

LA CULTURE

E N P E R S P E C T I V E

87-004 C.4

Hiver 1989

Volume 1, No. 2

Les médias électroniques jouent un rôle important dans la vie des Canadiens

John Gordon, *Chef du projet sur la radio et la télévision*
Nicole Charron, *Chef du projet sur l'enregistrement sonore*
Anthony Young, *Chef du projet sur l'industrie du film et de la vidéo*

La majorité des Canadiens auraient du mal à imaginer un monde sans la radio et la télévision. Beaucoup d'entre eux ne peuvent même pas se rappeler l'époque où les médias électroniques n'existaient pas. Aujourd'hui, plus de 95% des Canadiens regardent la télévision au moins quelques heures chaque semaine, et ils sont presque aussi nombreux à écouter la radio. En moyenne, nous consacrons plus de six heures de notre temps par jour à ces deux médias, ce qui signifie que nous passons le quart de notre vie à écouter la radio ou à regarder la télévision.

À l'écoute de la radio

Près de la moitié du temps global d'écoute est consacré aux stations qui diffusent de la musique contemporaine pour adultes, les vieux succès ou la musique grand public. Comme il fallait s'y attendre, les différentes stations n'attirent pas le même genre d'auditoire. Les stations qui diffusent de la musique rock (microsillon intégral) et de la musique contemporaine rejoignent la plus grande partie de leur auditoire parmi les personnes de moins de 35 ans, alors que d'autres genres de stations, comme Radio-Canada et celles qui diffusent de la musique country et de la musique de détente, plaisent aux personnes de 35 ans ou plus.

La banque de données sur la radio, qui a fourni les renseignements ci-dessus, peut également servir à extraire des données ventilées selon le niveau d'instruction et la profession. Par exemple, l'écoute de la radio augmente généralement en

fonction du niveau d'instruction, jusqu'à la fin des études secondaires ou collégiales, puis elle diminue chez les Canadiens ayant fait des études universitaires. En 1987, les diplômés d'écoles secondaires ont déclaré en moyenne 21.7 heures d'écoute par semaine, alors que les diplômés universitaires ont indiqué 17.3 heures.

Aux premiers temps de la radio, la musique était surtout diffusée en direct, souvent à partir des salles de danse les plus populaires du continent; aujourd'hui, presque toute la musique diffusée provient d'enregistrements. L'industrie de l'enregistrement serait probablement très différente si la radio n'était pas devenue un média si populaire. La radio demeure le meilleur moyen de faire connaître les nouveaux enregistrements, ce qui, en retour, procure à de nombreux compositeurs et interprètes un soutien essentiel à leur travail.

Les données recueillies dans le cadre de l'enquête sur l'enregistrement sonore permettent de mieux comprendre cette industrie. À l'aide des renseignements sur les catégories musicales, il est possible de comparer la répartition des nouveaux enregistrements lancés en 1987-1988 avec la répartition de l'écoute de la radio selon le genre de station. Bien que les définitions des catégories ne soient pas identiques, on ne peut que relever les similitudes entre les deux graphiques à secteurs (voir la figure 1 en page 2).

Le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) a fixé des exigences minimales quant à la teneur canadienne des

Dans ce numéro:

<i>Les médias électroniques jouent un rôle important dans la vie des Canadiens</i>	1
<i>Une foule de données à votre disposition</i>	4
<i>Plein feux sur les données</i>	5
<i>Nouvelles publications, nouveaux bulletins de service</i>	5
<i>Les bibliothèques: des livres et plus encore</i>	5
<i>Un aperçu statistique des zoos du Canada</i>	6

enregistrements diffusés à la radio afin de conserver un marché sain pour les artistes et les compositeurs canadiens. Parmi les 1,431 disques 45 tours mis sur le marché en 1987-1988, par les entreprises d'enregistrement établies au Canada, 38% ont été jugés d'origine canadienne selon les critères du CRTC. Dans le cas des microsillons, le pourcentage de disques d'origine canadienne parmi les 2,940 nouveautés se chiffrait à 14%. Une pièce musicale est considérée comme pièce à contenu canadien si elle satisfait à deux des conditions suivantes:

- l'interprétation musicale ou vocale a été exécutée principalement par un(e) Canadien(ne);
- la musique a été composée par un(e) Canadien(ne);
- les paroles ont été écrites par un(e) Canadien(ne);
- l'interprétation originale a été enregistrée entièrement au Canada.

Suite p. 2

1010055984



Bibliothèque Statistique Canada
Statistics Canada Library

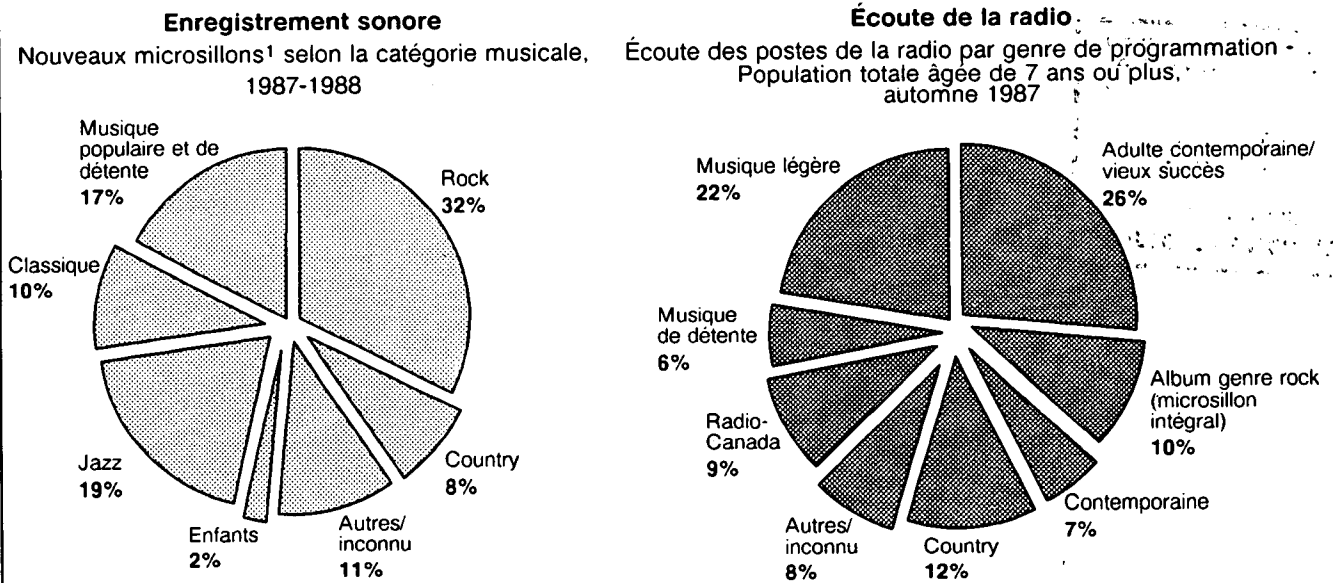


Statistique Canada
Statistics Canada

8661 9 - 100
OCT 6 1989

Figure I

Comparaison entre les produits lancés par l'industrie de l'enregistrement sonore et les habitudes de la population canadienne quant à l'écoute de la radio



¹ Un enregistrement lancé sous forme de microsillon, de bande et/ou de disque compact est compté au nombre des microsillons.

Les règlements susmentionnés ont également été profitables pour les entreprises d'enregistrement appartenant à des intérêts canadiens, qui assurent le lancement de la plus grande partie des enregistrements canadiens. Les données financières provenant de l'enquête indiquent que 63% des ventes d'enregistrements canadiens peuvent être attribuées à des entreprises à intérêts canadiens.

Deux phénomènes relativement nouveaux se sont manifestés dans le secteur de la musique : il s'agit des disques compacts (DC) et des vidéoclips. En une année, la part du marché canadien des DC a doublé pour s'établir à 22% des ventes en 1987-1988 des entreprises établies au Canada; ce gain s'est surtout fait aux dépens des disques en vinyle. La production de vidéoclips a presque doublé; de 50 qu'elle était en 1984-1985, elle est passée à 92 en 1987-1988, dernière année pour laquelle on dispose de données. Quiconque regarde beaucoup la télévision ne sera pas étonné d'apprendre de cette augmentation du nombre de vidéoclips.

Quant au petit écran...

Ce que nous regardons le plus à la télévision, cependant, ce sont les émissions dramatiques et les comédies. Au Canada, selon la banque de données sur la télévision (automne 1987), près de la moitié du nombre total d'heures d'écoute va à ces deux catégories, et 20% des heures d'écoute sont consacrées aux émissions d'actualité. Bien que

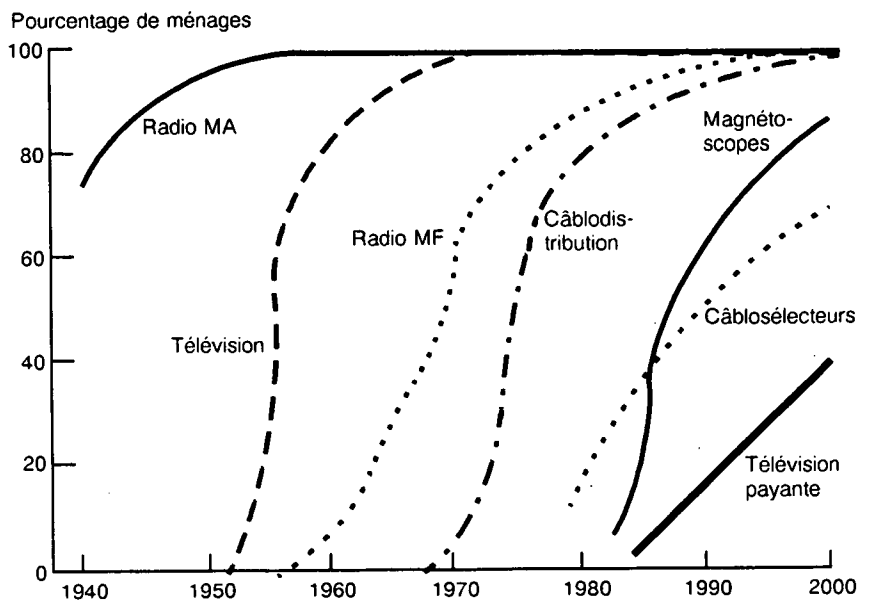
certains pourraient penser que l'écoute d'émissions sportives constitue la principale raison d'acheter un téléviseur, seulement 6% des heures d'écoute vont à cette catégorie. Les émissions dramatiques et les comédies d'origine étrangère sont beaucoup plus populaires que celles produites ici : neuf heures d'écoute sur dix vont aux émissions étrangères.

La banque de données sur la télévision peut également fournir des renseignements sur la langue des émissions ou du téléspectateur, l'origine ou l'affiliation de la station, ainsi que sur l'âge, le sexe, le niveau d'instruction ou la profession du téléspectateur. Par exemple, on peut

Suite p.3

Figure II

Augmentation de la pénétration du matériel d'écoute



Source: Rapport du groupe de travail sur la politique de la radiodiffusion, 1986 (les données à partir de 1985 sont projetées)

dire que les femmes regardent plus la télévision que les hommes, et que les personnes âgées de plus de 50 ans la regardent davantage que celles de moins de 50 ans. Les adolescents, dont les parents semblent parfois croire qu'ils sont passionnés de télévision, la regardent moins que tout autre groupe, soit 19.2 heures par semaine.

La télévision, comme bien d'autres choses, n'est plus ce qu'elle était. L'arrivée de la télévision payante en 1983 et la popularité croissante des magnétoscopes à cassettes ont commencé à changer nos habitudes. La prolifération des magasins de location de vidéo témoigne de certains des changements qui surviennent. La figure II (page 2) démontre que ces dernières innovations envahissent le marché à un rythme aussi rapide que leurs prédécesseurs. La télévision payante et les magnétoscopes captent déjà plus de 6% du nombre total d'heures d'écoute. En temps réel, ce pourcentage correspond à environ un long métrage par semaine.

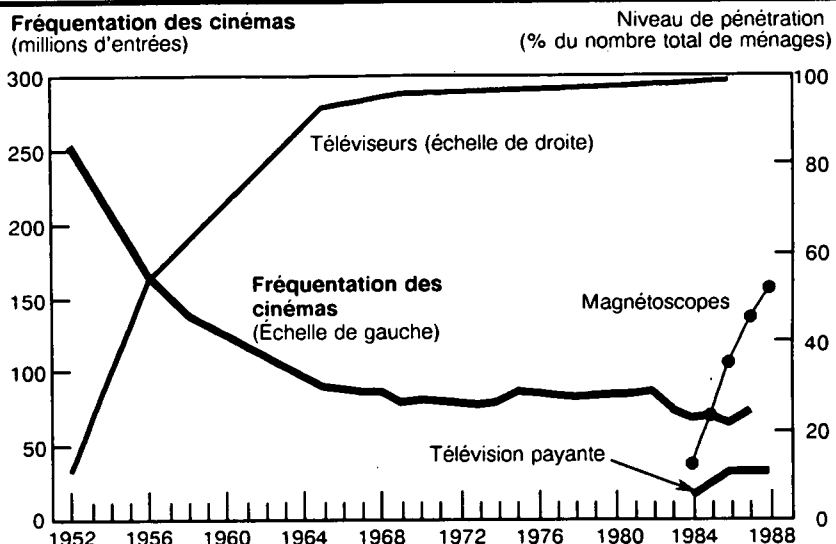
L'incidence des changements susmentionnés a également été ressentie dans le secteur de la projection de films en salle. En 1986-1987, les cinémas et les ciné-parcs ont déclaré moins de 72 millions d'entrées, soit moins de 30% du nombre record d'entrées (256 millions) enregistré en 1952. Le nombre de fois où le Canadien moyen va au cinéma est tombé de 18 fois par année en 1952 à seulement 3 fois par année en 1986-1987.

Bien que les cinémas aient généralement été en mesure de compenser la baisse du nombre d'entrées par l'augmentation du prix du billet, les rentrées d'argent ont atteint un sommet de \$354 millions en 1982 et ont diminué chaque année par la suite. En 1986-1987, les cinémas ont gagné seulement \$305 millions au guichet.

De toute évidence, l'érosion du marché de la projection de films en salle a commencé bien avant 1982; on peut remarquer l'incidence de l'arrivée de la télévision dès les premières années du déclin. La figure III révèle une baisse marquée du nombre d'entrées dans les cinémas de 1952 à 1963, soit au cours de la période où la télévision a connu une croissance phénoménale. Après s'être stabilisée pendant les 20 années suivantes, la fréquentation des cinémas a commencé à décroître au début des années quatre-vingt, au moment où les magnétoscopes et la télévision

Figure III

Fréquentation des cinémas et niveau de pénétration des appareils audio-visuels, 1952 à 1986



Sources: L'équipement ménager, N° 64-202 au catalogue de Statistique Canada, diverses années.
L'industrie du film, statistiques préliminaires, N° 87-204 au catalogue de Statistique Canada, 1985-86 et données inédites.
Cinémas et distributeurs de films, N° 63-207 au catalogue de Statistique Canada, diverses années.

payante augmentaient en popularité. Comme le niveau de pénétration des magnétoscopes continue d'augmenter, il est probable que l'érosion du marché de la projection de films en salle se poursuivra encore quelque temps.

Au début, l'industrie de la production de films a vu la télévision comme une ennemie et ne voulait que l'ignorer; toutefois, elle a rapidement découvert que la télévision était un nouveau débouché pour ses produits tels que les programmes et les annonces publicitaires. Les données tirées de notre enquête sur la production cinématographique, vidéo et audiovisuelle révèlent que la télévision, y compris les ventes d'annonces publicitaires à des agences de publicité, est à l'origine de 55% de l'ensemble des revenus de \$373 millions enregistrés en 1987-1988 par les entreprises de production.

La télévision constitue également le marché le plus vaste pour les distributeurs de films et de bandes vidéo. En 1987-1988, le marché de la télévision a généré \$228 millions en ventes des distributeurs aux télédiffuseurs et aux agences de publicité. La distribution et la vente en gros de vidéo-cassettes sont à l'origine de \$213 millions, alors que les ventes aux cinémas, qui se

chiffraient à \$149 millions, ont été inférieures à celles du secteur de la télévision pour une troisième année consécutive.

La radio et la télévision jouent un rôle important dans l'évolution de nos activités de loisir. A ce titre, elles jouent un rôle de plus en plus important dans la transmission des produits d'autres industries. Les données des quatre projets connexes du Programme de la statistique culturelle (Radio, Enregistrement sonore, Film et Télévision) ont été analysées en fonction les unes des autres afin de démontrer les liens qui existent entre ces industries connexes. Cet article est un exemple du genre d'intégration que l'on peut faire avec les données du Programme de la statistique culturelle afin d'obtenir une meilleure compréhension de la culture au Canada. Ce genre d'intégration peut s'étendre aux autres enquêtes du Programme de la statistique culturelle, ainsi qu'aux enquêtes d'autres secteurs de Statistique Canada et à des sources fiables à l'extérieur du Bureau. Le lecteur désireux d'obtenir de l'information supplémentaire est prié de communiquer avec nous. □

Une foule de données à votre disposition

Renée Langlois, analyste de l'intégration des données

Une base de données intégrée, qu'est-ce que c'est au juste? L'article de fond du présent numéro ("Les médias électroniques jouent un rôle important dans la vie des Canadiens") constitue un bon exemple de la façon de réunir des données provenant de différentes sources pour effectuer une analyse intéressante d'un secteur culturel donné. Dans cet exemple, on s'est servi de données tirées de sept bases de données distinctes et remontant à un certain nombre d'années afin de relever les tendances dans les industries des médias et dans les habitudes de consommation des Canadiens. Ces bases de données se trouvent dans trois divisions de Statistique Canada; de plus, en ce qui concerne la fréquentation des cinémas, les données proviennent de 34 enquêtes annuelles. Il est pour le moins fastidieux de déterminer les sources de données appropriées et de réunir tous les divers éléments.

De là vient l'attrait d'une base de données intégrée pour les chercheurs. Une base de données intégrée renferme des données récentes et tendanciennes provenant de diverses sources, et les présente dans un cadre central et coordonné. Le Programme de la statistique culturelle a entrepris l'établissement d'une base de données intégrée qui comprendra des données tirées des enquêtes du Programme, qui seront complétées par des données recueillies dans le cadre d'enquêtes sociales, économiques et démographiques de Statistique Canada.

Les enquêtes du Programme de la statistique culturelle ont trait à toute une gamme de secteurs de la culture canadienne, allant du créateur d'un bien culturel jusqu'au producteur, au distributeur et au consommateur. Le Programme apporte un complément à ses bases de données en consultant d'autres bases de données de Statistique Canada, comme le recensement de la population, le recensement des manufactures et l'enquête sur les revenus et dépenses des consommateurs, pour ne nommer que celles-là. Ces bases de données fournissent des renseignements connexes pertinents qui augmentent la portée du Programme de la statistique culturelle. Par exemple, l'examen des résultats des recensements de la population de 1981 et de 1986 révèle que le nombre de Canadiens se disant artistes

d'interprétation ou audio- visuels a augmenté de 20%. Au sein de ce segment de la population, la hausse la plus forte a été ressentie dans le domaine de la danse : le nombre de danseurs et de chorégraphes s'est accru de 46%. D'autres recherches réalisées à l'aide des résultats de l'enquête sur les arts d'interprétation du Programme de la statistique culturelle révèlent que le nombre de troupes de danse ayant participé à l'enquête au cours de ces cinq années a augmenté de 77%. Bien qu'une partie de cet accroissement puisse être attribuable à une expansion de la couverture de l'enquête sur les arts d'interprétation, ces deux hausses, analysées conjointement, indiquent une nette croissance dans la discipline de la danse. Cette recherche peut se poursuivre par l'examen du nombre d'entrées aux spectacles de danse, des revenus et dépenses des troupes de danse et par une comparaison générale avec les autres disciplines d'arts d'interprétation.

La base de données intégrée du Programme de la statistique culturelle présentera l'information à l'échelle provinciale afin de faciliter l'élaboration de profils de la culture pour les régions du Canada. La base de données renfermera les données énumérées ci-après.

- * Des données démographiques décriront la population selon les variables âge, sexe et état civil, tout en fournissant des détails sur l'origine ethnique, l'immigration, les profils linguistiques et scolaires, par province.
- * Des données économiques et financières permettront de déterminer les taux d'inflation, les fluctuations du PIB, les chiffres de production de base pour divers groupes d'industries, par province.
- * Des données sur l'emploi indiqueront les taux d'emploi et de chômage par province, ainsi que l'emploi pour certaines professions du domaine culturel, d'après les données des recensements de la population.
- * Des données sur les consommateurs seront tirées de diverses sources de Statistique Canada; elles fourniront des chiffres sur les revenus et les dépenses des consommateurs,

les dépenses au chapitre des biens et services culturels et le temps consacré aux activités culturelles en regard d'autres activités.

- * Des données sur les industries culturelles fourniront des indicateurs de base sur des industries telles que l'édition du livre, l'édition du périodique, le film et la vidéo, la radio et la télévision, l'enregistrement sonore et les arts d'interprétation. Ces indicateurs de base sont déterminés dans le cadre de consultations avec les décideurs et les utilisateurs de données des secteurs public et privé.
- * Des données sur les institutions culturelles, y compris les établissements du patrimoine (musées, galeries d'art, etc.) et les bibliothèques publiques, fourniront des indicateurs de base (qu'il faudra aussi définir dans le cadre de consultations) tels que la fréquentation, le financement, les revenus et les dépenses.
- * Des données sur les artistes créateurs et interprètes porteront sur les travailleurs à temps plein et à temps partiel dans le domaine des arts et de la culture, les revenus tirés de professions artistiques et autres, les études et la formation, ainsi que les sources d'emploi.
- * Des données sur les dépenses publiques au titre des arts et de la culture porteront sur les dépenses des administrations fédérale, provinciales et municipales pour des items tels que les subventions, les fonds d'administration générale et les fonds de capital et d'emprunt, ainsi que les prêts.
- * Des données sur l'impact économique des arts et de la culture, produites selon un modèle d'entrées-sorties élaboré en 1986, permettront d'examiner des aspects tels que la contribution de la culture au PIB, les emplois générés, les investissements et les fuites en importations.
- * Des données sur le commerce international porteront sur les importations et les exportations de biens et services, ainsi que les transferts financiers.

La création d'une telle base de données requiert de la réflexion, des efforts et des consultations avec les

Suite p.5

utilisateurs qui tireront le plus avantage des ensembles coordonnés de données. Les ministères provinciaux responsables de la culture ont été consultés et ont exprimé un vif intérêt à l'égard de l'intégration des données, car ils effectuent des travaux de

recherche dans le domaine de la culture et doivent consulter une multitude de sources de données autres que celles de Statistique Canada. Les autres utilisateurs de statistiques culturelles que cette entreprise intéresse peuvent adresser leurs observations à Renée Langlois.

Les bibliothèques: des livres, et plus encore

Donna Owens, Chef antérieur du projet sur les bibliothèques publiques

Si, dans le cadre d'un jeu d'association d'idées, quelqu'un lance le mot "bibliothèque", il est fort possible que le premier mot qui vous vienne à l'esprit soit "livre". Et si vous êtes bibliothécaire, le mot suivant pourrait bien être "dollars".

En 1987, les bibliothèques publiques du Canada possédaient 57.4 millions de livres, ce qui représente une faible hausse de 1% en regard de 1986. Le nombre de livres achetés n'a pas changé par rapport aux chiffres de 1986, demeurant à 3.9 millions de volumes. Cette donnée représente un livre acheté pour 6.5 Canadiens, proportion identique à celle de 1983. Le rapport de livres achetés au fonds de matériel s'est fixé à 6% en 1986 et 1987.

Par contre, on a assisté à une croissance rapide du matériel "non-traditionnel", comme les livres parlés, les bandes vidéo et les disques compacts. De 1983 à 1987, alors que le nombre de livres a augmenté de moins de 11%, le nombre de livres parlés s'est accru de 57% et le nombre de bandes vidéo, de 129%. Pendant la seule année de 1987, les livres parlés et les bandes vidéo ont augmenté de 8% et de 55% respectivement.

Passons maintenant à la deuxième idée obtenue par association : en 1987, les bibliothèques publiques ont consacré \$57 millions à l'achat de matériel pour garnir leurs tablettes, soit environ \$2.25 par Canadien. Du montant total réservé à l'achat de matériel, 75% a été consacré à l'achat de livres en 1987, contre 77% en 1986. Un montant de \$19 millions a servi à l'achat "d'autres" articles, dont \$7 millions à du matériel micro vidéo et audio-visuel. En 1987, 9.7% du budget du matériel a été consacré à ces articles, contre 8.9% en 1986.

Bien que les livres constituent toujours la plus grande partie des articles que possèdent les bibliothèques et des dépenses de ces dernières au titre du matériel, si jamais vous jouez à l'avenir à un jeu d'association d'idées, ce ne sera peut-être pas "livre" qui vous viendra à l'esprit en entendant le mot "bibliothèque", mais plutôt "vidéo" ou "disque compact".

Le lecteur désireux d'obtenir de plus amples renseignements à ce sujet est prié de communiquer avec Thomas Fitzpatrick, Chef du projet sur les bibliothèques publiques.

Nouvelles publications

- 87-202 L'enregistrement sonore, 1987-1988
- 87-210 L'édition du livre au Canada, 1987-1988
- 87-517 Dépenses publiques au titre de la culture au Canada, 1982-1983 à 1986-1987

Nouveau bulletin de service

- 87-001 Vol. 12, No. 4 Le marché de l'édition et de la diffusion exclusive du livre au Canada, 1981-1982 à 1986-1987

Paraîtra bientôt...

- 87-205 Bibliothèques publiques au Canada, 1987
- 87-206 Les dépenses publiques au titre de la culture au Canada, 1987-1988
- 87-001 Vol. 12, No. 5 Les dépenses publiques au titre de la culture au Canada, 1987-1988

Toujours disponible...

- 87-203 L'édition du périodique, 1986-1987
- 87-204 L'industrie du film, 1985-1986
- 87-205 Bibliothèques publiques au Canada, 1985, 1986
- 87-205S Bibliothèques publiques au Canada, 1982 à 1984
- 87-206 Dépenses des gouvernements au titre de la culture, 1986-1987
- 87-207 Les établissements du patrimoine, 1985-1986
- 87-208 L'écoute de la télévision au Canada, 1987
- 87-209 Les arts d'interprétation, 1987
- 87-001 Vol. 12, No. 1 L'édition du périodique, 1986-1987
- 87-001 Vol. 12, No. 2 L'industrie de l'enregistrement sonore, 1982-1983 à 1986-1987
- 87-001 Vol. 12, No. 3 Les établissements du patrimoine, 1985-1986

Plein feu sur les données

Nombre hebdomadaire d'heures d'écoute de la télévision, automne 1988:	23.5 heures par personne
Nombre hebdomadaire d'heures d'écoute de la radio, automne 1988:	18.5 heures par personne
Fréquentation des cinémas, 1987-1988:	85 millions d'entrées
Longs métrages produits, 1987-1988:	142
Longs métrages distribués dans les cinémas, 1987-1988:	833
Nouveaux enregistrements lancés, 1987-1988:	2,883
Livres publiés, 1987-1988:	7,263
Tirage annuel des périodiques, 1987-1988:	512 millions d'exemplaires
Spectacles donnés par les troupes d'art d'interprétation, 1987:	36,200
Entrées dans les établissements du patrimoine, 1986-1987:	53.2 millions
Prêts accordés par les bibliothèques publiques, 1987:	174 millions d'articles
Dépenses publiques au titre de la culture, 1987-1988:	\$4.9 milliards

Aperçu statistique des zoos du Canada

Erika Dugas, Chef du projet sur les établissements du patrimoine

Au Canada, les zoos se sont révélés des endroits très animés en 1986-1987. Les 17 zoos sans but lucratif ayant participé à l'enquête auprès des établissements du patrimoine ont attiré plus de 6 millions de visiteurs, soit presque une visite pour quatre Canadiens. Les trois quarts des visiteurs se sont rendus au zoo en pleine saison touristique, soit de mai à septembre. Au cours de l'été, les zoos demeuraient ouverts plus de 10 heures par jour, en moyenne 75 heures par semaine. Pour le reste de la période de déclaration, la moyenne était de 58 heures par semaine. Dix zoos ont indiqué qu'ils étaient ouverts toute l'année; les sept autres sont ouverts de 13 à 26 semaines par année.

Si les visites de groupe constituent une indication de niveau de fréquentation, les zoos représentent des attractions particulièrement attrayantes pour les écoliers. Bien que près de la moitié des zoos ne tiennent pas un compte du nombre de visites de groupes d'écoliers, l'autre moitié a déclaré à elle seule plus de 5,100 de ces groupes, soit deux fois plus que le nombre d'autres groupes.

Avec tous ces millions de visiteurs, les zoos "sans but lucratif" ont-ils généré un surplus budgétaire? Les bénéfices d'exploitation moyens des zoos ayant participé à l'enquête se

chiffraient à un peu plus de \$2.2 millions, alors que leurs dépenses d'exploitation s'élevaient en moyenne à \$2.1 millions; en d'autres termes, le surplus d'exploitation moyen était de presque \$150,000 par zoo.

Au total, les zoos ont déclaré \$36 millions en bénéfices d'exploitation. Les revenus gagnés représentaient 46% de ce montant, soit \$17 millions. La plus grande partie de ce montant (\$11 millions) provenait des droits d'entrée. Pour les adultes, le prix d'entrée se chiffrait en moyenne à \$3.25 et variait entre moins de \$2.00 et plus de \$6.00. Le prix d'entrée moyen pour les enfants et les personnes âgées était beaucoup plus bas, soit \$1 et \$2 respectivement. Alors que 75% des zoos exigeaient des droits d'entrée, les deux tiers n'avaient aucun programme de membres affiliés; les revenus provenant de cette source représentaient donc un très faible pourcentage des bénéfices d'exploitation totaux.

Même avec le soutien financier qu'ont procuré les millions de visites payées et les ventes de souvenirs ou d'articles en boutique, il a fallu recourir à des subventions publiques. Les zoos ont tiré 53% de l'ensemble de leurs bénéfices d'exploitation, soit \$19 millions, de sources publiques. Les municipalités et les provinces constituent les principales sources de financement: les fonds municipaux se chiffraient à plus de \$16 millions et les fonds provinciaux, à plus de \$2 millions. Les fonds fédéraux se sont élevés à moins de \$100,000 et ont été surtout accordés dans le cadre de programmes d'Emploi et Immigration Canada.

L'exploitation d'un zoo est une entreprise complexe. Il faut faire appel à une main-d'oeuvre diversifiée pour l'entretien des installations, la sécurité, l'administration générale, le service d'alimentation et d'interprétation. Les zoos ayant participé à l'enquête employaient plus de 540 travailleurs à temps plein et environ 740 travailleurs à temps partiel; ils pouvaient en outre compter sur approximativement 330 bénévoles offrant leur temps et leurs services. En 1986-1987, ces zoos ont consacré \$21 millions aux salaires et traitements ainsi qu'aux honoraires de contrats, ce qui correspond à peu près aux trois cinquièmes de leurs dépenses d'exploitation qui se chiffraient à \$34 millions. □

La culture en perspective (no 87-004 au catalogue) ISSN 0843-7548 est une publication trimestrielle autorisée par le ministre de l'Expansion industrielle régionale. © Ministre des Approvisionnements et Services Canada 1989.

Rédactrice: Renée Langlois, (613) 951-1566

Abonnements: Canada: 24\$/année, 6\$/numéro. Autres pays: 28.80\$/année, 7.20\$/numéro. Commandes: 1-800-267-6677 (sans frais partout au Canada).

Reproduction ou citation autorisée sous réserve d'indication de la source: Statistique Canada. Le lecteur peut reproduire sans autorisation des extraits de cette publication à des fins d'utilisation personnelle à condition d'indiquer la source en entier. Toutefois, la reproduction de cette publication en tout ou en partie à des fins commerciales ou de redistribution nécessite l'obtention au préalable d'une autorisation écrite du Groupe des programmes et produits d'édition, agent intérimaire aux permissions, administration des droits d'auteur de la Couronne, Centre d'édition du gouvernement du Canada, Ottawa, Canada K1A 0S9.

Renseignez-vous...

Nous espérons que vous jugerez ce bulletin instructif et utile et que vous nous ferez part par écrit de vos observations. Veuillez adresser toute correspondance à l'adresse suivante:

La Rédactrice,
La culture en perspective,
Division de l'éducation, de la culture et du tourisme,
Statistique Canada,
Immeuble R.H. Coats,
16ième étage,
Ottawa, Ontario
K1A 0T6

Pour plus de renseignements sur les produits, les totalisations spéciales ou le contenu des enquêtes, veuillez communiquer avec l'une ou l'autre des personnes suivantes:

Directeur adjoint, Culture
Iain McKellar 951-9038

Sous-section de l'accès aux données
Ian McDiarmid 951-1561

Intégration des données
Renée Langlois 951-1566

Section des industries culturelles

Chef
Kathryn Williams 951-1517

Edition et diffusion du livre
Michel Frève 951-1563

Edition de périodiques
Fidelis Ifedi 951-1569

Film et vidéo
Anthony Young 951-9172
Marie Lavallée-Farah 951-1571

Enregistrement sonore
Nicole Charron 951-1544

Radio et télévision
John Gordon 951-1565

Section des activités et des institutions culturelles

Chef
Roberta Sametz 951-9173

Compagnies d'art d'interprétation
Mary Cromie 951-6864

Etablissements du patrimoine
Erika Dugas 951-1568

Bibliothèques publiques
Thomas Fitzpatrick 951-1562

Dépenses publiques au titre de la culture
Norman Verma 951-6863

Main d'oeuvre dans le domaine culturel
Mary Cromie 951-6864