et des programmes de développement artistique novateurs, et à mieux faire connaître les produits culturels canadiens. En plus de négocier ces nouveaux engagements, le suivi de 48 investissements approuvés antérieurement a été effectué pour veiller à ce qu'ils continuent d'engendrer des retombées positives pour la population canadienne.

En 2007, le gouvernement du Canada a mis sur pied un Groupe d'étude sur les politiques en matière de concurrence, qui a été chargé d'examiner les politiques du Canada en matière de concurrence et le cadre d'investissement étranger. Conformément aux principales recommandations du Groupe d'étude, le Parlement a modifié la *Loi sur Investissement Canada* en mars 2009 afin d'accroître l'efficacité et la transparence de l'administration. Le Groupe d'étude a également recommandé que le ministre du Patrimoine canadien effectue un examen quinquennal des politiques de l'industrie culturelle, y compris les restrictions aux investissements étrangers.

CRÉATION°ACCÈS

# Le paysage médiatique

*La convergence est le mot clé de l'ère numérique – non seulement la convergence des médias et des écrans, mais également celle des rôles des consommateurs et des créateurs. Alors que des artistes dans toutes les régions du pays tirent parti des nouvelles technologies pour raconter leurs histoires au monde entier, les Canadiens et les Canadiennes utilisent les mêmes outils et plateformes pour créer et partager leur propre contenu.*







**Sarah Gadon de *Border*.** Image utilisée avec le consentement de White Pine Pictures.

## Perspective : Audiovisuel

Le secteur audiovisuel canadien englobe le cinéma, la télévision, les médias numériques interactifs et la radiodiffusion, des industries traditionnellement séparées, mais qui sont aujourd'hui de plus en plus intégrées en raison de la technologie numérique. Elles regroupent toutes des créateurs, des courtiers-fournisseurs et des fournisseurs d'infrastructure – les personnes et les organismes qui participent à la création de contenu, à sa diffusion, ainsi qu'au maintien des réseaux et des systèmes nécessaires à la diffusion.

Comme dans d'autres sphères du paysage culturel, les Canadiens se tournent vers les réseaux mobiles et Internet pour leurs divertissements audiovisuels, mais les plateformes traditionnelles (télévision, cinéma et DVD) sont demeurées les principales sources de revenus en 2008-2009<sup>7</sup>. Quarante-et-un pour cent des Canadiens ayant accès à Internet ont regardé une émission de télévision dans Internet, et la moitié de ceux-ci sont des téléspectateurs en ligne réguliers qui regardent une émission au moins une fois par semaine<sup>8</sup>. Les principaux réseaux de télévision comme CTV, Global et CBC/Radio-Canada diffusent leurs émissions phares en continu sur Internet. Des films sont également disponibles en ligne : en 2008, Apple iTunes a commencé à offrir des films à louer ou à acheter à sa clientèle canadienne, et des plateformes de jeu comme la Xbox 360 de Microsoft ont commencé à offrir des films et des émissions de télévision à télécharger.

Quant à l'industrie de la radiodiffusion, le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) a fixé au 31 août 2011 la date limite pour que toutes les stations de télévision en direct effectuent la conversion des signaux analogiques aux signaux numériques (TVN). Les producteurs, les distributeurs et les radiodiffuseurs canadiens investissent donc massivement dans l'équipement nécessaire pour créer et diffuser du contenu numérique et pour y avoir accès – un défi financier important dans la conjoncture de ralentissement économique de 2008-2009.



[www.thealgonquinway.ca](http://www.thealgonquinway.ca).

Image utilisée avec  
le consentement de  
Omàmiwinini Pimàdjwówin.

### Lancement du Fonds des médias du Canada

Pour aider les industries audiovisuelles canadiennes dans la conjoncture de difficultés économiques et de changements technologiques accélérés, le ministre du Patrimoine canadien a annoncé en 2009 la création du Fonds des médias du Canada qui entre en vigueur le 1<sup>er</sup> avril 2010. Le Fonds canadien de télévision (FCT) et le Fonds des nouveaux médias du Canada (FNMC) sont modifiés, combinés et renommés pour constituer un partenariat renouvelé avec l'industrie. Le Fonds encouragera la création de produits numériques convergents dans les deux langues officielles, ainsi que du contenu et des applications non linéaires de pointe pour diffusion sur une multitude de plateformes. Le Fonds recevra 114,3 millions de dollars en 2010-2011 dans le cadre du Plan d'action économique du Canada, soit la somme allouée au FCT et au FNMC en 2009-2010. En plus des 20,4 millions de dollars provenant de Patrimoine canadien, cet engagement portera l'investissement fédéral total dans le Fonds à 134,7 millions de dollars par année.

## Aperçu de l'industrie

En 2008-2009, la valeur des productions cinématographiques et de télévision a atteint la somme de cinq milliards de dollars, une baisse de 4 % par rapport à 2007-2008 alors qu'elle s'élevait à 5,3 milliards de dollars<sup>9</sup>. Le tournage de productions étrangères au Canada et les services de production demeurent un secteur florissant qui a totalisé 1,4 milliard de dollars en 2008-2009<sup>10</sup>.

De même, le secteur des médias numériques interactifs contribue fortement à l'économie canadienne. Il comprend près de 3000 entreprises représentant quelque 50 000 emplois d'un bout à l'autre du pays<sup>11</sup>, et ses revenus bruts ont totalisé 4,7 milliards de dollars en 2008<sup>12</sup>.

Les entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR) ont joué un rôle prépondérant pour donner accès au contenu en 2009. Les 224 entreprises de câblodistribution du pays exploitent 1952 EDR par câble, deux EDR par satellite de radiodiffusion directe, et 21 systèmes de distribution multipoint (SDM)<sup>13</sup>. Ensemble, elles comptent 11,1 millions d'abonnés, soit 90 % des foyers canadiens (dont 62 % sont abonnés à des services de télévision numérique)<sup>14</sup>. En 2008-2009, les revenus de l'industrie de la radiodiffusion ont atteint sept milliards de dollars<sup>15</sup>. Au cours des dernières années, les fournisseurs d'accès Internet (FAI) et les fournisseurs de services sans fil sont devenus des diffuseurs de contenu importants.

Le changement des habitudes de consommation audiovisuelle a eu des répercussions sur les recettes publicitaires dans le secteur de la radiodiffusion, passant des diffuseurs privés généralistes aux services spécialisés comme TSN et CBC News Network. La part des diffuseurs généralistes privés est passée de 65 % en 2004 à 59 % en 2008, et celle des chaînes spécialisées de 24 % à 30 % au cours de la même période<sup>16</sup>.

## Le rôle du Secteur des affaires culturelles

Le Secteur des affaires culturelles œuvre dans le cadre d'un système fédéral complexe d'institutions publiques, de mécanismes de financement et de nombreuses lois pour que les Canadiens créent leurs propres œuvres dans différents formats d'écran et qu'ils y aient accès. Le Secteur travaille également activement avec des entreprises privées, des associations industrielles et des organismes à but non lucratif dans les sous-secteurs de la production, de la distribution et de la diffusion. Avec ces différents partenaires, le Secteur vise à maintenir un environnement durable et concurrentiel pour les industries

### Exemple de réussite : *Rire en ligne*

En plus de remporter le prix de la meilleure série humoristique du Festival de la Rose d'Or en Suisse, le *Rick Mercer Report*, qui reçoit une aide financière du Fonds canadien de télévision, a attiré un auditoire moyen de plus d'un million de téléspectateurs au cours de la dernière saison de diffusion, et l'expérience se poursuit en ligne. On peut visionner de courts extraits ou l'intégralité des émissions à [cbc.ca](http://cbc.ca) et sur YouTube. Les admirateurs de la série peuvent consulter le blogue de Mercer, participer à son concours de photo à [rickmercer.com](http://rickmercer.com) et suivre ses activités sur Facebook, Twitter et MySpace.

audiovisuelles du pays. Il élabore des politiques et des cadres, propose des lois, conçoit et administre des mécanismes de financement, et réalise des études et des analyses, en suivant l'évolution des tendances afin de s'assurer que ses activités correspondent aux réalités actuelles.

Le ministère du Patrimoine canadien conseille le gouvernement fédéral sur la politique de radiodiffusion et de communications numériques selon la *Loi sur la radiodiffusion*, afin d'assurer la création de programmes canadiens, ainsi que l'accès à ces programmes par les Canadiens sur de multiples plateformes. Les activités et les programmes du Secteur des affaires culturelles créent les conditions nécessaires à un système de radiodiffusion et à un secteur de communications numériques dynamique, novateur et concurrentiel. Le Secteur offre également des conseils afin d'harmoniser les objectifs de politique générale du gouvernement et les rôles du radiodiffuseur public national (CBC/Radio-Canada) et de l'organisme de réglementation national (CRTC) pour satisfaire aux besoins des Canadiens en tant que citoyens, consommateurs et créateurs.

La Politique canadienne du long métrage (PCLM) est la politique de base qui guide le secteur du long métrage. Au moyen du Fonds du long métrage du Canada (FLMC) – le principal instrument de la politique – Téléfilm Canada appuie le développement, la production et la mise en marché de longs métrages passionnants et typiquement canadiens. Parmi les autres activités prévues par la politique, mentionnons la préservation de films par Bibliothèque et Archives Canada, ainsi que le soutien des cinéastes de la relève par le Conseil des Arts du Canada. Le principal objectif de la PCLM est d'intéresser un auditoire plus vaste aux productions canadiennes – et d'obtenir une part de 5 % des recettes-guichet au Canada.

### Faits saillants : 2008-2009

Le financement du Secteur des affaires culturelles a obtenu ou contribué à obtenir les résultats suivants :

- **475** productions de télévision au moyen du Fonds canadien de télévision, totalisant 2210 heures de contenu original<sup>17</sup>, y compris *Flashpoint*, *Mayerthorpe*, *Les boys* et *Taxi 0-22*.
- Plus de **900** productions de télévision et plus de 80 longs métrages avec l'aide de crédits d'impôt.
- L'accès à une programmation autochtone par **130 000** personnes habitant des collectivités éloignées et du Nord grâce au Réseau de télévision des peuples autochtones (APTN).
- **292** projets divers aboutissant à des sites Internet invitants et d'autres productions numériques, comme *Odd Job Jack* ([www.oddjobjack.com](http://www.oddjobjack.com)), *Gofrette* ([www.gofrette.com](http://www.gofrette.com)) et *Anash Interactive* ([www.anashinteractive.com](http://www.anashinteractive.com)).
- **24** initiatives, comme des foires commerciales, des programmes de formation et des études de marché, qui ont contribué à l'essor de l'industrie des médias interactifs dans toutes les régions du Canada.



### Saviez-vous que...

Les Canadiens ont regardé une moyenne de 26,6 heures de télévision par semaine en 2008, une légère baisse par rapport à celle de 2006 qui s'établissait à 26,9 heures<sup>18</sup>.

# Trousse d'outils de la politique audiovisuelle canadienne

## LÉGISLATION

- *Loi sur la radiodiffusion*
- *Loi sur le droit d'auteur*
- *Loi sur Investissement Canada*
- *Loi de l'impôt sur le revenu*
- *Loi sur les télécommunications*
- *Loi sur la radiocommunication*
- *Loi sur Téléfilm Canada*
- *Loi sur le cinéma*
- *Loi sur le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes*

## INTERVENANTS

Le **ministère du Patrimoine canadien** joue un rôle essentiel dans la vie culturelle des Canadiens afin de promouvoir la culture, les arts, le patrimoine, les langues officielles, la citoyenneté et la participation, ainsi que des initiatives à l'intention des Autochtones, des jeunes et des sports. Le Secteur des affaires culturelles s'occupe expressément des politiques et des programmes concernant les films et les vidéos, la radiodiffusion et la culture canadienne en ligne.

Le **Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC)** est un organisme indépendant qui réglemente et surveille les entreprises de radiodiffusion et de télécommunications.

**Téléfilm Canada** est voué au développement et à la promotion de l'industrie audiovisuelle canadienne et apporte un soutien financier et stratégique aux industries du cinéma, de la télévision et des médias numériques, en partenariat avec le ministère du Patrimoine canadien.

L'**Office national du film du Canada** réalise et distribue des films destinés à faire connaître et comprendre le Canada aux Canadiens et aux autres nations, et fait la promotion de la production et de la distribution de tels films.

Le **Conseil des Arts du Canada** accorde un soutien et un financement pour la production et la distribution à des groupes et à des coopératives indépendantes dans le secteur audiovisuel.

**Bibliothèque et Archives Canada** recueille et préserve le patrimoine documentaire d'importance historique et culturelle, y compris les longs métrages.

En tant que radiodiffuseur public national, **CBC/Radio-Canada** offre une gamme de services allant de la télévision et la radio (traditionnelles, dans Internet et par satellite) à la radiodiffusion numérique et au vidéo en continu sur les dispositifs mobiles.

## PRINCIPAUX MÉCANISMES DE SOUTIEN FÉDÉRAL (2008-2009)

Le **Fonds canadien de télévision** appuie la création et la diffusion aux heures de grande écoute d'émissions de télévision canadiennes de qualité.

Le **crédit d'impôt pour production cinématographique ou magnétoscopique canadienne** encourage la production d'émissions de télévision et de films canadiens.

Le **crédit d'impôt pour services de production cinématographique ou magnétoscopique** vise à accroître la popularité du Canada en tant que lieu de choix pour la production de films et de vidéos qui emploient des Canadiens de talent.

Le **Fonds du long métrage du Canada (Téléfilm Canada)** encourage le développement, la production et la mise en marché de longs métrages canadiens de genres différents.

Le **Cadre de coproduction audiovisuelle** comprend des traités conclus avec d'autres pays pour permettre aux producteurs canadiens et étrangers de mettre en commun leurs ressources financières, créatives et techniques afin de produire des films et des émissions de télévision et de profiter des avantages offerts par chacun des pays concernés.

Le **Fonds des nouveaux médias du Canada** favorise le développement, la production et la distribution de produits originaux de médias interactifs.

**Culture canadienne en ligne**, y compris le Fonds des partenariats et le Fonds de la passerelle, favorise une présence culturelle canadienne distincte dans Internet.

Le **Service des arts médiatiques du Conseil des Arts du Canada** appuie la recherche, la création, la production et la diffusion d'artistes et de coopératives dans le secteur audiovisuel, et soutient des festivals, des déplacements, des activités d'exploitation et l'acquisition de matériel.

## Bilan de l'année : Création

Le Secteur appuie la création et la distribution de films, d'émissions de télévision et de contenu numérique interactif canadiens au moyen de divers mécanismes de financement. Des partenaires fédéraux comme Téléfilm Canada, le Conseil des Arts du Canada, l'Office national du film du Canada et Bibliothèque et Archives Canada administrent des programmes complémentaires.

### Fonds canadien de télévision (FCT)\*

Le Fonds canadien de télévision est un partenariat public-privé qui contribue à la création d'émissions de télévision canadiennes de qualité en langues française, anglaise et autochtones, et qui appuie leur diffusion aux heures de grande écoute. En 2008-2009, le Secteur a contribué 120 millions de dollars au budget du FCT de 287,1 millions de dollars pour obtenir les résultats suivants :

- 70 émissions pour enfants et jeunes – 634 heures
- 255 documentaires – 735 heures
- 88 dramatiques – 581 heures
- 45 émissions de variétés et des arts de la scène – 196 heures
- 17 émissions autochtones – 67 heures

Les Canadiens ont consacré plus de temps en 2007-2008 à regarder des émissions de langues française et anglaise appuyées par le FCT que les deux années précédentes<sup>19</sup>.

Parts d'écoute des émissions appuyées par le FCT <sup>20</sup>		
Genre d'émission	Part d'écoute par rapport aux autres émissions canadiennes du genre aux heures de grande écoute	
Anglais	Émissions pour enfants et jeunes	67 %
	Émissions de variétés et des arts de la scène	58 %
	Dramatiques	44 %
	Documentaires	20 %
Français	Émissions pour enfants et jeunes	99 %
	Émissions de variétés et des arts de la scène	68 %
	Dramatiques	54 %
	Documentaires	27 %

### Programme pilote des médias numériques (PPMN)

En 2008-2009, le FCT a lancé un Programme pilote des médias numériques assorti d'un budget de deux millions de dollars pour renforcer la présence canadienne sur les nouvelles plateformes médiatiques. Le FCT a subventionné 30 projets (20 projets de langue anglaise et 10 projets de langue française) conformément à ce programme. La majorité d'entre eux intégraient plus d'une sorte de contenu : des jeux dans 63 % des cas, et des webépisodes ou des clips dans 60 % des cas. L'investissement de deux millions de dollars du FCT a engendré des



**Marc Labreche de 3600 secondes d'extase.** Image utilisée avec le consentement de Zone 3.

### Saviez-vous que...

Selon Ericsson, il faudrait 421,3 années pour visionner tous les vidéos disponibles dans YouTube du début à la fin<sup>21</sup>.

\* Le Fonds canadien de télévision a pris fin en 2009-2010. Le Fonds des médias du Canada, qui entre en vigueur à compter du 1<sup>er</sup> avril 2010, modifie, combine et renomme le Fonds canadien de télévision et le Fonds des nouveaux médias du Canada.





**Belle-Baie.** Image utilisée avec le consentement de Productions Phare-Est.

investissements totalisant 7,6 millions de dollars pour les 30 projets subventionnés. Chaque dollar investi par le FCT a fait l'objet d'un financement de contrepartie d'autres fonds totalisant 3,80 \$<sup>22</sup>.

Distinctions accordées aux émissions appuyées par le FCT <sup>23</sup>			
Prix	Nombre de mises en nomination	Total des mises en nomination	Prix admissibles remportés
Gemini Awards	78	211	44
Prix Gémeaux	76	238	47
<b>Total</b>	<b>154</b>	<b>449</b>	<b>91</b>

### Crédits d'impôt pour la production cinématographique et télévisuelle

Le Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens (BCPAC) et l'Agence du revenu du Canada se partagent la gestion de deux programmes de crédits d'impôt remboursables du gouvernement fédéral pour des productions admissibles :

- Le crédit d'impôt pour production cinématographique ou magnétoscopique canadienne (CIPC) a pour objectif d'appuyer les émissions canadiennes et l'essor du secteur indépendant de la production canadienne. Pour être reconnues à titre de productions canadiennes aux fins du CIPC, les productions doivent répondre à certaines exigences au titre du personnel clé de création, des coûts de production et du financement.
- Le crédit d'impôt pour services de production cinématographique ou magnétoscopique (CISP) favorise l'emploi de Canadiens par des sociétés canadiennes ou étrangères imposables ayant un établissement stable au Canada.

#### Saviez-vous que...

En 2006 (dernière année pour laquelle des données sont disponibles), l'industrie cinématographique, qui comprend la production, la distribution et la diffusion de films, a représenté la part la plus importante des exportations culturelles (47 % ou 2,35 milliards de dollars)<sup>24</sup>.

Selon le ministère des Finances, les projections de crédits d'impôt fédéral pour 2008 étaient de 205 millions de dollars aux termes du CIPC et de 130 millions de dollars aux termes du CISP<sup>25</sup>.

Nombre de productions, par marché et par année, 2004-2005 à 2008-2009 (CIPC)				
Années	Télévision	Productions cinématographiques*	Productions non destinées aux salles de cinéma*	Total
2004-2005	1135	66	21	1222
2005-2006	1129	9	16	1244
2006-2007	1121	115	25	1261
2007-2008	1035	95	19	1149
2008-2009	948**	80**	12**	1040**

Source : BCPAC. Toutes ces données datent du 21 décembre 2009.

Nombre de productions, 2004-2005 à 2008-2009 (CISP)	
Années	Productions
2004-2005	173
2005-2006	203
2006-2007	171
2007-2008	170
2008-2009	124**

Source : BCPAC. Toutes ces données datent du 21 décembre 2009.

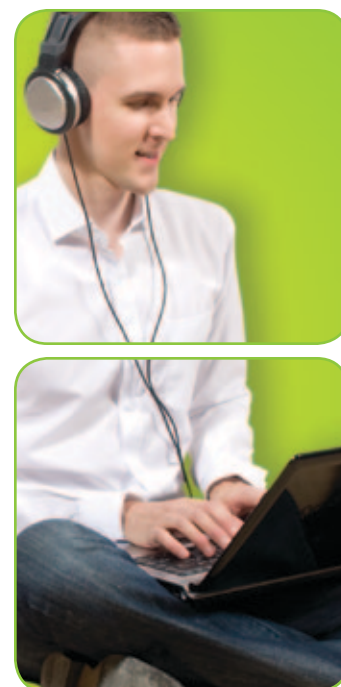
### Coproductions avec d'autres pays

Le Secteur des affaires culturelles est chargé de l'élaboration de la Politique canadienne sur la coproduction, qui régit la coopération entre les producteurs canadiens et étrangers aux termes d'un traité signé par les deux pays. Les coproductions permettent aux producteurs canadiens et étrangers de mettre en commun leurs ressources et de créer des films et des émissions de télévision ayant le statut de production nationale dans chacun des pays participants. Le Canada a conclu des traités avec 53 pays.

Volumes de coproduction : 2008 <sup>26</sup>			
Nombre de projets	Volume total (millions \$)	Contribution canadienne (millions \$)	Contribution étrangère (millions \$)
87	427	197	230

### Tournage au Canada de productions étrangères

Le Canada continue d'attirer les producteurs étrangers en raison du grand nombre de professionnels et de techniciens hautement qualifiés qu'on y trouve, de sa géographie et de ses programmes de soutien. Le tournage au Canada de productions étrangères joue un rôle important dans le secteur de la production de films et d'émissions de télévision au Canada : il entraîne l'emploi de producteurs,



\* **Remarque :** Les productions cinématographiques comprennent les longs et les courts métrages destinés aux salles de cinéma en premier lieu. Les productions non destinées aux salles de cinéma comprennent la programmation éducative, les vidéos domestiques et la production vidéo hors salles destinés aux marchés autres que la télévision et le cinéma.

### \*\*Interprétation des résultats

En raison du décalage entre le moment où une production a lieu et le moment où une demande est soumise au BCPAC, on devrait considérer les résultats de l'année la plus récente comme étant incomplets. L'exercice le plus récent correspond, en moyenne, à environ 80 % de ce que sera le chiffre réel une fois que toutes les demandes auront été reçues et certifiées.



*Passchendaele*. Image utilisée avec le consentement de Whizbank Films Inc.

de concepteurs et d'équipes de tournage canadiens et favorise le transfert de connaissances et de compétences techniques dans l'industrie. Les tournages au Canada de productions étrangères engendrent d'importantes retombées économiques directes et indirectes et présentent des avantages importants pour de nombreux autres secteurs de l'économie canadienne.

### Exemple de réussite : *Passchendaele*

Inspiré par les récits de la Première Guerre mondiale que racontait son grand-père, l'écrivain, réalisateur et acteur Paul Gross a produit *Passchendaele*, un film qui relate un moment déterminant de l'histoire canadienne sur le champ de bataille. Le film a remporté la Bobine d'Or de l'Association canadienne des distributeurs de films pour le film canadien ayant engendré le plus de recettes en 2008, soit 4,4 millions de dollars. Le film s'est aussi mérité cinq prix au 29<sup>e</sup> Gala annuel des prix Génie, dont celui du meilleur film.

### Promotion de l'interactivité

Le Fonds des nouveaux médias du Canada a investi 12,1 millions de dollars en 2008-2009 pour appuyer 124 projets proposés par des producteurs canadiens de produits interactifs afin de produire des contenus accessibles par téléphone cellulaire, ordinateur personnel, console de jeux ou dispositif portable, ainsi que de contenus en ligne liés aux émissions de télévision canadiennes. Le financement de contrepartie venant des producteurs a permis de financer des productions totalisant près de 24 millions de dollars.

### Éloges reçus

De nombreux projets appuyés par le Secteur ont fait l'objet d'éloges en 2008-2009 pour leur qualité, leur imagination et leur valeur culturelle. Des émissions appuyées par le Fonds canadien de télévision ont fait l'objet d'éloges au Canada et à l'échelle internationale pour leur excellence et leur originalité. Par exemple, *Les Lavigreur, la vraie histoire* a remporté neuf prix Géméaux, le prix de la meilleure série dramatique au Festival de la Rose d'Or en Suisse et le prix de la meilleure minisérie au Prix Indie 2009 de l'Association canadienne de production de films et de télévision, de même que le FIPA d'argent, catégorie Séries et feuilletons, ainsi que le FIPA d'or d'interprétation masculine au Festival international des programmes audiovisuels 2009<sup>27</sup>.

### Saviez-vous que...

Des milliers de Canadiens travaillent dans l'industrie canadienne du cinéma et de la télévision qui employait, en 2008-2009, 122 400 personnes à temps plein, y compris 48 100 personnes employées directement dans la production de films et d'émissions de télévision<sup>28</sup>.

### Exemple de réussite : *S'adapter au changement avec dignité*

Le premier long métrage de Benoît Pilon, intitulé *Ce qu'il faut pour vivre*, raconte l'histoire d'un chasseur inuit atteint de tuberculose que l'on envoie à Québec pour séjourner dans un sanatorium en 1952 et qui doit apprendre à s'adapter à un nouvel univers insolite. Tant l'industrie que les critiques ont vanté les mérites du film sorti en 2008, et Natar Ungalaaq a remporté le Génie et le Jutra du meilleur acteur.

## Bilan de l'année : Accès

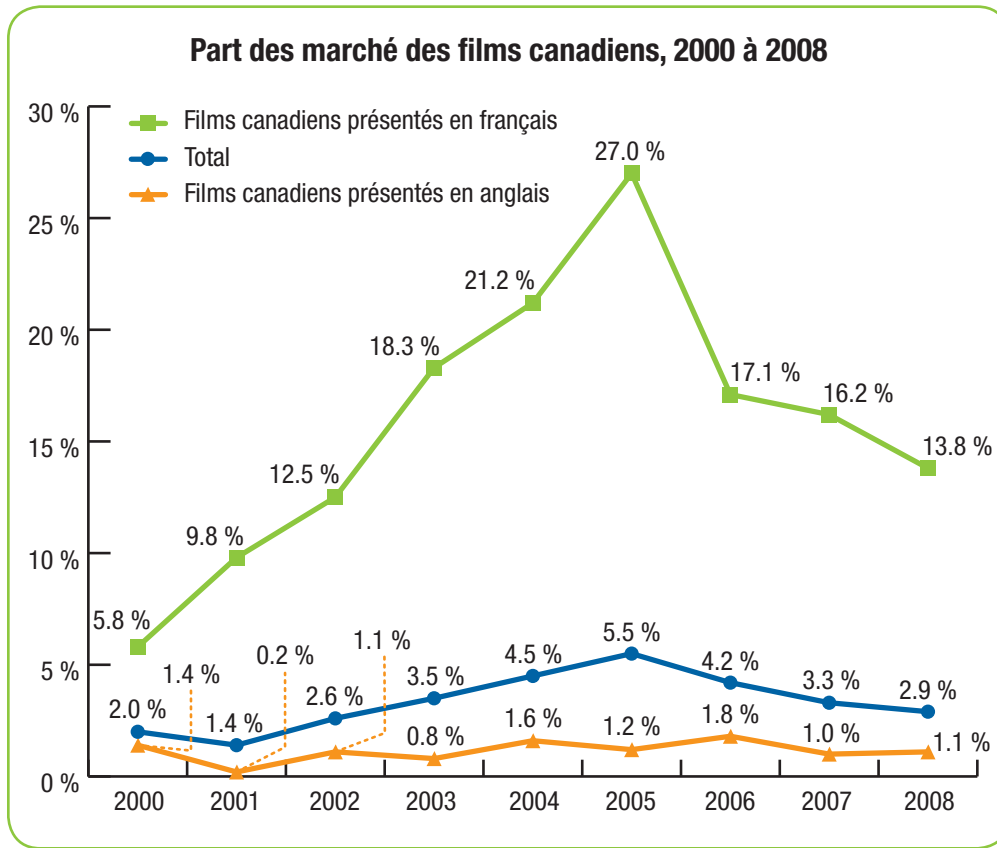
Par l'entremise du ministre du Patrimoine canadien, le Secteur des affaires culturelles donne des conseils au gouvernement fédéral sur le rôle du radiodiffuseur public national, à savoir CBC/Radio-Canada, et de l'organisme de réglementation, le CRTC. De plus, il surveille les travaux relatifs à la politique, contribue aux initiatives pangouvernementales liées à la radiodiffusion, et conseille le gouvernement sur la façon et le moment opportun de donner suite aux décisions du CRTC, de lui présenter des demandes et de lui fournir une orientation stratégique.

### Accroître les parts de marché

Tel que mentionné ci-dessus, la Politique canadienne du long métrage vise à accroître l'auditoire des productions cinématographiques canadiennes. Elle alloue des ressources pour le perfectionnement professionnel des créateurs. Elle aide aussi l'industrie à augmenter la qualité et la diversité des films canadiens. En 2008, la part de marché des longs métrages canadiens s'est située en deçà du seuil visé de 5 %, soit à 2,9 %, une légère baisse par rapport à 2007 où elle s'élevait à 3,3 %<sup>29</sup>. Les hausses et les baisses de la part de marché des longs métrages sont largement tributaires du succès des films en langue française qui représentent en moyenne plus de deux tiers des recettes-guichet des films canadiens. Dans les deux marchés de langues française et anglaise, les longs métrages canadiens sont en concurrence avec une industrie dominée par les superproductions américaines.



*Ce qu'il faut pour vivre. Image utilisée avec le consentement de E1 Entertainment.*



Source : Fédération des associations de propriétaires de cinémas du Canada

### Affirmer le rôle de CBC/Radio-Canada

En juin 2008, le gouvernement du Canada a déposé sa réponse au rapport du Comité permanent du patrimoine canadien intitulé *CBC/Radio-Canada : Définir la spécificité dans un paysage médiatique en évolution*.

Le gouvernement a réaffirmé que CBC/Radio-Canada demeure le radiodiffuseur public national en français et en anglais, et indiqué que CBC/Radio-Canada doit utiliser au mieux les ressources dont il dispose, qui dépassent actuellement un milliard de dollars par année.



**Babine.** Image utilisée avec le consentement de Cité Amérique Inc.

### Saviez-vous que...

En 2008, les Canadiens âgés de 18 à 34 ans ont passé le même nombre d'heures en ligne qu'à regarder la télévision<sup>30</sup>.

En 2008-2009, le Fonds des nouveaux médias du Canada, administré par Téléfilm Canada, a financé 24 projets à hauteur de 1,3 million de dollars qui ont aidé des sociétés médiatiques interactives canadiennes à accéder aux marchés canadien et international. Ce soutien a également permis d'assurer une forte participation canadienne à des événements comme *Game Connection* à San Francisco en mars 2008. Les résultats ont été extrêmement encourageants : une centaine de contrats de vente potentiels ou conclus se chiffrant à 76 millions de dollars. Sept entreprises ont conclu des marchés totalisant 3,6 millions de dollars.

### Exemple de réussite : Acadie 2.0

Avec le concours d'autres partenaires, l'Université de Moncton a créé un site Internet bilingue montrant que le folklore, la cuisine et la langue de l'Acadie sont bien en vie au Canada. Bénéficiant de l'aide du Fonds des partenariats, *Acadie Vivante* diffuse des entrevues sur vidéo avec des Acadiens et des Acadiennes qui pratiquent des traditions vieilles de 400 ans, ainsi que des experts qui situent ces traditions dans un contexte élargi. Le site s'adresse aux étudiants francophones et anglophones qui fréquentent l'école primaire, ainsi qu'à un auditoire national et international qui cherche à approfondir ses connaissances d'une des cultures qui a façonné le Canada.

### Partager nos histoires

Au moyen du Programme d'aide à la distribution dans le Nord\*, le Secteur a accordé un financement de 2,1 millions de dollars au Réseau de télévision des peuples autochtones (APTN) en 2008-2009 pour la diffusion en direct d'émissions autochtones à environ 130 000 personnes dans 96 collectivités éloignées et du Nord.

\* Le Programme d'aide à la distribution dans le Nord prend fin en 2010-2011.

Au moyen du Fonds des partenariats, le Secteur a permis à des organismes régionaux et locaux de mettre en ligne, à la disposition de tous, leurs collections patrimoniales. Au moyen du Fonds Mémoire canadienne, il a permis à des partenaires fédéraux de mettre en ligne les collections nationales. Le Secteur a également mis à la disposition des Canadiens, au moyen de licences, deux ouvrages de référence faisant autorité sur la culture et le patrimoine du Canada, à savoir l'*Encyclopédie canadienne* et le *Dictionnaire biographique du Canada en ligne*.

La diversité des contenus en ligne demeure une priorité. Le Fonds de la passerelle, dont le but est d'aider les Canadiens à faire connaître leurs histoires, a financé en 2008-2009 neuf projets proposés par des organismes ethnoculturels et dix projets proposés par des organismes autochtones. Le Fonds des partenariats a financé pour sa part 28 projets visant la création de contenus en français ou bilingues, et 11 projets axés sur la culture des collectivités autochtones et ethnoculturelles.

### Étudier la diversité

En mars 2009, le CRTC a publié un Rapport à la gouverneure en conseil sur les services de radiodiffusion de langues française et anglaise dans les communautés francophones et anglophones en situation minoritaire au Canada. Le gouvernement a pris acte de ses conclusions et recommandations et les prend en compte pour remplir son engagement de promouvoir les deux langues officielles et de fournir aux Canadiens des services de radiodiffusion de qualité en français et en anglais partout au Canada.

#### Exemple de réussite :

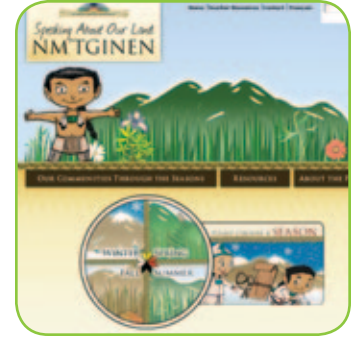
#### **Nouveautés dans le monde de la danse coréenne traditionnelle**

Avec l'aide du Fonds de la passerelle, la *Korean Dance Studies Society of Canada* a créé un site Internet interactif et éducatif qui propose une source d'informations complètes sur la danse et la culture coréennes traditionnelles. Le site a eu pour conséquence inattendue d'inciter plusieurs danseurs principaux et professeurs de danse à s'occuper de l'administration de la compagnie, renforçant ainsi la capacité globale de l'organisme. Le conseil d'administration a également réussi à recruter trois nouveaux membres.

### Tirer parti des nouvelles plateformes

Aujourd'hui, les radiodiffuseurs exploitent la demande des consommateurs pour des émissions sur de nouvelles plateformes comme la vidéo-sur-demande et Internet. En 2008-2009, le nombre de productions financées par le FCT et distribuées sur de nouvelles plateformes a doublé par rapport à l'année précédente et triplé par rapport à 2006-2007<sup>31</sup>. Pour un grand nombre d'émissions, les téléspectateurs peuvent enrichir leur expérience au-delà de la programmation traditionnelle en accédant à des sites Internet présentant des blogues sur les personnages, des entrevues avec les comédiens, des forums et des webépisodes.

Alors que le contenu accessible en ligne devient de plus en plus élaboré et diversifié dans le monde entier, le Secteur des affaires culturelles favorise une présence culturelle canadienne distincte dans l'espace interactif, tant en français qu'en



**www.aboutourland.com.** Image utilisée avec le consentement de Mi'gmaawi Mawiomi Secretariat.

#### Saviez-vous que...

En décembre 2008, 525 services canadiens de télévision étaient offerts au Canada et 182 services non canadiens de télévision par satellite étaient autorisés à y être distribués. Sur les 707 services de télévision assurés au Canada, 129 étaient des services dans une langue tierce (48 services canadiens et 81 services non canadiens)<sup>32</sup>.



[www.aboriginalpeopleschoice.com](http://www.aboriginalpeopleschoice.com). Image utilisée avec le consentement de Manitoba Aboriginal Music Host Committee.

anglais, au moyen d'initiatives de Culture canadienne en ligne. En 2008-2009, le Secteur a investi 42,5 millions de dollars pour renforcer la présence culturelle en ligne et contribuer à l'essor de l'industrie canadienne des médias numériques interactifs.

\* Le Fonds Mémoire canadienne et le Fonds des réseaux de recherche sur les nouveaux médias n'ont pas été reconduits au-delà de l'exercice 2008-2009. Le Fonds des nouveaux médias du Canada, le Fonds des partenariats et le Fonds de la passerelle n'ont pas été reconduits au-delà de l'exercice 2009-2010. Le Fonds des médias du Canada, qui entre en vigueur le 1er avril 2010, modifie, combine et renomme le Fonds canadien de télévision et le Fonds des nouveaux médias du Canada. Le Fonds interactif du Canada, qui entre en vigueur le 1er avril 2010, combine, modifie et renomme le Fonds des partenariats et le Fonds de la passerelle.

Volets de Culture canadienne en ligne*		
	Nombre de projets appuyés	Investissement (millions \$)
Fonds des nouveaux médias du Canada	148	13,3
Fonds des partenariats	30	7,5
Fonds de la passerelle	19	0,8
Musée virtuel du Canada	74	5,5
Licences d'ouvrages de référence canadiens	2	2,1
Fonds Mémoire canadienne	14	9,5
Fonds des réseaux de recherche sur les nouveaux médias	5	3,8
<b>Total</b>	<b>292</b>	<b>42,5</b>

En 2008-2009, les sites Internet financés par le Secteur ont continué à attirer de nombreux visiteurs en ligne. Vingt-trois sites financés par le FNMC ont enregistré plus de six millions de visites. Le site [thisisdanielcook.com](http://thisisdanielcook.com), qui accompagne la populaire série télévisée pour enfants, a enregistré un nombre impressionnant de pages consultées chaque mois, soit 1,7 million. Le site Internet pour enfants [cornemuse.com](http://cornemuse.com) a également dépassé le seuil mensuel d'un million de pages consultées. À la fin de l'exercice, les 1348 institutions participant au Musée virtuel du Canada ont présenté 486 expositions virtuelles et mis à la disposition de millions de personnes au Canada et dans le monde entier 686 365 images d'objets de musée.

CRÉATION°ACCÈS

# Le paysage sonore

*La technologie continue de transformer radicalement la façon dont les artistes créent des œuvres musicales – et la façon dont leurs admirateurs les écoutent. Les modèles d'affaires traditionnels évoluent, et de nouveaux modes novateurs de commercialisation et de distribution voient le jour. Dans un monde aux frontières limitées et aux défis infinis, les artistes canadiens trouvent de nouvelles façons de se faire entendre.*









**Omnikrom.** Image utilisée avec le consentement de Alex Bolieu Management Inc.  
Photo : SPG LePigeon.

## Perspective : Musique

Les Canadiens n'ont jamais eu un choix aussi vaste de moyens pour avoir accès à la musique – que ce soit iTunes, la radio satellite, les magasins de musique traditionnels et les applications Internet poste à poste. Les modèles d'affaires numériques continuent à gagner en popularité – ils ont produit 17 % des recettes commerciales des enregistrements musicaux au Canada en 2008<sup>33</sup>. Il s'agit d'une somme de 82,4 millions de dollars, une hausse de 45 % par rapport à 2007 qui vient s'ajouter à une augmentation déjà considérable de près de 65 % de 2006 à 2007<sup>34</sup>.

La montée de la musique numérique s'accompagne depuis une dizaine d'années d'une baisse des recettes provenant de la vente de disques et autres supports physiques, qui ont diminué de 15 % entre 2007 et 2008 pour passer à 384,2 millions de dollars<sup>35</sup>. Les changements continuels, la prédominance des téléchargements non payés (59 % des jeunes Canadiens disent avoir téléchargé de la musique sans payer<sup>36</sup>) ainsi que les défis que présente la situation économique mondiale ont accru la pression sur l'industrie de la musique en 2008. Suivant une tendance mondiale, les recettes commerciales d'enregistrements musicaux ont diminué de 8 % au Canada pour s'établir à 488,2 millions de dollars<sup>37</sup>.

Composante importante de l'industrie de la musique, la radio commerciale au Canada est de plus en plus consolidée. En 2008, les cinq groupes radiophoniques les plus importants représentaient 70 % de toutes les recettes de l'industrie, comparativement à 44 % en 1999<sup>38</sup>.



**Jill Barber.** Image utilisée avec le consentement de FACTOR.

### Saviez-vous que...

Les Canadiens âgés de 15 à 19 ans privilégient les lecteurs numériques portables, les fichiers informatiques ou Internet pour près de deux tiers de leur écoute de musique hebdomadaire<sup>43</sup>.

## L'industrie canadienne de la musique

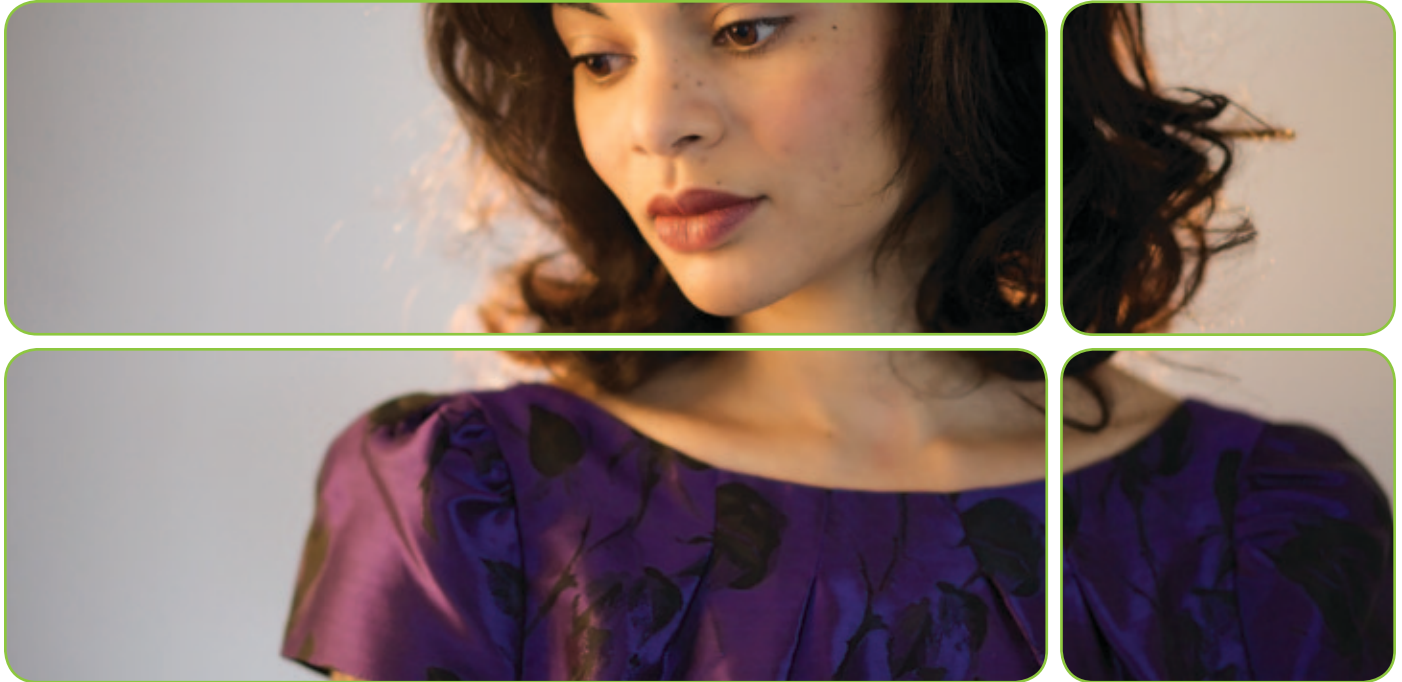
Les sociétés sous contrôle canadien ont mieux réussi que les sociétés étrangères à vendre la musique d'artistes canadiens. Selon les données les plus récentes, les revenus des ventes de musique d'artistes canadiens par des sociétés sous contrôle étranger ont diminué de 16 % alors que ceux des sociétés sous contrôle canadien ont augmenté de 5 %, représentant 64 % des ventes de musique d'artistes canadiens en 2007<sup>39</sup>. Les maisons de disques multinationales au Canada ont réduit récemment leurs investissements dans la musique d'artistes canadiens, préférant commercialiser des enregistrements d'artistes étrangers produits par leurs filiales.

Les produits d'exploitation des sociétés sous contrôle canadien ont augmenté de 38 % de 2005 à 2007, une hausse attribuable en partie à la réussite des artistes canadiens avec lesquels elles travaillent et à l'augmentation marquée des revenus des artistes étrangers, des redevances de droits d'auteurs et d'autres sources. Au cours de la même période, les produits d'exploitation des maisons de disques étrangères ont diminué de 21 %<sup>40</sup>.

En 2007, les sociétés sous contrôle canadien ont lancé dix albums de plus d'artistes canadiens qu'en 2005<sup>41</sup>, alors que les sociétés sous contrôle étranger en ont lancé 23 de moins au cours de la même période<sup>42</sup>.

### Exemple de réussite : Jill Barber

Suivant l'appui reçu de FACTOR pour son album de 2008, *Chances*, Jill Barber a remporté deux Prix *East Coast Music Awards* pour l'album solo de l'année et l'album jazz de l'année. L'album *Chances* a également figuré à la longue liste du Prix de musique Polaris de 2009.



Il s'agit de résultats impressionnants compte tenu de la population du Canada relativement peu dense et de l'immensité du pays : les maisons de disques canadiennes ne sont pas en mesure de tirer profit des économies d'échelle dont bénéficient leurs concurrents multinationaux.

### Le rôle du Secteur des affaires culturelles

Le Secteur des affaires culturelles s'emploie à assurer la disponibilité et l'accessibilité d'œuvres musicales canadiennes au moyen du Fonds de la musique du Canada. Celui-ci appuie la production et la commercialisation de la musique d'artistes canadiens renommés et de la relève. Il assure également un soutien financier aux tournées nationales et internationales, aux vitrines musicales, aux conférences, aux galas de remise de prix, aux projets de préservation, ainsi qu'au perfectionnement professionnel des créateurs et des entrepreneurs. Au moyen de ce Fonds, le Secteur a investi 27,6 millions de dollars dans la musique canadienne en aidant des artistes à créer des œuvres et à conquérir des auditoires pour leurs enregistrements et leurs spectacles.

#### Exemple de réussite : Prix de musique Polaris

Le Prix de musique Polaris souligne et récompense chaque année la créativité et la diversité de la musique canadienne enregistrée. Des dix artistes figurant sur la liste des candidats sélectionnés en 2009, neuf ont reçu l'aide du Fonds de la musique du Canada à un moment au cours de leur carrière.

*Ndidi. Image utilisée avec le consentement de FACTOR.*

#### Un partenaire culturel indispensable : le CRTC

Le CRTC supervise et réglemente les systèmes de radiodiffusion et de télécommunications canadiens. Il exige que les stations commerciales privées de langue anglaise diffusent chaque semaine une proportion d'au moins 35 % de contenu canadien, et que les stations de langue française diffusent une proportion de musique vocale de langue française d'au moins 65 %. Le CRTC exige également que les stations privées contribuent une partie de leurs recettes annuelles à des initiatives de développement de contenu canadien, les organismes qui administrent les différents volets du Fonds de la musique du Canada étant chargés d'attribuer la majeure partie de ce financement. Ce partenariat public-privé a un effet multiplicateur sur la capacité de l'industrie de créer une diversité de choix musicaux canadiens.



*Protest the Hero. Image utilisée avec le consentement de FACTOR.*

Le Fonds de la musique du Canada est complété par des mécanismes d'intervention de longue date comme CBC/Radio-Canada, le Conseil des Arts du Canada, ainsi que des lois comme la *Loi sur le droit d'auteur* et la *Loi sur la radiodiffusion*.

### Points saillants : 2008-2009

- Le Secteur des affaires culturelles a appuyé la production de quelque **500** albums d'artistes canadiens, dont Isabelle Boulay, les Arkells et Plants and Animals.
- Le nombre d'albums appuyés par le Fonds de la musique du Canada qui figurent au Palmarès des **2000** albums les plus vendus au Canada a plus que doublé depuis la création du Fonds. En 2008, deux tiers des albums d'artistes canadiens figurant au Palmarès étaient l'œuvre d'artistes canadiens ayant bénéficié de l'appui du Fonds de la musique du Canada au cours de leur carrière.
- Plus de **160** vitrines d'artistes issus de communautés de langue officielle en situation minoritaire ont été présentées dans le cadre de **22** événements d'envergure au Canada et ailleurs.
- Le Canada compte plus de **1200** services radio et audio canadiens, y compris les services de radio communautaire<sup>44</sup>.
- Les redevances versées aux créateurs et éditeurs canadiens par la Société canadienne des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique (SOCAN) à l'égard des droits d'exécution publique ont augmenté depuis le lancement du Fonds de la musique du Canada, soit de **57 %** pour les créateurs et de **58 %** pour les éditeurs<sup>45</sup>.

## Bilan de l'année : Création

L'un des principaux outils dont dispose le Secteur des affaires culturelles pour favoriser la création de musique par des artistes canadiens est le Volet entrepreneurs de la musique (VEM) du Fonds de la musique du Canada, d'une valeur de 10 millions de dollars. Ce volet aide les maisons de disques canadiennes les plus importantes et les éditeurs de musique établis à se positionner pour réussir dans l'économie mondiale. Les bénéficiaires de l'Aide aux entreprises canadiennes d'enregistrement sonore, appuyés au moyen du VEM en 2008-2009, avaient lancé 144 albums d'artistes canadiens au cours de l'année précédente, dont ceux de Tegan and Sara, Ariane Moffatt et Pascale Picard\*. C'est un peu moins qu'en 2006-2007; toutefois, les bénéficiaires de l'aide ont ajouté à leur répertoire 43 nouveaux artistes canadiens en leur offrant un premier contrat d'enregistrement. À la fin de l'année, le nombre d'artistes représentés par des maisons de disques bénéficiaires du VEM avait atteint 462.

Le volet Nouvelles œuvres musicales et le volet Diversité de la musique canadienne du FMC ont permis de financer la production de 370 albums, soit 24 de plus que l'année précédente. Ces albums comprenaient des œuvres d'artistes comme Elliott Brood, Malajube et Woodpigeon. Plus de 900 projets ont reçu du financement pour des activités de commercialisation, des tournées et des vitrines musicales au moyen du volet Nouvelles œuvres musicales du Fonds.

### Exemple de réussite : *Beast*

En novembre 2008, *Beast* a lancé son premier album éponyme avec l'aide de FACTOR (au moyen du Fonds de la musique du Canada) pour les activités de commercialisation, les tournées et les vitrines musicales. Le groupe a été mis en nomination pour le prix Juno du Nouveau groupe de l'année en 2009, ainsi qu'au Gala de l'alternative musicale indépendante du Québec, et il a figuré à la longue liste des prestigieux Prix de musique Polaris de 2009.

## Bilan de l'année : Accès

Conformément aux tendances qui se manifestent dans l'industrie, les bénéficiaires de l'aide financière du VEM de 2008-2009\* ont vu leurs ventes d'albums physiques par des artistes canadiens diminuer de 26 % de 2005-2006 à 2007-2008. Ce sont principalement les bénéficiaires de langue française qui ont accusé cette baisse, leurs ventes d'albums physiques d'artistes canadiens ayant diminué de près de la moitié. Toutefois, les ventes numériques des maisons de disques financées par le VEM ont continué à progresser, aussi bien pour les artistes canadiens francophones que anglophones.

Selon les plus récentes données disponibles, le marché international a représenté plus de 27 % des ventes d'albums physiques d'artistes canadiens par des sociétés bénéficiaires du VEM en 2008-2009, une augmentation par rapport au 22 % enregistrés en 2005-2006. Les ventes à l'étranger dans les catégories de musique



*Beast.* Image utilisée avec le consentement de FACTOR.

\* L'information figurant dans la présente section concernant les bénéficiaires du VEM provient des formulaires de demande du VEM – Aide aux entreprises canadiennes d'enregistrement sonore 2009-2010 et contient des données sur 21 des 22 entreprises ayant reçu du financement du VEM en 2008-2009. Cette méthode fait en sorte que l'information la plus récente et exacte soit utilisée. Le classement linguistique d'une entreprise financée par le VEM est fondé sur la langue de la majorité de ses albums.



francophone et instrumentale ont augmenté de 2005-2006 à 2007-2008; toutefois, le contenu anglophone a représenté la majeure partie des ventes à l'étranger.

Les maisons de disques financées par le VEM ont connu une croissance considérable de leurs ventes numériques. Au cours de la même période de 2005-2006 à 2007-2008, les ventes ont augmenté dans toutes les catégories, les artistes anglophones représentant la part la plus importante des ventes numériques. Dans l'ensemble, les ventes de pistes numériques par les bénéficiaires du VEM ont enregistré une hausse spectaculaire de 350 % par rapport à 2005-2006, alors que les ventes d'albums numériques d'artistes canadiens ont plus que doublé.

Volet Entrepreneurs de la musique – Aide aux entreprises canadiennes d'enregistrement sonore						
Bénéficiaires de 2008-2009 : téléchargements (nombre d'unités vendues)						
	Téléchargements de pistes individuelles			Téléchargements d'albums		
	2005-2006	2006-2007	2007-2008	2005-2006	2006-2007	2007-2008
Anglais	646 535	1 502 504	2 396 357	98 637	164 433	201 303
Français	37 308	80 853	282 733	1300	4795	16 537
Instrumental	133 770	372 232	1 062 282	3242	703	17 150
<b>Total</b>	<b>817 613</b>	<b>1 955 589</b>	<b>3 741 372</b>	<b>103 179</b>	<b>178 931</b>	<b>234 990</b>

Source : Base de données du VEM.

Afin d'évaluer la part de marché que détiennent les artistes canadiens au Canada, le Secteur utilise le Palmarès des 2000 albums les plus vendus, établi par Nielsen SoundScan. Après avoir atteint un niveau record de 26,5 % en 2007, la part de marché détenue par les artistes canadiens a baissé à 20,7 % en 2008. Cette diminution peut être attribuée en grande partie au fait que les artistes qui vendent le plus grand nombre d'enregistrements ont lancé moins d'albums cette année-là.



*Doc Walker. Image utilisée avec le consentement de FACTOR.*

Palmarès des 2000 albums les plus vendus, établi par Nielsen SoundScan Ventes sur le marché intérieur 2001 à 2008			
	Ventes totales	Part de marché des albums canadiens	Nombre d'albums FMC *
2001	42 393 000	16,0 %	63
2002	34 659 000	22,2 %	68
2003	31 865 000	24,0 %	76
2004	34 014 000	25,0 %	87
2005	33 788 000	22,6 %	98
2006	32 137 000	22,3 %	133
2007	27 738 000	26,5 %	130
2008	24 647 000	20,7 %	142

La part de marché des artistes ayant reçu de l'aide fédérale au cours de leur carrière est passée de 6,1 % en 2001 à 13,7 % en 2008<sup>46</sup>.

### Faire valoir la diversité linguistique du talent canadien

En 2008-2009, le gouvernement du Canada a lancé le programme intitulé Vitaines musicales, qui vise à mieux faire connaître les artistes provenant des communautés de langue officielle en situation minoritaire. Dans le cadre de la Feuille de route pour la dualité linguistique canadienne, ce programme de cinq ans est doté d'un budget annuel initial de 500 000 \$, qui passera à un million de dollars pour chacune des années suivantes. Musicaction et la *Foundation Assisting Canadian Talent on Recordings (FACTOR)* se partagent la gestion du programme qui vise à donner aux communautés de langue officielle en situation minoritaire plus d'occasions

### Saviez-vous que...

Malgré la diversité croissante de la musique mondiale à portée de la main, 18 Canadiens sur 20 disent que la qualité de la musique canadienne est égale, sinon supérieure, à la musique étrangère<sup>47</sup>.

\* Les albums d'artistes lancés par des maisons de disques financées par le VEM sont inclus depuis 2006.





**Kain.** Image utilisée avec le consentement de Les Disques Passport inc. Photo : Sophie Samson.

d'assister à des spectacles dans leur langue et à promouvoir leurs artistes à l'échelle locale, régionale, nationale et internationale.

Le nouveau programme a déjà engendré des retombées considérables. Suivant leurs prestations lors de l'événement la Bourse RIDEAU à Québec, la chanteuse Anique Granger, originaire de la Saskatchewan, et le groupe acadien éclectique Les Païens ont été invités à se produire en Europe. Une vitrine organisée en marge du Gala des prix Trille Or à Ottawa a permis à l'artiste franco-ontarienne Tricia Foster de se faire connaître et d'être sélectionnée pour jouer la première partie de la tournée de spectacles d'août de Daniel Lavoie au Québec et au Nouveau-Brunswick.

#### Exemple de réussite : *Kain*

Originaire de Drummondville au Québec, le groupe rock Kain a remporté en 2006 le prix du Groupe de l'année au Gala de l'ADISQ, une célébration de l'industrie musicale québécoise. Kain a également été mis en nomination pour ce prix en 2008 et 2009. Ses trois albums ainsi que son DVD ont tous reçu l'aide de Musicaction au moyen du Volet nouvelles œuvres musicales du Fonds de la musique du Canada.



CRÉATION°ACCÈS

# Le paysage littéraire

Les technologies numériques refont l'art et les affaires de l'édition; toutefois, l'écrit continue d'exercer un fort attrait sur les Canadiens, pour raconter des histoires, diffuser l'actualité et maintenir les liens entre les collectivités.



>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec quis elementum nunc. Donec at purus sapien. Mauris scelerisque libero ut dapibus libero hendrerit. Quisque risus viverra, eleifend sed nulla. Donec posuere nunc at turpis dapibus ac imperdiet nisi pulvinar. Nulla facilis. Mauris laoreet mi a mi molestie et sagittis nisi mollis. Suspendisse nunc nullam. Nulla a ultricies erat. Pellentesque vel eros felis, a dignissim nunc. Aliquam bibendum dui eget lacus bibendum non vestibulum ante ipsum primis in faucibus orci luctus et ultrices posuere cubilia Curae; Praesent et luctus neque. Quisque viverra dapibus justo nec sodales. Nunc scelerisque accumsan som, vitae tincidunt massa porta lacinia. Interdum vitae purus. Phasellus du nisi scelerisque a pulvinar eu, tempus eu orci. Cras libero diam, ultricies sit amet.



>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec quis elementum nunc. Donec at purus sapien. Mauris scelerisque libero ut dapibus libero hendrerit. Quisque risus viverra, eleifend sed nulla. Donec posuere nunc at turpis dapibus ac imperdiet nisi pulvinar. Nulla facilis. Mauris laoreet mi a mi molestie et sagittis nisi mollis. Suspendisse nunc nullam. Nulla a ultricies erat. Pellentesque vel eros felis, a dignissim nunc. Aliquam bibendum dui eget lacus bibendum non vestibulum ante ipsum primis in faucibus orci luctus et ultrices posuere cubilia Curae; Praesent et luctus neque. Quisque viverra dapibus justo nec sodales. Nunc scelerisque accumsan som, vitae tincidunt massa porta lacinia. Interdum vitae purus. Phasellus du nisi scelerisque a pulvinar eu, tempus eu orci. Cras libero diam, ultricies sit amet.



## Perspective : Édition

Les Canadiens continuent de se passionner pour la lecture. Selon un sondage réalisé par Décima en 2008, le Canadien moyen avait acheté quelque 14 livres au cours des 12 mois précédents et avait lu environ 17 titres. Malgré la conjoncture économique difficile, les ventes de livres au Canada se sont améliorées en 2008-2009 et ont enregistré une croissance de 4,4 %<sup>48</sup> au Québec et de 6,2 %<sup>49</sup> sur le marché de langue anglaise.

À la différence des lecteurs d'actualités qui se tournent de plus en plus vers les sources en ligne gratuites, les lecteurs n'ont pas encore adopté en grand nombre le livre numérique. À peine 8 % des Canadiens confirment avoir lu un livre numérique pendant la période ciblée par le sondage Décima. Les autres répondants ont invoqué une préférence pour le livre imprimé (40 %), le manque de temps (8 %) ou le manque d'intérêt (8 %) pour expliquer pourquoi ils ne lisent pas de livres numériques<sup>50</sup>. Or, plusieurs applications ont été lancées qui permettent aux lecteurs d'accéder à des livres numériques à partir de leurs appareils portatifs, dont le Kindle d'Amazon qui est arrivé sur le marché canadien à la fin de 2009. De gros détaillants canadiens ont étendu leurs activités à la vente en ligne en 2009, y compris des projets axés exclusivement sur le livre numérique.



***The Sawchuk Poems  
de Randall Maggs.***

*Image utilisée avec le  
consentement de Brick Books.*

**Attirer des lecteurs  
dans le monde entier**

Le Canada compte plus de 21 000 écrivains à temps plein et de nombreux autres à temps partiel qui produisent des œuvres de fiction, des ouvrages non romanesques originaux, des textes journalistiques personnels et des essais<sup>59</sup>. Les ouvrages d'un grand nombre de ces écrivains se retrouvent sur les rayons de librairies et de bibliothèques du monde entier, et ces derniers ont remporté presque tous les prix littéraires les plus prestigieux, dont le *Man Booker Prize*, le prix Goncourt, le *Orange Prize for Fiction*, le prix Femina et l'*International IMPAC Dublin Literary Award*.

La distribution d'une centaine de quotidiens payants au Canada a diminué de 8 % en 2008<sup>51</sup>, une baisse vraisemblablement attribuable à la croissance des médias électroniques. La diffusion payée des magazines canadiens a également diminué d'environ 5 % au cours des six derniers mois de 2008 par rapport à la même période de 2007<sup>52</sup>. Les annonceurs ont suivi les lecteurs sur Internet : la publicité en ligne a représenté 11 % des 14,6 milliards de dollars consacrés aux magazines, une augmentation de 29 % par rapport à 2007<sup>53</sup>. Les journaux et les magazines ont subi les répercussions financières de ce changement, et plus de 200 licenciements dans le secteur des magazines et plus de 1000 dans le secteur des journaux ont été annoncés à l'automne de 2008<sup>54</sup>. Au milieu de 2009, le nombre de fermetures de magazines était déjà beaucoup plus élevé que le nombre de lancements de nouveaux magazines<sup>55</sup>.

Les éditeurs ont pris acte de la tendance aux contenus en ligne et ont accentué leur présence sur Internet et les appareils portatifs. Un grand nombre de journaux ont produit des éditions numériques ainsi que du contenu diffusé uniquement en ligne, et encouragé leurs rédacteurs à créer des blogues. En janvier 2009, Rogers Publishing a créé des éditions « mobiles » de deux magazines, à savoir *Maclean's* et *Canadian Business*, qui peuvent être téléchargées au moyen de téléphones ayant accès à Internet<sup>56</sup>. En février 2009, Hearst, un éditeur qui publie plusieurs magazines et journaux importants aux États-Unis, a annoncé le développement d'un appareil de lecture sans fil avec écran grand format qui se prête aux besoins de lecture et de publicité des journaux et des magazines. L'appareil est conçu pour que l'expérience de lecture se rapproche de celle d'un périodique imprimé, tout en permettant un espace pour la publicité<sup>57</sup>.

Les journaux communautaires demeurent un bastion pour l'imprimé dans le secteur des périodiques. Ils fidélisent leur lectorat et maintiennent le niveau de leurs recettes, probablement parce qu'ils détiennent le monopole du contenu véritablement local<sup>58</sup>.

**Le rôle du Secteur des affaires culturelles**

En appuyant les éditeurs de livres et de périodiques, le Secteur des affaires culturelles vise principalement à favoriser la création et la distribution d'ouvrages canadiens qui tiennent compte de la diversité des expériences et des perspectives canadiennes et à assurer la viabilité de l'industrie à long terme. Les activités du Secteur sont réalisées dans un contexte gouvernemental élargi qui comprend des organismes comme le Conseil des Arts du Canada ainsi que les outils suivants :

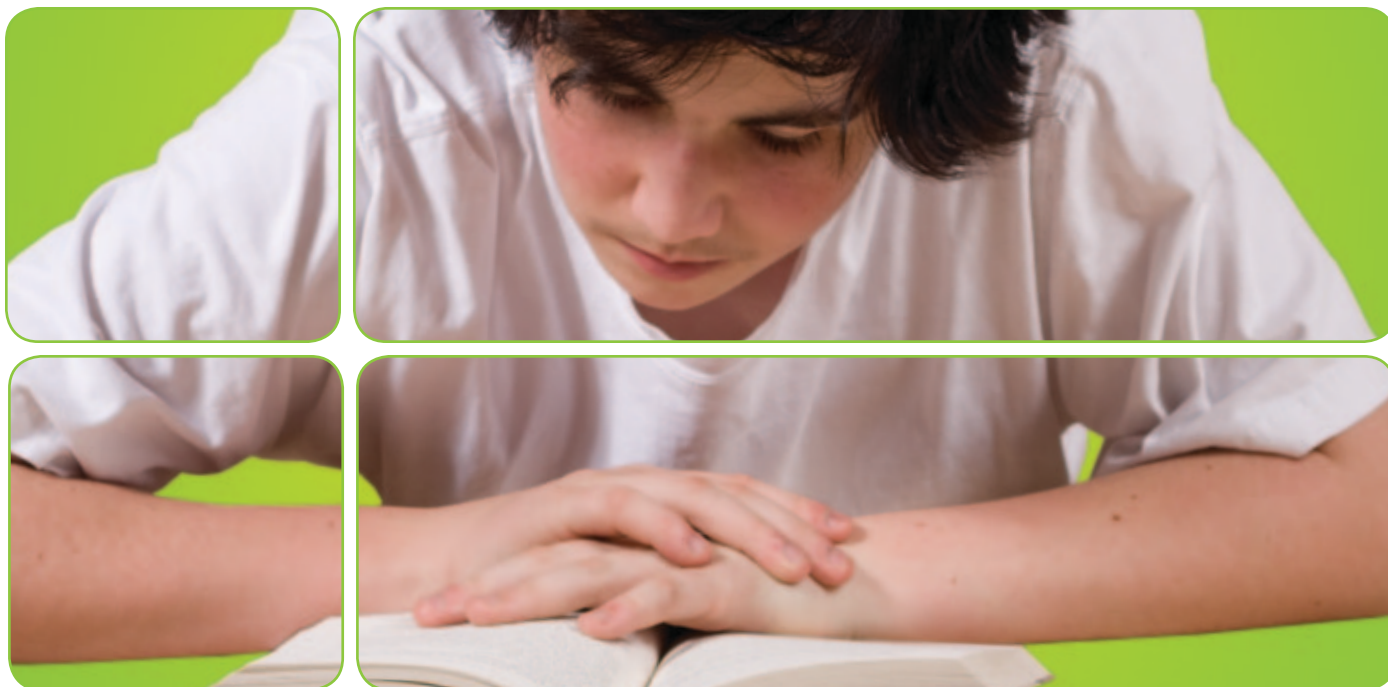
- la *Loi sur les services publicitaires fournis par des éditeurs étrangers* renforce la viabilité financière des éditeurs de magazines canadiens en les aidant à livrer concurrence, dans des conditions plus favorables, aux entreprises étrangères qui peuvent demander des prix moins élevés pour la publicité;
- la *Loi de l'impôt sur le revenu* favorise la production de contenu canadien en créant des mesures incitatives pour encourager les annonceurs à faire affaire avec des magazines présentant un niveau élevé de contenu canadien – un élément important étant donné que c'est la publicité qui engendre le plus de recettes pour la plupart des magazines;

- la *Loi sur Investissement Canada* veille à ce que les investissements étrangers dans l'édition de livres et de magazines profitent au Canada, y compris la production de contenu rédactionnel canadien;
- le *Règlement sur l'importation de livres* de la *Loi sur le droit d'auteur* protège les ententes de distribution exclusive conclues par les éditeurs et les distributeurs canadiens;
- le Programme national de traduction pour l'édition du livre, lancé en 2009 dans le cadre de la Feuille de route pour la dualité linguistique canadienne, qui investira cinq millions de dollars sur quatre ans pour aider les éditeurs du Canada à traduire des œuvres d'auteurs canadiens en français et en anglais.

### Points saillants : 2008-2009

- L'engouement pour les livres canadiens continue de croître au Canada et à l'étranger. En 2008-2009, les ventes des éditeurs appuyés par le Secteur ont atteint **350 millions** de dollars sur le marché canadien et **103 millions** de dollars à l'étranger, une hausse de **6 %** par rapport aux cinq années précédentes, après le rajustement en fonction de l'inflation.
- Les éditeurs de livres canadiens qui reçoivent l'appui du Secteur des affaires culturelles ont publié près de **2000** auteurs de langue française et **2000** de langue anglaise, dont Margaret Atwood (*The Door*), Rawi Hage (*De Niro's Game*), Elizabeth Hay (*Late Nights on Air*), David Suzuki (*David Suzuki*), Dave Bidini (*Around the World in 57½ Gigs*), Marie-Claire Blais (*Noces à midi au dessus de l'abîme*), Marie-Louise Gay (*Les malheurs de princesse Pistache*), Aude (*Chrysalide*), Lise Tremblay (*La Sœur de Judith*) et Michel J. Lévesque (*Arielle Queen*). Le Secteur a aussi appuyé les ouvrages de près de **1000** nouveaux auteurs.
- **Quatre cents** traductions figurent parmi les ouvrages publiés, notamment celles en langue officielle dont *The Perfect Circle* (de Pascal Quiviger, traduction de Sheila Fischman), *A Good Death* (de Gil Courtemanche, traduction de Wayne Grady), *Divisadero* (de Michael Ondaatje, traduction de Michel Lederer) et *Les rescapés du Styx* (de Jane Urquhart, traduction d'Anne Rabinovitch).
- Les abonnés canadiens ont reçu plus de **183 millions** d'exemplaires de magazines et de journaux non quotidiens, dont *The Carillon*, un journal non quotidien du Manitoba, *Down Home*, un magazine de nouvelles et de loisirs de Terre-Neuve, et *Rénovation Bricolage*, un magazine de rénovation du Québec, avec l'aide du Programme d'aide aux publications.
- La marge de profit de l'ensemble de l'industrie canadienne du magazine a augmenté de **8,7 %** de 2005 à 2007<sup>60</sup>, toutefois, celle des éditeurs de magazine financés par le volet Aide au contenu rédactionnel du Fonds du Canada pour les magazines (FCM) a augmenté de **22 %**.





« Le Programme d'aide au développement de l'industrie de l'édition (le PADIÉ) est un programme dont la pertinence est unanimement reconnue dans le milieu. Encore récemment, les membres de l'ANEL, réunis en assemblée générale, en témoignaient clairement. »

**Gilles Herman,**  
Association nationale des  
éditeurs de livres (ANEL),  
Montréal (Québec)

## Bilan de l'année : Création

### Partie 1 : Livres

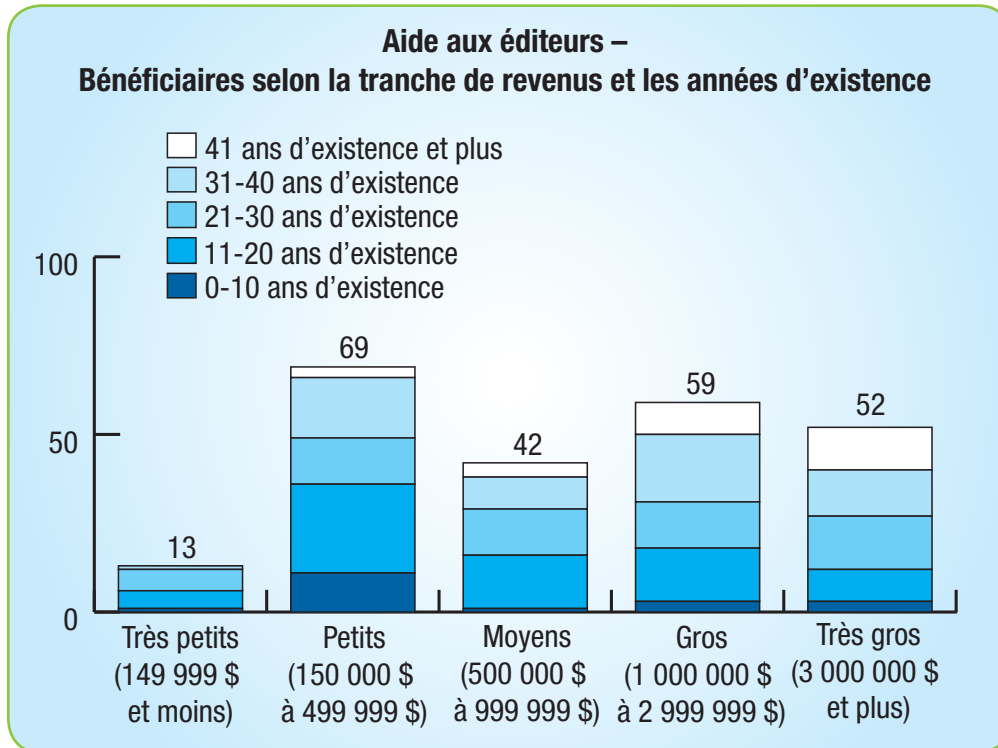
En 2009, le Secteur des affaires culturelles a continué d'appuyer un large éventail d'activités de l'industrie du livre dans l'ensemble du Canada. Au moyen du Programme d'aide au développement de l'industrie de l'édition (PADIÉ)\*, le Secteur a contribué à assurer l'accès à un vaste choix de livres écrits par des Canadiens au Canada et dans d'autres pays. En 2008-2009, le volet le plus important du PADIÉ, Aide aux éditeurs, a versé plus de 26 millions de dollars à des maisons d'édition dans l'ensemble du pays, soit 235 maisons d'édition appartenant à des Canadiens dans les dix provinces et dans plus de 75 villes. Celles-ci emploient directement plus de 3000 Canadiens et ont publié 5395 livres par des auteurs canadiens.

Aide aux éditeurs par région				
	Nombre d'éditeurs	Nouveaux titres d'auteurs canadiens	Nouveaux titres par éditeur (moyenne)	Contribution du volet Aide aux éditeurs
Colombie-Britannique	26	423	16	2 204 154 \$
Provinces des Prairies et Nord	26	345	13	2 329 926 \$
Ontario	65	1278	20	7 056 060 \$
Québec	105	3138	30	14 233 244 \$
Provinces de l'Atlantique	13	142	11	718 521 \$
<b>Total</b>	<b>235</b>	<b>5 326</b>	<b>23</b>	<b>26 541 905 \$</b>

\* À compter du 1<sup>er</sup> avril 2010, le PADIÉ est renommé Fonds du livre du Canada.

Le PADIÉ a continué à appuyer des éditeurs connus, ainsi que des éditeurs relativement nouveaux, créant ainsi un environnement stable propice à l'édition de livres au Canada. En 2009, la maison d'édition Wilson & Lafleur est devenue le cinquième bénéficiaire actif du PADIÉ à célébrer un siècle dans le secteur de l'édition.

La diversité des maisons d'édition – petites et grandes, émergentes et bien établies – est d'une importance capitale pour assurer la viabilité globale de l'industrie canadienne du livre. Comme l'indique le tableau ci-dessous, le PADIÉ compte parmi ses bénéficiaires à la fois des maisons d'édition dont les revenus sont inférieurs à 150 000 \$ et qui ont moins de 10 ans d'expérience et d'autres dont les ventes excèdent trois millions de dollars et qui ont plus de 40 ans d'expérience.



**Exemple de réussite : Les Éditions du Boréal**

En 2008, Marie-Claire Blais, l'une des écrivaines les plus populaires et les plus connues au Canada, a remporté pour la quatrième fois le Prix du Gouverneur général du roman de l'année. *Naissance de Rebecca à l'ère des tourments* a été publié par Les Éditions du Boréal, qui reçoivent l'appui du Secteur des affaires culturelles.



*Naissance de Rebecca à l'ère des tourments de Marie-Claire Blais. Image utilisée avec le consentement des Éditions du Boréal.*

« Le programme de développement professionnel de Magazines Canada est excellent, surtout dans la conjoncture économique actuelle, et il constitue le meilleur moyen de préserver la qualité des magazines canadiens. Sans cette aide, nous n'aurions jamais eu accès à des consultations de ce calibre. »

**Anders Neumuller, Swedish Press, Vancouver (Colombie-Britannique)**





Image utilisée avec le consentement de Vélo Québec Editions, The Walrus, St-Joseph Printing Limited et Anna Magazine.

## Partie 2 : Périodiques

Le Secteur des affaires culturelles administre le Fonds du Canada pour les magazines (FCM)\* qui vise à contribuer au développement et au maintien du contenu canadien dans les magazines et à renforcer la capacité de l'industrie en appuyant les magazines littéraires et artistiques ainsi que les projets de développement des petits éditeurs et de l'industrie. Le Secteur se penche également sur le développement de politiques afin d'équilibrer les forces de marché et les inégalités qui ont une influence sur les magazines et les journaux canadiens.

En 2008-2009, au moyen du FCM, le Secteur a versé 13,7 millions de dollars à 277 magazines canadiens, et il a appuyé 75 projets visant la création de contenu canadien, l'amélioration de l'efficacité et de la viabilité, ainsi que l'accroissement de la commercialisation et le développement professionnel. L'aide a été répartie en quatre volets : l'Aide au contenu rédactionnel (ACR), l'Aide aux magazines artistiques et littéraires (AMAL), l'Aide au développement de l'industrie (ADI) et l'Aide à l'expansion des maisons d'édition de magazines (AEMEM).

### Exemple de réussite : Feu vert aux magazines grand public

Le Secteur a parrainé huit des 32<sup>es</sup> Prix du magazine canadien qui soulignent l'excellence des magazines grand public canadiens qui ont été publiés en 2008. Plusieurs magazines ayant reçu l'appui du Secteur ont remporté des prix importants : *Toronto Life* a remporté le plus grand nombre de prix, et *The Walrus*, le plus grand nombre de prix d'or.

\* À compter du 1<sup>er</sup> avril 2010, le Fonds du Canada pour les périodiques remplace le Fonds du Canada pour les magazines et le Programme d'aide aux publications.



Financement total accordé par le FCM, par volet						
	2006-2007		2007-2008		2008-2009	
Volet	Bénéficiaires	Financement	Bénéficiaires	Financement	Bénéficiaires	Financement
ACR	197	9 938 884 \$	201	9 645 709 \$	196	9 468 964 \$
AMAL	60	1 000 000 \$	57	1 000 000 \$	56	1 000 000 \$
ADI	28*	2 263 686 \$	31*	1 998 634 \$	25*	1 802 714 \$
AEMEM	82*	2 299 538 \$	58*	1 876 734 \$	50*	1 384 880 \$
<b>Total</b>	<b>367</b>	<b>15 502 108 \$</b>	<b>347</b>	<b>14 521 077 \$</b>	<b>327</b>	<b>13 656 558 \$</b>

Les bénéficiaires du volet ACR du FCM ont enregistré des marges de profit plus élevées que celles de l'industrie dans son ensemble pendant deux des trois années pour lesquelles on dispose de données. Au cours des deux dernières années pour lesquelles les données sont disponibles, soit 2005 et 2007, la marge de profit des bénéficiaires de l'ACR a augmenté de 22,2 %, alors que les profits de l'industrie ont augmenté de 8,7 % seulement<sup>61</sup>.

Le FCM a aussi contribué à la création d'une diversité de contenus canadiens : les éditeurs ayant reçu l'appui du volet ACR en 2008-2009 ont produit environ 113 000 pages de contenu canadien dans 196 titres.

#### Exemple de réussite :

#### **Les Prix des Magazines du Québec récompensent la rédaction scientifique**

Depuis 1962, *Québec-Science* tient ses lecteurs au courant des découvertes récentes dans le domaine des sciences et de la technologie. Le magazine a reçu l'appui du Secteur des affaires culturelles au cours de l'année pour développer du contenu rédactionnel, et il a remporté le premier prix de rédaction dans la catégorie Reportage dans le cadre du *Concours des Grands Prix 2008 des Magazines du Québec* – les prix les plus importants du Québec pour l'excellence dans le domaine des magazines.

#### **Saviez-vous que...**

Près de trois quarts (72 %) des Canadiens conviennent que la lecture de magazines canadiens les aide à apprécier la culture canadienne<sup>62</sup>.

\* Dans le cas des volets ADI et AEMEM, le chiffre fait référence au nombre de projets financés.



## Bilan de l'année : Accès

### Partie 1 : Livres

Le Secteur des affaires culturelles aide l'industrie du livre à renforcer son infrastructure, à améliorer son utilisation de la technologie et à faire connaître les auteurs canadiens au Canada comme à l'étranger pour que les ouvrages canadiens soient à la portée de l'auditoire le plus vaste possible.

Les volets du PADIÉ, à savoir Initiatives collectives, Projet de la chaîne d'approvisionnement et Aide à la commercialisation internationale, sont les principaux instruments employés par le Secteur pour favoriser l'accès aux livres canadiens. Ensemble, ils fournissent près de 10 millions de dollars de soutien supplémentaire pour des projets collectifs et individuels de perfectionnement professionnel, de stages en édition, de planification opérationnelle et d'expansion des marchés d'exportation.

#### Exemple de réussite : *The Porcupine's Quill*

En 2008, Tim et Elke Inkster ont été nommés membres de l'Ordre du Canada « pour leur contribution unique au secteur de l'édition au Canada et pour la promotion de nouveaux auteurs, en tant que cofondateurs de Porcupine's Quill, une petite maison d'édition réputée pour la beauté et la qualité de ses livres ». Établie en 1974 et bénéficiaire de l'aide du Secteur des affaires culturelles, cette maison d'édition influente a contribué à lancer la carrière d'écrivains comme Jane Urquhart, Elizabeth Hay et Russell Smith.

## Une panoplie de mesures de soutien

Les activités du Secteur s'adressent à tous les segments de l'industrie du livre, allant de la gestion et de la production à la distribution et à la commercialisation. En ce qui concerne la chaîne d'approvisionnement, le financement du Secteur des affaires culturelles a permis à l'Association nationale des éditeurs de livres de mettre au point un nouveau système d'entrepôt et de distribution des versions numériques de livres publiés en français par des maisons d'édition canadiennes. Cette innovation entraîne une réduction des coûts pour les éditeurs participants, tout en permettant aux détaillants et aux autres parties intéressées d'accéder à une vaste collection de contenu en français à partir d'un seul répertoire.

## Intégration de la technologie

Depuis 2000, le PADIÉ a contribué au perfectionnement de la prochaine génération d'éditeurs professionnels en finançant des stages en édition auprès de maisons d'édition canadiennes. En 2008-2009, alors que les éditeurs poursuivaient leur adaptation à l'environnement numérique en évolution constante, le PADIÉ a accru son soutien aux stages axés sur les nouvelles technologies. Deux tiers des 42 stages financés par le PADIÉ au cours de cette période étaient axés sur le cybermarketing, le développement de contenu numérique et la gestion de droits électroniques.

### Exemple de réussite : *Brick Books*

En 2008-2009, le livre de Randall Maggs intitulé *Night Work: The Sawchuk Poems*, publié par la maison d'édition Brick Books, a obtenu un succès triomphal. Brick Books a mené une campagne de marketing novatrice visant à créer des liens entre le livre et son lectorat et comportant plusieurs volets, dont des entrevues avec l'auteur dans les principales stations de radio et de télévision et dans la presse écrite – ce qui arrive rarement pour un livre de poésie. En combinant ingénieusement les deux passe-temps préférés des Canadiens, à savoir le hockey et la lecture, *Night Work* a touché leur corde sensible et est devenu le troisième plus grand succès de librairie dans le domaine de la poésie en 2008, suivant les ouvrages de deux géants de la littérature, Leonard Cohen et Margaret Atwood.



*Un monde à lire.* Image utilisée avec le consentement de Communication-Jeunesse.

## Promotion de la diversité

Le Secteur des affaires culturelles appuie plusieurs initiatives visant à tenir compte de la diversité culturelle et linguistique du Canada dans ses livres. En 2008-2009, le Secteur a financé *Un monde à lire*, un projet spécial de Communication-Jeunesse – organisme voué à rendre les productions culturelles accessibles aux jeunes. *Un monde à lire* est une sélection thématique d'œuvres de la littérature québécoise et canadienne-française pour la jeunesse, à l'intention des jeunes issus de l'immigration récente âgés de cinq à onze ans. Le but est de les aider à apprendre le français. La liste présente 143 ouvrages littéraires regroupés autour de huit thèmes, dont les amis, l'école, les fêtes et les rites, et la langue française. Une fiche spéciale d'information présentant l'auteur et l'éditeur a été préparée pour chaque ouvrage.



En 2009, le Secteur a continué d'offrir un soutien au programme *First Nation Communities Read*, dont le but est d'aider les bibliothécaires municipaux des Premières nations de l'Ontario à susciter l'intérêt pour la littérature autochtone et pour les bibliothèques publiques des Premières nations. Les amis des bibliothèques publiques des Premières nations de l'Ontario ont rendu hommage au PADIÉ en 2009 pour l'appui soutenu qu'il accorde au Service des bibliothèques de l'Ontario-Sud qui administre le programme.

## Partie 2 : Périodiques

Grâce à ses politiques et à ses programmes de financement, le Secteur des affaires culturelles permet aux périodiques et aux journaux non quotidiens de créer des contenus canadiens, de gagner un lectorat diversifié et de s'adapter aux nouvelles technologies sur le marché.

Le Programme d'aide aux publications (PAP)\* est essentiel à l'accès aux contenus, aux subventions postales pour la livraison des magazines et des journaux non quotidiens, et à la possibilité de donner aux Canadiens accès à une diversité de périodiques canadiens. En 2008-2009, le PAP a fourni des subventions postales à 1130 bénéficiaires.

### Adaptation aux changements à Postes Canada

En 2009, Postes Canada a augmenté les tarifs postaux pour les publications qui parcourent une distance plus longue, entraînant une hausse des coûts pour les éditeurs qui distribuent des publications dans l'ensemble du Canada. Postes Canada a également cessé sa contribution annuelle de 15 millions de dollars pour la livraison de magazines et de journaux non quotidiens. Afin de minimiser l'incidence de ces changements sur l'industrie, le Plan d'action économique du gouvernement fédéral a annoncé un financement de deux ans à compter de 2009-2010 pour les magazines et les journaux communautaires canadiens.

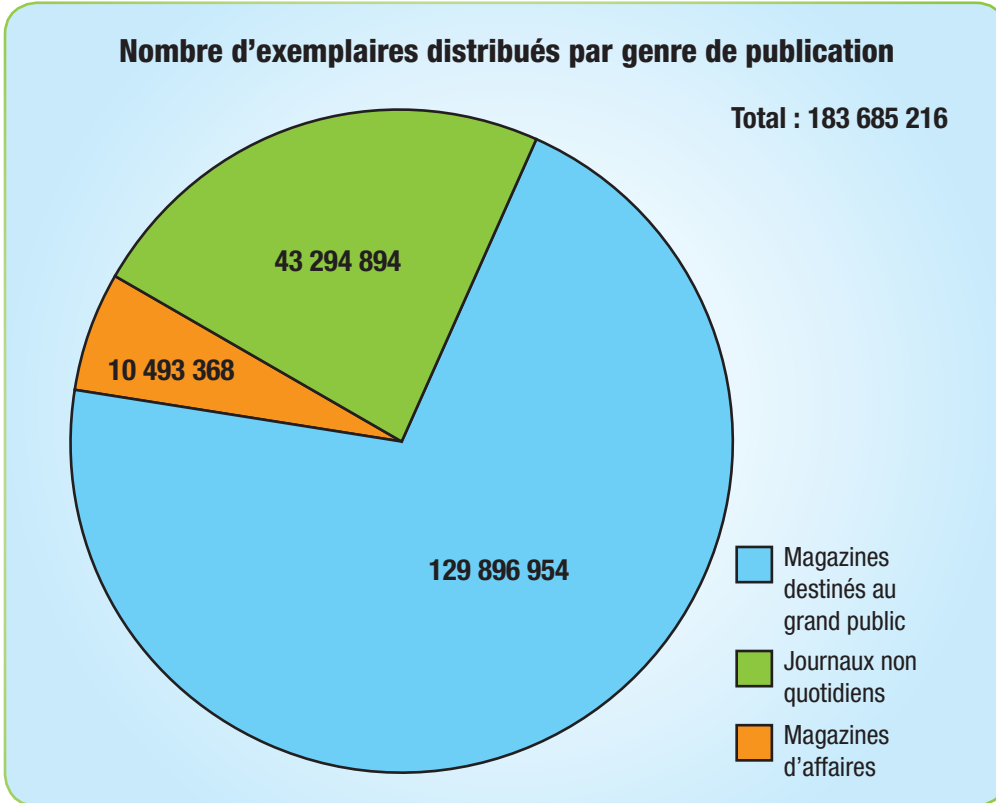
Rejoindre diverses collectivités avec des subventions postales	
Clientèle	Nombre d'exemplaires en 2008-2009
Grand public	177 141 165
Communautés de langue officielle en situation minoritaire	2 014 594
Autochtones	256 792
Communautés ethnoculturelles	4 272 665
<b>Total</b>	<b>183 685 216</b>

Financement total du PAP, 2006-2007 à 2008-2009						
	2006-2007		2007-2008		2008-2009	
	Bénéficiaires	Financement	Bénéficiaires	Financement	Bénéficiaires	Financement
Magazines grand public	603	44 438 431 \$	597	41 628 271 \$	584	42 811 238 \$
Journaux non quotidiens	479	15 719 226 \$	474	15 724 317 \$	460	14 845 677 \$
Magazines d'affaires	479	1 414 562 \$	82	1 628 019 \$	86	1 623 837 \$
<b>Total</b>	<b>1161</b>	<b>61 572 219 \$</b>	<b>1153</b>	<b>58 980 607 \$</b>	<b>1130</b>	<b>59 280 753 \$</b>

\* À compter du 1<sup>er</sup> avril 2010, le Fonds du Canada pour les périodiques remplace le Fonds du Canada pour les magazines et le Programme d'aide aux publications.

Au cours des trois dernières années, la tendance du financement du PAP reflète une industrie arrivée à maturité qui subit les pressions de concurrents en ligne et un ralentissement de l'économie. Le nombre total de publications ainsi que le financement total ont diminué légèrement au cours de cette période.

La baisse du nombre de publications pourrait indiquer que les fermetures devancent les lancements ou que certains titres sont passés de l'imprimé à la distribution en ligne. Le montant du financement du PAP d'une année à l'autre est déterminé par trois facteurs : les tarifs postaux, le poids des publications et le nombre total d'exemplaires distribués par la poste. La baisse du financement total au cours des trois dernières années, malgré les augmentations annuelles des tarifs postaux de Postes Canada, indique soit que les magazines et les journaux sont moins volumineux, soit qu'ils sont distribués moins souvent, ou les deux. Ces changements pourraient indiquer également une baisse des recettes publicitaires et de diffusion.



En général, comme le tirage et le poids des magazines destinés au grand public sont plus grands que ceux des journaux non quotidiens, les frais postaux sont plus élevés. Ces magazines ont représenté près de la moitié de tous les bénéficiaires du PAP en 2009; toutefois, ils ont reçu près de 75 % des subventions du programme.

### Lancement du Fonds du Canada pour les périodiques

En février 2009, le gouvernement du Canada a annoncé l'établissement du Fonds du Canada pour les périodiques qui remplacera le Fonds du Canada pour les magazines et le Programme d'aide aux publications à compter de 2010-2011. Prenant comme point de départ les deux programmes existants, ce nouveau fonds moderne et simplifié vise à appuyer l'industrie en accordant une aide financière aux magazines et aux journaux non quotidiens canadiens afin de leur permettre de continuer à produire et à distribuer des contenus canadiens malgré les désavantages systémiques du marché. Le nouveau fonds offrira également une plus grande latitude aux éditeurs afin de leur permettre de gérer



### Saviez-vous que...

Presque tous les Canadiens (89 %) conviennent de l'importance d'avoir accès à des magazines canadiens<sup>63</sup>.



Image utilisée avec le consentement de Musicworks et Urbanaia.

l'aide financière de manière stratégique et d'enrichir le contenu de leur site Internet. La majeure partie du financement sera octroyée en fonction des décisions d'achat des Canadiens.

**Saviez-vous que...**

Les Canadiens lisent ou parcourent environ quatre magazines imprimés par mois, dont 60 % sont canadiens<sup>64</sup>.

**Exemple de réussite :**

**Les prix KRW honorent les publications spécialisées**

Les prix Kenneth R. Wilson soulignent l'excellence des publications d'affaires (commerce interentreprises) canadiennes. Elles sont moins connues du public canadien, mais appréciées des professionnels et des gens d'affaires qui y trouvent les dernières nouvelles et les innovations dans leur industrie. En 2008, plusieurs publications appuyées par le Secteur des affaires culturelles ont remporté des prix récompensant, par exemple, le meilleur éditorial, le meilleur article professionnel et le meilleur article technique.





CRÉATION°ACCÈS

# Le paysage artistique

*Les organismes artistiques et culturels nouent des liens directs entre les artistes et les auditoires. De nos jours, on a recours à de nouveaux outils pour gagner et mobiliser les Canadiens; toutefois, l'essence de l'expérience des arts demeure inchangée – un dialogue enrichissant avec les nombreux créateurs canadiens énormément talentueux et débordants d'imagination dans toutes les régions du pays.*



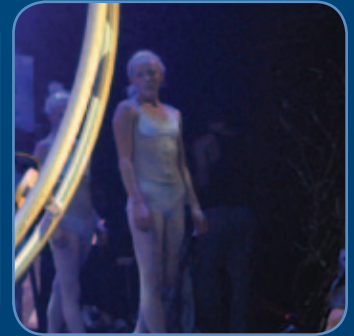


Image utilisée avec le consentement de **L'École nationale de cirque**.

## Perspective : Arts

La gamme de l'offre artistique et culturelle au Canada n'a jamais été aussi grande. On y trouve tous son compte parmi les concerts, les festivals et les visites de studios, ou les chansons, les tableaux et les sculptures qui enrichissent la vie des Canadiens et qui contribuent à la richesse culturelle du pays et à sa prospérité économique. Selon les chiffres disponibles les plus récents, les artistes ont contribué à des retombées économiques de plus de 2,5 milliards de dollars à inclure dans le produit intérieur brut du Canada en 2003<sup>65</sup>. De 1991 à 2006, le nombre d'artistes canadiens s'est accru à un taux plus élevé (38 %) que celui de l'ensemble de la main-d'œuvre (22 %) au Canada<sup>66</sup>.

Comme prévu, le ralentissement économique de 2008-2009 a influé sur la participation des Canadiens à des manifestations artistiques. Non seulement les ventes de billets enregistrées par de nombreux organismes artistiques ont chuté<sup>67</sup>, mais le nombre de dons, de commandites et d'investissements a diminué. Certaines compagnies ont réduit le nombre et la durée de leurs productions ou licencié des employés par la suite<sup>68</sup>.

Or, au cours des dix années pour lesquelles des données sont disponibles (de 1996-1997 à 2006-2007), le secteur des arts gagne un auditoire de plus en plus élargi et reçoit une aide financière accrue, en particulier du secteur privé<sup>69</sup>.

### Un plan d'action économique pour les arts

En 2009, le Plan d'action économique du Canada prévoyait :

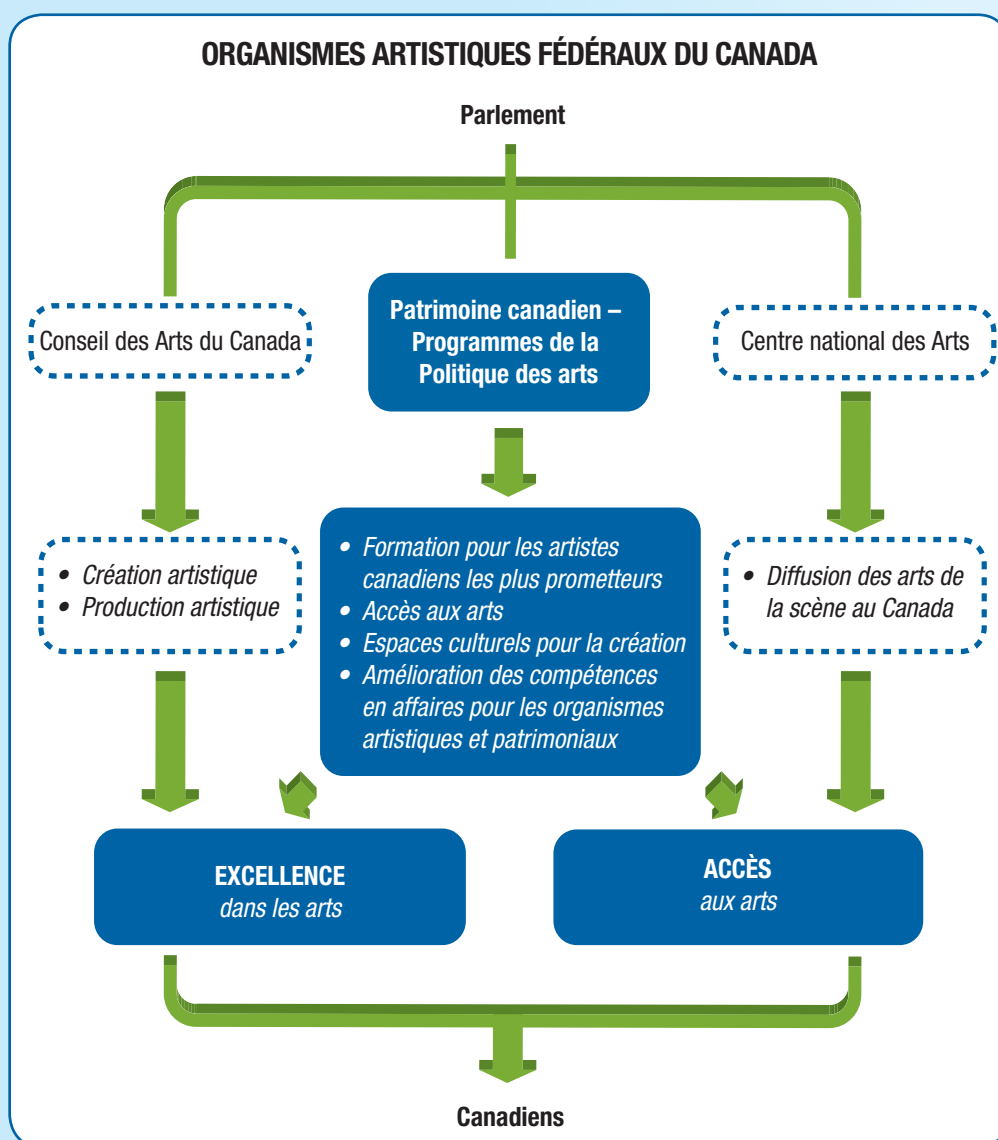
- un financement de 60 millions de dollars sur deux ans pour appuyer des projets de développement d'infrastructures culturelles par l'intermédiaire du programme Espaces culturels Canada;
- une augmentation du budget annuel du Programme national de formation dans le secteur des arts, qui passe de 17,1 millions de dollars à 24,1 millions, afin de bonifier l'aide à l'exploitation à l'intention des établissements de formation et d'accroître leur stabilité et leur compétitivité à long terme.



Image utilisée avec le consentement de l'École nationale de Ballet du Canada.  
Photo: Cylla Von Tiedemann.

## Le rôle du Secteur des affaires culturelles

Les objectifs du Secteur des affaires culturelles sont harmonisés avec les objectifs globaux du gouvernement fédéral, qui visent à favoriser l'excellence et la diversité dans la créativité et à rapprocher la population des arts. Ces objectifs sont poursuivis avec le concours d'autres organismes fédéraux comme le Conseil des Arts du Canada, qui soutient directement les artistes et les organismes artistiques canadiens, et le Centre national des Arts. Le ministère du Patrimoine canadien contribue donc à créer un climat favorable à l'essor de l'excellence artistique grâce, par exemple, au financement destiné aux infrastructures, aux festivals et événements artistiques, ou encore à l'amélioration de la gouvernance et des compétences en administration des organismes artistiques. Grâce à ces programmes ministériels, les Canadiens peuvent entendre, voir, regarder et connaître des artistes canadiens et des manifestations culturelles remarquables dans leurs collectivités.



En 2007-2008, le Secteur des affaires culturelles a continué à aider les auditoires au Canada et dans le monde entier à prendre part à une vaste gamme de



*Image utilisée avec le consentement de Alianait Arts Festival.*

manifestations artistiques en appuyant la formation des artistes les plus prometteurs, en améliorant l'infrastructure culturelle ainsi que les présentations artistiques professionnelles dans toutes les régions du pays, en renforçant la capacité organisationnelle, administrative et financière des organismes artistiques et patrimoniaux, et en favorisant le soutien communautaire aux arts et à la culture dans l'ensemble du pays.

Le Secteur administre quatre programmes clés de financement des arts et de la culture qui ont investi ensemble en 2008-2009 plus de 101 millions de dollars dans des organismes artistiques et patrimoniaux à but non lucratif, à savoir :

- le Programme national de formation dans le secteur des arts (PNFSA), qui appuie la formation des artistes canadiens les plus prometteurs;
- Présentation des arts Canada (PAC), qui appuie des organismes qui offrent des festivals et des saisons de spectacles professionnels;
- Espaces culturels Canada (ECC), qui appuie l'amélioration, la rénovation et la construction d'installations vouées aux arts et au patrimoine, ainsi que l'achat d'équipement spécialisé et la réalisation d'études de faisabilité pour des présentations, des expositions et des créations artistiques;
- le Programme de consolidation des arts et du patrimoine canadiens (PCAPC), qui aide les organismes artistiques et patrimoniaux à diversifier leurs sources de revenus tout en renforçant leur capacité organisationnelle et leurs compétences en affaires. Le PCAPC comporte de nombreux volets, dont Incitatifs aux fonds de dotation, Développement des compétences, Capitales culturelles du Canada et Projets de réseautage, qui contribuent à aider les organismes à s'enraciner et à obtenir une reconnaissance accrue dans leurs collectivités.



Investissement dans les arts, 2008-2009*	
Programme national de formation dans le secteur des arts	18,4 M\$
Présentation des arts Canada	29,9 M\$
Espaces culturels Canada	29,1 M\$
Programme de consolidation des arts et du patrimoine canadiens	24,3 M\$
<b>Total</b>	<b>101,7 M\$</b>

On a annoncé des changements aux noms de ces programmes en juin 2009 lors du processus de renouvellement. Dans l'ensemble, les objectifs de programme sont demeurés inchangés. Comme le présent rapport est axé sur les activités de programme réalisées en 2008-2009, les noms originaux ont été employés<sup>i</sup>.

Investissement dans les arts par province et territoire, 2008-2009**			
Province/Territoire	Montant investi	Pourcentage du total des fonds investis par le Secteur	Nombre de projets
C.-B.	14 851 594 \$	14,6 %	153
Alb.	8 045 327 \$	7,9 %	71
Sask.	3 103 042 \$	3,1 %	27
Man.	6 135 467 \$	6,0 %	48
Ont.	31 566 866 \$	31,0 %	281
Qc	32 019 033 \$	31,5 %	272
N.-B.	1 931 409 \$	1,9 %	35
N.-É.	1 353 516 \$	1,3 %	29
Î.-P.-É.	1 017 131 \$	1,0 %	19
T.N.L.	724 643 \$	0,7 %	20
Yn	373 700 \$	0,4 %	11
T.N.O.	328 512 \$	0,3 %	9
Nun.	257 096 \$	0,3 %	2
<b>Total</b>	<b>101 707 337 \$</b>	<b>100,0 %</b>	<b>977</b>

\* Ces investissements représentent les dépenses de programme engagées.

\*\* Le montant des sommes investies et le pourcentage des investissements par province et territoire peuvent fluctuer d'une année à l'autre. Ces variations sont attribuables à d'importants projets de financement pluriannuel d'infrastructures approuvés par Espaces culturels Canada.

<sup>i</sup> Changements de nom en vigueur le 26 juin 2009 :

Titre original	Nouveau titre
Programme national de formation dans le secteur des arts	Fonds du Canada pour la formation dans le secteur des arts
Présentation des arts Canada	Fonds du Canada pour la présentation des arts
Espaces culturels Canada	Fonds du Canada pour les espaces culturels
Programme de consolidation des arts et du patrimoine canadiens	Fonds du Canada pour l'investissement en culture

### Points saillants : 2008-2009

- **3500** artistes œuvrant dans des disciplines, telles que la danse, le théâtre, la musique et le cirque, ont bénéficié du soutien du Programme national de formation dans le secteur des arts.
- **97** projets d'amélioration aux infrastructures culturelles dans **56** collectivités ont reçu l'appui du programme Espaces culturels Canada.
- **599** organismes dans **237** collectivités de l'ensemble du pays ont reçu un financement pour des festivals, des saisons de spectacles artistiques et d'autres événements au Canada par l'intermédiaire de Présentation des arts Canada.
- **156** projets pour développer des compétences en affaires ont été réalisés grâce à des fonds du Programme de consolidation des arts et du patrimoine canadiens.
- **36,1 millions** de dollars ont été investis dans des fonds de dotation aux organismes artistiques, dont **21,2 millions** de dollars du secteur privé et **14,9 millions** de dollars de Patrimoine canadien.
- **4,25 millions** de dollars ont été alloués à cinq collectivités désignées Capitales culturelles du Canada.

### Exemple de réussite :

#### *Favoriser la diversité des créateurs et améliorer l'accès*

Depuis 2005, l'*Alianait Arts Festival* à Iqaluit constitue une vitrine d'été de 12 jours pour les artistes traditionnels et contemporains du Nunavut et des autres régions du Canada, ainsi que d'autres nations polaires. Organisé par l'*Alianait Entertainment Group*, le festival est financé par le Secteur des affaires culturelles depuis 2006. Conformément à l'approche d'intégration d'*Alianait*, le programme du festival est imprimé en inuktitut, en français et en anglais, et des concerts thématiques spéciaux sont prévus lors de la Journée nationale des Autochtones, le jour de la Saint-Jean-Baptiste, la Journée canadienne du multiculturalisme et le jour de la Fête du Canada. Pour 2008 – l'Année polaire internationale – le festival a élargi l'éventail des artistes qui participent à ses activités et a amélioré l'accès à leurs œuvres. *Alianait* s'est associé à *Igloodik Isuma Productions* pour diffuser le festival en direct sur *Isuma.tv* et archiver le contenu en ligne. Cette innovation élargit considérablement la portée du festival, permettant aux habitants du Nord, à d'autres Canadiens et à des auditoires du monde entier d'accéder à ses programmes uniques.



### Saviez-vous que...

L'exercice 2008-2009 marque l'entrée en jeu du fonds de 30 millions de dollars par année « à l'appui de festivals locaux des arts et du patrimoine qui incitent les Canadiens à s'engager dans leur collectivité par l'expression, la célébration et la préservation de la culture locale ». Sept millions de dollars ont été affectés à Présentation des arts Canada pour appuyer des festivals artistiques professionnels qui poursuivent résolument une démarche d'engagement communautaire. Grâce à cet appui, des festivals artistiques dans l'ensemble du pays entreprennent des initiatives visant des segments particuliers de la population (les jeunes, les personnes ayant un handicap, les personnes âgées, etc.), ainsi que des activités de rayonnement dans des écoles, des centres communautaires ou d'autres lieux où des artistes professionnels peuvent s'engager envers les collectivités.



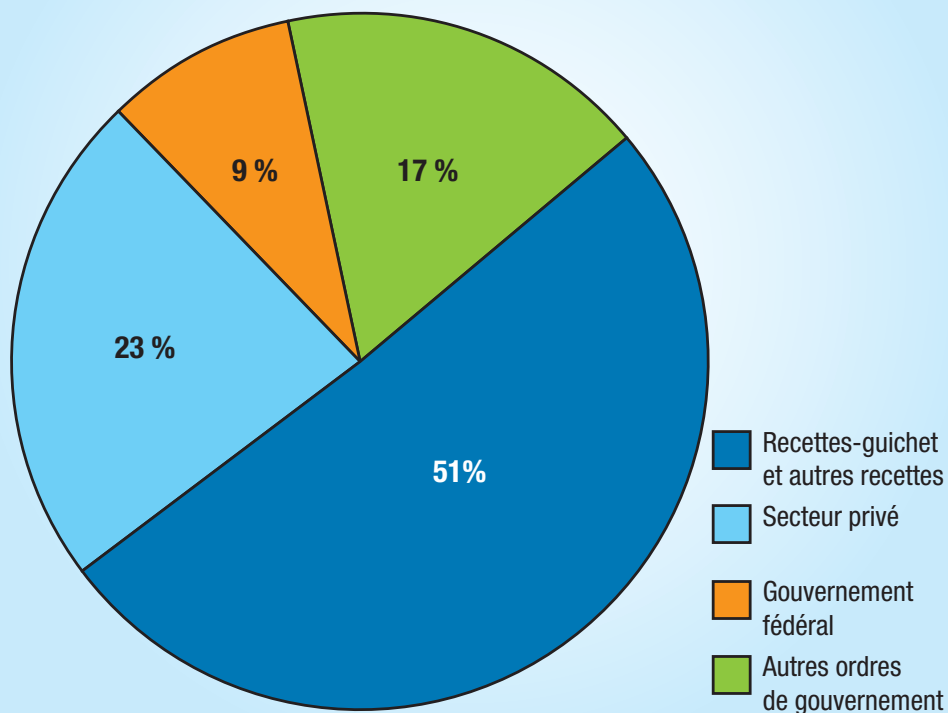
Image utilisée avec le consentement de L'École nationale de cirque.

## Bilan de l'année : Création

Le Secteur des affaires culturelles se joint aux partenaires des secteurs public et privé pour améliorer la situation financière des organismes artistiques et patrimoniaux à but non lucratif. Ses contributions ne sont pas nécessairement versées directement pour la création d'œuvres; toutefois, elles contribuent à assurer la stabilité, à renforcer la capacité et à développer l'infrastructure nécessaire à la création.

### Financement d'un organisme artistique canadien à but non lucratif typique (2006)<sup>70</sup>

Les organismes artistiques au Canada ne reçoivent qu'une partie de leur financement du gouvernement fédéral. D'autres ordres de gouvernement, des donateurs privés, ainsi que les auditoires, en fournissent la majeure partie.

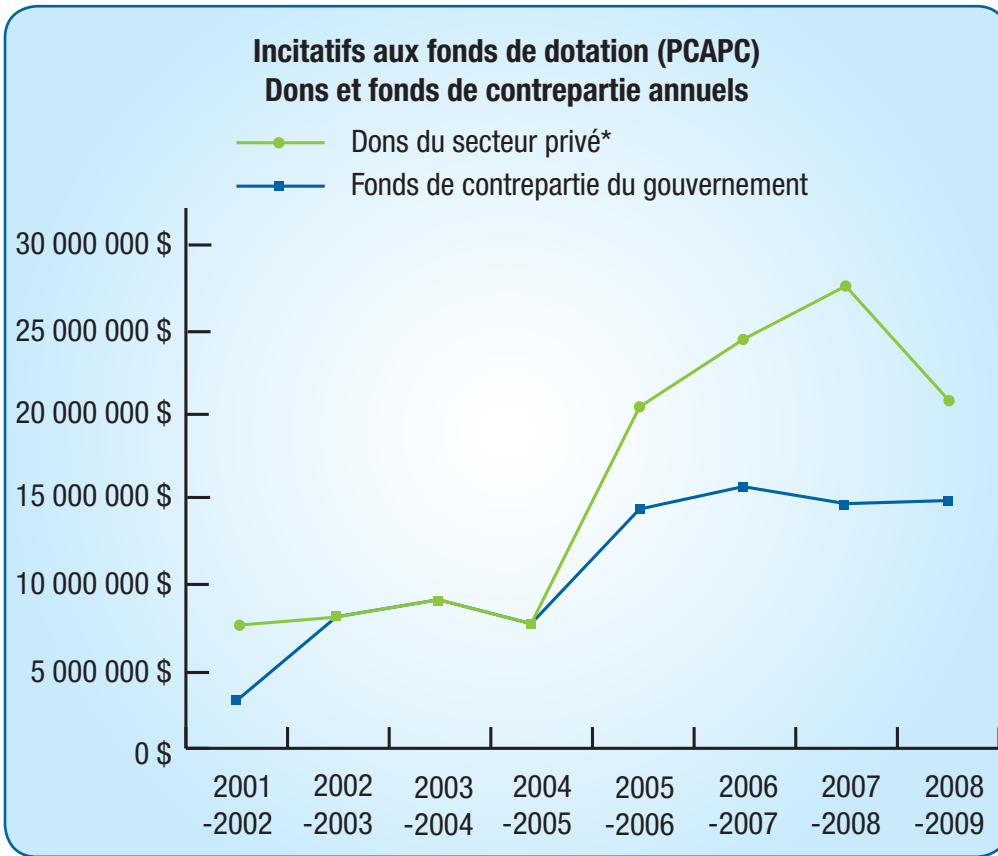


### Mettre à contribution les investissements publics

Un organisme artistique typique ne reçoit qu'une infime partie de ses fonds du gouvernement du Canada; toutefois, ce financement contribue à attirer des investissements d'autres partenaires comme le secteur privé. En 2008-2009, pour la quatrième année consécutive, les contributions de secteur privé aux fonds de dotation ont dépassé le budget total du volet Incitatifs aux fonds de dotation du Programme de consolidation des arts et du patrimoine canadiens (PCAPC). Pour sa part, le gouvernement a versé 0,72 \$ pour chaque dollar provenant d'autres sources. Depuis la création du programme en 2001-2002, la contribution du gouvernement qui s'élève à 88,6 millions de dollars a mobilisé 128 millions de dollars en dons du secteur privé portant l'investissement total à 216,6 millions de dollars.

Les organismes artistiques peuvent utiliser les subventions de ce programme comme un levier pour inviter les donateurs du secteur privé à contribuer à leurs fonds de dotation en leur expliquant que le gouvernement fédéral versera un financement de contrepartie. À leur tour, ces fonds de dotation assurent une source de financement stable à long terme pour les organismes visés, garantissant ainsi la poursuite de leurs activités dans les collectivités canadiennes.

Les fonds amassés en 2008-2009 ont été versés à 80 organismes artistiques. Ceci représente une baisse de 18 % du nombre de demandes et une diminution de 25 % du montant des dons comparativement à 2007-2008, en raison vraisemblablement de la conjoncture économique. Toutefois, le nombre de demandes ayant été moindre, les fonds de contrepartie versés à chacun des bénéficiaires ont augmenté.



### Renforcement de la capacité organisationnelle

L'amélioration des compétences en affaires, entre autres en planification et en gouvernance des affaires, est essentielle à la santé à long terme des organismes artistiques canadiens. En 2008-2009, le Secteur des affaires culturelles a octroyé plus de cinq millions de dollars pour des projets visant le renforcement des capacités d'organismes artistiques (104 projets) et patrimoniaux (52 projets). Parmi ceux-ci, mentionnons l'élaboration de plans d'affaires, de plans stratégiques et de plans de ressources humaines, l'adoption de nouveaux systèmes financiers et de billetterie, la formation d'employés et l'élaboration de stratégies d'élargissement des auditoires. Cet investissement porte le total des investissements du Secteur dans le renforcement des capacités, depuis la création du programme en 2002-

\* Pour les demandes admissibles seulement.





*Image utilisée avec le consentement de l'École nationale de Ballet du Canada.  
Photo: Cylla Von Tiedemann.*

2003, à près de 42 millions de dollars pour 1200 initiatives qui contribuent à améliorer les compétences en affaires d'organismes artistiques – pour qu'ils soient en mesure de s'adapter, de changer, de s'agrandir et de réussir dans leurs collectivités, et de continuer à proposer une offre culturelle intéressante et attrayante aux Canadiens.

Le PCAPC a également entrepris une évaluation sommative en 2008-2009. Les résultats ont confirmé la nécessité d'un programme comme le PCAPC pour aider les organismes à améliorer leur efficacité et à déterminer les sources de financement nécessaires pour faire face aux nouveaux défis. Le développement de la « santé organisationnelle » de ces organismes requiert des efforts supplémentaires et une attention soutenue.

### **Exemple de réussite : École nationale de théâtre du Canada**

À l'approche de son 50<sup>e</sup> anniversaire, l'École nationale de théâtre du Canada, située à Montréal, demeure l'un des rares établissements dans le monde qui réunit tous les arts de la scène sous un même toit. Grâce à un financement stable et pluriannuel du Programme national de formation dans le secteur des arts, 160 étudiants francophones et anglophones y poursuivent une formation dans des domaines comme l'interprétation, l'écriture dramatique et la production.

### **Formation des artistes de demain**

Le Programme national de formation dans le secteur des arts (PNFSA) appuie la formation des artistes canadiens les plus prometteurs. En 2008-2009, 37 organismes ont reçu 18,4 millions de dollars, permettant à quelque 5000 artistes de participer à des activités de formation professionnelle dans leur discipline. Les résultats d'un sondage mené auprès des employeurs dans le secteur des arts par le PNFSA en 2009 indiquent que la majorité d'entre eux ont une opinion favorable des diplômés des établissements de formation financés par le PNFSA et considèrent qu'ils sont mieux préparés pour entreprendre une carrière professionnelle dans le secteur des arts<sup>71</sup>. Les établissements financés par le PNFSA étaient classés invariablement parmi les meilleurs en raison de l'expertise technique des diplômés dans leur domaine de discipline, de leur professionnalisme et de leur état de préparation à la carrière, ainsi que de leurs qualifications artistiques (le degré de satisfaction générale à l'égard des diplômés des établissements



Avant

**Maison du Festival Rio Tinto Alcan.** Image utilisée avec le consentement du Festival International de Jazz de Montréal. Photo: Victor Diaz-Lamich.

financés par le PNFSA était de 87 % en comparaison de 76 % pour les autres établissements de formation artistique). Le programme fait en sorte que les Canadiens et les auditoires dans d'autres pays aient accès à des réalisations artistiques de qualité par des artistes canadiens formés au Canada. Une évaluation de 2007 montre que les diplômés des établissements financés par le PNFSA ont plus de chances de gagner leur vie uniquement en pratiquant leur art dans les trois années suivant la fin de leurs études, en comparaison de leurs pairs provenant d'établissements non financés qui sont plus susceptibles de chercher un emploi dans un secteur qui n'est pas lié à leur discipline. L'évaluation montre également que le PNFSA a des répercussions considérables inestimables sur l'accès dont bénéficie la population canadienne à des produits artistiques et culturels de qualité.

### Exemple de réussite :

#### **Susciter l'intérêt des jeunes autochtones pour le jazz**

Avec le soutien de Présentation des arts Canada, la *Coastal Jazz and Blues Society* organise tous les ans le *Vancouver International Jazz Festival*. Un tiers du financement totalisant 300 000 \$ pour 2008-2009 était destiné à mobiliser la collectivité. Dans le cadre de cette initiative, la *Society* a élargi son programme de résidence intensif de *High School Jazz*, dont les ateliers à l'intention des jeunes Autochtones qui ont lieu partout dans le nord et le centre de la Colombie-Britannique et qui donnent aux élèves l'occasion de travailler avec des musiciens de jazz professionnels.



**Maison du Festival Rio Tinto**  
**Alcan.** Image utilisée avec  
 le consentement du Festival  
 International de Jazz de Montréal.  
 Photo: Victor Diaz-Lamich.

## Bilan de l'année : Accès

Les arts et la culture jouent un rôle important à l'échelle de la collectivité. Un grand nombre de municipalités le reconnaissent et intègrent les arts et la culture dans leurs plans. Le programme Capitales culturelles du Canada (CCC) aide les collectivités à soutenir des activités culturelles locales et à faire en sorte que les citoyens aient accès aux arts. Le processus même visant à demander la désignation comme Capitale culturelle du Canada contribue souvent à renforcer les partenariats communautaires, en particulier entre les administrations municipales et les organismes artistiques et patrimoniaux<sup>72</sup>.

En 2008-2009, cinq collectivités ont été désignées Capitales culturelles du Canada. Les contributions totales approuvées se sont élevées à 4,25 millions de dollars. Les municipalités désignées ont fait preuve d'un engagement soutenu envers les arts et la culture – elles ont intégré la culture dans leur planification municipale et resserré les liens entre les administrations municipales et les organismes artistiques et patrimoniaux. Depuis la création du programme en 2002-2003, 140 demandes admissibles ont été présentées et 34 municipalités ont été désignées Capitales culturelles du Canada et ont reçu un total de 21 millions de dollars.

Capitales culturelles du Canada, 2009			
Municipalité	Province	Catégorie (taille de la population)	Contribution maximale
Trois-Rivières	Qc	125 000 +	2 millions \$
Coquitlam	C.-B.	50 000 – 125 000	750 000 \$
Caraquet	N.-B.	< 50 000	500 000 \$
Fredericton	N.-B.	< 50 000	500 000 \$
Whistler	C.-B.	< 50 000	500 000 \$



Une évaluation sommative a été effectuée en 2008-2009 pour déterminer la pertinence et l'incidence du programme CCC. Elle a confirmé l'incidence positive que les désignations de CCC ont eue sur les collectivités, dont l'effet rassembleur sur bon nombre d'intervenants qui n'avaient jamais participé auparavant à une initiative collective. Elle a également confirmé que le programme avait influé positivement sur l'intégration de la culture dans la planification municipale ainsi que sur le resserrement des liens entre les organismes municipaux locaux et les organismes voués aux arts et au patrimoine.

Par ailleurs en 2008-2009, également à l'échelon municipal, le Secteur a continué d'offrir un soutien à deux réseaux nationaux, à savoir le Réseau des villes créatives du Canada et Les Arts et la Ville. Avec un financement totalisant 258 819 \$, ces réseaux ont appuyé plus de 500 municipalités membres en leur fournissant l'aide et les ressources nécessaires pour accroître leur participation et leur investissement dans le développement culturel.

### Rapprocher les artistes de la population

Présentation des arts Canada (PAC) finance des festivals et des diffuseurs de saisons de spectacles professionnels. En 2008-2009, PAC a appuyé 599 organismes voués aux arts dans près de 237 municipalités. Ces chiffres indiquent que le nombre de bénéficiaires a triplé depuis le lancement en 2001-2002 de ce programme qui vise à améliorer l'accès à des œuvres culturelles. PAC permet aux festivals et aux diffuseurs de saisons de spectacles d'offrir des programmes variés et de favoriser les échanges entre les artistes et la population.

Un sondage de 2008 auprès des auditoires de spectacles musicaux financés par PAC indique une augmentation du nombre de spectacles mettant en vedette de nouveaux styles musicaux des artistes issus de divers milieux géographiques et culturels, et de jeunes ou nouveaux musiciens. Une plus grande variété de programmation et une augmentation de la participation à des activités de rayonnement constituent également des facteurs susceptibles d'inciter les participants à y revenir dans les années à venir. L'évaluation sommative de 2008 a également constaté que les organismes et les événements financés par PAC, en plus de contribuer à favoriser la diversité des expériences artistiques offertes aux Canadiens, ont engendré des retombées économiques locales, favorisé des partenariats novateurs et contribué à améliorer la qualité de vie par la revitalisation des collectivités.

*Image utilisée avec le consentement de Alianait Arts Festival.*

*« Grâce aux festivals appuyés par Présentation des arts Canada, les artistes et des auditoires se sont rapprochés, contribuant ainsi à estomper les différences régionales qui nous divisaient par le passé. »*

**Franco Boni,**  
*Theatre Centre, Toronto (Ontario)*



### Lieux pour la présentation de spectacles et d'expositions

Espaces culturels Canada (ECC) finance l'infrastructure physique que requièrent les organismes artistiques et patrimoniaux professionnels pour permettre aux Canadiens de faire l'expérience de leurs créations. Parmi les installations financées, mentionnons les studios, les scènes, les musées et les archives. L'achat d'équipement spécialisé comme un système d'éclairage numérique ou une piste de danse transportable est également financé. En 2008-2009, le programme ECC a contribué à 97 projets d'amélioration des infrastructures totalisant plus de 29 millions de dollars. Ces projets contribuent à l'amélioration de l'infrastructure artistique et culturelle, favorisant la créativité, l'accès et l'innovation artistique.

Une évaluation sommative du programme, achevée en 2008, a constaté que les projets financés par ECC ont contribué directement à l'amélioration de la qualité ou des normes de l'infrastructure artistique et patrimoniale des organismes participants, tout en augmentant leur efficacité.

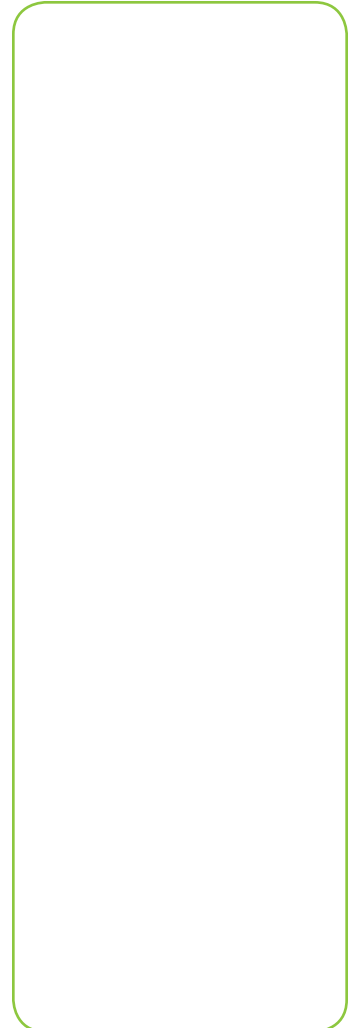
#### Exemple de réussite :

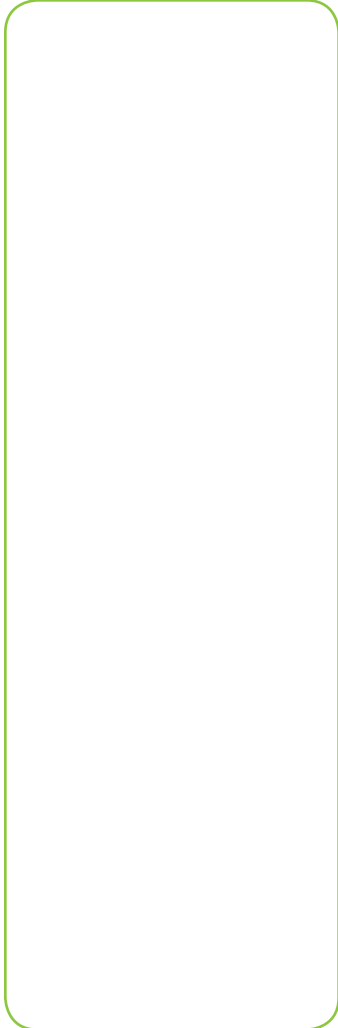
#### ***Un nouveau lieu de création pour les artistes de la scène autochtones***

À Manitowaning en Ontario, le Reynolds-Mastin Complex a été transformé pour devenir le *De-ba-jeh-mu-jig Creation Centre* avec l'aide d'Espaces culturels Canada. Achevé en 2008-2009, le centre comporte des installations de formation de pointe à l'intention des artistes de spectacle autochtones de l'ensemble du pays.

# Sources

- 1 International Federation of the Phonographic Industry (IFPI), *Recording Industry in Numbers 2009*.
- 2 Analyse des données de vente de l'Observatoire de la culture et des communications du Québec et de BookNet Canada.
- 3 Ministère du Patrimoine canadien, Base de données de l'Aide au contenu rédactionnel; Statistique Canada, *Enquête annuelle sur les éditeurs de périodiques, 2007*. No de catalogue 87F0005X, publié en juin 2009.
- 4 Le Conference Board of Canada, *Valoriser notre culture : mesurer et comprendre l'économie créative du Canada, 2008*.
- 5 Statistique Canada, *Enquête sur la population active, 2009*.
- 6 Statistique Canada, 2004.
- 7 Association canadienne de production de films et de télévision, Association des producteurs de films et de télévision du Québec et ministère du Patrimoine canadien, *Profile 2009 : Rapport économique sur la production cinématographique et télévisuelle au Canada*.
- 8 Solutions Research Group Consultants Inc. « Online TV on the Rise », 10 février 2009. <http://www.srgnet.com/canada/>
- 9 Groupe Nordicité Ltée, *Statistical Indicators of Film and Television Production in Canada, 2008-2009*, février 2010, et Association canadienne de production de films et de télévision, Association des producteurs de films et de télévision du Québec et ministère du Patrimoine canadien, *Profile 2009 : Rapport économique sur la production cinématographique et télévisuelle au Canada*.
- 10 Groupe Nordicité Ltée, *Statistical Indicators of Film and Television Production in Canada, 2008-2009*, février 2010.
- 11 Ibid.
- 12 Nordicité, *CIAIC 2008 Canadian Interactive Industry Profile*.
- 13 Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, *Rapport de surveillance des communications 2009*.
- 14 Ibid.
- 15 Ibid.
- 16 Ibid.
- 17 Fonds canadien de télévision, *Rapport annuel 2008-2009*.
- 18 Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, *Rapport de surveillance des communications 2009*.
- 19 Fonds canadien de télévision, *Rapport annuel 2008-2009*.
- 20 Ibid.
- 21 <http://www.norden.ee/en/info/news/144.html>
- 22 Fonds canadien de télévision, *Rapport annuel 2008-2009*.
- 23 Ibid.
- 24 Statistique Canada, *Commerce de biens de la culture : tableaux de données 2008* et *Commerce de services de la culture : tableaux de données 1997 à 2006*.
- 25 Ministère des Finances. « Dépenses fiscales et évaluations 2008 ». Tableau 2 : Dépenses fiscales liées à l'impôt sur le revenu des sociétés. [http://www.fin.gc.ca/taxexp-depfisc/2008/taxexp08\\_3-fra.asp](http://www.fin.gc.ca/taxexp-depfisc/2008/taxexp08_3-fra.asp).
- 26 Téléfilm Canada
- 27 Fonds canadien de télévision, *Rapport annuel 2008-2009*.
- 28 Groupe Nordicité Ltée, *Statistical Indicators of Film and Television Production in Canada, 2008-2009*, février 2010.
- 29 Fédération des associations de propriétaires de cinémas du Canada.
- 30 TVB, « Internet User Media Habits », 2008.
- 31 Fonds canadien de télévision, *Rapport annuel 2008-2009*.
- 32 Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, *Rapport de surveillance des communications 2009*.





- <sup>33</sup> International Federation of the Phonographic Industry (IFPI), *Recording Industry in Numbers 2009*.
- <sup>34</sup> Ibid.
- <sup>35</sup> Ibid.
- <sup>36</sup> Centre de recherche Décima, *Attitudes et comportements à l'égard de la musique canadienne 2008*.
- <sup>37</sup> International Federation of the Phonographic Industry (IFPI), *Recording Industry in Numbers 2009*.
- <sup>38</sup> Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, *Rapport de surveillance des communications 2009*.
- <sup>39</sup> Statistique Canada, Enregistrement sonore et édition de musique 2007, Tableau 12 Profil de l'industrie de l'enregistrement sonore et la production et la distribution d'enregistrements sonores de manière intégrée par contrôle de pays, Canada, 2005 et 2007, no de catalogue 87F0008X.
- <sup>40</sup> Ibid.
- <sup>41</sup> Ibid.
- <sup>42</sup> Statistique Canada, Enregistrement sonore et édition de musique 2007, Tableau 12 Profil de l'industrie de l'enregistrement sonore et la production et la distribution d'enregistrements sonores de manière intégrée par contrôle de pays, Canada, 2005 et 2007, no de catalogue 87F0008X.
- <sup>43</sup> Centre de recherche Décima, *Attitudes et comportements à l'égard de la musique canadienne 2008*.
- <sup>44</sup> Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, *Rapport de surveillance des communications 2009*.
- <sup>45</sup> SOCAN
- <sup>46</sup> Analyse par le ministère du Patrimoine canadien des données du Palmarès des 2000 albums les plus vendus de 2008 de Nielsen SoundScan.
- <sup>47</sup> Centre de recherche Décima, *Attitudes et comportements à l'égard de la musique canadienne 2008*.
- <sup>48</sup> Observatoire de la culture et des communications du Québec.
- <sup>49</sup> Données sur les ventes de BookNet Canada.
- <sup>50</sup> Decima Research, *Étude 2008 sur le lectorat des livres canadiens*. Préparée pour Patrimoine canadien. Mai 2008.
- <sup>51</sup> Association canadienne des journaux, « Tirage total payé ». <http://www.cna-acj.ca/fr/aboutnewspapers/tirage>, consulté le 15 septembre 2009.
- <sup>52</sup> Audit Bureau of Circulations, FAS-FAX Report – 31 décembre 2008 : Chicago: Audit Bureau of Circulations, 2009. Fait noté également dans le bulletin de nouvelles d'ABC, mars 2009. [http://www.accessabc.com/newsbulletin/askabc\\_0309.htm](http://www.accessabc.com/newsbulletin/askabc_0309.htm)
- <sup>53</sup> Bureau de la publicité interactive du Canada, 2008 Actual + 2009 Estimated Canadian Online Advertising Revenue Survey, 2008, [http://www.iabcanada.com/reports/IABCanada\\_2008Act2009Budg\\_CdnOnlineAdRev\\_FINAL.pdf](http://www.iabcanada.com/reports/IABCanada_2008Act2009Budg_CdnOnlineAdRev_FINAL.pdf), consulté le 10 septembre 2009.
- <sup>54</sup> Données compilées par le ministère du Patrimoine canadien.
- <sup>55</sup> Masthead Online, « Mid-year tally: Closures outnumber launches by almost three-to-one », 7 juillet 2009, <http://www.mastheadonline.com/news/2009/20090706711.shtml>, consulté le 18 septembre 2009.
- <sup>56</sup> Mobile Marketer, « Canada's largest magazine publisher uses push for mobile », 18 août 2008, <http://www.mobilemarketer.com/cms/news/media/1548.print>, consulté le 10 septembre 2009.
- <sup>57</sup> Fortune, « Hearst to launch a wireless e-reader », 27 février 2009. [http://money.cnn.com/2009/02/27/technology/copeland\\_hearst.fortune/index.htm](http://money.cnn.com/2009/02/27/technology/copeland_hearst.fortune/index.htm)
- <sup>58</sup> The Future of Publishing, « The Future of Newspapers », 24 septembre 2008, <http://www.thefutureofpublishing.com/industries/newspapers.html>, consulté le 10 septembre 2009.
- <sup>59</sup> Hill Strategies, *A Statistical Profile of Artists in Canada*, 2004.
- <sup>60</sup> Statistique Canada, *Enquête annuelle sur les éditeurs de périodiques, 2007*, No de catalogue 87F0005X, juin 2009.
- <sup>61</sup> Ibid.
- <sup>62</sup> Decima Research, *Étude 2008 sur le lectorat des magazines canadiens*.
- <sup>63</sup> Ibid.
- <sup>64</sup> Ibid.
- <sup>65</sup> Statistique Canada, « Contribution économique du secteur culturel aux économies provinciales du Canada », *Culture, tourisme et Centre de la statistique de l'éducation : documents de recherche*, 2007.

- <sup>66</sup> Hill Stratégies, *Profil statistique des artistes au Canada, Regards statistiques sur les arts*, 2005.
- <sup>67</sup> Toronto Sun, *A Funny thing happened on the way to the Stratford Festival*, 11 novembre 2009.
- <sup>68</sup> Ministère du Patrimoine canadien, *Impacts of Current Economic Conditions on the Cultural Sector*, 28 mai 2009.
- <sup>69</sup> Hill Stratégies, *Sondage annuel sur les arts du spectacle de 2005-2006 du Monde des affaires pour les arts. Fiche d'information préparée pour Le Monde des affaires pour les arts*.
- <sup>70</sup> Statistique Canada, *Enquête sur les arts de la scène*, 2006.
- <sup>71</sup> Phoenix Strategic Perspectives, *National Arts Training Contribution Program Study: Research with Employers of Performing Arts Graduates*, mars 2009.
- <sup>72</sup> Kelly Sears Consulting Group, *Évaluation du Programme de consolidation des arts et du patrimoine canadiens*, 2009.





2008-2009

## Faits saillants



1

2

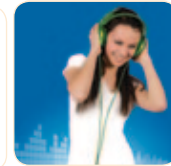
3

4

5

6

7



8

9

10

11

12

13

14



15

16



17

18

19

20

21

22

1. International Federation of the Phonographic Industry (IFPI), *Recording Industry in Numbers 2009*.
2. Ibid.
3. Ibid.
4. Les données de programme pendant l'exercice financier 2008-2009.
5. Le Conference Board of Canada, *Valoriser notre culture : mesurer et comprendre l'économie créative du Canada*, 2008.
6. Statistique Canada, *Enquête sur la population active*, 2009.
7. Le Conference Board of Canada, *Valoriser notre culture : mesurer et comprendre l'économie créative du Canada*, 2008.
8. Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, *Rapport de surveillance des communications 2009*.
9. Nordicity Group Limited, *Statistical Indicators of Film and Television Production in Canada, 2008-2009*, février 2010.
10. Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, *Rapport de surveillance des communications 2009*.
11. Ibid.
12. Nordicity, *CIAIC 2008 Canadian Interactive Industry Profile*.
13. Phoenix Strategic Perspectives, *Les arts et le patrimoine au Canada : Sondage sur l'accès et la disponibilité*, 2007.
14. Recensement, 2006.
15. Nordicity, *CIAIC 2008 Canadian Interactive Industry Profile*.
16. Hill Strategies, *Profil statistique des artistes au Canada*, 2004.
17. Phoenix Strategic Perspectives, *Les arts et le patrimoine au Canada : Sondage sur l'accès et la disponibilité*, 2007.
18. Ibid.
19. Decima Research, *Étude 2008 sur le lectorat des livres canadiens*.
20. Les données de programme pendant l'exercice financier 2008-2009.
21. Recherche Internet Canada, *Le Canada en ligne! L'Internet, les médias et les technologies émergentes : utilisateurs, attitudes, tendances et comparaisons internationales 2007*, 2008.
22. Les données de programme pendant l'exercice financier 2008-2009.