



Le Quotidien

Statistique Canada

Le lundi 29 juillet 1996
Pour être diffusé à 8 h 30

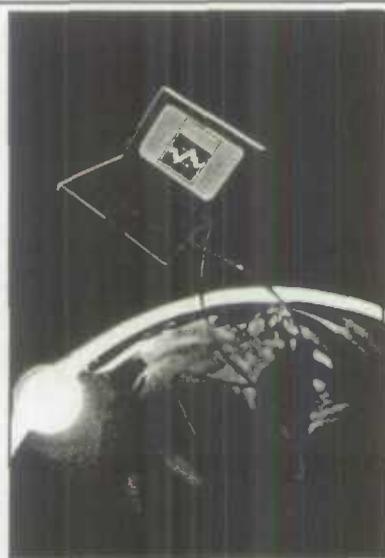
PRINCIPAUX COMMUNIQUÉS

- **Distribution de films cinématographiques et de vidéos, 1994-1995** 2
Les distributeurs de films cinématographiques et de vidéos et les grossistes en vidéocassettes ont déclaré une baisse de 2 % de leurs profits en 1994-1995. Il s'agit tout de même de leur deuxième meilleur résultat au cours de la dernière décennie.

AUTRES COMMUNIQUÉS

- Pétrole brut et gaz naturel, mai 1996 4
- Statistiques d'exploitation sur l'aviation civile, mai 1996 5

NOUVELLES PARUTIONS 6



CANSIM se joint à StatCan en direct

À compter d'aujourd'hui, StatCan en direct vous donne l'accès en ligne instantané à CANSIM, notre base de données centrale avec 700 000 séries chronologiques socioéconomiques. CANSIM s'ajoute aux bases de données sur le commerce international et sur l'horticulture déjà comprises dans StatCan en direct.

Vous n'avez besoin que d'un micro-ordinateur et d'un modem pour accéder aux plus récentes données de Statistique Canada: où que vous soyez au Canada ou à l'étranger, 24 heures par jour, 7 jours par semaine.

Les abonnés canadiens ne paient aucuns frais de liaison. Vous explorez et faites des recherches gratuitement, et vous payez seulement pour les données visualisées et téléchargées. Vous profitez aussi de l'accès gratuit et illimité au *Quotidien* et à ses archives électroniques.

Il n'en coûte que 40 \$ pour s'inscrire, plus 25 \$ par mois (ou 275 \$ par année, si prépayé). Les utilisateurs à grande échelle bénéficient de rabais supplémentaires.

Pour plus de renseignements ou pour vous abonner à StatCan en direct, appelez au 1 800 465-1222. Les questions des médias au sujet des articles ou de l'examen des produits peuvent être acheminées à Lucie Desjardins (français) au (613) 951-8204 ou à Dennis Cusack (anglais) au (613) 951-1696.



Statistique
Canada

Statistics
Canada

Canada

PRINCIPAUX COMMUNIQUÉS

Distribution de films cinématographiques et de vidéos 1994-1995

Les distributeurs de films cinématographiques et de vidéos et les grossistes en vidéocassettes ont déclaré une baisse de 2 % de leurs profits en 1994-1995. Il s'agit tout de même de leurs seconds meilleurs résultats au cours de la dernière décennie.

Dans ce secteur d'activité, les profits ont reculé pour s'établir à 205,7 millions de dollars, ce qui constitue une baisse de près de 4 millions de dollars par rapport à l'exercice financier précédent. La poussée soudaine enregistrée au chapitre de la fréquentation des cinémas et le niveau élevé des ventes en gros de vidéocassettes ont continué de stimuler la rentabilité.

En 1994-1995, les ventes ont progressé de 13 % pour se chiffrer à 1,5 milliard de dollars, alors que les dépenses totalisaient 1,3 milliard de dollars.

La majorité des dépenses dans ce secteur d'activité ont servi à couvrir les coûts relatifs aux droits, aux redevances et à la vente en gros de vidéocassettes, dont une large part visait les films et les vidéos étrangers. Seulement 14 % des 407,9 millions de dollars de dépenses déclarés au titre des paiements de droits et de redevances en 1994-1995 visaient des films et des vidéos canadiens.

Les recettes de distribution sur le marché des cinémas sont montées en flèche

La distribution de films sur le marché des cinémas a supplanté, pour la deuxième année consécutive, le marché de la télévision pour ce qui est de la croissance sur 12 mois.

Les recettes tirées de la distribution de films sur le marché des cinémas ont enregistré une forte poussée de 22 % pour atteindre un sommet de 239,0 millions de dollars. Il s'agit de la deuxième hausse seulement depuis cinq ans, hausse qui a permis de dépasser le record de 225,5 millions de dollars établi en 1989-1990.

L'augmentation des recettes de distribution de films cinématographiques traduit la croissance enregistrée au chapitre de la fréquentation des cinémas, laquelle a atteint le sommet des cinq dernières années, soit 83,8 millions d'entrées selon les données diffusées plus tôt ce mois-ci.

Les recettes de distribution de films sur le marché de la télévision conventionnelle ont accusé une baisse marquée de 19 % pour passer à 305,4 millions de

Note aux lecteurs

Ce communiqué présente les résultats d'une enquête menée auprès des 168 entreprises de distribution et de vente en gros de films cinématographiques et de vidéos au Canada.

Les distributeurs de films cinématographiques sont les entreprises dont l'activité principale est la distribution de productions cinématographiques et de vidéos aux cinémas, aux stations de télévision et aux exploitants commerciaux.

On entend par marché de la vidéo domestique la location ou la vente de vidéodisques et de vidéocassettes pour la présentation de films et de vidéos au moyen d'un lecteur de vidéodisques ou de vidéocassettes à usage domestique.

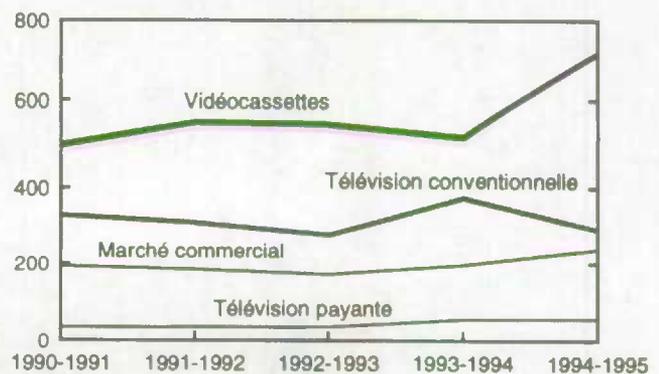
On entend par marché de la télévision payante la présentation de films et de vidéos par des réseaux de télévision spécialisés pour lesquels le téléspectateur doit payer des frais spéciaux.

Le marché de la télévision conventionnelle désigne la présentation de films, de vidéos et d'autres productions audiovisuelles par des stations de télévision ordinaires.

On entend par marché commercial la présentation de films dans les cinémas et les ciné-parcs.

dollars. Cette chute est partiellement attribuable à la popularité croissante de la télévision payante, des salles de cinéma et des vidéos préenregistrés de films à succès auprès de l'auditoire. La gamme de choix et la disponibilité des nouvelles technologies sont telles que le public devient plus sélectif quant à ce qu'il regarde et à l'endroit où il le fait.

Recettes de distribution de films selon certains marchés



La baisse marquée des recettes de distribution sur le marché de la télévision conventionnelle a toutefois été partiellement contrebalancée par une augmentation

de 9 % sur le marché de la vidéo domestique, qui a atteint 132,9 millions de dollars, et par une progression de 3 % des ventes sur le marché de la télévision payante, qui se sont chiffrées à 56,4 millions de dollars.

Cette hausse des recettes provenant du marché de la vidéo domestique fait suite à un recul de 9 % enregistré l'année précédente. En revanche, les recettes tirées de la télévision payante ont affiché une progression constante au cours des six dernières années.

Recettes tirées de la distribution de films, de vidéos et de productions audiovisuelles et de la vente en gros de vidéocassettes

	1990-1991	1991-1992	1992-1993	1993-1994	1994-1995
	millions de \$				
Marché principal					
Marché commercial	193,4	184,6	170,8	196,4	239,0
Télévision payante	33,5	34,3	35,1	54,8	56,4
Télévision conventionnelle	329,5	308,9	275,9	375,5	305,4
Vidéo domestique	74,9	92,7	132,8	121,5	132,9
Marché non commercial	24,3	22,7	21,9	22,2	20,3
Marché non précisé	-	-	13,6	13,5	-
Total partiel, distribution	655,5	643,3	650,0	784,0	754,0
Vente en gros de vidéocassettes	495,4	547,3	547,3	514,1	717,0
Autres recettes	32,9	40,1	36,4	36,0	32,4
Total des recettes	1 183,8	1 230,7	1 229,1	1 336,1	1 503,5

- Néant ou zéro.

La vente en gros de vidéocassettes a atteint un niveau record

Les grossistes en vidéocassettes, soit les entreprises qui vendent des vidéocassettes aux détaillants, ont déclaré des ventes de 717,0 millions de dollars en 1994-1995, ce qui constitue une augmentation de 39 % par rapport à l'année précédente. Il s'agit là d'un niveau de vente sans précédent dans cette catégorie.

Avant 1988-1989, les ventes de vidéocassettes préenregistrées se situaient bien en deça du seuil des 200 millions de dollars; en 1991-1992, elles se chiffraient à 547,3 millions de dollars, ce qui équivaut au record antérieur.

Les films canadiens ont rapporté davantage aux distributeurs

Les films canadiens ont rapporté davantage aux distributeurs en 1994-1995. Les ventes de films à

contenu canadien ont plus que doublé pour se chiffrer à 42,6 millions de dollars à la suite de quoi la part des recettes provenant de productions à contenu canadien sur le marché commercial est passée de 10 % en 1993-1994 à 18 % en 1994-1995. Des films canadiens comme *Louis 19* et *Exotica* de même qu'une augmentation connexe au chapitre de la publicité ont peut-être contribué à ce résultat.

Les distributeurs ont consacré 146,9 millions de dollars à la promotion de films, ce qui constitue 11 % de plus que l'année précédente. Les sociétés sous contrôle canadien, qui ont distribué l'essentiel des films canadiens, ont augmenté de 23 % leurs dépenses de promotion. Toutefois, les dépenses au titre de la publicité ne représentaient que 3 % de leurs dépenses totales. Les sociétés sous contrôle étranger ont déclaré une hausse de 9 % au titre des dépenses de publicité, lesquelles représentaient 23 % de leurs dépenses totales.

Les productions à contenu canadien ont donné lieu à des recettes particulièrement élevées sur le marché de la télévision payante; elles ont, en effet, représenté 36 % des recettes dans cette catégorie. Le secteur de la vidéo domestique et de la vente en gros de vidéocassettes, qui continue d'être dominé par les films étrangers, a affiché le pourcentage le plus faible de contenu canadien. On estime que la part du contenu canadien dans le secteur de la vente en gros de vidéocassettes aux détaillants a été minime, soit moins de 0,5 %.

Sur le marché non commercial, qui couvre les établissements d'enseignement, les administrations publiques et les sociétés privées, la part des recettes tirées de productions à contenu canadien s'est établie à 29 %.

Certains détails de l'Enquête sur la distribution et la vente en gros de films cinématographiques et de vidéos sont disponibles sous forme de tableaux au coût de 50 \$. Un sommaire de ces données paraîtra dans la publication *Le Canada, sa culture, son patrimoine et son identité: Perspective statistique* dont la diffusion est prévue pour l'hiver 1997.

Les données de cette enquête sont également disponibles selon la province et le territoire. Les chercheurs peuvent obtenir des totalisations spéciales contre recouvrement des coûts.

Pour plus de renseignements ou pour commander des tableaux, communiquez avec Pina La Novara au (613) 951-1573, Programme de la statistique culturelle, Division de l'éducation, de la culture et du tourisme. Télécopieur: (613) 951-9040. ■

AUTRES COMMUNIQUÉS

Pétrole brut et gaz naturel

Mai 1996

En mai, une demande intérieure et étrangère stable a mené à une augmentation de 3,1 % de la production du gaz naturel en comparaison de mai 1995. La production de pétrole brut a diminué de 0,1 % comparativement à mai 1995, ce qui représente une amélioration comparativement à la baisse substantielle de 4,8 % en avril dernier.

L'augmentation de la production de gaz naturel de mai a plus que compensé pour les baisses de production de mars et d'avril. La faiblesse courante de la production de pétrole brut s'explique en partie par les dernières étapes de la fermeture temporaire pour l'entretien qui a interrompu la production de pétrole brut synthétique.

Le pétrole brut canadien s'est découvert un marché facile aux États-Unis parce que les arrivages en provenance du golfe Persique sont moins fiables et que la diminution de la production intérieure au cours des dernières années a contribué à augmenter la demande de pétrole brut provenant du Canada.

Les exportations de gaz naturel ont augmenté de 7,2 % par rapport à mai 1995. Les exportations vont en augmentant depuis le début 1991, entre autres en raison de l'expansion de la capacité des pipelines et de la demande croissante pour le gaz naturel canadien de la part des installations de cogénération d'électricité des États-Unis. Cependant, une forte croissance des exportations ne se produira probablement pas dans un proche avenir puisque les exportations canadiennes s'approchent à grands pas de la capacité maximale des pipelines de transporter le gaz naturel aux États-Unis.

Une température plus froide que la normale à travers la plupart des régions du pays a causé l'augmentation de 4,8 % des ventes intérieures de gaz naturel par rapport à mai 1995.

Données stockées dans CANSIM: matrices 530 et 539.

Le numéro de mai 1996 de *Production de pétrole brut et de gaz naturel* (26-006-XPB, 18 \$ / 180 \$) paraîtra en août. Voir *Pour commander les publications*.

Pour plus de renseignements, communiquez avec David Roeske au (613) 951-3563, Section de l'énergie, Division de l'industrie. Internet: roesdav@statcan.ca.

Pétrole brut et gaz naturel

	Mai 1995	Mai 1996	Mai 1995 à Mai 1996 varia- tion en %
	milliers de mètres cubes		
Pétrole brut¹			
Production	9 441,8	9 433,2	-0,1
Exportations	5 409,9	5 281,9	-2,4
Importations ²	2 756,1	3 175,5	15,2
Aux raffineries	6 812,2	7 681,6	12,8

	millions de mètres cubes		varia- tion en %
Gaz naturel³			
Production de gaz	12 399,5	12 783,9	3,1
Exportations	6 312,9	6 768,9	7,2
Ventes ⁴	4 426,4	4 638,5	4,8

	Janvier- mai 1995	Janvier- mai 1996	Janvier- mai 1995 à janvier- mai 1996 varia- tion en %
	milliers de mètres cubes		
Pétrole brut¹			
Production	46 515,4	47 024,6	1,1
Exportations	24 604,2	25 991,0	5,6
Importations ²	14 249,1	16 458,8	15,5
Aux raffineries	36 165,6	38 246,7	5,8

	millions de mètres cubes		varia- tion en %
Gaz naturel³			
Production de gaz	63 325,7	64 465,1	1,8
Exportations	33 090,5	33 297,7	0,6
Ventes ⁴	31 823,4	33 544,5	5,4

¹ La différence entre l'utilisation et l'approvisionnement provient des variations des stocks, de la consommation de l'industrie pétrolière, etc.

² Il s'agit du pétrole brut en provenance de pays étrangers reçu par les raffineries canadiennes. Les chiffres diffèrent de ceux de la Division du commerce international, à cause de différentes périodes d'arrivage et de l'inclusion de toutes les importations qui entrent au Canada pour en sortir à nouveau.

³ La différence entre l'utilisation et l'approvisionnement provient des variations de stocks, du carburant utilisé par les gazoducs, des pertes dans les gazoducs, des fluctuations de pression dans les réseaux, etc.

⁴ Incluant les ventes directes.

Statistiques d'exploitation sur l'aviation civile

Mai 1996 (données provisoires)

En mai, Air Canada a déclaré une augmentation de 6 % au niveau des passagers-kilomètres réalisés sur ses routes internationales (régulières et affrétées). Les opérations des Lignes aériennes Canadien International Itée ont progressé de 1 %. Les opérations d'Air Canada dans le secteur international ont augmenté de façon à peu près constante tout au long de 1995 et de 1996.

Données stockées dans CANSIM: matrice 385.

Les données pour mai 1996 sur l'aviation civile (statistiques d'exploitation) pour Air Canada et les Lignes aériennes Canadien International Itée seront disponibles dans le numéro d'août du *Bulletin de service du Centre des statistiques de l'aviation* (51-004-XPB, 11 \$ / 105 \$). Voir *Pour commander les publications*.

Pour plus de renseignements, communiquez avec Andrea Mathieson au (819) 997-6190, Centre des statistiques de l'aviation, Division des transports. ■



1010730442

Le Quotidien, le 29 juillet 1996

NOUVELLES PARUTIONS

Situation du sucre, trimestre terminé en juin 1996

Numéro au catalogue: 32-013QXPB

(Canada: 12\$/39\$; États-Unis: 15\$US/47\$US; autres pays: 17\$US/55\$US).

Télédistribution, 1995

Numéro au catalogue: 56-205-XPB

(Canada: 40\$; États-Unis: 48\$US; autres pays: 56\$US).

Ventes de véhicules automobiles neufs, mai 1996

Numéro au catalogue: 63-007-XPB

(Canada: 16\$/160\$; États-Unis: 20\$US/192\$US; autres pays: 23\$US/224\$US).

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'"American National Standard for Information Sciences" - "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 - 1984.



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.