

Le Quotidien

Statistique Canada

Le mardi 26 novembre 1996

Pour être diffusé à 8 h 30

PRINCIPAUX COMMUNIQUÉS

- **Production de films et de vidéos, 1994-1995** 2
Les films canadiens ont triomphé encore une fois sur les marchés internationaux en 1994-1995, permettant à l'industrie du cinéma et de la vidéo d'afficher un autre rendement record.
-

AUTRES COMMUNIQUÉS

- Production et disposition des produits du tabac, octobre 1996 5
-

NOUVELLES PARUTIONS



PRINCIPAUX COMMUNIQUÉS

Production de films et de vidéos

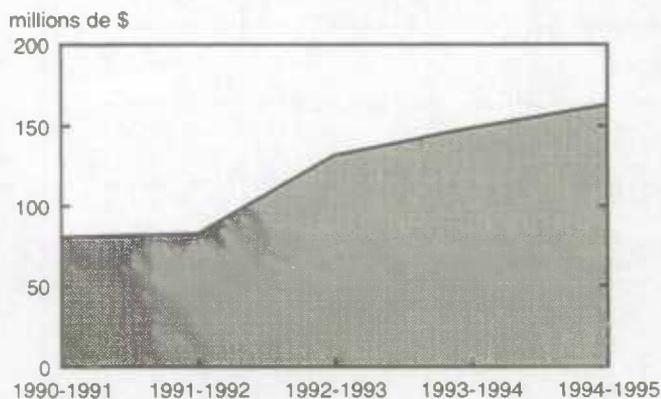
1994-1995

Les films canadiens ont triomphé encore une fois sur les marchés internationaux en 1994-1995, permettant à l'industrie du cinéma et de la vidéo d'afficher un autre rendement record.

Les recettes tirées de la production cinématographique et vidéo ont atteint 797 millions de dollars, ce qui constitue 8,7 % de plus que l'année précédente et 37,2 % de plus qu'en 1990-1991. Un des facteurs de cette expansion se trouve dans l'accroissement des ventes à l'étranger, lesquelles ont atteint 163 millions de dollars, une augmentation de 9,6 % par rapport à l'année précédente.

Les exportations, qui représentent le cinquième des recettes totales, ont plus que doublé depuis cinq ans. Les ventes à l'étranger se composent en majeure partie de productions réalisées spécialement pour la télévision.

Exportations de films canadiens



Les recettes des ventes intérieures ont monté de 8,4 % pour s'établir à 634,3 millions de dollars.

Par ailleurs, le secteur a vu baisser ses bénéfices à 64 millions de dollars. Il s'agit d'une diminution de 26 %, en raison surtout d'une augmentation de 15 % des frais d'exploitation.

L'industrie cinématographique employait près de 16 000 personnes en 1994-1995, dont 3 600 à temps plein, 2 300 à temps partiel et 10 000 pigistes. L'emploi s'accroît régulièrement dans le secteur depuis deux ans.

Note aux lecteurs

Le présent communiqué résume les activités, en 1994-1995, de 706 entreprises de production cinématographique, vidéo et audiovisuelle et de 154 laboratoires de films et entreprises de post-production du secteur canadien du cinéma et de la vidéo. Les données sont tirées d'un recensement effectué auprès de ces entreprises en 1995.

Le secteur hors commerce englobe les productions parrainées par des agences de publicité, des établissements d'enseignement, des commissions, conseils ou organismes gouvernementaux, des sociétés d'État ou des ministères et l'industrie dans son ensemble.

Le marché commercial se compose des films projetés devant des auditoires payants dans des cinémas ordinaires et dans des ciné-parcs.

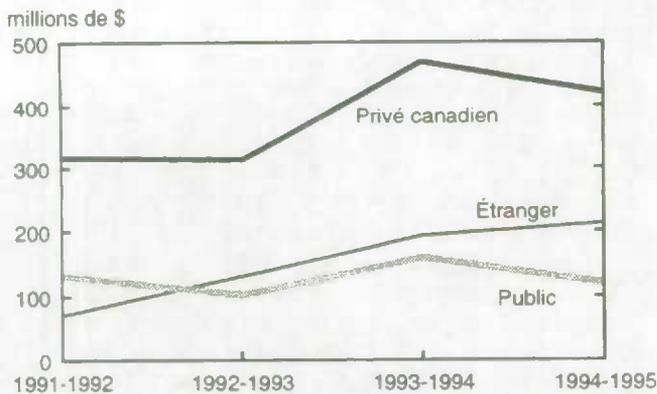
Les services de post-production comprennent les entreprises engagées principalement dans le développement et la reproduction de films cinématographiques et celles qui fournissent des installations de production vidéo.

Les données du présent communiqué ne comprennent pas les tournages en extérieur exécutés au Canada par des producteurs de cinéma étrangers, les productions de l'Office national du film, ni les productions réalisées à l'interne par les stations de télévision.

L'investissement étranger a triplé ces trois dernières années

L'industrie canadienne du film et de la vidéo attire de plus en plus les investisseurs étrangers, qui ont triplé le montant de leurs investissements au cours des trois dernières années. En comparaison, pendant la même période, les investissements de l'ensemble du secteur privé canadien ont augmenté d'environ 33 %.

Investissement dans les films et les vidéos canadiens



C'est ainsi que la demande de films canadiens s'est accrue, alors que diminuait la dépendance à l'égard de sources nationales de fonds d'investissement. De fait, les investissements canadiens, tant du secteur privé que du secteur public, ont baissé considérablement en 1994-1995.

L'investissement canadien de source privée, qui représente plus de la moitié du total, a baissé de 10,4 % pour se situer à 421,0 millions de dollars. L'investissement provenant des gouvernements et d'autres sources du secteur public, représentant environ 16 % du total, a diminué de 25,0 % pour se chiffrer à 119,8 millions de dollars.

Globalement, les investissements totaux dans le secteur ont chuté de 9,3 % pour atteindre 752,6 millions en 1994-1995. Ce chiffre n'en représente pas moins une hausse de 44 % par rapport au niveau d'il y a cinq ans.

Les investissements consentis par les gouvernements et les autres sources publiques ont baissé de 10 % depuis 1991-1992, mais ce repli ne tient pas compte des avantages apportés par les programmes d'encouragement fiscal comme la déduction pour amortissement et d'autres programmes mis en oeuvre comme ceux en Nouvelle-Écosse, au Québec et en Ontario.

Les productions destinées à la télévision ont accaparé les deux tiers de l'investissement en 1994-1995, alors que 14 % de l'investissement allait aux films présentés en salle et 21 %, à des productions diverses.

Les productions destinées à la télévision génèrent le plus de recettes

Ce sont les productions destinées à la télévision conventionnelle et à la télévision payante qui ont été le plus lucratives pour les producteurs. Elles ont générées des recettes de 308,2 millions de dollars en 1994-1995, ce qui représente une augmentation de 18,4 % par rapport à l'année précédente. La télévision, conventionnelle et payante, est à la source d'environ 40 % des recettes totales pour l'exercice.

Investissement dans les films et les vidéos canadiens

	1993-1994	1994-1995	1993-1994 à 1994-1995 variation en %
	milliers de \$		
Total	829 892	752 618	-9,3
Public	159 674	119 830	-25,0
Privé canadien	469 668	420 996	-10,4
Étranger	192 798	211 792	9,9
Non réparti ¹	7 752	0	

¹ Dollars pour lesquels les sources d'investissement ne sont pas spécifiées par les répondants.

En 1994-1995, les étrangers ont investi 211,8 millions de dollars dans la production cinématographique et télévisuelle, soit 9,9 % de plus que pendant l'exercice précédent. Cette somme représente à peu près 28 % de l'investissement total. La plus grande partie des fonds étrangers sont allés à la production télévisuelle.

Les partenariats entre producteurs canadiens et étrangers, dans le cadre d'accords de coproduction, ont continué d'ouvrir l'accès des marchés internationaux aux films et aux fonds d'investissement canadiens.

Recettes cinématographiques et vidéos

	1990- 1991	1993- 1994	1994- 1995	1993- 1994 à 1994- 1995 variation en %
	millions de \$			
Recettes totales	700,6	996,5	1 109,8	11,4
Total des recettes de production	581,2	733,9	797,4	8,7
Télévision traditionnelle et télévision payante	178,6	260,2	308,2	18,4
Hors commerce ¹	270,0	288,0	256,1	-11,1
Autres recettes de production ² et commercial	132,6	185,7	233,1	25,5
Autres recettes ³	119,4	262,6	312,4	19,0

¹ Le marché hors commerce comprend les marchés de la publicité, de l'éducation et de l'industrie.

² Les autres recettes de production comprennent les recettes provenant d'autres entreprises de production, ainsi que des associations cinématographiques et des productions privées.

³ Les autres recettes comprennent les recettes provenant de la location des installations, des services de post-production, des services de distribution cinématographique, des dividendes, des subventions et des octrois.

La hausse des recettes provenant du marché de la télévision fait plus que compenser une perte de recettes de 11,1 % dans la production hors commerce, comme les films produits pour les marchés de la publicité, de l'État, de l'éducation et de l'industrie. On a aussi signalé des augmentations de recettes dans le domaine des films commerciaux et dans celui des productions cinématographiques et vidéo destinées à des sociétés de cinéma et à des projections privées.

En plus des recettes tirées de la production, le secteur a recueilli un autre montant de 312,4 millions de dollars à des sources non reliées à la production. Les recettes totales du secteur s'élèvent ainsi à 1,1 milliard de dollars.

Les subventions ont atteint 27 millions de dollars en 1994-1995, une baisse de 34 %.

L'Ontario se ménage les recettes les plus importantes

L'Ontario était de loin l'intervenant clé en matière de production cinématographique et vidéo en 1994-1995. Les producteurs ontariens se sont ménagé près des deux tiers (62 %) des recettes de production du secteur. Venaient ensuite le Québec (21 %), la Colombie-Britannique (8 %) et l'Alberta (6 %).

Les recettes tirées du film et de la vidéo en Ontario ont augmenté de 80,5 % depuis trois ans, pour s'établir à 491 millions de dollars en 1994-1995. Les

exportations représentaient environ le cinquième des recettes de production de l'Ontario.

Toutefois, les producteurs de la région de l'Atlantique, de l'Alberta et de la Saskatchewan ont aussi vu leurs recettes s'accroître de façon intéressante ces trois dernières années, et l'augmentation la plus forte s'est produite en 1994-1995. En Alberta, les recettes de production ont plus que triplé en 1994-1995, pour atteindre 50 millions de dollars, et elles ont augmenté de 81 % dans la région de l'Atlantique et de 60 % en Saskatchewan.

La Colombie-Britannique demeure le troisième producteur cinématographique et vidéo en importance au Canada, avec des recettes de production de 63 millions de dollars en 1994-1995, mais ce chiffre marque une diminution de 35,1 % par rapport à l'année précédente. Au Québec, les recettes de production ont baissé de 11 % pour s'établir à 165 millions.

Nouvelle hausse de bénéfices pour les laboratoires de films et les services de post-production

De 1993-1994 à 1994-1995, les bénéfices avant impôt déclarés par les laboratoires de films et les services de post-production canadiens ont plus que doublé pour atteindre 55,3 millions de dollars.

Il s'agissait de la seconde augmentation annuelle après une baisse de 27 % en 1992-1993. Les bénéfices de 1994-1995 correspondaient à des recettes d'exploitation totales de 359,8 millions de dollars.

L'accroissement des bénéfices est le résultat d'une hausse de recettes de 21 % par rapport à l'année précédente, et de dépenses d'exploitation qui sont restées à peu près stables depuis 1992-1993.

Certains détails tirés de l'Enquête sur la production cinématographique, vidéo et audiovisuelle et de l'Enquête sur les travaux de laboratoires de films et les services de post-production sont maintenant offerts sous forme de tableaux (87F0010XPB, 50 \$). Un sommaire des données paraîtra cet hiver dans une publication intitulée *Le Canada, sa culture, son patrimoine et son identité: Perspective statistique* (87-211-XPB, 30 \$). Voir *Pour commander les publications*.

Les données de l'enquête sont également disponibles selon la province et le territoire. Les chercheurs peuvent obtenir des totalisations spéciales, sur une base de recouvrement des coûts.

Pour plus de renseignements, ou pour commander des tableaux, communiquez avec Fidelis Ifedi au (613) 951-1569. Télécopieur: (613) 951-9040. Programme de la statistique culturelle. ■

AUTRES COMMUNIQUÉS

Production et disposition des produits du tabac

Octobre 1996

En octobre, les fabricants ont produit 4,5 milliards de cigarettes, ce qui constitue une hausse de 4,6 % par rapport à la production du mois d'octobre 1995. La production cumulative à ce jour est en baisse de 2,6 % par rapport à la même période l'an dernier.

Les livraisons totales du mois d'octobre, qui se sont chiffrées à 3,9 milliards de cigarettes, ont diminué légèrement par rapport à octobre 1995. Les livraisons intérieures ont connu une hausse de 8,1 % par rapport au même mois l'an dernier, mais les exportations ont subi une baisse de 77,5 %. Les livraisons intérieures, pour les dix premiers mois de l'année, ont été supérieures de 3,2 % par rapport à la même période l'an dernier, tandis que les exportations cumulatives ont chuté de 51,5 %. Actuellement, le marché des exportations représente environ 5 % des ventes totales de cigarettes.

Le niveau des stocks à la fin du mois a atteint 4,8 milliards de cigarettes, ce qui représente une baisse

de 2 % par rapport à l'an dernier, et les livraisons du mois d'octobre ont été inférieures à la production. Les fabricants ont poursuivi leur augmentation habituelle du niveau des stocks en cette saison qui correspond à la fin de l'année, laquelle a commencé le mois dernier.

Les données sur les livraisons intérieures représentent l'ensemble des livraisons déclarées par les fabricants canadiens. Elles ne reflètent pas les ventes au détail ni la consommation finale.

Données stockées dans CANSIM: matrice 46.

Le numéro d'octobre 1996 de *Production et disposition des produits du tabac* (32-022-XPB, 6 \$ / 60 \$) paraîtra bientôt. À partir du numéro de janvier 1997, cette publication contiendra des données désaisonnalisées sur la production et la disposition (livraisons intérieures, exportations et variations des stocks) de cigarettes. Voir *Pour commander les publications*.

Pour plus de renseignements, communiquez avec Peter Zylstra au (613) 951-3511, Division de l'industrie. Internet: zylstra@statcan.ca. ■



1010730521

Le Quotidien, le 26 novembre 1996

NOUVELLES PARUTIONS

Services de gaz, août 1996

Numéro au catalogue: 55-002-XPB

(Canada: 16\$/160\$; États-Unis: 20\$/200\$US; autres pays: 23\$/230\$US).

Services de gaz – Réseaux de transport et de distribution, 1995

Numéro au catalogue: 57-205-XPB

(Canada: 29\$; États-Unis: 35\$US; autres pays: 41\$US).

Le commerce international de marchandises du Canada, septembre 1996

Numéro au catalogue: 65-001-XPB

(Canada: 19\$/182\$; États-Unis: 22\$/219\$US; autres pays: 26\$/255\$US).

Importations par pays, janvier-septembre 1996, version microfiche

Numéro au catalogue: 65-006-XMB

(Canada: 60\$/200\$; États-Unis: 72\$/240\$US; autres pays: 84\$/280\$US).

Importations par pays, janvier-septembre 1996, version papier

Numéro au catalogue: 65-006-XPB

(Canada: 120\$/400\$; États-Unis: 145\$/480\$US; autres pays: 168\$/560\$US).

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada. © Ministre de l'Industrie, 1996. Il est permis de citer la présente publication dans les journaux et les magazines ainsi qu'à la radio et à la télévision à condition d'en indiquer la source: Statistique Canada. Toute autre forme de reproduction est permise sous réserve de mention de la source, comme suit, dans chaque exemplaire: Statistique Canada, *Le Quotidien*, numéro 11-001F au catalogue, date et numéros de page.

Pour commander les publications

Simplifiez vos recherches en feuilletant le *Catalogue de Statistique Canada*, 1994 (11-204F, Canada 15\$; États-Unis: 18\$US; autres pays: 21\$US). L'index des mots-clés vous aidera à trouver des données statistiques sur l'activité économique et sociale.

Commandez *Le Quotidien* et autres publications par téléphone:

Ayez en main: • Titre • Numéro au catalogue • Numéro de volume • Numéro de l'édition • Numéro de VISA ou MasterCard.

Au Canada et aux États-Unis, composez: **1 (800) 267-6677**

Pour les autres pays, composez: **1 (613) 951-7277**

Ou envoyer votre commande par télécopieur: **1 (613) 951-1584**

Pour un changement d'adresse: veuillez indiquer votre numéro de compte.

Pour commander par la poste, écrivez à: Ventes et services, Division de la commercialisation, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6. Veuillez inclure un chèque ou un mandat-poste à l'ordre du Receveur général du Canada/Publications. Au Canada, ajoutez 7% de TPS.

Les centres régionaux de Statistique Canada offrent toute une gamme de produits et services.

Pour trouver le centre le plus près, consultez les pages bleues de votre annuaire téléphonique sous la rubrique « Statistique Canada ».

Les agents libraires agréés et autres librairies vendent aussi les publications de Statistique Canada.