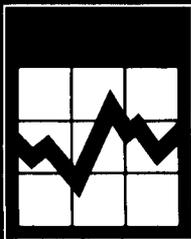


LA CULTURE

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



Bulletin trimestriel du Programme de la statistique culturelle

87-004

Printemps 1995

Vol. 7, N° 1

Un regard sur l'avenir... un article refermant les premières impressions

Barry Haydon, actuel directeur adjoint au Programme de la statistique culturelle

Vous me direz qu'il est un peu étrange pour un Australien de discourir sur la culture canadienne, mais dans mes fonctions présentes je me surprends à souvent penser à ce sujet et aux questions statistiques qui en découlent. J'avais retenu plusieurs titres pour cet article, et ne voulais pas vraiment arrêter mon choix. «La statistique culturelle à un carrefour», «Le contenu canadien est-il important?», «La culture, qui la contrôle?», «La culture, qui en a besoin?», «A qui servent les statistiques?» sont tous des titres qui, à un moment ou à un autre, m'ont traversé l'esprit. Chacun d'entre eux jetait un éclairage particulier (et important) sur le sujet, mais, pour moi, le dénominateur commun était la planification. Le vieil adage selon lequel on ne peut savoir où l'on va si l'on ignore où l'on est et où l'on a été, me revient sans cesse comme justification de l'importance d'avoir une solide base de données statistiques (renfermant des séries chronologiques actuelles, précises et rentables) comme pierre angulaire pour la prise de décision.

Où sommes-nous?

Le Canada dispose d'un très vaste éventail de statistiques culturelles. Il existe en effet des renseignements sur une variété de sujets; ces renseignements sont tirés d'enquêtes réalisées par le Programme de la statistique culturelle et du mandat global de Statistique Canada. Des données sont réunies sur la situation culturelle et économique des particuliers, des industries et des institutions participant au secteur culturel, et elles représentent le point de vue des créateurs, des producteurs, des distributeurs, des fournisseurs et des utilisateurs de produits culturels. *La Culture en perspective* est un instrument clé pour informer les gens de l'éventail de données disponibles et du genre d'analyses statistiques possibles. Toutefois, par définition, ce bulletin ne présente que des exemples de ce qui peut être fait.

Il va de soi que la collecte et la diffusion de données pertinentes entraînent des coûts, et une partie des sommes est en fait consacrée à garantir la pertinence des données. Il faut donc sans cesse se demander si oui ou non les informations que nous offrons sont utilisées efficacement et, de surcroît, si les données traduisent la réalité d'aujourd'hui. De récentes discussions avec de nombreux utilisateurs indiquent que oui nos données sont importantes et que oui nos données sont utilisées, mais qu'il faut en faire plus. Les questions que nous devons nous poser maintenant sont donc «que pouvons-nous faire de plus?», «quelles sont les nouvelles priorités statistiques?» et «quels sont les coûts afférents?».

Un autre impératif dans le contexte actuel est que dans le meilleur des cas, nous devons fonctionner avec un panier fixe de ressources. Le scénario le plus vraisemblable semble toutefois être celui du panier percé par où s'échappent les ressources, ce qui nous force à chercher continuellement des manières d'en faire plus avec moins.

Où allons-nous?

Ces facteurs qui précèdent m'amènent à conclure que notre programme statistique actuel de collecte et de diffusion doit évoluer. Nous chercherons à concentrer davantage nos efforts sur l'étude de questions comme l'impact économique de la culture, les enjeux statistiques associés à l'autoroute de l'information, l'amélioration de notre service de diffusion des données, la production d'une publication donnant un aperçu de la culture canadienne et l'accroissement de l'étendue et du champ d'observation de notre activité actuelle de collecte (en fonction des besoins de données et de la disponibilité des ressources).

Comment y arriverons-nous?

autoroute de l'information

Nous avons déjà commencé à nous pencher sur les questions que soulève l'autoroute (voir l'article «Statistique Canada sur l'autoroute de l'information» dans *La Culture en perspective*, vol. 6, n° 4, p. 3):

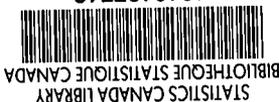
suite p. 2

Dans ce numéro...

Un regard sur l'avenir...un article refermant les premières impressions	1
Droits d'auteur musicaux: c'est l'air qui fait la chanson	2
À l'heure des voyages...et du dépaysement culturel	3
Un nouveau groupe de travail à l'écoute de l'industrie de l'enregistrement sonore	6
Saviez-vous que...? l'enregistrement sonore 1993-1994	6
Indicateurs choisis: participation aux activités culturelles	8

500

101018712



STATISTICS CANADA LIBRARY
BIBLIOTHÈQUE STATISTIQUE CANADA



Statistique Canada

Statistics Canada

Canada

Il faut cependant mieux comprendre les besoins en matière de données. Bien qu'une multitude de points (pour lesquels des statistiques fiables sont nécessaires) commencent à être examinés par des décideurs, des universitaires et des praticiens, les fondements de notre société évoluent, ce qui pose un dilemme statistique. Nous voulons vraisemblablement mesurer l'évolution, mais cette évolution particulière est un concept difficile. Cela revient un peu à demander «voulons-nous compter les oeufs ou les poules?», la réponse étant sans doute «les deux, mais qu'est-ce qui va éclore exactement?». Il va sans dire que les commentaires de nos lecteurs et leur avis sur ce qui doit être fait sont les bienvenus. Notre réflexion actuelle est sans aucun doute fondée sur l'hypothèse qu'il est préférable d'influencer le développement de systèmes afin que les données nécessaires soient disponibles dans le système lui-même que de recueillir ces mêmes données au moyen d'une enquête indépendante.

répercussions économiques

De même, certains travaux de grande valeur sur les répercussions économiques de la culture sont déjà réalisés. Mais il est possible d'en faire plus dans ce domaine (et on en fera effectivement davantage). L'objectif ultime est d'améliorer les estimations. La première étape en ce sens consistera à au moins documenter les différents concepts, sources et méthodes déjà utilisés.

diffusion

L'enrichissement de notre programme de diffusion des données implique un certain nombre d'étapes. Mais toutes convergent vers la capacité de pouvoir répondre rapidement aux besoins de la clientèle et de faire en sorte que les utilisateurs actuels et éventuels sachent que nos données existent. Une des étapes consiste à regrouper toutes nos publications annuelles actuelles en une seule. La nouvelle publication n'est qu'à l'étape de la planification; toutefois, on sait déjà qu'elle permettra de répondre à un vaste éventail d'intérêts. Elle devrait paraître d'ici la fin de l'été. Elle renfermera des données tirées de nos enquêtes existantes, en plus de regrouper des données provenant d'autres sources (par exemple, des renseignements sur l'emploi du temps et sur les dépenses des familles). Elle s'appuiera donc sur une définition plus large de la culture que celle dont nous avions l'habitude. Une deuxième étape consistera à s'assurer que les utilisateurs ayant des besoins spéciaux auxquels répondent nos publications actuelles ne sont pas lésés, et ils ne le seront pas. En fait, ces personnes sont invitées à communiquer avec Mme Pina La Novara, au (613) 951-1573, pour s'assurer que leurs besoins en matière de données seront toujours satisfaits (les frais imposés ne seront pas exorbitants). Une troisième étape d'importance consistera à prouver ce que nous valons. Je soutiens qu'il serait rentable pour de nombreux utilisateurs de solliciter nos services pour réaliser des recherches particulières en leur nom, qu'il s'agisse d'une simple extraction de

données existantes, d'une collecte de données détaillées ou d'une analyse statistique approfondie. Nous aimerions avoir l'occasion de faire nos preuves!

Toutes ces étapes de diffusion des données impliqueront un changement de stratégie de communication. Nous adopterons une démarche plus proactive dans nos relations avec la presse et les associations clés et nous prévoyons, parmi les avantages qui en découleront, que plus de données seront disponibles, plus rapidement, pour un plus grand nombre d'utilisateurs de la collectivité. Cette stratégie encouragera également les chercheurs du secteur à discuter de leurs plans avec nous, en partie pour que nous puissions les conseiller (au besoin). Mais surtout, elle nous permettra d'agir comme centre de connaissance pour mettre en contact des personnes ayant des intérêts semblables.

Notre nouvelle réalité

«Comment tout cela peut-il être fait?» est sans nul doute une autre question nécessitant une réponse. «Davantage de ressources» serait une bonne réponse, mais dans la plupart des cas nous ne devons pas nous y attendre, quoique des collaborations et des partenariats constituent certainement une façon de maximiser l'impact des ressources existantes. Mais le prix à payer pour la réalisation de ces nouvelles entreprises a été la réorganisation de notre secteur qui, à son tour, entraînera une diminution de la fréquence ou du niveau de détail, ou des deux, de nos enquêtes existantes. A l'heure actuelle, nous avons l'intention de maintenir une activité de collecte détaillée mais dorénavant, une collecte biennale pour la plupart des enquêtes. On ne s'attend pas à changer la fréquence de l'enquête annuelle des dépenses publiques au titre de la culture. Toutefois, cette année nous ne comptons pas mener l'enquête sur les établissements du patrimoine ainsi que sur l'enregistrement sonore (l'année de déclaration 1994-95). □

Droits d'auteur musicaux: c'est l'air qui fait la chanson

*Judith Alexander, Commissaire,
Commission du droit d'auteur*

Lorsque vous écoutez les musiciens de rue ou vous entendez votre chanson favorite en musique de fond dans un restaurant, vous arrive-t-il de vous demander si le compositeur ou l'auteur de la chanson est rétribué pour l'utilisation de sa création, et si oui de quelle façon la redevance a été déterminée? Ou encore s'il est payé, comment a-t-il pu savoir que sa composition avait été utilisée? Lorsqu'une chanson est interprétée en public, que ce soit en concert ou à l'aide d'un enregistrement, l'établissement public (restaurant, salle de concerts, etc.) ou l'interprète doit détenir une licence du détenteur du droit d'auteur pour l'utilisation de l'oeuvre.

Il revient à la Commission du droit d'auteur d'établir des tarifs justes et raisonnables, tant pour les utilisateurs que pour les auteurs. Créé en 1989, ce tribunal administratif fixe les tarifs d'après les ententes liant les parties ou par suite de la tenue d'audiences. Elle s'assure que les tarifs sont raisonnables pour les utilisateurs et qu'il y a une juste compensation pour les détenteurs de droits. C'est ainsi que depuis les années 30, la Commission et son prédécesseur, la Commission d'appel du droit d'auteur, ont fixé les tarifs applicables à l'utilisation publique de la musique.

Rôle vital des sociétés de perception

Les détenteurs de droits sont souvent membres de sociétés de perception, comme la Société canadienne des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique (SOCAN), qui agissent à titre de représentants des créateurs et s'adressent à la Commission en leur nom. Les sociétés de perception, ainsi que les usagers de droits d'auteur, montent des dossiers afin de défendre leur position devant la Commission. Cela les oblige souvent à faire appel au Programme de la statistique culturelle (PSC) de Statistique Canada pour se renseigner sur l'aspect économique des industries de la radiodiffusion, de la musique et de la câblodistribution, là où il y a utilisation de la propriété intellectuelle, et pour obtenir des précisions sur l'importance et l'utilisation de cette propriété.

Droits de retransmission

Les «droits de retransmission», un nouveau genre de droits d'auteur, ont été créés par la loi en 1990 dans le cadre de l'Accord de libre-échange avec les États-Unis. Ils s'appliquent aux oeuvres créées qui sont transmises par les signaux de télévision. Cela comprend les droits d'utilisation de la musique faisant partie des émissions ainsi que les droits s'appliquant à d'autres oeuvres créées dans les émissions. La Commission est habilitée à établir le montant de ces droits et à fixer des droits de retransmission qui soient «justes et équitables» pour les signaux captés et retransmis par les compagnies de câblodistribution. Avant 1990, les compagnies canadiennes captaient les signaux américains, comme ceux des réseaux ABC ou PBS, et les retransmettaient à leurs abonnés. Dans bien des cas, ces signaux étaient retransmis bien au-delà de leur aire locale, là où on ne pouvait les capter avec l'aide d'antennes conventionnelles. Les compagnies de câblodistribution américaines payaient déjà, depuis 1978, des droits de retransmission pour les signaux éloignés (y compris certains signaux canadiens). En dénonçant la situation canadienne qui existait avant 1990, certains commentateurs américains ont parlé de «piraterie économique». La tâche de déterminer des tarifs équitables pour cette utilisation a donc été confiée à la nouvelle Commission du droit d'auteur.

suite p. 3

Première audience de la Commission

La Commission a tenu sa première audience sur une période de cinq mois en 1989 et 1990. Elle a alors entendu les arguments de 13 parties qui s'étaient mises d'accord pour que le tarif soit établi pour plus d'une année. La Commission a dû déterminer une structure convenable et faire une estimation du montant total, ou «quantum», qui serait généré par ce tarif payable par les compagnies de câblodistribution. Cette somme a dû alors être répartie parmi les neuf sociétés de perception qui avaient été créées par suite de l'adoption de la nouvelle loi afin de représenter les différents groupes tels que les sports professionnels américains, les créateurs de téléfilms américains, les créateurs d'émissions canadiennes et les télédiffuseurs dont les programmes étaient retransmis.

Preuve soumise à la Commission

Pour la répartition, la Commission a décidé d'utiliser une approche hybride en utilisant les données sur l'offre d'émissions et le temps d'écoute tirées de la banque de données sur la télévision, qui relève du Programme de la statistique culturelle. Puisque la banque de données est établie d'après le titre, il était possible de produire des tableaux de l'écoute pour les émissions appartenant à des membres des différentes sociétés de perception, une fois que la propriété de certaines émissions avait été convenue par les différents participants. Les efforts innovateurs de l'équipe du PSC (voir l'encadré), combinés à leur disposition de collaborer avec les sociétés de perception, ont permis à la Commission de recevoir les renseignements nécessaires à l'exécution de son mandat.

Deuxième... et troisième décision

En janvier 1993, la Commission a rendu sa deuxième décision concernant les droits de retransmission. La décision conservait les lignes générales de la première décision (venue à échéance en décembre 1991) et établissait un tarif de trois ans qui a expiré en décembre 1994. Elle a aussi utilisé les statistiques sur l'écoute établies par Statistique Canada. À la fin du printemps, la Commission tiendra une troisième audience en vue de fixer le tarif jusqu'en 1997. L'audience portera presque exclusivement sur la question de la répartition des redevances perçues par les sociétés de perception, étant donné que les parties se sont déjà mises d'accord sur la structure, le tarif et le montant qui devrait être généré. Une fois de plus, la Commission devra se fier sur les données du Programme de la statistique culturelle.

La Commission compte sur Statistique Canada

Par ailleurs, d'autres éléments d'information de Statistique Canada sont utiles pour étoffer les données de base et faire état des industries

Note de la rédactrice

Étant donné que le tarif ne s'applique pas à la retransmission des signaux locaux, il a fallu ventiler davantage les données de base. À cette fin, l'équipe du PSC a personnalisé la méthodologie de concert avec la Société de perception du droit d'auteur du Canada (représentant les créateurs américains et, notamment, la Motion Picture Association of America). Une fois la méthodologie au point, la Société a veillé à réunir des éléments d'information sur les signaux locaux et éloignés pour l'ensemble des systèmes de câblodistribution du Canada. Le PSC a alors pu intégrer ces nouveaux éléments dans le système afin de répondre aux besoins particuliers de la Commission et des sociétés de perception.

Ce n'est pas d'hier que le PSC personnalise un système. De fait, la banque de données sur la télévision est elle-même établie à partir de données recueillies chaque année par le BBM (Bureau of Broadcast Measurement) pour fournir des renseignements sur l'auditoire aux commanditaires et aux radiodiffuseurs. Comme c'est souvent le cas, les données utiles à une fin ne mesurent pas exactement d'autres zones d'intérêt. Le PSC a toutefois résolu le problème et amélioré grandement l'utilité des données originales en élaborant et intégrant une classification de l'écoute fondée sur les «genres» d'émissions, comme les sports, les nouvelles et les dramatiques.

culturelles qui utilisent les droits d'auteur. Dans le cas du tarif de retransmission, la Commission s'est préoccupée de la solvabilité de l'industrie de la câblodistribution. La Commission a reçu des données sur la santé et la rentabilité de l'industrie et d'autres industries dans le domaine des télécommunications. Le même genre de renseignements est utilisé dans le dossier de l'audience sur la transmission des canaux spécialisés (ou signaux autres que de radiodiffusion).

Sans entrer dans le détail des tarifs applicables à la musique, la Commission a déterminé qu'une augmentation s'imposait pour tenir compte de la hausse du coût de la vie. C'est en 1977 que l'ancienne Commission a commencé à utiliser l'indice des prix à la consommation (IPC) comme norme. En 1988, lors d'une audience, on a suggéré que l'IPC risquait d'exagérer les augmentations des coûts subies par les producteurs de biens intermédiaires et qu'un indice comme celui des prix des produits industriels (IPPI) serait plus souhaitable. Même si la question n'est pas entièrement résolue, il a été décidé d'avoir recours aux chiffres rajustés de l'IPC. Bien sûr, ce débat aurait été inutile si les données de Statistique Canada n'avaient pas été disponibles.

Et en conclusion...

Si la Commission peut fixer des tarifs raisonnables, c'est grâce aux statistiques qui paraissent déjà dans les publications de Statistique Canada, comme les chiffres de l'indice des prix à la consommation et d'autres indices, et celles qui sont établies en réponse à ses spécifications. Ces statistiques lui permettent d'affirmer avec quelque certitude les effets des tarifs sur des variables clés comme les bénéfices ou les recettes ou sur l'utilisation des divers genres de droits d'auteur dans les industries culturelles. □

À l'heure des voyages... et du dépaysement culturel Les activités culturelles des Canadiens en voyage, 1992

Ruth Martin, chef, unité de la recherche, de l'analyse et du développement, Division de l'éducation, de la culture et du tourisme

De nombreux Canadiens assistent à des manifestations culturelles, notamment des pièces de théâtre ou des concerts². En 1992, 30% des Canadiens de 15 ans et plus ont assisté à un spectacle de la scène chez eux ou en voyage³.

Les voyageurs forment un important groupe de consommateurs potentiels de manifestations culturelles, 72% des Canadiens ayant fait au moins un voyage d'une nuit ou plus en 1992⁴ pour un motif autre que les affaires. Toutefois, les Canadiens en voyage participent à des activités culturelles à des degrés très variables, la probabilité augmentant avec l'éloignement.

- ¹ Tous les voyages-personnes d'une nuit ou plus en 1992, et tous les voyages au Canada à au moins 80 km de la maison en 1992, sont étudiés ici.
- ² Assister à des pièces de théâtre ou à des concerts est loin d'être la seule activité culturelle sur laquelle existent des données, mais la présente analyse ne porte que sur cette activité pour diverses raisons opérationnelles.
- ³ Enquête sociale générale, Statistique Canada, 1992.
- ⁴ Voyages intérieurs 1992, publication n° 87-504 au catalogue de Statistique Canada, p. 40.

suite p. 4

En quête de dépaysement culturel

Les Canadiens voyagent surtout au pays. Par conséquent, la majorité des voyages-personnes comportant une manifestation culturelle sont au Canada. En 1992, ce fut le cas de 2,8 millions de voyages-personnes au pays. Pour les voyages aux États-Unis et outre-mer, les chiffres correspondants s'établissent à 1,6 million et à 787 000 respectivement.

Il en va tout autrement en pourcentage du nombre total de voyages effectués. Pas moins d'un voyage-personne outre-mer sur quatre comporte une manifestation culturelle, contre 8% de ceux aux États-Unis et 3% seulement de ceux au pays.

Pour ce qui est des destinations outre-mer, les Canadiens en voyage en Afrique sont proportionnellement plus nombreux à assister à des manifestations culturelles (figure 1). Vient ensuite l'Europe, en tête en chiffres absolus. Il ne fait aucun doute que le dépaysement culturel est en grande partie la raison pour laquelle de nombreux Canadiens visitent d'autres continents.

Aux États-Unis, la région Atlantique sud (tous les États du littoral au sud du Delaware, le District of Columbia et de la Virginie occidentale) accueille le plus grand nombre de Canadiens. La fréquentation pour ce qui est des pièces de théâtre et des concerts y est aussi plus élevée. Pourtant, en 1992, la proportion de Canadiens ayant assisté à des manifestations culturelles dans cette région n'équivalait qu'au tiers de la proportion correspondante observée à Hawaii.

Au pays, les Canadiens en voyage sont proportionnellement bien plus nombreux à assister à des manifestations culturelles à l'Île-du-Prince-Édouard que dans toute autre province de destination. Un voyageur sur dix profite de son séjour à l'île pour voir un spectacle, par exemple la pièce *Anne aux pignons verts*.

Plus de temps pour la culture?

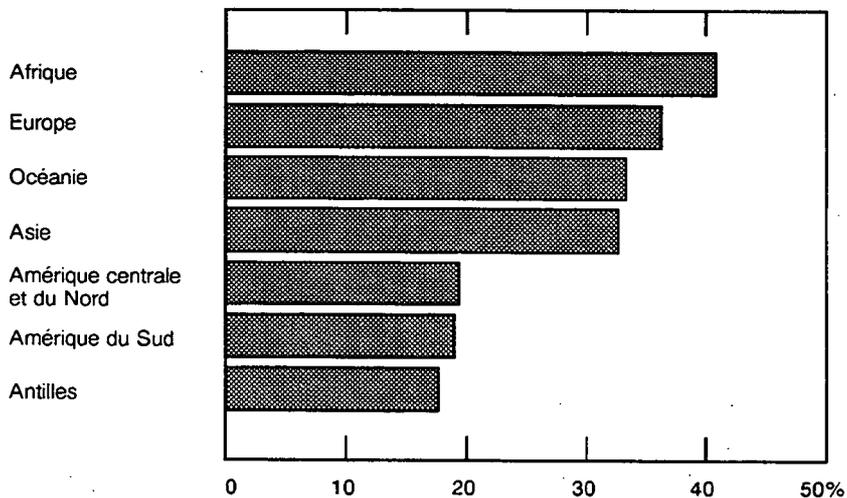
Une plus grande proportion de voyages outre-mer comporte une manifestation culturelle en partie parce que ces voyages durent souvent plus longtemps que les autres. À mesure qu'augmente la durée du voyage, le nombre d'activités auxquelles on participe augmente généralement aussi.

En moyenne, les voyageurs canadiens ont passé 19 nuits en voyage dans des pays d'outre-mer en 1992. Par contre, les voyages aux États-Unis ont duré sept nuits en moyenne et ceux au Canada, trois nuits environ. Quelle que soit la destination, les voyageurs ayant assisté à des manifestations culturelles ont déclaré des voyages notablement plus longs que les autres Canadiens.

Mais même si on compare des voyages de même durée, les voyageurs canadiens ont davantage tendance à assister à des manifestations culturelles lorsqu'ils sont à l'étranger (figure 2).

Figure 1

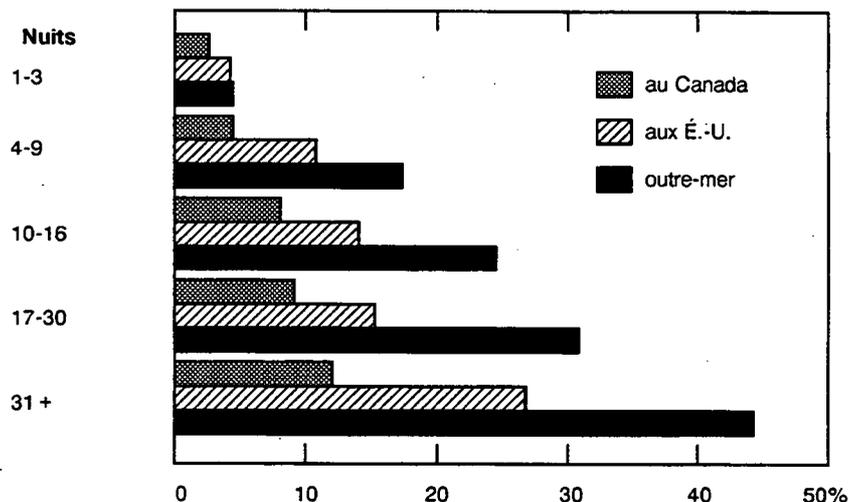
La proportion des voyageurs canadiens outre-mer qui assistent à des événements culturels est la plus élevée dans le cas de l'Afrique et de l'Europe



Source : l'Enquête sur les voyages internationaux de 1992

Figure 2

Les voyageurs canadiens ont plus de chances d'assister à des événements culturels lors de voyages de plus longue durée



Source : l'Enquête sur les voyages internationaux et l'Enquête sur les voyages des Canadiens, 1992

La culture n'a pas d'âge

Lorsque l'on tient compte de toutes les destinations, les Canadiens vont à des manifestations culturelles quel que soit leur âge, mais ceux qui ont moins de 15 ans étaient moins susceptibles que les autres d'assister à des pièces de théâtre ou à des concerts en voyage en 1992. Par contre,

ceux du groupe d'âge suivant, soit les 15 à 24 ans, ont déclaré la fréquentation la plus élevée de tous les Canadiens en voyage au pays et outre-mer.

Chez les Canadiens de 15 à 24 ans qui ont fait de longs voyages outre-mer (plus de 17 nuits),

suite p. 5

plus de la moitié sont allés au théâtre ou à un concert. Cela est peut-être dû au fait que de nombreux jeunes font des voyages d'étude et ont alors de fortes chances de participer à des activités culturelles.

Chez les Canadiens qui font de longs voyages aux États-Unis, les plus âgés, y compris ceux qui vont dans le sud en hiver, se démarquent. Plus de 20% des personnes de 55 ans et plus ont profité de leur séjour aux États-Unis pour assister à une manifestation culturelle.

Pour tous les groupes d'âge, la fréquentation augmente avec la distance de la maison.

La raison du voyage a une incidence

Les gens voyagent parfois pour plusieurs raisons, mais le motif principal a une incidence sur les chances d'assister à un spectacle (voir tableau 1).

Au Canada, les gens en voyage d'affaires sont, en moyenne, moins susceptibles que les autres d'assister à des manifestations culturelles. Il en est ainsi surtout parce que les voyages d'affaires au pays sont souvent de courte durée, soit entre une et trois nuits. À durée égale et sans égard à la destination, les gens d'affaires sont parmi ceux qui ont le plus tendance à profiter de leurs voyages pour aller au théâtre ou à un concert.

En moyenne, ceux qui font des voyages d'agrément au Canada (notamment pour participer à des événements et visiter des attractions) sont plus susceptibles que les autres voyageurs d'assister à une manifestation culturelle.

Lorsqu'ils sont en voyage aux États-Unis, ce sont les Canadiens qui visitent des parents et amis qui sont les plus susceptibles de participer à cette activité. Mais, outre-mer, les personnes qui voyagent pour d'autres raisons, entre autres pour leurs études, sont celles qui ont le plus tendance à aller au théâtre et à un concert, surtout si leur séjour est long.

Et à part les pièces de théâtre et les concerts...

Pour les Canadiens qui voyagent au pays et qui ont assisté à des manifestations culturelles, l'activité la plus importante, après les manifestations culturelles, était de rendre visite à des amis et des parents. Cela n'a rien de surprenant puisque la visite d'amis et de parents a été l'activité la plus souvent déclarée dans l'ensemble en 1992, et ceux qui voyagent au pays vont plus souvent qu'autrement loger chez des amis ou des parents.

Toutefois, le magasinage et les visites touristiques sont les activités principales des Canadiens voyageant aux États-Unis et outre-mer. Ceux qui ont assisté à des manifestations culturelles à l'extérieur du Canada ont placé ces activités aux deuxième et troisième rangs.

Conclusion

Bien des facteurs font que les Canadiens en voyage assistent ou pas à des pièces de théâtre et à des concerts. Mais si on connaît la destination et la durée du voyage, on est en mesure de prédire avec plus d'exactitude si le voyageur consacrera du temps à des manifestations culturelles.

Les enquêtes nationales de Statistique Canada sur les voyages nous apprennent beaucoup de choses, notamment si les voyageurs ont pris part à un certain nombre d'activités culturelles. En plus des pièces de théâtre et des concerts dont il vient d'être question, les activités culturelles comprennent:

- la fréquentation des festivals et des foires;
- la visite de zoos, de musées ou d'attractions naturelles;
- la fréquentation des lieux où sont présentés des événements sportifs
- la visite de parcs nationaux, provinciaux ou régionaux ou de lieux historiques.

Étant donné que les voyageurs canadiens sont de plus en plus nombreux, diverses personnes du secteur touristique s'intéressent à leurs caractéristiques. Les données de l'Enquête sur les voyages des Canadiens et de l'Enquête sur les voyages internationaux peuvent servir à la définition et au suivi des activités culturelles auxquelles participent les voyageurs canadiens. Ces enquêtes fournissent aussi un large éventail de caractéristiques géographiques et socio-économiques ainsi que de caractéristiques du voyage qui se prêtent à d'autres analyses. □

Tableau 1.

Pourcentage des voyageurs canadiens assistant à des événements culturels, 1992, selon la destination, le but du voyage et sa durée

	1-3 nuitées	4-9 nuitées	10-16 nuitées	17 + nuitées	Moyenne
	%	%	%	%	%
Au Canada					
agrément	3.6	4.8	9.8	7.6	4.2
visite d'amis et de parents	2.3	4.7	8.4	12.1	3.1
affaires	1.5	3.2	5.6	12.5	2.0
autre	3.1	2.8	0.4	3.4	3.0
Aux États-Unis					
agrément	4.0	8.9	11.0	20.0	7.8
visite d'amis et de parents	6.5	13.8	25.2	20.3	11.2
affaires	4.2	13.8	24.7	24.2	8.9
autre	3.0	17.5	15.6	23.5	6.9
Outre-mer					
agrément	N/A	16.9	24.7	38.7	25.2
visite d'amis et de parents	N/A	17.0	22.5	27.5	24.9
affaires	N/A	18.9	23.8	37.3	23.8
autre	N/A	16.0	28.9	43.6	32.4

Source: l'Enquête sur les voyages internationaux et l'Enquête sur les voyages des Canadiens.

Un nouveau groupe de travail à l'écoute de l'industrie de l'enregistrement sonore

Depuis un an ou deux, le besoin d'information sur l'industrie de l'enregistrement sonore s'est accentué. En particulier, à la suite des travaux effectués pour le compte du Groupe de travail sur l'avenir de l'industrie canadienne de la musique¹, on a été amené à se demander si les données actuellement disponibles répondent vraiment aux besoins de recherche des secteurs public et privé. Les besoins eux-mêmes sont en train de changer notablement à mesure qu'évoluent de plus en plus rapidement les techniques de production et de distribution (voir «La culture et le résultat net... Des modifications apportées au mode de présentation provoquent une croissance rapide des recettes dans l'industrie du disque», *La culture en perspective*, automne 1994, vol. 6, n° 3). Par ailleurs, les progrès du traitement de l'information ont créés des attentes nouvelles: les utilisateurs veulent maintenant un accès facile et rapide à des produits et services complets et actuels pour la statistique et la recherche.

Dans bien des secteurs, les entreprises privées s'inquiètent devant l'accroissement du fardeau de déclaration aux enquêtes, d'autant qu'elles ont déjà à remplir de nombreux documents pour le gouvernement et d'autres organismes. Elles ne cessent de réclamer que les ministères et organismes fédéraux et provinciaux, les conseils des arts et le secteur privé harmonisent davantage leur façon d'élaborer les enquêtes.

De récentes discussions entre des associations de l'industrie de l'enregistrement sonore, le ministère du Patrimoine canadien

et Statistique Canada, qui donnaient suite à ces préoccupations, ont montré qu'il fallait que les chercheurs et les utilisateurs de l'information, de même que ceux qui recueillent les données, reviennent leurs positions respectives et déterminent la meilleure façon de répondre aux besoins en information de l'industrie. Un premier pas dans ce sens a été fait le 17 février 1995 lorsqu'un certain nombre de représentants de l'industrie de l'enregistrement sonore ont rencontré à Ottawa le personnel du ministère du Patrimoine canadien, de Statistique Canada et d'Industrie Canada.

Diverses questions ont été abordées à cette réunion. L'actuel questionnaire de l'Enquête sur l'enregistrement sonore de Statistique Canada a été évalué globalement. On a jugé en général qu'il s'agissait d'un bon véhicule et qu'il fallait le conserver, mais en y apportant certaines améliorations. Il existe toutefois un besoin pour des données portant sur d'autres aspects, par exemple les droits d'auteur et les technologies naissantes. L'autre fait saillant de la réunion est que tous les représentants présents se sont dit intéressés à former un nouveau groupe de travail commun. Le groupe de travail² aura initialement comme objectif d'élaborer un plan stratégique pour l'amélioration des statistiques sur l'industrie. Cela suppose notamment travailler à l'enquête de Statistique Canada et intégrer et harmoniser toutes les bases de données existantes pour tirer le meilleur profit de toute l'information disponible. L'industrie, les décideurs du gouvernement et les autres utilisateurs disposeront ainsi d'un ensemble cohérent de statistiques.

Bien que la première réunion de ce groupe de travail ait déjà eu lieu à Toronto le 23 mars dernier à l'occasion de la Semaine de la musique canadienne, on espère que toutes les personnes et tous les organismes désireux de participer à la refonte de l'enquête de Statistique Canada et à l'élaboration d'un cadre statistique pourront le faire. Les groupes intéressés peuvent communiquer avec Mary Allen, coordonnatrice, Développement et intégration des données, Programme de la statistique culturelle, téléphone (613) 951-1544, télécopieur (613) 951-9040.

¹ Pour plus de détails sur ce groupe de travail, voir *La culture en perspective*, «L'industrie canadienne de l'enregistrement sonore examine l'impact des nouvelles technologies», hiver 1993, vol. 5, n° 4.

² Au minimum, les ministères et organismes suivants seront représentés : ministère du Patrimoine canadien, Statistique Canada, Industrie Canada, ministère des affaires étrangères, Canadian Independent Record Production Association (CIRPA), Association de l'industrie canadienne de l'enregistrement (CRIA), Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (ADISQ), Société canadienne des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique (SOCAN), Association canadienne des éditeurs de la musique (CMPA), Société du droit de reproduction des auteurs, compositeurs et éditeurs au Canada (SODRAC), et Factor! Musicaction Canada (FMC).

Saviez-vous que...? Faits saillants des données de 1993-1994 relatives à l'enregistrement sonore

L'industrie de l'enregistrement sonore a connu une autre année couronnée de succès en 1993-1994, le montant total des ventes des maisons de disques ayant augmenté de 16,5 % pour se fixer à 738 millions de dollars. Les bénéfices ont progressé de 3 % en 1993-1994 pour s'établir à 140 millions de dollars.

Les ventes d'enregistrements à contenu canadien représentent maintenant presque 13 % du montant total des ventes, comparativement à seulement 8 % il y a cinq ans. En 1993-1994, les ventes d'enregistrements canadiens ont atteint le sommet de 92,7 millions de dollars, soit 30 % de plus que l'année précédente.

Le nombre de nouveaux enregistrements à contenu canadien qui ont été diffusés s'est accru de 7,5 % par rapport à 1992-1993. En comparaison, le nombre de nouveaux enregistrements non canadiens a augmenté de moins de 1 %. Pour ce qui est de l'ensemble des enregistrements vendus, les disques compacts viennent en tête puisqu'ils représentent 58 % de toutes les unités vendues.

Pour obtenir des renseignements additionnels tirés de l'Enquête sur l'enregistrement sonore, veuillez communiquer avec Erika Dugas au (613) 951-1568.

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.



INDICATEURS CHOISIS**Participation aux activités culturelles**

Indicateur	Total	Hommes	Femmes
Participation pendant 1992 (%)			
Lu un journal	92.1	92.3	91.9
Lu une revue	79.7	76.0	83.4
Lu un livre	66.0	56.8	74.8
Emprunté un livre à la bibliothèque	33.8	29.7	37.8
Écouté des cassettes, disques compacts	80.6	81.1	80.1
Visionné un film sur magnétoscope	70.8	72.8	68.9
Assisté à des spectacles professionnels de musique populaire	23.7	25.5	22.0
Assisté à des spectacles professionnels de musique, théâtre, danse, ou opéra	30.2	27.5	32.8
danse	4.9	3.7	6.1
musique symphonique ou classique	12.2	10.6	13.8
opéra	4.4	3.8	4.9
théâtre	24.0	22.3	25.7
Spectacles professionnels de théâtre, danse ou musique destinés à la jeunesse	8.4	6.5	10.3
Assisté à des événements sportifs professionnels	31.2	40.6	22.2
Vu un film au cinéma	48.6	50.4	46.9
Visité un musée ou galerie d'art	32.3	31.8	32.9
Assisté à un festival ou une foire	50.5	52.0	49.1
Consacré du temps à une activité artistique (p. ex. la peinture)	10.1	9.3	10.9
Consacré du temps à l'artisanat	30.5	14.7	45.7
Pratiqué d'un instrument de musique	17.8	19.3	16.3
Consacré du temps à la photographie artistique	9.0	10.3	7.9

Publications**Toujours disponible**

87-202 L'enregistrement sonore, 1992-1993	24 \$	87-207 Les établissements du patrimoine, 1991-1992	30 \$
87-203 L'édition du périodique, 1992-1993	20 \$	87-208 L'écoute de la télévision, 1993	28 \$
87-204 Le film et la vidéo, 1992-1993	24 \$	87-209 Les arts d'interprétation, 1992-1993	30 \$
87-206 Dépenses publiques au titre de la culture, 1992-1993	20 \$	87-210 L'édition du livre, 1992-1993	20 \$

Pour commander des publications composez sans frais le 1-800-267-6677

La culture en perspective (n° 87-004 au catalogue) ISSN 0843-7548 est une publication trimestrielle autorisée par le Ministre responsable de Statistique Canada et le Ministre de l'Industrie, des sciences et de la technologie, 1994.

Rédactrice en chef : Mary Cromie, (613) 951-6864.

Abonnements : Canada: 7 \$ l'exemplaire, 26 \$ par année. États-Unis: 8 \$ US l'exemplaire, 32 \$ US par année. Autres pays: 10 \$ US l'exemplaire, 37 \$ US par année. Commandes : 1-800-267-6677 (sans frais partout au Canada).

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

Note de reconnaissance

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

RENSEIGNEZ-VOUS...

Nous espérons que vous jugerez ce bulletin instructif et utile. S'il vous plaît nous ferez part par écrit, par téléphone ou par télécopieur de vos observations.

Mary Cromie
La rédactrice en chef,
La culture en perspective,
Division de l'éducation, de la culture et du tourisme,
Immeuble R.-H.-Coats, 17C
Statistique Canada,
Ottawa (Ontario)
K1A 0T6

(613) 951-6864
(613) 951-9040 (télécopieur)



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

Barry Haydon	Directeur-adjoint, Culture	951-9038
Kathryn Williams	Gestionnaire, Projet sur la population active du secteur culturel	951-1517

Section des enquêtes culturelles

Michel Durand	Chef	951-1566
Erika Dugas & Mary Allen	Enregistrement sonore	951-1568, 951-1544
Erika Dugas	Établissements du patrimoine	951-1568
Marie Lavallée-Farah	Arts d'interprétation	951-1571
Norman Verma	Bibliothèques publiques	951-6863
Norman Verma	Dépenses publiques au titre de la culture	951-6863
Michael Pederson	Édition et diffusion du livre	951-1563
Michael Pederson	Édition du périodique	951-1562
Fidelis Ifeji	Film et vidéo	951-1569
John Gordon	Radio et télévision	951-1569
John Gordon	Nouveaux médias	951-1565
Michel Durand	L'impact économique	951-1566

Section de la recherche et de la communication

Barry Haydon	Chef intermédiaire	951-9038
Mary Allen	Intégration des données	951-1544
Mary Cromie	Données sur les consommateurs de culture	951-6864
John Gordon	Nouveaux médias	951-1565
Pina La Novara	Marketing et diffusion	951-1573