C.3

Catalogue 87-204 Annual

Film and Video

1992-93

Culture Statistics

Catalogue 87-204 Annuel

Le film et la vidéo

1992-93

Statistiques de la culture

STATISTICS CANADA STATISTIQUE CANADA
FEB 17 1995
LIBRARY BIBLIOTHÈQUE

Statistics Canada Statistique Canada

Canada

Data in Many Forms . . .

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered. Data are available on CD, diskette, computer print-out, microfiche and microfilm, and magnetic tape. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct online access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable database and retrieval system.

How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Cultural Industries Section,
Education, Culture and Tourism Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 Telephone: (1-613-951-6862) or to the Statistics Canada reference centre in:

Halifax	(1-902-426-5331)	Regina	(1-306-780-5405)
Montreal	(1-514-283-5725)	Edmonton	(1-403-495-3027)
Ottawa	(1-613-951-8116)	Calgary	(1-403-292-6717)
Toronto	(1-416-973-6586)	Vancouver	(1-604-666-3691)
Winnipeg	(1-204-983-4020)		

Toll-free access is provided in all provinces and territories, **for users who reside outside the local dialing area** of any of the regional reference centres.

Newfoundland, Labrador, Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Saskatchewan	1-800-667-7164
Manitoba	1-800-661-7828
Southern Alberta	1-800-882-5616
Alberta and Northwest Territories	1-800-563-7828
British Columbia and Yukon	1-800-663-1551
Telecommunications Device for the Hearing Impaired	**1-800-363-7629**
Toll-free Order-only Line (Canada and United States)	**1-800-267-6677**

How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Marketing Division, Sales and Service, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6.

(1-613-951-7277)
Facsimile Number (1-613-951-1584)
Toronto Credit Card Only (1-416-973-8018)

Standards of Service to the Public

To maintain quality service to the public, Statistics Canada follows established standards covering statistical products and services, delivery of statistical information, cost-recovered services and service to respondents. To obtain a copy of these service standards, please contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre.

Des données sous plusieurs formes . . .

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes. Les données sont disponibles sur disque compact, disquette, imprimé d'ordinateur, microfiche et microfilm, et bande magnétique. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordinolingue et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toute demande de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doit être adressée à la:

Section des industries culturelles,
Division de l'éducation, de la culture et du tourisme,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 téléphone: (1-613-951-6862) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

Halifax	(1-902-426-5331)	Regina	(1-306-780-5405)
Montréal	(1-514-283-5725)	Edmonton	(1-403-495-3027)
Ottawa	(1-613-951-8116)	Calgary	(1-403-292-6717)
Toronto	(1-416-973-6586)	Vancouver	(1-604-666-3691)
Winnipeg	(1-204-983-4020)		

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, **aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale** des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve, Labrador, Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Saskatchewan	1-800-667-7164
Manitoba	1-800-661-7828
Sud de l'Alberta	1-800-882-5616
Alberta et Territoires du Nord-Ouest	1-800-563-7828
Colombie-Britannique et Yukon	1-800-663-1551
Appareils de télécommunications pour les malentendants	**1-800-363-7629**
Numéro sans frais pour commander seulement (Canada et États-Unis)	**1-800-267-6677**

Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Division du marketing, Ventes et Service, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6.

(1-613-951-7277)
Numéro du télécopieur (1-613-951-1584)
Toronto Carte de crédit seulement (1-416-973-8018)

Normes de service au public

Afin de maintenir la qualité du service au public, Statistique Canada observe des normes établies en matière de produits et de services statistiques, de diffusion d'information statistique, de services à recouvrement des coûts et de services aux répondants. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec le Centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous.

Statistics Canada
Education, Culture and Tourism Division

Film and Video
1992-93
Culture Statistics

Statistique Canada
Division de l'éducation, de la culture et du tourisme

Le film et la vidéo
1992-93
Statistiques de la culture

Published by authority of the Minister responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, Science and Technology, 1995

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise without prior written permission from Licence Services, Marketing Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

February 1995

Price: Canada: $24.00
United States: US$29.00
Other Countries: US$34.00

Catalogue No. 87-204

ISSN 1181-6708

Ottawa

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie, 1995

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 des Services de concession des droits de licence, Division du marketing, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Février 1995

Prix : Canada : 24 $
États-Unis : 29 $ US
Autres pays : 34 $ US

N° 87-204 au catalogue

ISSN 1181-6708

Ottawa

Note of Appreciation

Canada owes the success of its statistical system to a long-standing cooperation involving Statistics Canada, the citizens of Canada, its businesses, governments and other institutions. Accurate and timely statistical information could not be produced without their continued cooperation and goodwill.

Note de reconnaissance

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

Symbols

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

.. figures not available.

... figures not appropriate or not applicable.

– nil or zero.

-- amount too small to be expressed.

p preliminary figures.

r revised figures.

x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

Note: The sum of items do not always add to the total due to rounding. Number of firms indicates the number of companies reporting non-zero values for each cell.

This publication was prepared under the direction of:

- **Kathleen K. Campbell,** Director, Education, Culture and Tourism Division
- **Barry Haydon,** Assistant Director, Culture Sub-division
- **Michel Durand,** Chief, Cultural Industries Section
- **Fidelis Ifedi,** Project Manager, Film and Video Project

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences – Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 – 1984.

Signes conventionnels

Les signes conventionnels suivants sont employés uniformément dans les publications de Statistique Canada:

.. nombres indisponibles.

... n'ayant pas lieu de figurer.

– néant ou zéro.

-- nombres infimes.

p nombres provisoires.

r nombres rectifiés.

x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

Nota: Les chiffres des postes ayant été arrondis leur somme peut ne pas correspndre aux totaux indiquesl. Le nombre d'entreprises indique le nombre d'entreprises ayant déclaré une valeur autre que zero pour chaque case.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- **Kathleen K. Campbell,** directrice, Division de l'education, de la culture et du tourisme
- **Barry Haydon,** directeur adjoint, Sous-division de la culture
- **Michel Durand,** chef, Section des industries culturelles
- **Fidelis Ifedi,** gestionnaire de projet, projet du film et de la video

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.

Table of Contents

	Page
Highlights	7
Additional Information	8
Introduction	9
Section I **Film, Video and Audio-visual Production**	
Table	
1(a). Canadian Film, Video and Audio-visual Production Industry, Summary, 1988-89 to 1992-93	20
1(b). Film, Video and Audio-visual Production Industry, Atlantic Provinces, Summary, 1988-89 to 1992-93	21
1(c). Film, Video and Audio-visual Production Industry, Quebec, Summary, 1988-89 to 1992-93	22
1(d). Film, Video and Audio-visual Production Industry, Ontario, Summary, 1988-89 to 1992-93	23
1(e). Film, Video and Audio-visual Production Industry, Manitoba, Summary, 1988-89 to 1992-93	24
1(f). Film, Video and Audio-visual Production Industry, Saskatchewan, Summary, 1988-89 to 1992-93	25
1(g). Film, Video and Audio-visual Production Industry, Alberta, Summary, 1988-89 to 1992-93	26
1(h). Film, Video and Audio-visual Production Industry, British Columbia, Summary, 1988-89 to 1992-93	27
2(a). Profile of Theatrical Producers, 1988-89 to 1992-93	29
2(b). Profile of Conventional and Pay Television Producers, 1988-89 to 1992-93	30

Table des matières

	Page
Faits Saillants	7
Renseignements supplémentaires	8
Introduction	9
Section I **Production cinématographique, vidéo et audio-visuelle**	
Tableau	
1(a). L'industrie canadienne de la production cinématographique, vidéo et audio visuelle, 1988-1989 à 1992-1993	20
1(b). L'industrie de la production cinématographique, vidéo et audio visuelle, pour les provinces de l'Atlantique, sommaire, 1988-1989 à 1992-1993	21
1(c). L'industrie québécoise de la production cinématographique, vidéo et audio visuelle, sommaire, 1988-1989 à 1992-1993	22
1(d). L'industrie ontarienne de la production cinématographique, vidéo et audio visuelle, sommaire, 1988-1989 à 1992-1993	23
1(e). L'industrie de la production cinématographique, vidéo et audio visuelle, pour la province du Manitoba, sommaire, 1988-1989 à 1992-1993	24
1(f). L'industrie de la production cinématographique, vidéo et audio visuelle, pour la province du Saskatchewan, sommaire, 1988-1989 à 1992-1993	25
1(g). L'industrie de la production cinématographique, vidéo et audio visuelle, pour la province de l'Alberta, sommaire, 1988-1989 à 1992-1993	26
1(h). L'industrie de la production cinématographique, vidéo et audio visuelle, pour la province de la Colombie-Britannique, sommaire, 1988-1989 à 1992-1993	27
2(a). Profil des producteurs de longs métrages pour les cinémas, 1988-1989 à 1992-1993	29
2(b). Profil des producteurs de la télévision conventionelle et payante 1988-1989 à 1992-1993	30

Table of Contents – Continued

Page

2(c). Profile of Producers of Advertising, 1988-89 to 1992-93 31

2(d). Profile of Producers for Government and Education, 1988-89 to 1992-93 32

2(e). Profile of Industrial Producers, 1988-89 to 1992-93 33

2(f). Profile of Producers Contracted by Other Production Companies and Executive Producers, 1988-89 to 1992-93 34

2(g). Profile of Unspecialized Producers, 1988-89 to 1992-93 34

Section II
Motion Picture Laboratory Operations and Production and Post-production Services

3. Canadian Film Laboratories, Production and Post-production Services Industry, Summary, 1988-89 to 1992-93 38

Section III
Film and Video Distribution and Videocassette Wholesaling

4. Film and Video Distribution and Videocassette Wholesaling, Number of Firms by Principal Activity and Financial Control, 1988-89 to 1992-93 40

5. Revenue from the Distribution of Film, Video and Audio-visual Productions and Videocassette Wholesaling by Primary Market, 1988-89 to 1992-93 40

6. Film and Video Distribution and Videocassette Wholesaling, Employment, 1988-89 to 1992-93 41

7. Film and Video Distribution and Videocassette Wholesaling, Total Revenue, Total Expenses and Profitabilty by Financial Control, 1988-89 to 1992-93 42

Table des matières – suite

Page

2(c). Profil des producteurs publicitaires, 1988-1989 à 1992-1993 31

2(d). Profil des producteurs spécialisés du secteur gouvernemental et éducatif, 1988-1989 à 1992-1993 32

2(e). Profil des producteurs industriels, 1988-1989 à 1992-1993 33

2(f). Profil des producteurs engagés par les autres entreprises de production et producteurs exécutifs, 1988-1989 à 1992-1993 34

2(g). Profil des producteurs non-spécialisés, 1988-1989 à 1992-1993 34

Section II
Laboratoires cinématographiques et services de production et de post production

3. L'industrie canadienne des laboratoires cinématographiques et services de production et de post production, sommaire, 1988-1989 à 1992-1993 38

Section III
La distribution de films cinématographiques et de vidéos et la vente en gros de vidéocassettes

4. La distribution des films cinématographiques et de vidéos et la vente en gros des vidéocassettes, nombre d'entreprises selon l'activité principale et le contrôle financier, 1988-1989 à 1992-1993 40

5. La distribution des films cinématographiques et de vidéos, nombre de productions distribuées, selon le marché principal, 1988-1989 à 1992-1993 40

6. Recettes de la distribution de productions cinématographiques, vidéo et audio visuelles et la distribution en gros de vidéocassettes selon le marché principal, 1988-1989 à 1992-1993 41

7. La distribution des films cinématographiques et vidéos et la vente en gros des vidéocassettes, l'emploi, 1988-1989 à 1992-1993 42

Table of Contents – Concluded

Page

Section IV
Motion Picture Theatres and Drive-ins

8(a). Motion Picture Theatres and Drive-ins, Canada, 1988-89 to 1992-93 44

8(b). Motion Picture Theatres and Drive-ins, Newfoundland, 1988-89 to 1992-93 45

8(c). Motion Picture Theatres and Drive-ins, Prince Edward Island, 1988-89 to 1992-93 46

8(d). Motion Picture Theatres and Drive-ins, Nova Scotia, 1988-89 to 1992-93 47

8(e). Motion Picture Theatres and Drive-ins, New Brunswick, 1988-89 to 1992-93 48

8(f). Motion Picture Theatres and Drive-ins, Quebec, 1988-89 to 1992-93 49

8(g). Motion Picture Theatres and Drive-ins, Ontario, 1988-89 to 1992-93 50

8(h). Motion Picture Theatres and Drive-ins, Manitoba, 1988-89 to 1992-93 51

8(i). Motion Picture Theatres and Drive-ins, Saskatchewan, 1988-89 to 1992-93 52

8(j). Motion Picture Theatres and Drive-ins, Alberta, 1988-89 to 1992-93 53

8(k). Motion Picture Theatres and Drive-ins, British Columbia, 1988-89 to 1992-93 54

8(l). Motion Picture Theatres, Yukon and Northwest Territories, 1988-89 to 1992-93 55

Section V
Methodological Notes and Definitions

Methodology and Data Quality 58

Definitions 61

Table des matières – fin

Page

Section IV
Cinémas et ciné-parcs

8(a). Cinémas et ciné-parcs, Canada, 1988-1989 à 1992-1993 44

8(b). Cinémas et ciné-parcs, Terre-Neuve, 1988-1989 à 1992-1993 45

8(c). Cinémas et ciné-parcs, Ile-du-Prince-Édouard, 1988-1989 à 1992-1993 46

8(d). Cinémas et ciné-parcs, Nouvelle-Écosse, 1988-1989 à 1992-1993 47

8(e). Cinémas et ciné-parcs, Nouveau-Brunswick, 1988-1989 à 1992-1993 48

8(f). Cinémas et ciné-parcs, Québec, 1988-1989 à 1992-1993 49

8(g). Cinémas et ciné-parcs, Ontario, 1988-1989 à 1992-1993. 50

8(h). Cinémas et ciné-parcs, Manitoba, 1988-1989 à 1992-1993 51

8(i). Cinémas et ciné-parcs, Saskatchewan, 1988-1989 à 1992-1993 52

8(j). Cinémas et ciné-parcs, Alberta, 1988-1989 à 1992-1993 53

8(k). Cinémas et ciné-parcs, Colombie-Britannique, 1988-1989 à 1992-1993 54

8(l). Cinémas et ciné-parcs, Yukon et les Territoires du Nord-Ouest, 1988-1989 à 1992-1993 55

Section V
Notes de méthodologie et définitions

Méthodologie et qualité des données 58

Définitions 61

Highlights

In 1992- 93

- Film production revenues rebounded in 1992-93 after declining in the previous year. Production revenues increased marginally (.08%) to $586 million mainly because of increased revenue from the conventional television market (Table 1a).

- Revenue from conventional television production more than doubled from $89.9 million in 1988-89 to $200 million in 1992-93. In contrast, revenue from the theatrical market declined from $27.7 million in 1988-89 to $3.7 million in 1992-93 (Table 1a).

- The export market was a bonanza for Canadian film producers in 1992-93. After fluctuating around $80 million in recent years, exports of Canadian films rose to $132 million (Table 1a).

- Once very profitable Canadian motion picture laboratories and related services have seen their profit margin drop in recent years from $54 million in 1988-89 to $15 million in 1992-93 (Table 3).

- Distribution revenue has shifted away from the theatrical market to the home entertainment sector. In particular, distribution revenue from the home video market increased tremendously from $24.8 million in 1988-89 to $132.8 million in 1992-93 (Table 5).

- While Canadian-content films have made in-roads into the domestic market, foreign films are still dominant. In 1988-89, Canadian-content films held 10% share of the distribution revenue. This share reached 18% in 1992-93 (Table 5).

- Since 1988-89, attendance at motion picture theatres declined as did admission receipts. Admission at regular theatres dropped from 76 million in 1988-89 to 72 million in 1992-93. Admission receipts for regular theatres increased 13% to $409 million in 1989-90 from the previous year but dropped every year since then to $365 million in 1992-93, a decrease of 11% from 1989-90 (Table 8a).

Faits saillants

En 1992-1993

- Les recettes tirées de la production de films ont progressé en 1992-1993 après avoir diminué l'année précédente. Elles ont augmenté légèrement (0,08 %) pour atteindre $586 millions, en raison surtout de la croissance des recettes du marché de la télévision conventionnelle (tableau 1a).

- Les recettes des productions de télévision conventionnelle ont plus que doublé pour passer de $89,9 millions en 1988-1989 à $200 millions de dollars en 1992-1993. Par contre, les recettes tirées du marché commercial ont fléchi, passant de 27,7 millions de dollars en 1988-1989 à $3,7 millions en 1992-1993 (tableau 1a).

- Le marché de l'exportation a été exceptionnel pour les producteurs de films canadiens en 1992-1993. Après avoir oscillé autour de $80 millions ces dernières années, les exportations de films canadiens ont progressé pour atteindre $132 millions (tableau 1a).

- Les laboratoires de films et les services connexes, qui ont été déjà très rentables, ont vu leurs marges de bénéfices chuter ces dernières années et passer de $54 millions en 1988-1989 à $15 millions en 1992-1993 (tableau 3).

- Le marché commercial a vu ses recettes diminuer au profit du marché du divertissement à domicile. Plus particulièrement, les recettes de distribution tirées du marché de la vidéo domestique se sont accrues considérablement pour passer de $24,8 millions en 1988-1989 à $132,8 millions en 1992-1993 (tableau 5).

- Bien que les films à contenu canadien aient accru leur part du marché canadien, les films étrangers continent de dominer. En 1988-1989, les films à contenu canadien figuraient pour 10 % des recettes de distribution. Ce pourcentage est passé à 18 % en 1992-1993 (tableau 5).

- Depuis 1988-1989, le nombre de personnes à fréquenter les cinémas a diminué, tout comme les recettes des cinémas. Les entrées aux cinémas ordinaires ont fléchi pour passer de 76 millions en 1988-1989 à 72 millions en 1992-1993. Les recettes tirées des entrées aux cinémas ordinaires ont progressé de 13 % pour atteindre $409 millions en 1989-1990 par rapport à l'année précédente, mais elles ont diminué à chaque année depuis pour se fixer à $365 millions en 1992-1993, en baisse de 11 % par rapport à 1989-1990 (tableau 8a).

Additional Information

Focus on Culture (Catalogue No. 87-004) contains information on the film industry surveys as well as information on other cultural surveys. Additional related information also can be obtained in catalogue 63-233, *Leisure and Personal Services.*

Readers who would like further information on the Film and Video surveys may contact the Film and Video Project Manager at (613-951-1569), Education, Culture and Tourism Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario KIA OT6. Custom tabulations can be provided on a cost-recovery basis. Inquiries may also be directed to Statistics Canada's regional offices.

Renseignements supplémentaires

La culture en perspective (nº 87-004 au catalogue) contient des renseignements sur l'enquête sur le secteur du film ainsi que des renseignements sur d'autres enquêtes sur la culture. Des renseignements additionnels sur les enquêtes du divertissement sont disponibles au catalogue 63-233, *Services de divertissements et des services personnels.*

Les lecteurs désirant plus de renseignements sur les enquêtes de ce secteur peuvent communiquer avec le Gestionnaire du projet sur le film et la vidéo au (613) 951-1569, Division de l'éducation, de la culture et du tourisme, Statistique Canada, Ottawa, Ontario K1A 0T6. Des totalisations personnalisées peuvent être produites contre recouvrement des coûts. On peut aussi adresser les demandes de renseignements aux bureaux régionaux de Statistique Canada.

Introduction

This publication presents statistical data on film, video and audio-visual producers (Section I), motion picture laboratory and production and post-production services (Section II), film and video distribution and videocassette wholesaling (Section III) and motion picture theatres and drive-ins (Section IV). Only data pertaining to the private sector of the film and video industry are included. Government sponsored agencies and all television stations and networks are excluded.

The time period covered by these surveys is the respondents' financial year which ended between April 1, 1992 and March 31, 1993. The data collected provide users, such as federal and provincial governments, industry associations, and researchers, with the information required to monitor the development of the industry and to review policies and programs.

Introduction

La présente publication comprend des données statistiques sur la production cinématographique, vidéo et audio visuelle (Section 1), sur les laboratoires cinématographiques et les services de production et de postproduction (Section II), sur la distribution de films et de vidéos et la vente en gros de vidéocassettes (Section III) et sur les cinémas et les ciné-parcs (Section IV). Seules les données relatives au secteur privé du film et de la vidéo sont incluses. Les organismes subventionnés par les administrations publiques ainsi que tous les réseaux et stations de télévision sont exclus.

La période de référence de l'enquête et l'exercice financier du répondant se terminant entre le 1er avril 1992 et le 31 mars 1993. Les données réunies fournissent aux utilisateurs, notamment les administrations provinciales et fédérales, les associations industrielles et les chercheurs, les renseignements dont ils ont besoin pour suivre le développement du cinéma et revoir les politiques et les programmes.

FOR FURTHER READING
Selected Publications
from Statistics Canada

LECTURES SUGGÉRÉES
Choisies parmi les publications
de Statistique Canada

		Catalogue
Focus on Culture, *Quarterly*	**La culture en perspective,** *Trimestriel*	87-004
Sound Recording, *Annual*	**Enregistrement sonore,** *Annuel*	87-202
Periodical Publishing, *Annual*	**L'édition du périodique,** *Annuel*	87-203
Government Expenditures on Culture, *Annual*	**Les dépenses publiques au titre de la culture,** *Annuel*	87-206
Heritage institutions, *Annual*	**Les établissements du patrimoine,** *Annuel*	87-207
Television Viewing, *Annual*	**L'écoute de la télévision,** *Annuel*	87-208
Performing Arts, *Annual*	**Les arts d'interprétation,** *Annuel*	87-209
Book Publishing, *Annual*	**L'édition du livre,** *Annuel*	87-210
Government Expenditures on Culture in Canada, *Occasional*	**Dépenses publiques au titre de la culture au Canada,** *Hors série*	87-517

To order a publication you may telephone 1-613-951-7277 or use facsimile number 1-613-951-1584. For toll free in Canada only telephone 1-800-267-6677. When ordering by telephone or facsimile a written confirmation is not required.

Pour obtenir une publication veuillez téléphoner au 1-613-951-7277 ou utiliser le numéro du télécopieur 1-613-951-1584. Pour appeler sans frais, au Canada, composez le 1-800-267-6677. Il n'est pas nécessaire de nous faire parvenir une confirmation pour une commande faite par téléphone ou télécopieur.

Section I

Film, Video and Audio-visual Production

Section I

La production cinématographique, vidéo et audiovisuelle

Film and Video Industry - An Overview

Film, Video and Audio-visual Production

Number of Producers and Productions decline but Revenues edge up

Production revenues grew modestly in 1992-93, despite a decrease in the number of producers and productions. The number of film and videos produced in Canada dropped 19% to 16,113 in 1992-93 but production revenues improved slightly after declining in the previous year. Production revenues increased marginally (.08%) to $586 million from 1991-92. This was mainly the result of a 45% increase in the sales of film and video productions to the conventional television market.

Industrie de la production cinématographique et vidéo - Un aperçu

Production cinématographique, vidéo et audiovisuelle

Le nombre de producteurs et de productions diminue, mais les recettes augmentent légèrement

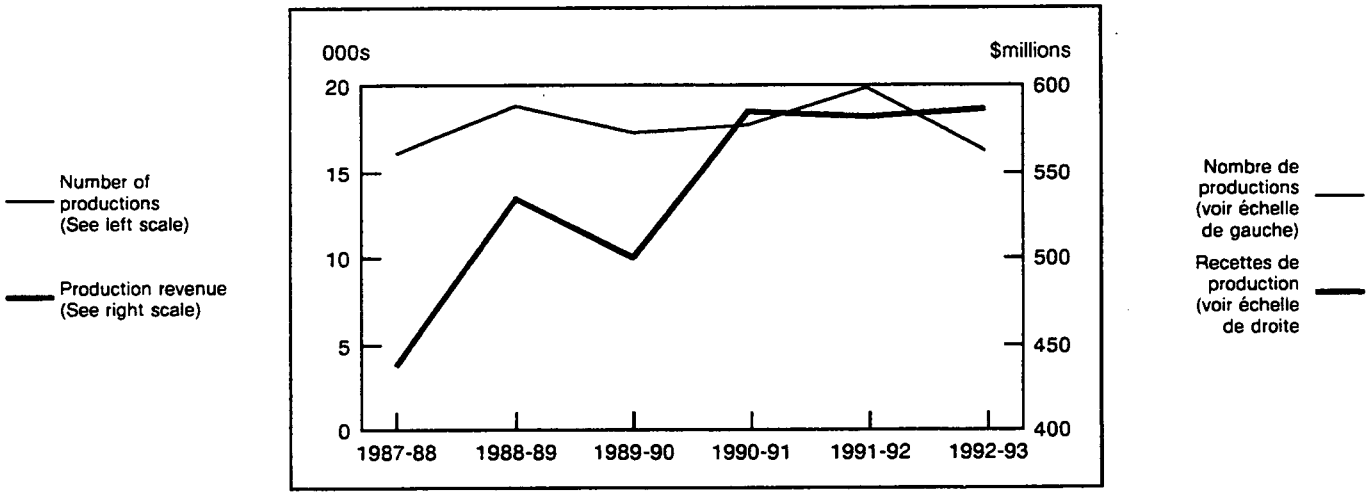
Les recettes de production ont progressé légèrement en 1992-1993, malgré une diminution du nombre de producteurs et de productions. Le nombre de films et de vidéos produits au Canada a régressé de 19 % pour se fixer à 16 113 en 1992-1993, mais les recettes de production ont progressé légèrement après avoir fléchi l'année précédente. Les recettes de production ont affiché une faible hausse (0,08 %) par rapport à 1991-1992 pour atteindre $586 millions. Cette hausse est principalement attribuable à la croissance de 45 % des ventes de produits cinématographiques et vidéos sur le marché de la télévision conventionnelle.

Figure 1

Number of Productions and Production Revenue

Figure 1

Nombre de productions et recettes de production



TV Market Continues to Flourish

Conventional television has become a growing source of revenue for film and video producers. In 1988-89, revenue from conventional television was $89.9 million representing 17% of production revenue. By 1992-93, revenues had more than doubled to $200 million, accounting for over 34% of the production revenue. In contrast, revenue from the theatrical market continues to decline, from $27.7 million in 1988-89 to $3.7 million in 1992-93 as the competition for audience in this market intensifies. Canadian feature film making is a minor component of the film and video production in Canada. In 1992-93, producers reported having produced 15 feature films, 5 films fewer than in the previous year but 2 films more than in 1988-89 when the theatrical market earned $27.7 million.

Le marché de la télévision continue de prospérer

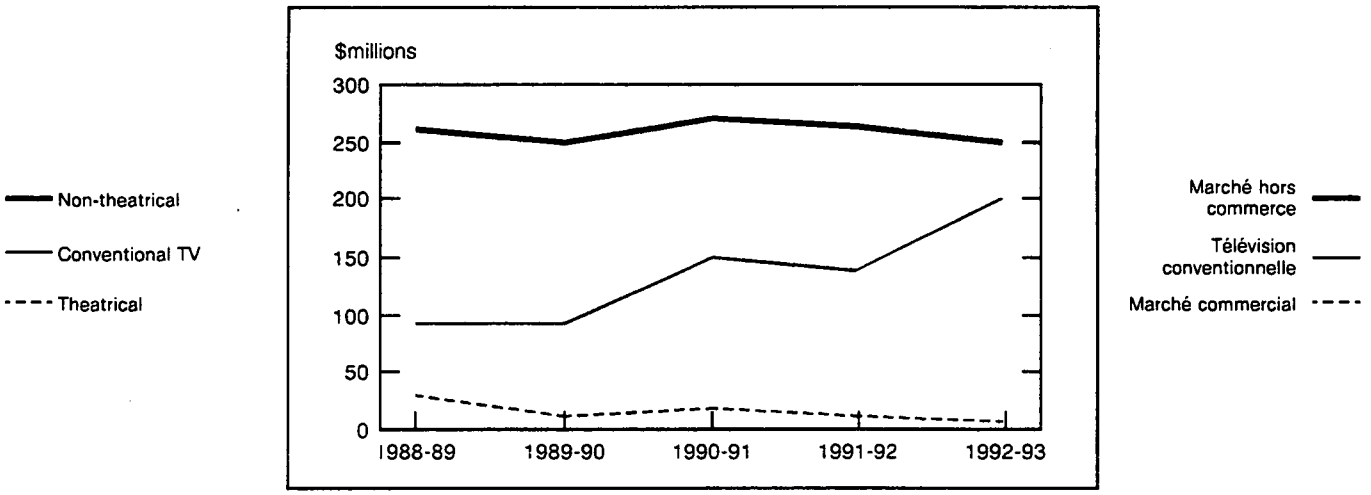
Le marché de la télévision conventionnelle est devenu une source croissante de recettes pour les producteurs de films et de vidéos. En 1988-1989, les recettes tirées de ce marché atteignaient $89,9 millions et représentaient 17 % des recettes de production. En 1992-1993, les recettes ont plus que doublé pour atteindre $200 millions, figurant ainsi pour plus de 34 % des recettes de production. Par contre, avec la concurrence qui s'intensifie sur ce marché, les recettes du marché commercial ont continué de fléchir, passant ainsi de $27,7 millions en 1988-1989 à $3,7 millions en 1992-1993. La production de longs métrages canadiens figure pour un faible pourcentage de la production de films et de vidéos au Canada. En 1992-1993, les producteurs ont déclaré avoir réalisé 15 longs métrages, soit cinq de moins que l'année précédente, mais deux de plus qu'en 1988-1989 alors que le marché commercial avait enregistré des recettes de $27,7 millions.

Figure 2

Film Production in Canada - Selected Markets for Canadian Films

Figure 2

Production de films au Canada - Certain marchés des films canadiens



Non-theatrical sector still the largest market for Film and Video Producers

While continuing to provide the largest market for Canadian production companies, the revenue accruing to producers from this sector is declining. Revenue earned from the non-theatrical sector (made up of advertising, government, educational and industrial clients) declined two years in a row to $249.2 million in 1992-93, 5.5% lower than in the previous year and 7.7% drop from 1990-91.

After accounting for 50% of the production revenue in 1990-91, the non-theatrical sectors share of production revenue has steadily declined to 42.5% in 1992-93.

Canadian Films Breaking Ground in International Market

The export market was a bonanza for Canadian film producers in 1992-93. After fluctuating genrally around $80 million in recent years, the exports of Canadian films rose to $132 million in 1992-93. This upward movement is most likely to continue, particularly in the exports of Film produced for the television market. Made for television productions accounted for 85% of the Canadian film exports in 1992-93.

Le secteur hors commerce demeure le marché le plus vaste pour les producteurs de films et de vidéos

Bien que ce marché demeure le marché le plus vaste pour les compagnies de production canadiennes, les recettes qu'en tirent les producteurs diminuent. Les recettes du secteur hors commerce (qui comprend les agences de publicité et les secteurs gouvernemental, éducatif et industriel) ont fléchi pendant deux années consécutives pour totaliser $249,2 millions en 1992-1993, soit 5,5 % de moins que l'année précédente et 7,7 % de moins qu'en 1990-1991.

Après avoir figuré pour 50 % des recettes de production en 1990-1991, la part du secteur hors commerce à ce titre n'a pas cessé de diminuer et s'est fixée à 42,5 % en 1992-1993.

Les films canadiens accroissent leur part du marché international

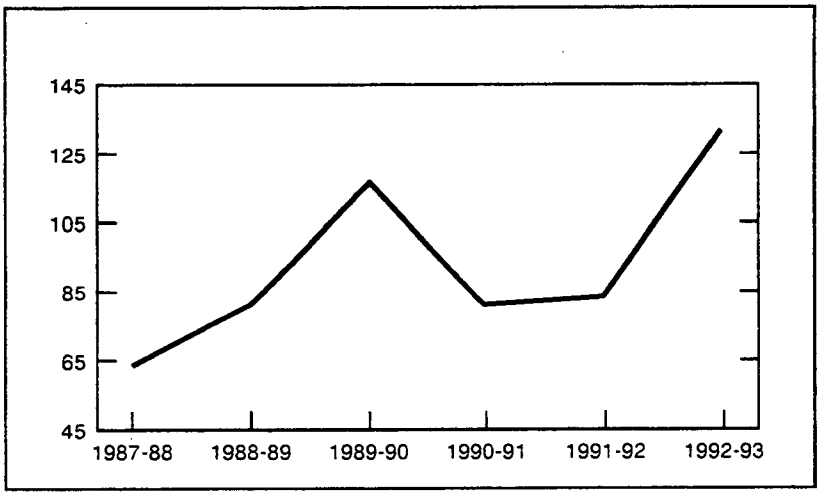
Le marché de l'exportation a été exceptionnel pour les producteurs de films canadiens en 1992-1993. Après avoir oscillé autour de $80 millions ces dernières années, les exportations de films canadiens ont progressé pour atteindre $132 millions en 1992-1993. Ce mouvement à la hausse devrait se poursuivre, surtout en ce qui concerne les exportations de films produits pour la télévision. Ceux-ci ont figuré pour 85 % des exportations de films canadiens en 1992-1993.

Figure 3

Exports of Canadian Film Productions by Film and Video Producers

Figure 3

Exportations de films canadiens selon les producteurs de films et de vidéos



The bottom line for Canadian Film Producers continues to look good

The post-recession profit situation of Canadian Film producers continues to look good. After years of lacklustre performance, the Canadian film producers recorded a profit margin of $60.4 million, equivalent to 11% of total revenue in 1991-92 and 9% in 1992-93.

The profit situation varies among the different type of production. The producers of theatrical films have always lost money (a loss of 64% of total revenue in 1992-93). Those specializing in made for television productions, advertising and industrial productions continue to make money, averaging 10% profit in 1992-93.

Les résultats financiers des producteurs de films canadiens continuent d'être prometteurs

Le niveau de bénéfices d'après récession des producteurs de films canadiens continue d'être prometteur. Après des années de stagnation, la marge de bénéfices s'est fixée à $60,4 millions pour les producteurs de films canadiens, ce qui représente 11 % des recettes totales en 1991-1992 et 9 % des recettes totales en 1992-1993.

Le niveau de bénéfices varie selon le type de production. Les producteurs de films destinés aux cinémas ont toujours accusé des pertes (un recul de 64 % des recettes totales en 1992-1993). Les auteurs de productions réalisées pour la télévision, de messages publicitaires et de productions industrielles continuent de faire de l'argent, enregistrant des bénéfices de 10 % en moyenne en 1992-1993.

Motion Picture Laboratory Operations and Production and Post-Production Services

Profits diminish for Laboratories

Once very profitable Canadian motion picture laboratories and related services have seen their profit margin drop in recent years. This is mainly because the growth of revenue has not kept pace with the growth in expenses. Furthermore, capacity utilization, which measures the maximum production attainable under normal operating practices, was flat over the last three years at 64% capacity. In 1988-89, the motion picture laboratories and related services reported a profit margin of 24% of total revenue. By 1992-93, this figure had dropped to 5%.

Laboratoires de films et services de production et de post production cinématographiques

Les bénéfices des laboratoires diminuent

Les laboratoires de films et les services connexes, qui ont été déjà très rentables, ont vu leurs marges de bénéfices chuter ces dernières années. Cela est attribuable au fait que la croissance des recettes n'a pas été aussi rapide que celle des dépenses. En outre, l'utilisation de la capacité, qui mesure la production maximale réalisable dans des conditions d'exploitation normales, est demeurée stagnante à 64 % au cours des trois dernières années. En 1988-1989, les laboratoires de films et les services connexes ont déclaré une marge de bénéfices de 24 %. En 1992-1993, ce pourcentage est tombé à 5 %.

Film and Video Distribution and Videocassette Wholesaling

Number of distributors and wholesalers declining

The number of film and video distributors and wholesalers continues to drop, the fourth decline since 1988-89. There were 182 companies in 1988-89. By 1992-93, the number had dropped to 154. Those dropping out were mostly Canadian controlled companies. Still Canadian controlled companies accounted for 86% of Film and video distributors and wholesalers in 1992-93.

Film Distribution Revenue improved slightly

Even with the declining number of distributors, film distribution revenue increased marginally in 1992-93 after declining in 1991-92. Film distribution revenue rose 1% to $650 million from the previous year. The home entertainment market, the rapidly expanding sector of the Film industry, contributed significantly to this increase, rising by 2% to $443.7 million from the previous year. Home entertainment is made up of conventional television, pay television, and home video markets.

In contrast to the home entertainment markets, the distribution revenue from the theatres, the traditional market for film, continue to decline.

Distribution de films et de vidéos et distribution en gros de vidéocassettes

Le nombre de distributeurs et de grossistes diminue

Le nombre de distributeurs de films et de vidéos et de grossistes de vidéocassettes continue de diminuer. Il s'agit d'une quatrième baisse depuis 1988-1989, alors qu'on avait dénombré 182 compagnies. En 1992-1993, ce nombre est passé à 154. Les compagnies qui ont disparu étaient surtout des compagnies sous contrôle canadien. Néanmoins, en 1992-1993, les compagnies sous contrôle canadien ont représenté 86 % des distributeurs de films et de vidéos et des grossistes de vidéocassettes.

Les recettes tirées de la distribution de films augmentent légèrement

Malgré la baisse du nombre de distributeurs, les recettes tirées de la distribution de films se sont accrues légèrement en 1992-1993 après avoir diminué en 1991-1992. Elles ont progressé de 1 % par rapport à l'année précédente pour atteindre $650 millions. Le marché du divertissement à domicile, qui est un secteur florissant de la branche cinématographique, a contribué grandement à cette hausse. Il a affiché une croissance de 2 % par rapport à l'année précédente et enregistré des recettes de $443,7 millions. Le divertissement à domicile englobe la télévision conventionnelle, la télévision payante et la vidéo domestique.

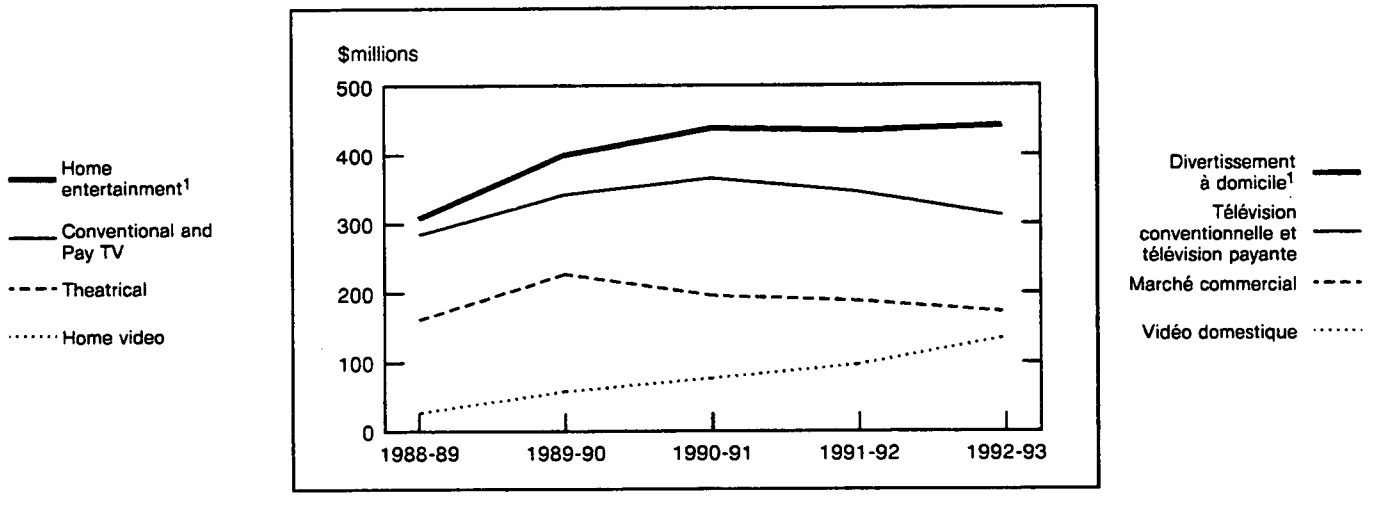
Par contre, les recettes de distribution tirées des cinémas, le marché traditionnel pour les films, continuent de chuter.

Figure 4

Film Distribution Revenue by Selected Markets

Figure 4

Recettes de distribution de films selon certains marchés



[1] *Includes Conventional and Pay TV, and Home Video Markets*

[1] *Comprend la télévision conventionnelle et télévision payante, et le marché du vidéo domestique*

Film Distribution Revenue shifting away from Theatres to Home Video

The home entertainment market is the beneficiary of the decrease in the distribution revenue from the theatrical market. In particular, the home video market seems to have gained the most from the revenues that have shifted away from the theatres. Distributors saw their revenue from the home video market increase tremendously over the past five years, from $24.8 million in 1988-89 to $132.8 in 1992-93 (over 5 times the amount for 1998-89). After recording a 42% increase in 1989-90 from the previous year, revenue from the theatrical market has dropped every year since then to $170.8 million in 1992-93, a decrease of 24% from 1989-90.

Canadian-controlled companies doing well in the Home entertainment market

The Canadian-controlled companies continue to improve their share of the home entertainment market. In 1988-89, they held 50% of the home entertainment market. By 1992-93, their share had reached 61%.

In the theatrical market, the foreign-controlled companies have strengthened their dominance, increasing their share of revenue to 88% from 84% in 1989-90.

Les recettes de distribution de films des cinémas diminuent au profit de la vidéo domestique

Le marché du divertissement à domicile profite de la baisse des recettes de distribution qu'enregistre le marché commercial. Plus particulièrement, le marché de la vidéo domestique semble avoir bénéficié le plus du recul qu'accusent les cinémas. Les distributeurs ont vu les recettes de la vidéo domestique s'accroître considérablement au cours des cinq dernières années. En effet, les recettes sont passées de $24,8 millions en 1988-1989 à $132,8 millions en 1992-1993 (soit plus de cinq fois les recettes pour 1988-1989). Après avoir progressé de 42 % en 1989-1990 par rapport à l'année précédente, les recettes tirées du marché commercial ont diminué à chaque année depuis pour se fixer à $170,8 millions en 1992-1993, une baisse de 24 % par rapport à 1989-1990.

Les compagnies sous contrôle canadien font bonne figure sur le marché du divertissement à domicile

Les compagnies sous contrôle canadien continuent d'accroître leur part du marché du divertissement à domicile. En 1988-1989, elles détenaient 50 % de ce marché. En 1992-1993, leur part atteignait 61 %.

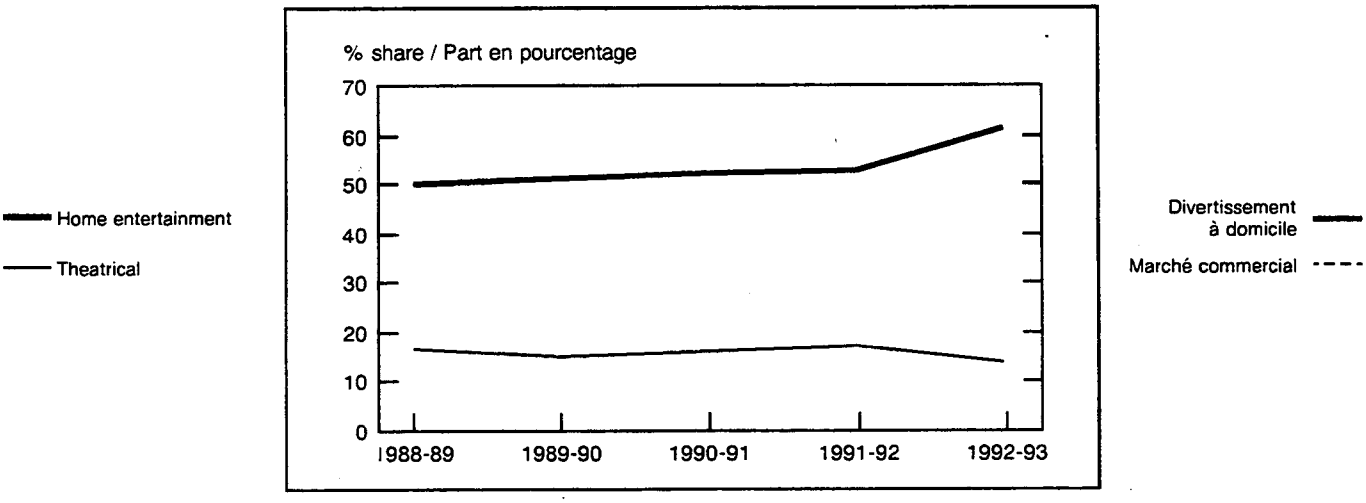
Sur le marché commercial, les compagnies sous contrôle étranger ont raffermi leur position dominante. Leur part des recettes s'est accrue pour passer de 84 % en 1989-1990 à 88 % en 1992-1993.

Figure 5

Canadian-controlled firms: % Share of Distribution Revenues by Market

Figure 5

Compagnies sous contrôle canadien: part en pourcentage des recettes de distribution selon le marché



Canadian-content films making inroads, but Foreign films still dominant

While the Canadian-content films have made inroads into some film markets, overall their share of the distribution revenue is relatively small. In 1988-89, Canadian-content films held a 10% share of the distribution revenue. This share reached 18% in 1992-93. Canadian content share was much higher in the home entertainment market (23%). In the theatrical markets the Canadian-content share was only 5%.

Les films à contenu canadien affichent une croissance, mais les films étrangers continuent de dominer

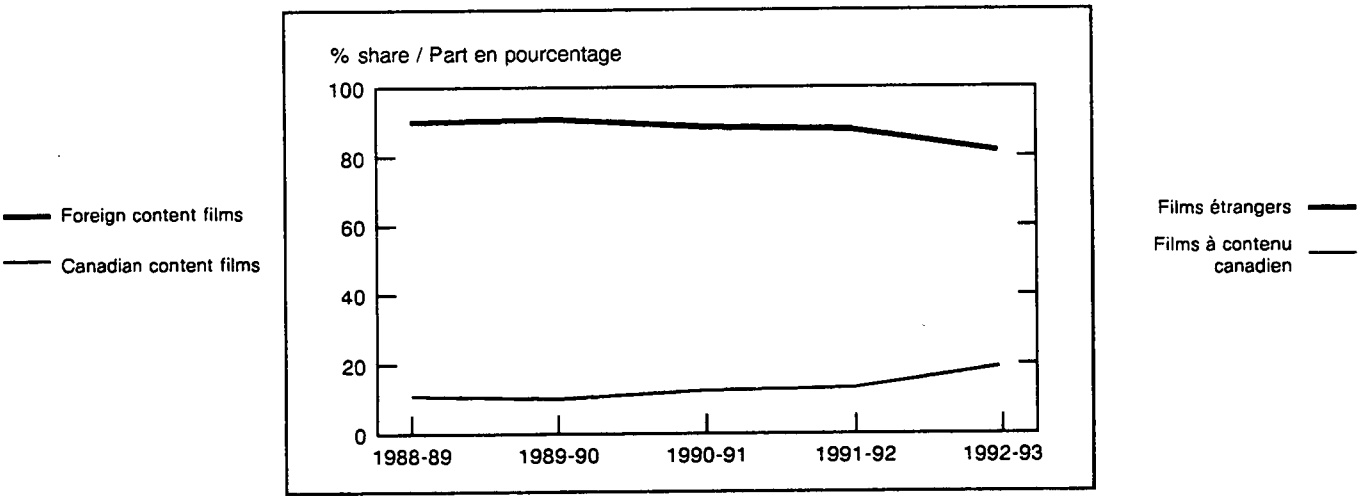
Bien que les films à contenu canadien aient accru leur part de certains marchés du film, leur part totale des recettes de distribution demeure peu élevée. En 1988-1989, la part des recettes de distribution des films à contenu canadien atteignait 10 %. Elle est passée à 18 % en 1992-1993. La part des films à contenu canadien était beaucoup plus élevée sur le marché du divertissement à domicile (23 %). Sur le marché commercial, cette part était de 5 % seulement.

Figure 6

Distribution Revenue by Origin of Material

Figure 6

Recettes de distribution selon l'origine du film



Motion Picture Theatres and Drive-ins

Movie Attendance Declining

With the arrival of television, going to the movies has become a declining pastime in Canada. Attendance at movie theatres continues to take a beating from price competition and competition coming from the home entertainment markets. In particular, competition from home video and pay television has reduced attendance at regular theatres and is almost pushing drive-ins out of existence. Admissions at regular theatres dropped from 76 million in 1988-89 to 72 million in 1992-93, a drop of over 5%. In 1992-93, attendance at regular theatres increased 4% from the previous year, the first increase since 1989-90. In contrast, admissions at drive-ins decreased 1.1 million, 34% less than in1988-89 and 16% less than in 1991-92. Consequently, the number of regular theatres and drive-ins has dropped off considerably.

Cinémas et ciné-parcs

Le nombre de Canadiens à fréquenter les cinémas diminue

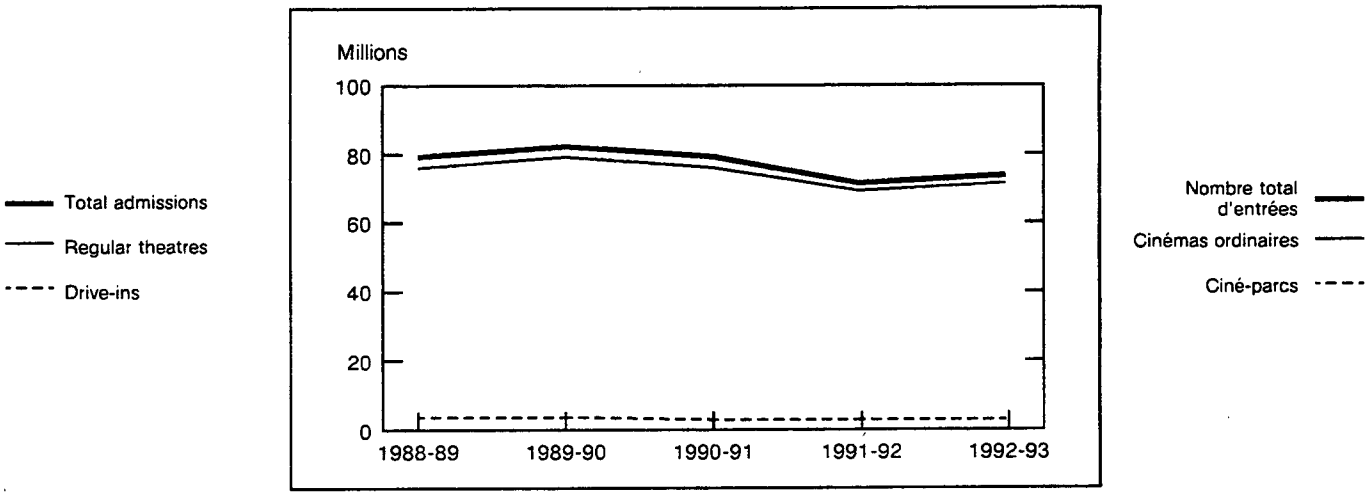
Depuis l'arrivée de la télévision, les Canadiens fréquentent moins les cinémas. Les entrées aux cinémas continuent de diminuer en raison de la guerre des prix et de la concurrence du marché du divertissement à domicile. Plus particulièrement, la concurrence de la part des marchés de la vidéo domestique et de la télévision payante a fait chuter les entrées aux cinémas ordinaires; en effet, celles-ci sont passées de 76 millions en 1988-1989 à 72 millions en 1992-1993, une baisse de plus de 5 %. En 1992-1993, les entrées aux cinémas ordinaires ont progressé de 4 % par rapport à l'année précédente, la première hausse depuis 1989-1990. Par contre, les entrées aux ciné-parcs ont fléchi de 1,1 million, un recul de 34 % par rapport à 1988-1989 et de 16 % par rapport à 1991-1992. Ainsi, le nombre de cinémas ordinaires et de ciné-parcs a chuté.

Figure 7

Paid Admissions: Regular Theatres and Drive-ins

Figure 7

Entrées payantes : cinémas ordinaires et ciné-parcs



Ticket price to Canadian theatres declined two years in a row to spur a slight increase in Canadian moviegoing. But this did not improve the admission receipts of theatres. Admssion receipts for regular theatres increased 13% to $409 million in 1989-90 from the previous year but has dropped every year since then to $365 million in 1992-93, a decrease of 11% from 1989-90. In 1992-93, admission receipts for regular theatres declined 1% from the previous year following a 5% drop in ticket price. For Drive-ins, admission receipts decreased 28% to $10.8 million in 1992-93 from 1988-89 and 18% from 1991-92. As a result, regular and drive-in theatres had to shave full-time employment by 23% in 1992 from the previous year and part-time employment by 2%.

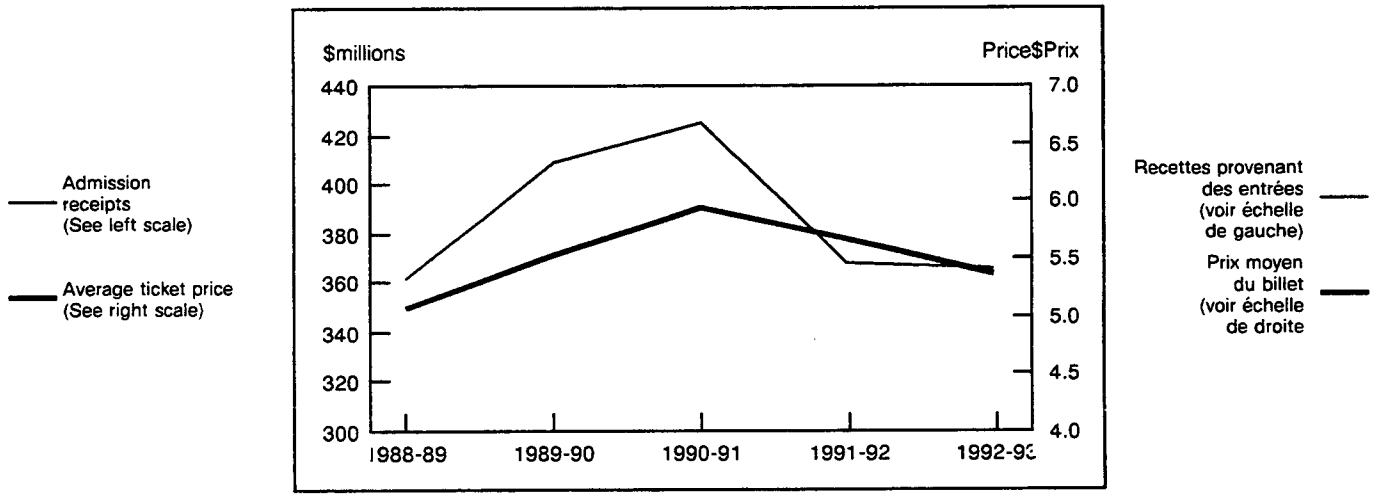
La prix du billet d'entrée aux cinémas canadiens a diminué pendant deux années consécutives, ce qui a fait progresser légèrement les entrées aux cinémas, mais non les recettes provenant des entrées. En effet, les recettes des cinémas ordinaires à ce titre se sont accrues de 13 % par rapport à l'année précédente pour atteindre $409 millions en 1989-1990; toutefois, elles ont fléchi à chaque année depuis pour totaliser $365 millions en 1992-1993, une baisse de 11 % par rapport à 1989-1990. En 1992-1993, les recettes des cinémas ordinaires ont diminué de 1 % par rapport à l'année précédente à la suite d'une baisse de 5 % du prix d'entrée. Les recettes des ciné-parcs ont régressé de 28 % par rapport à 1988-1989 et de 18 % par rapport à 1991-1992 pour totaliser $10,8 millions en 1992-1993. En 1992, les cinémas ordinaires et les ciné-parcs ont donc dû réduire de 23 % le nombre d'employés à plein temps par rapport à l'année précédente, et de 2 % le nombre d'employés à temps partiel.

Figure 8

Admission Receipts and Ticket Price

Figure 8

Recettes provenant des entrées et prix du billet



Theatres Rationalizing Operations

To make up for the lost audience, theatres have rationalized operations, closing unprofitable movie houses and using the profitable ones more intensively, thus, continuing the trend towards multi-screen facilities. The number of theatres has decreased but the number of screens continue to increase. In 1992-93, the number of regular theatre screens rose from 1,490 to 1,613 over the same period. For drive-ins, not only is the number of drive-ins dropping, the number of screens has also declined supporting the view that drive-in, as a form of entertainment, is rapidly reducing in number.

Salairies and benefits remain fairly stable at $88 million for regular theatres and drive-ins. With other expenses declining, total expenses dropped slightly (1%) from 1991-92. That leaves profit before tax at 12.6% in 1992-93, almost a full percentage point more than in the previous year.

Rationalisation des opérations dans les cinémas

Face à la réduction des entrées, les cinémas ont dû rationaliser leurs opérations, fermer les salles non rentables et exploiter davantage celles qui étaient rentables, et poursuivre ainsi la tendance vers des installations à écrans multiples. Le nombre de cinémas a diminué, mais le nombre d'écrans continue d'augmenter. En 1992-1993, le nombre d'écrans dans les cinémas ordinaires est passé de 1 490 à 1 613. En ce qui concerne les ciné-parcs, non seulement leur nombre fléchit, mais le nombre d'écrans diminue également, ce qui confirme l'hypothèse selon laquelle cette forme de divertissement accuse un déclin rapide.

Les traitements et les avantages sociaux demeurent relativement stables à $88 millions pour les cinémas ordinaires et les ciné-parcs. Avec la réduction d'autres dépenses, les dépenses totales ont fléchi de 1 % par rapport à 1991-1992. La part des bénéfices avant impôt atteint 12,6 % en 1992-1993, soit près d'un point de plus que l'année précédente.

Table 1a

Canadian Film, Video and Audio-Visual Production Industry, Summary, 1988-89 to 1992-93

Tableau 1a

L'industrie canadienne de la production cinématographique,vidéo et audio-visuelle, sommaire, 1988-1989 à 1992-1993

	1988-89	1989-90	1990-91	1991-92	1992-93	
Number of Producers (by specialization)						**Nombre de producteurs (par spécialisation)**
Theatrical features	13	20	19	20	15	Distributeurs de longs métrages
Conventional and pay television	86	92	119	137	138	Télévision conventionelle et payante
Advertising	73	61	61	58	58	Agences de publicité
Government and educational	105	103	123	123	113	Secteur gouvernemental et éducatif
Industry	138	127	183	182	166	Secteur industriel
Other production companies	138	140	134	130	99	Autres entreprises de production
Other	69	59	102	92	78	Autres
Total	622	602	741	742	667	Total
Number of Productions						**Nombre de productions**
Theatrical features	46	48	54	56	31	Longs métrages pour les cinémas
Television productions*						Émissions de télévision*
Under 30 minutes	...	...	...	2,223	3,099	Productions de moins de 30 minutes
30 - 74 minutes	...	...	...	4,867	3,994	Productions de 30 à 74 minutes
75 minutes or more	...	...	...	414	88	Productions de 75 minutes ou plus
Television sub-total	...	...	...	7,504	7,181	Sous-total, télévision
Television commercials	4,366	4,728	3,619	3,929	3,908	Messages publicitaires télévisés
Music videos	80	157	217	209	146	Vidéo-clips
Corporate videos*	...	...	...	4,069	3,332	Vidéos d'entreprises*
Home videos*	...	...	...	141	279	Vidéos domestiques*
Educational productions*	...	...	...	262	297	Films éducatifs*
Other*	3,032	1,806	987	3,721	939	Autres*
Total	18,802	17,181	17,634	19,891	16,113	Total
Employment						**Emploi**
Full-time	2,868	2,823	3,387	2,821	2,463	Plein-temps
Part-time	1,649	1,394	3,080	2,545	1,712	Temps-partiel
Freelancers	..	..	12,438	8,639	7,007	Pigistes
Working proprietors	76	66	68	103	59	Propriétaires actifs
Total	4,593	4,283	18,973	14,108	11,241	Total
Salaries and Wages ($millions)						**Salaires et avantages sociaux ($millions)**
Salaries and wages	92.4	107.0	124.8	132.0	103.3	Salaires
Benefits	7.5	7.2	10.0	11.4	10.4	Avantages sociaux
Freelancers' fees	105.5	91.0	108.2	64.7	82.3	Sommes versées aux pigistes
Total	205.5	205.1	243.1	208.1	195.9	Total
Production Revenue (by client type) ($millions)						**Recettes totales de production (selon le genre de client) ($millions)**
Distributors						Distributeurs
Theatrical features	27.7	10.3	17.0	8.5	3.7	Longs métrages pour les cinémas
Other placements	48.1	18.9	12.3	74.2	63.6	Autres productions
Conventional television	89.9	91.4	149.4	138.0	200.3	Télévision conventionelle
Pay television	3.1	6.3	32.5	33.9	7.3	Télévision payante
Non-theatrical						Hors commerce
Advertising	143.1	134.3	131.9	137.0	147.3	Publicité
Government	37.8	31.1	38.0	45.0	45.8	Gouvernemental
Educational	2.4	2.9	5.0	3.5	2.1	Educatif
Industry	77.9	80.7	95.1	78.1	54.1	Industriel
Non-theatrical sub-total	261.2	249.0	270.0	263.6	249.2	Sous-total, hors commerce
For other production companies	65.9	85.9	89.3	50.2	42.1	Autres entreprises de production
Other	37.0	37.7	14.0	13.3	20.3	Autres
Total	532.8	499.6	584.5	581.8	586.4	Total
Exports ($millions)	**80.6**	**116.1**	**80.6**	**82.8**	**132.0**	**Exportations ($millions)**
Total Revenue ($millions)	**629.4**	**583.6**	**703.8**	**688.2**	**697.4**	**Recettes totales ($millions)**
Total Operating Expenses ($millions)	**606.8**	**567.8**	**693.5**	**611.9**	**637.0**	**Dépenses totales d'exploitation ($millions)**
Profit Margin (% of total revenue)	**3.6**	**2.7**	**1.5**	**11.1**	**8.7**	**Marge bénéficiaire(% des recettes totales)**

* Due to a change in methodology in 1991-92, the data for these categories are not strictly comparable with data from previous years.

* A cause d'un changement de méthodologie effectué en 1991-1992, les données dans ces catégories ne peuvent être comparées avec celles des années précédentes.

Table 1b

Film, Video and Audio-Visual Production Industry, Atlantic Provinces, Summary 1988-89 to 1992-93

Tableau 1b

L'industrie de la production cinématographique, vidéo et audio-visuelle, pour les provinces de l'Atlantique, sommaire, 1988-1989 à 1992-1993

	1988-89	1989-90	1990-91	1991-92	1992-93	
Number of Producers	**42**	**30**	**32**	**29**	**40**	**Nombre de producteurs**
Number of Productions						**Nombre de productions**
Theatrical features	1	–	1	–	–	Longs métrages pour les cinémas
Television productions*						Émissions de télévision*
Under 30 minutes	..	...	...	4	13	Productions de moins de 30 mintes
30 - 74 minutes	...	...	...	1	34	Productions de 30 à 74 minutes
75 minutes or more	...	...	...	1	–	Productions de 75 minutes ou plus
Television sub-total	...	...	...	6	47	Sous-total, télévision
Television commercials	202	456	128	62	116	Messages publicitaires télévisés
Music videos	2	–	2	11	8	Vidéo-clips
Corporate videos*	...	...	...	76	119	Vidéos d'entreprises*
Home videos*	...	...	...	20	270	Vidéos domestiques*
Educational productions*	...	...	...	7	17	Films éducatifs*
Other*	51	41	1	31	56	Autres*
Total	469	754	277	213	633	Total
Employment						**Emploi**
Full-time	107	106	118	90	59	Plein-temps
Part-time	52	45	45	3	14	Temps-partiel
Freelancers	..	..	445	362	373	Pigistes
Working Proprietors	5	2	2	2	4	Propriétaires actifs
Total	164	153	610	457	450	Total
Salaries and Wages ($millions)						**Salaires et avantages sociaux ($millions)**
Salaries and wages	2.6	2.7	2.7	1.9	3.4	Salaires
Benefits	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	Avantages sociaux
Freelancers' fees	0.9	0.9	1.3	1.8	1.0	Sommes versées aux pigistes
Total	3.8	3.8	4.2	3.9	4.6	Total
Production Revenue ($millions)	**7.4**	**6.6**	**7.1**	**7.3**	**7.4**	**Recettes totales de production ($millions)**
Exports ($millions)	–	x	x	x	--	**Exportations ($millions)**
Total Revenue ($millions)	**9.3**	**8.2**	**9.4**	**9.3**	**13.4**	**Recettes totales ($millions)**
Total Operating Expenses ($millions)	**11.5**	**10.5**	**13.7**	**11.1**	**13.2**	**Dépenses totales d'exploitation ($millions)**
Profit Margin (% of total revenue)	**-23.2**	**-27.5**	**-45.8**	**-19.0**	**1.9**	**Marge bénéficiaire (% des recettes totales)**

* *Due to a change in methodology in 1991-92, the data for these categories are not strictly comparable with data from previous years.*

* *A cause d'un changement de méthodologie effectué en 1991-1992, les données dans ces catégories ne peuvent être comparées avec celles des années précédentes.*

Table 1c

Quebec Film, Video and Audio-visual Production Industry, Summary, 1988-89 to 1992-93

Tableau 1c

L'industrie québécoise de la production cinématographique,vidéo, et audio-visuelle, sommaire, 1988-1989 à 1992-1993

	1988-89	1989-90	1990-91	1991-92	1992-93	
Number of Producers	**161**	**144**	**202**	**286**	**224**	**Nombre de producteurs**
Number of productions						**Nombre de productions**
Theatrical features	20	26	30	38	17	Longs métrages pour les cinémas
Television productions*						Émissions de télévision*
Under 30 minutes	...	...	...	1,934	2282	Productions de moins de 30 minutet
30 - 74 minutes	...	...	...	2,763	2109	Productions de 30 à 74 minutes
75 minutes or more	...	...	...	281	63	Productions de 75 minutes ou plus
Television sub-total	...	...	...	4,978	4454	Sous-total, télévision
Television commercial	850	1,148	890	1,048	782	Messages publicitaires télévisés
Music videos	35	89	1	44	67	Vidéo-clips
Corporate videos*	...	...	...	874	806	Vidéos d'entreprises*
Home videos*	...	...	...	100	6	Vidéos domestiques*
Educational productions*	...	...	...	76	152	Films éducatifs*
Other*	1178	365	135	2,828	98	Autres*
Total	5,452	4,036	5,593	10,086	6382	Total
Employment						**Emploi**
Full-time	789	622	851	941	766	Plein-temps
Part-time	636	560	1,362	862	1176	Temps-partiel
Freelancers	..	..	6,456	5,475	3018	Pigistes
Working proprietors	9	7	14	27	15	Propriétaires actifs
Total	1,434	1,189	8,683	7,305	4975	Total
Salaries and Wages ($millions)						**Salaires et avantages sociaux ($millions)**
Salaries and wages	24.2	20.7	27.6	31.6	27.1	Salaires
Benefits	2.2	1.9	2.6	3.4	3.4	Avantages sociaux
Freelancers' fees	41.7	23.6	47.0	35.9	27.4	Sommes versées aux pigistes
Total	68.1	46.2	77.2	70.9	57.9	Total
Production Revenue (by client type) ($millions)						**Recettes totales de production (selon le genre de client) ($millions)**
Distributors						Distributeurs
Theatrical features	23.3	2.3	6.5	4.8	2.6	Longs métrages pour les cinémas
Other placements	18.5	12.7	3.8	10.6	8.7	Autres productions
Conventional television	34.2	42.4	79.1	92.4	73.5	Télévision conventionelle
Pay television	2.1	1.1	5.4	4.4	4.6	Télévision payante
Non-theatrical						Hors commerce
Advertising	22.2	24.4	30.5	32.0	34.8	Publicité
Government and Educational	15.9	4.7	8.9	11.7	12.3	Gouvernemental et éducatif
Industry	9.7	8.7	14.5	14.4	13.3	Industriel
Non-theatrical sub-total	47.8	37.8	53.9	58.1	60.4	Sous-total, hors commerce
For other production companies	18.2	4.3	11.6	9.2	2.5	Autres entreprises de production
Other	10.5	12.2	3.8	6.3	9.3	Autres
Total	154.6	113.8	164.2	185.9	161.6	Total
Exports ($millions)	**18.4**	**3.7**	**7.9**	**6.6**	**12.7**	**Exportations ($millions)**
Total Revenue ($millions)	**187.8**	**142.7**	**209.9**	**218.2**	**190.0**	**Recettes totales ($millions)**
Total Operating Expenses ($millions)	**199.8**	**146.1**	**217.4**	**206.7**	**178.3**	**Dépenses totales d'exploitation ($millions)**
Profit Margin (% of total revenue)	**-6.4**	**-2.4**	**-3.6**	**5.3**	**6.1**	**Marge bénéficiaire (% des recettes totales)**

* *Due to a change in methodology in 1991-92, the data for these categories are not strictly comparable with data from previous years.*

* *A cause d'un changement de méthodologie effectué en 1991-1992, les données dans ces catégories ne peuvent être comparées avec celles des années précédentes.*

Table 1d

Ontario Film, Video and Audio-Visual Production Summary, 1988-89 to 1992-93

Tableau 1d

L'industrie ontarienne de la production cinématographique, vidéo et audio-visuelle, sommaire, 1988-1989 à 1992-1993

	1988-89	1989-90	1990-91	1991-92	1992-93	
Number of Producers	**252**	**269**	**318**	**250**	**259**	**Nombre de producteurs**
Number of productions						**Nombre de productions**
Theatrical features	18	14	15	13	11	Longs métrages pour les cinémas
Television productions*						Émissions de télévision*
-Under 30 minutes	...	...	...	174	294	Productions de moins de 30 minutes
30 - 74 minutes	...	...	...	1,044	1,187	Productions de 30 à 74 minutes
75 minutes or more	...	...	...	22	17	Productions de 75 minutes ou plus
Television sub-total	...	...	...	1,240	1,498	Sous-total, télévision
Television commercials	1,569	1,556	1,395	1,198	1,020	Messages publicitaires télévisés
Music videos	33	70	81	37	57	Vidéo-clips
Corporate videos*	...	...	...	2,134	1,593	Vidéos d'entreprises*
Home videos*	...	...	...	14	2	Vidéos domestiques*
Educational productions*	...	...	...	75	75	Films éducatifs*
Other*	1,262	1,137	711	644	400	Autres*
Total	8,156	8,130	7,750	5,355	4,656	Total
Employment						**Emploi**
Full-time	1,444	1,583	1,582	1,267	1,195	Plein-temps
Part-time	604	417	412	284	319	Temps-partiel
Freelancers	..	..	3,086	1,221	2,108	Pigistes
Working Proprietors	32	29	32	60	31	Propriétaires actifs
Total	2,080	2,029	5,112	2,832	3,653	Total
Salaries and Wages ($millions)						**Salaires et avantages sociaux ($millions)**
Salaries and wages	45.3	53.9	67.9	66.9	49.4	Salaires
Benefits	2.9	3.4	4.5	4.6	3.5	Avantages sociaux
Freelancers' fees	44.2	42.4	38.0	10.1	35.6	Sommes versées aux pigistes
Total	92.4	99.7	110.3	81.6	88.5	Total
Production Revenue (by client type) ($millions)						**Recettes totales de production (selon le genre de client) ($millions)**
Distributors						Distributeurs
Theatrical features	4.0	7.0	5.9	3.0	0.7	Longs métrages pour les cinémas
Other placements	28.7	5.2	6.8	12.4	14.7	Autres productions
Conventional television	49.2	43.0	63.5	35.0	115.5	Télévision conventionelle
Pay television	0.8	4.9	26.5	29.3	2.6	Télévision payante
Non-theatrical						Hors commerce
Advertising	100.8	89.9	79.5	84.4	93.0	Publicité
Government	12.6	13.8	16.3	16.7	23.9	Gouvernemental
Educational	1.2	1.3	2.9	2.5	0.9	Educatif
Industry	56.9	63.3	64.3	51.6	27.9	Industriel
Non-theatrical sub-total	171.5	168.3	163.0	155.1	145.7	Sous-total, hors commerce
For other production companies	14.9	15.6	33.7	31.9	30.8	Autres entreprises de production
Other	20.8	19.7	8.6	5.6	6.8	Autres
Total	289.9	263.7	307.9	272.4	316.8	Total
Exports ($millions)	**37.7**	**x**	**x**	**30.2**	**116.3**	**Exportations ($millions)**
Total Revenue ($millions)	**340.7**	**307.7**	**370.8**	**331.2**	**383.7**	**Recettes totales ($millions)**
Total Operating Expenses ($millions)	**306.8**	**285.3**	**345.8**	**283.8**	**362.5**	**Dépenses totales d'exploitation ($millions)**
Profit Margin (% of total revenue)	**9.9**	**7.3**	**6.7**	**14.3**	**5.5**	**Marge bénéficiaire (% des recettes totales)**

* *Due to a change in methodology in 1991-92, the data for these categories are not strictly comparable with data from previous years.*

* *A cause d'un changement de méthodologie effectué en 1991-1992, les données dans ces catégories ne peuvent être comparées avec celles des années précédentes.*

Table 1e

Film, Video and Audio-visual Production Industry Manitoba, Summary, 1988-89 to 1992-93

Tableau 1e

L'industrie de la production cinématographique vidéo et audio-visuelle, pour la province du Manitoba, sommaire, 1988-1989 à 1992-1993

	1988-89	1989-90	1990-91	1991-92	1992-93	
Number of Producers	**17**	**17**	**24**	**22**	**23**	**Nombre de producteurs**
Number of productions						**Nombre de productions**
Theatrical features	2	–	1	1	–	Longs métrages pour les cinémas
Television productions*						Émissions de télévision*
Under 30 minutes	...	...	...	–	–	Productions de moins de 30 minutes
30 - 74 minutes	...	...	...	35	13	Productions de 30 à 74 minutes
75 minutes or more	...	...	...	2	2	Productions de 75 minutes ou plus
Television sub-total	...	...	....	37	15	Sous-total, télévision
Television commercials	59	37	97	40	25	Messages publicitaires télévisés
Music videos	–	1	–	2	--	Vidéo-clips
Corporate videos*	...	...	...	70	90	Vidéos d'entreprises*
Home videos*	...	...	...	–	–	Vidéos domestiques*
Educational productions*	...	...	...	5	3	Films éducatifs*
Other*	410	128	83	168	297	Autres*
Total	605	276	359	321	430	Total
Employment						**Emploi**
Full-time	36	28	31	31	38	Plein-temps
Part-time	14	7	19	9	4	Temps-partiel
Freelancers	..	..	285	196	79	Pigistes
Working Proprietors	2	4	5	5	2	Propriétaires actifs
Total	52	39	340	241	123	Total
Salaries and Wages ($millions)						**Salaires et avantages sociaux ($millions)**
Salaries and wages	0.7	0.7	0.7	0.7	1.0	Salaires
Benefits	--	----	0.1	0.1	0.1	Avantages sociaux
Freelancers' fees	0.5	0.4	0.9	1.2	0.9	Sommes versées aux pigistes
Total	1.3	1.2	1.7	1.9	2.1	Total
Production Revenue ($millions)	**2.7**	**2.4**	**2.5**	**3.3**	**5.9**	**Recettes totales de production ($millions)**
Exports ($millions)	**–**	**–**	**–**	**–**	**0.3**	**Exportations ($millions)**
Total Revenue ($millions)	**3.6**	**2.6**	**3.1**	**3.9**	**7.2**	**Recettes totales ($millions)**
Total Operating Expenses ($millions)	**3.7**	**3.0**	**4.6**	**4.7**	**6.8**	**Dépenses totales d'exploitation ($millions)**
Profit Margin (% of total revenue)	**3.4**	**-14.5**	**-47.7**	**-19.4**	**5.8**	**Marge bénéficiaire (% des recettes totales)**

* *Due to a change in methodology in 1991-92, the data for these categories are not strictly comparable with data from previous years.*

* *A cause d'un changement de méthodologie effectué en 1991-1992, les données dans ces catégories ne peuvent être comparées avec celles des années précédentes.*

Table 1f

Film, Video and Audio-visual Production Industry, Saskatchewan, Summary, 1988-89 to 1992-93

Tableau 1f

L'industrie de la production cinématographique , vidéo et audio-visuelle, pour la province du Saskatchewan, sommaire, 1988-1989 à 1992-1993

	1988-89	1989-90	1990-91	1991-92	1992-93	
Number of Producers	**17**	**15**	**23**	**18**	**17**	**Nombre de producteurs**
Number of productions						**Nombre de productions**
Theatrical features	1	1	-	-	-	Longs métrages pour les cinémas
Television productions*						Émissions de télévision*
Under 30 minutes	...	...	...	86	28	Productions de moins de 30 minutes
30 - 74 minutes	...	...	...	64	151	Productions de 30 à 74 minutes
75 minutes or more	...	...	...	-	-	Productions de 75 minutes ou plus
Television sub-total	...	...	...	150	179	Sous-total, télévision
Television commercials	565	279	53	33	14	Messages publicitaires télévisés
Music videos	-	5	5	3	1	Vidéo-clips
Corporate videos*	...	...	...	98	43	Vidéos d'entreprises*
Home videos*	...	...	...	-	-	Vidéos domestiques*
Educational productions*	...	...	...	13	6	Films éducatifs*
Other*	52	113	-	5	36	Autres*
Total	806	702	480	302	279	Total
Employment						**Emploi**
Full-time	38	46	56	44	43	Plein-temps
Part-time	8	24	11	4	6	Temps-partiel
Freelancers	..	..	231	114	125	Pigistes
Working Proprietors	2	2	5	2	2	Propriétaires actifs
Total	46	72	303	164	176	Total
Salaries and Wages ($millions)						**Salaires et avantages sociaux ($millions)**
Salaries and wages	1.1	1.1	1.4	1.6	1.3	Salaires
Benefits	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	Avantages sociaux
Freelancers' fees	1.0	0.4	0.8	0.8	0.8	Sommes versées aux pigistes
Total	2.2	1.7	2.3	2.5	2.1	Total
Production Revenue ($millions)	**5.0**	**4.7**	**5.7**	**5.3**	**4.1**	**Recettes totales de production ($millions)**
Exports ($millions)	**x**	**x**	**x**	**-**	**0.1**	**Exportations ($millions)**
Total Revenue ($millions)	**5.8**	**5.5**	**6.5**	**6.4**	**4.7**	**Recettes totales ($millions)**
Total Operating Expenses ($millions)	**5.1**	**5.9**	**5.9**	**5.5**	**4.2**	**Dépenses totales d'exploitation ($millions)**
Profit Margin (% of total revenue)	**12.4**	**-6.2**	**10.0**	**14.1**	**11.4**	**Marge bénéficiaire (% des recettes totales)**

* Due to a change in methodology in 1991-92, the data for these categories are not strictly comparable with data from previous years.
* A cause d'un changement de méthodologie effectué en 1991-1992, les données dans ces catégories ne peuvent être comparées avec celles des années précédentes.

Table 1g

Film, Video and Audio-visual Production Industry, Summary, 1988-89 to 1992-93

Tableau 1g

L'industrie de la production cinématographique, vidéo et Alberta, audio-visuelle, pour la province de l'Alberta, sommaire, 1988-1989 à 1992-1993

	1988-89	1989-90	1990-91	1991-92	1992-93	
Number of Producers	**35**	**32**	**30**	**22**	**27**	**Nombre de producteurs**
Number of productions						**Nombre de productions**
Theatrical features	1	3	3	1	1	Longs métrages pour les cinémas
Television productions*						Émissions de télévision*
Under 30 minutes	...	...	...	15	411	Productions de moins de 30 minutes
30 - 74 minutes	...	...	...	64	177	Productions de 30 à 74 minutes
75 minutes or more	...	...	...	3	–	Productions de 75 minutes ou plus
Television sub-total	...	...	...	82	588	ous-total, télévision
Television commercials	206	213	260	644	748	Messages publicitaires télévisés
Music videos	2	2	4	3	2	Vidéo-clips
Corporate videos*	...	...	...	380	320	Vidéos d'entreprises*
Home videos*	...	...	...	–	–	Vidéos domestiques*
Educational productions*	...	...	...	48	28	Films éducatifs*
Other*	2	3	24	11	23	Autres*
Total	608	607	736	1,169	1,710	Total
Employment						**Emploi**
Full-time	116	115	425	131	121	Plein-temps
Part-time	18	20	123	16	23	Temps-partiel
Freelancers	..	..	372	138	141	Pigistes
Working Proprietors	3	2	1	1	–	Propriétaires actifs
Total	137	137	921	286	285	Total
Salaries and Wages ($millions)						**Salaires et avantages sociaux ($millions)**
Salaries and wages	3.2	3.1	4.7	4.4	3.0	Salaires
Benefits	0.2	0.2	0.4	0.3	0.2	Avantages sociaux
Freelancers' fees	3.1	3.8	3.2	1.1	1.5	Sommes versées aux pigistes
Total	6.6	7.1	8.4	5.8	4.8	Total
Production Revenue ($millions)	**10.5**	**10.6**	**14.4**	**12.5**	**13.6**	**Recettes totales de production ($millions)**
Exports ($millions)	**x**	**0.3**	**0.2**	**--**	**0.1**	**Exportations ($millions)**
Total Revenue ($millions)	**14.5**	**14.5**	**16.7**	**16.8**	**16.9**	**Recettes totales ($millions)**
Total Operating Expenses ($millions)	**14.6**	**16.4**	**19.1**	**13.4**	**10.4**	**Dépenses totales d'exploitation ($millions)**
Profit Margin (% of total revenue)	**-0.9**	**-12.9**	**-13.8**	**20.0**	**38.5**	**Marge bénéficiaire (% des recettes totales)**

* *Due to a change in methodology in 1991-92, the data for these categories are not strictly comparable with data from previous years.*

* *A cause d'un changement de méthodologie effectué en 1991-1992, les données dans ces catégories ne peuvent être comparées avec celles des années précédentes.*

Table 1h

Film, Video and Audio-visual Production Industry, British Columbia, Summary, 1988-89 to 1992-93

Tableau 1h

L'industrie de la production cinématographique, vidéo et audio-visuelle, pour la province de la Colombie Britannique, sommaire, 1988-1989 à 1992-1993

	1988-89	1989-90	1990-91	1991-92	1992-93	
Number of Producers	**95**	**92**	**109**	**112**	**74**	**Nombre de producteurs**
Number of productions						**Nombre de productions**
Theatrical features	3	4	4	3	2	Longs métrages pour les cinémas
Television productions*						Émissions de télévision*
Under 30 minutes	...	...	...	10	71	Productions de moins de 30 minutes
30 - 74 minutes	...	...	...	823	322	Productions de 30 à 74 minutes
75 minutes or more	...	...	...	105	6	Productions de 75 minutes ou plus
Television sub-total	...	...	...	938	399	Sous-total, télévision
Television commercials	908	1,035	793	903	1,203	Messages publicitaires télévisés
Music videos	17	44	34	11	11	Vidéo-clips
Corporate videos*	...	...	...	433	352	Vidéos d'entreprises*
Home videos*	...	...	...	7	1	Vidéos domestiques*
Educational productions*	...	...	...	38	16	Films éducatifs*
Other*	77	19	32	34	22	Autres*
Total	2,668	2,636	2,398	2,367	2,006	Total
Employment						**Emploi**
Full-time	316	310	309	303	236	Plein-temps
Part-time	319	321	1,108	1366	166	Temps-partiel
Freelancers	-	-	1,536	1109	1,152	Pigistes
Working Proprietors	21	20	9	6	5	Propriétaires actifs
Total	656	651	2,962	2,784	1,559	Total
Salaries and Wages ($millions)						**Salaires et avantages sociaux ($millions)**
Salaries and wages	14.7	24.4	19.3	24.4	18.0	Salaires
Benefits	1.9	1.3	2.1	2.7	2.8	Avantages sociaux
Freelancers' fees	13.9	19.4	17.0	13.6	15.0	Sommes versées aux pigistes
Total	30.5	45.1	38.4	40.8	35.8	Total
Production Revenue ($millions)	**62.5**	**97.3**	**82.2**	**94.6**	**76.7**	**Recettes totales de production ($millions)**
Exports ($millions)	**x**	**x**	**x**	**42.4**	**2.4**	**Exportations ($millions)**
Total Revenue ($millions)	**66.6**	**101.2**	**86.2**	**101.1**	**81.1**	**Recettes totales ($millions)**
Total Operating Expenses ($millions)	**64.1**	**99.8**	**85.8**	**85.4**	**61.2**	**Dépenses totales d'exploitation ($millions)**
Profit Margin (% of total revenue)	**3.8**	**1.4**	**0.5**	**15.5**	**24.5**	**Marge bénéficiaire (% des recettes totales)**

* *Due to a change in methodology in 1991-92, the data for these categories are not strictly comparable with data from previous years.*

* *A cause d'un changement de méthodologie effectué en 1991-1992, les données dans ces catégories ne peuvent être comparées avec celles des années précédentes.*

Table 1i

Film, Video and Audio-visual Production Industry, Yukon and North West Territories,Summary, 1988-89 to 1992-93

Tableau 1i

L'industrie de la production cinématographique, vidéo et audio-visuelle, pour le Yukon et les Territoires du Nord-ouest, sommaire, 1988-1989 à 1992-1993

	1987-88	1988-89	1989-90	1990-91	1992-93	
Number of Producers	3	3	3	3	3	**Nombre de producteurs**
Number of productions						**Nombre de productions**
Theatrical features	–	–	–	–	–	Longs métrages pour les cinémas
Television productions*						Émissions de télévision*
Under 30 minutes	...	...	...	–	–	Productions de moins de 30 minutes
30 - 74 minutes	...	...	...	73	1	Productions de 30 à 74 minutes
75 minutes or more	...	...	...	–	–	Productions de 75 minutes ou plus
Television sub-total	...	...	...	73	1	Sous-total, télévision
Television commercials	7	4	3	1	–	Messages publicitaires télévisés
Music videos	–	1	–	–	–	Vidéo-clips
Corporate videos*	...	...	...	4	9	Vidéos d'entreprises*
Home videos*	...	...	...	–	–	Vidéos domestiques*
Educational productions*	...	...	...	–	–	Films éducatifs*
Other*	–	–	1	–	7	Autres*
Total	38	40	41	78	17	Total
Employment						**Emploi**
Full-time	22	13	15	14	5	Plein-temps
Part-time	–	–	–	1	4	Temps-partiel
Freelancers	–	–	27	24	11	Pigistes
Working Proprietors	2	–	–	–	–	Propriétaires actifs
Total	24	13	42	39	20	Total
Salaries and Wages ($millions)						**Salaires et avantages sociaux ($millions)**
Salaries and wages	x	x	x	x	5	Salaires
Benefits	--	--	--	--	x	Avantages sociaux
Freelancers' fees	x	--	x	x	11	Sommes versées aux pigistes
Total	x	x	x	x	20	Total
Production Revenue ($millions)	x	x	x	0.5	0.3	**Recettes totales de production ($millions)**
Exports ($millions)	–	–	–	–	–	**Exportations ($millions)**
Total Revenue ($millions)	x	1.2	1.1	x	0.4	**Recettes totales ($millions)**
Total Operating Expenses ($millions)	x	x	1.1	x	0.4	**Dépenses totales d'exploitation ($millions)**
Profit Margin (% of total revenue)	2.7	20.0	2.0	-2.1	-4.3	**Marge bénéficiaire (% des recettes totales)**

* *Due to a change in methodology in 1991-92, the data for these categories are not strictly comparable with data from previous years.*

* *A cause d'un changement de méthodologie effectué en 1991-1992, les données dans ces catégories ne peuvent être comparées avec celles des années précédentes.*

Table 2a

Profile of Theatrical Producers, 1988-89 to 1992-93

Tableau 2a

Profil des producteurs de longs métrages pour les cinémas, 1988-1989 à 1992-1993

	1988-89	1989-90	1990-91	1991-92	1992-93	
Number of Producers	**13**	**20**	**19**	**20**	**15**	**Nombre de producteurs**
Number of Productions						**Nombre de productions**
Theatrical features	11	14	19	11	6	Longs métrages pour les cinémas
Television productions*						Émissions de télévision *
Under 30 minutes	...	...	...	–	–	Productions de moins de 30 minutes
30 - 74 minutes	...	...	...	–	28	Productions de 30 à 74 minutes
75 minutes or more	...	...	...	2	–	Productions de 75 minutes ou plus
Television sub-total	...	...	...	2	28	Sous-total, télévision
Television commercials	–	510	200	12	–	Messages publicitaires télévisés
Music videos	1	2	–	–	1	Vidéo-clips
Corporate videos*	...	...	...	–	–	Vidéos d'entreprises*
Home videos*	...	...	...	–	–	Vidéos domestiques*
Educational productions*	...	...	...	–	–	Films éducatifs*
Other*	–	1	–	–	–	Autres*
Total	28	668	229	25	35	Total
Production Revenue ($millions)	**37.0**	**9.1**	**17.4**	**8.1**	**3.2**	**Recettes totales de production ($millions)**
Specialization Ratio (%)	**71**	**91**	**87**	**90**	**84**	**Ratio de spécialisation (%)**
Theatrical Market Share (%)	**95**	**80**	**90**	**85**	**73**	**Part du marché commercial (%)**
Exports ($millions)	**4.4**	**x**	**3.5**	**2.7**	**1.3**	**Exportations ($millions)**
Total Revenue ($millions)	**41.6**	**11.0**	**20.5**	**10.9**	**4.7**	**Recettes totales ($millions)**
Total Operating Expenses ($millions)	**47.7**	**14.0**	**24.0**	**13.3**	**7.7**	**Dépenses totales d'exploitation ($millions)**
Profit Margin (% of total revenue)	**-14.7**	**-27.5**	**-17.0**	**-22.6**	**-64.3**	**Marge bénéficiaire (% des recettes totales)**

* *Due to a change in methodology in 1991-92, the data for these categories are not strictly comparable with data from previous years.*

* *A cause d'un changement de méthodologie effectué en 1991-1992, les données dans ces catégories ne peuvent être comparées avec celles des*

Table 2b

Profile of Conventional and Pay Television Producers, 1988-89 to 1992-93

Tableau 2b

Profil des producteurs de la télévision conventionelle et payante, 1988-1989 à 1992-1993

	1988-89	1989-90	1990-91	1991-92	1992-93	
Number of Producers	**86**	**92**	**119**	**137**	**138**	**Nombre de producteurs**
Number of Productions						**Nombre de productions**
Theatrical features	8	3	1	9	3	Longs métrages pour les cinémas
Television productions*						Émissions de télévision*
Under 30 minutes	...	...	...	1,490	2,694	Productions de moins de 30 minutes
30 - 74 minutes	...	...	...	2,358	2,045	Productions de 30 à 74 minutes
75 minutes or more	...	...	...	366	56	Productions de 75 minutes ou plus
Television sub-total	...	...	...	4,214	4,795	Sous-total, télévision
Television commercials	47	246	114	53	17	Messages publicitaires télévisés
Music videos	1	15	19	1	7	Vidéo-clips
Corporate videos*	...	...	...	208	13	Vidéos d'entreprises*
Home videos*	...	...	...	21	2	Vidéos domestiques*
Educational productions*	...	...	...	18	2	Films éducatifs*
Other*	14	100	14	91	194	Autres*
Total	2,847	3,257	5,389	4,615	5,033	Total
Production Revenue ($millions)	**91.3**	**93.1**	**177.7**	**172.6**	**271.7**	**Recettes totales de production ($millions)**
Specialization Ratio (%)	**92**	**93**	**94**	**89**	**73**	**Ratio de spécialisation (%)**
Television Market Share (%)	**90**	**88**	**91**	**89**	**95**	**Part du marché de la télévision (%)**
Exports ($millions)	**14.5**	**19.2**	**11.2**	**18.7**	**85.1**	**Exportations ($millions)**
Total Revenue ($millions)	**128.5**	**128.2**	**225.8**	**213.3**	**319.1**	**Recettes totales ($millions)**
Total Operating Expenses ($millions)	**130.1**	**122.2**	**224.2**	**191.1**	**287.0**	**Dépenses totales d'exploitation ($millions)**
Profit Margin (% of total revenue)	**-1.2**	**4.6**	**0.7**	**10.4**	**10.1**	**Marge bénéficiaire (% des recettes totales)**

* *Due to a change in methodology in 1991-92, the data for these categories are not strictly comparable with data from previous years.*

* *A cause d'un changement de méthodologie effectué en 1991-1992, les données dans ces catégories ne peuvent être comparées avec celles des années précédentes.*

Table 2c

Profile of Producers of Advertising, 1988-89 to 1992-93

Tableau 2c

Profil des producteurs publicitaires, 1988-1989 à 1992-1993

	1988-89	1989-90	1990-91	1991-92	1992-93	
Number of Producers	**73**	**61**	**61**	**58**	**58**	**Nombre de producteurs**
Number of Productions						**Nombre de productions**
Theatrical features	9	1	1	–	–	Longs métrages pour les cinémas
Television productions*						Émissions de télévision*
Under 30 minutes	...	...	...	10	–	Productions de moins de 30 minutes
30 - 74 minutes	...	...	...	41	28	Productions de 30 à 74 minutes
75 minutes or more	...	...	...	–	1	Productions de 75 minutes ou plus
Television sub-total	...	...	...	51	29	Sous-total, télévision
Television commercials	2,762	2,432	2,091	1,939	2,261	Messages publicitaires télévisés
Music videos	20	13	40	20	14	Vidéo-clips
Corporate videos*	...	...	...	164	93	Vidéos d'entreprises*
Home videos*	...	...	...	1	–	Vidéos domestiques*
Educational productions*	...	...	...	7	7	Films éducatifs*
Other*	559	212	16	8	55	Autres*
Total	3,867	3,097	2,506	2,190	2,459	Total
Production Revenue ($millions)	**149.8**	**133.5**	**132.3**	**138.1**	**147.8**	**Recettes totales de production ($millions)**
Specialization Ratio (%)	**92**	**95**	**95**	**96**	**97**	**Ratio de spécialisation (%)**
Advertising Market Share (%)	**97**	**94**	**96**	**97**	**97**	**Part du marché publicitaire (%)**
Exports ($millions)	**18.4**	**25.6**	**x**	**7.3**	**13.5**	**Exportations ($millions)**
Total Revenue ($millions)	**163.5**	**142.6**	**140.5**	**146.3**	**151.6**	**Recettes totales ($millions)**
Total Operating Expenses ($millions)	**154.7**	**139.5**	**132.2**	**122.2**	**134.3**	**Dépenses totales d'exploitation ($millions)**
Profit Margin (% of total revenue)	**5.4**	**2.1**	**6.0**	**16.5**	**11.4**	**Marge bénéficiaire (% des recettes totales)**

* *Due to a change in methodology in 1991-92, the data for these categories are not strictly comparable with data from previous years.*

* *A cause d'un changement de méthodologie effectué en 1991-1992, les données dans ces catégories ne peuvent être comparées avec celles des années précédentes.*

Table 2d

Profile of Producers for Government and Education, 1988-89 to 1992-93

Tableau 2d

Profil des producteurs spécialisés du secteur gouvernemental et éducatif, 1988-1989 à 1992-1993

	1988-89	1989-90	1990-91	1991-92	1992-93	
Number of Producers	**105**	**103**	**123**	**123**	**113**	**Nombre de producteurs**
Number of Productions						**Nombre de productions**
Theatrical features	10	6	5	5	5	Longs métrages pour les cinémas
Television productions*						Émissions de télévision*
Under 30 minutes	...	...	...	62	53	Productions de moins de 30 minutes
30 - 74 minutes	...	...	...	398	647	Productions de 30 à 74 minutes
75 minutes or more	...	...	...	5	16	Productions de 75 minutes ou plus
Television sub-total	...	...	...	465	716	Sous-total, télévision
Television commercials	268	103	143	61	95	Messages publicitaires télévisés
Music videos	7	8	4	2	4	Vidéo-clips
Corporate videos*	...	...	...	653	436	Vidéos d'entreprises*
Home videos*	...	...	...	4	–	Vidéos domestiques*
Educational productions*	...	...	...	134	145	Films éducatifs*
Other*	120	9	59	206	100	Autres*
Total	1,473	1,244	1,450	1,524	1,501	Total
Production Revenue ($millions)	**31.5**	**33.2**	**39.1**	**42.5**	**30.3**	**Recettes totales de production ($millions)**
Specialization Ratio (%)	**70**	**71**	**71**	**73**	**68**	**Ratio de spécialisation (%)**
Governmental-Educational Market Share (%)	**55**	**70**	**65**	**64**	**43**	**Part du marché gouvenemental et éducatif (%)**
Exports ($millions)	**0.4**	**0.3**	**x**	**2.2**	**0.4**	**Exportations ($millions)**
Total Revenue ($millions)	**42.6**	**40.9**	**48.5**	**49.5**	**37.2**	**Recettes totales ($millions)**
Total Operating Expenses ($millions)	**36.6**	**36.4**	**40.9**	**46.2**	**36.9**	**Dépenses totales d'exploitation ($millions)**
Profit Margin (% of total revenue)	**14.1**	**11.2**	**15.8**	**6.6**	**1.0**	**Marge bénéficiaire (% des recettes totales)**

* *Due to a change in methodology in 1991-92, the data for these categories are not strictly comparable with data from previous years.*

* *A cause d'un changement de méthodologie effectué en 1991-1992, les données dans ces catégories ne peuvent être comparées avec celles des années précédentes.*

Table 2e

Profile of Industrial Producers, 1988-89 to 1992-93

Tableau 2e

Profil des producteurs industriels, 1988-1989 à 1992-1993

	1988-89	1989-90	1990-91	1991-92	1992-93	
Number of Producers	**138**	**127**	**183**	**182**	**166**	**Nombre de producteurs**
Number of productions						**Nombre de productions**
Theatrical features	1	3	2	3	1	Longs métrages pour les cinémas
Television productions*						Émissions de télévision*
Under 30 minutes	...	...	...	362	142	Productions de moins de 30 minutes
30 - 74 minutes	...	...	...	497	279	Productions de 30 à 74 minutes
75 minutes or more	...	...	...	2	1	Productions de 75 minutes ou plus
Television sub-total	...	...	...	861	422	Sous-total, télévision
Television commercials	291	493	499	805	813	Messages publicitaires télévisés
Music videos	9	32	53	27	10	Vidéo-clips
Corporate videos*	...	...	...	2,679	2,564	Vidéos d'entreprises*
Home videos*	...	...	...	32	274	Vidéos domestiques*
Educational productions*	...	...	...	56	79	Films éducatifs*
Other*	1,436	1,336	792	3,284	336	Autres*
Total	6,275	5,358	5,394	7,747	4,077	Total
Production Revenue ($millions)	**79.9**	**81.8**	**96.7**	**80.1**	**57.7**	**Recettes totales de production ($millions)**
Specialization Ratio (%)	**88**	**90**	**90**	**87**	**83**	**Ratio de spécialisation (%)**
Industrial Market Share (%)	**90**	**91**	**91**	**89**	**89**	**Part du marché industriel (%)**
Exports ($millions)	**x**	**x**	**2.7**	**3.0**	**2.6**	**Exportations ($millions)**
Total Revenue ($millions)	**91.4**	**89.8**	**109.5**	**97.9**	**66.4**	**Recettes totales ($millions)**
Total Operating Expenses ($millions)	**81.0**	**76.2**	**88.3**	**80.5**	**61.0**	**Dépenses totales d'exploitation ($millions)**
Profit Margin (% of total revenue)	**11.5**	**15.1**	**19.4**	**17.8**	**8.0**	**Marge bénéficiaire (% des recettes totales)**

* *Due to a change in methodology in 1991-92, the data for these categories are not strictly comparable with data from previous years.*

* *A cause d'un changement de méthodologie effectué en 1991-1992, les données dans ces catégories ne peuvent être comparées avec celles des années précédentes.*

Table 2f

Profile of Producers Contracted by Other Production Companies and Executive Producers[1], 1988-89 to 1992-93

Tableau 2f

Profil des producteurs engagés par les autres entreprises de production et les producteurs exécutifs[1] 1988-1989 à 1992-1993

	1988-89	1989-90	1990-91	1991-92	1992-93	
Number of Producers	**138**	**140**	**134**	**130**	**99**	**Nombre de producteurs**
Number of Productions						**Nombre de productions**
Theatrical features	6	14	19	15	10	Longs métrages pour les cinémas
Television productions*						Émissions de télévision*
Under 30 minutes	...	...	...	189	63	Productions de moins de 30 minutes
30 - 74 minutes	...	...	...	1,034	323	Productions de 30 à 74 minutes
75 minutes or more	...	...	...	34	9	Productions de 75 minutes ou plus
Television sub-total	...	...	...	1,257	395	Sous-total, télévision
Television commercials	824	918	570	986	699	Messages publicitaires télévisés
Music videos	39	86	99	114	69	Vidéo-clips
Corporate videos*	...	...	...	237	186	Vidéos d'entreprises*
Home videos*	...	...	...	80	3	Vidéos domestiques*
Educational productions*	...	...	...	42	57	Films éducatifs*
Other*	846	147	89	119	141	Autres*
Total	3,815	3,471	2,368	2,850	1,560	Total
Production Revenue ($millions)	**138.2**	**147.8**	**118.6**	**137.3**	**64.3**	**Recettes totales de production ($millions)**
Specialization Ratio (%)	**45**	**56**	**72**	**26**	**58**	**Ratio de spécialisation (%)**
Production for Others Market hare (%)	**94**	**96**	**96**	**72**	**89**	**Part du marché de la production pour les autres (%)**
Exports ($millions)	**x**	**x**	**53.9**	**47.5**	**29.0**	**Exportations ($millions)**
Total Revenue ($millions)	**145.7**	**163.0**	**134.6**	**158.7**	**83.9**	**Recettes totales ($millions)**
Total Operating Expenses ($millions)	**135.9**	**160.6**	**125.3**	**141.4**	**76.0**	**Dépenses totales d'exploitation ($millions)**
Profit Margin (% of total revenue)	**6.7**	**1.4**	**6.9**	**10.9**	**9.4**	**Marge bénéficiaire (% des recettes totales)**

* *Due to a change in methodology in 1991-92, the data for these categories are not strictly comparable with data from previous years.*

* *A cause d'un changement de méthodologie effectué en 1991-1992, les données dans ces catégories ne peuvent être comparées avec celles des années précédentes.*

1 *The largest portion of production revenue is generated by work done for other film production companies and executive producers.*

1 *La plus grande part des recettes de production provient des travaux commandités par d'autres compagnies de production cinématographique ou producteurs exécutifs.*

Table 2g

Profile of Other Producers (unspecialized), 1988-89 to 1992-93

Tableau 2g

Profil des producteurs non-spécialisés, 1988-1989 à 1992-1993

	1988-89	1989-90	1990-91	1991-92	1992-93	
Number of Producers	**69**	**59**	**102**	**92**	**78**	**Nombre de producteurs**
Number of Productions						**Nombre de productions**
Theatrical features	1	7	7	13	6	Longs métrages pour les cinémas
Television productions*						Émissions de télévision*
Under 30 minutes	...	...	...	110	147	Productions de moins de 30 minutes
30 - 74 minutes	...	...	...	539	644	Productions de 30 à 74 minutes
75 minutes or more	...	...	...	5	5	Productions de 75 minutes ou plus
Television sub-total	...	...	...	654	796	Sous-total, télévision
Television commercials	174	26	2	73	23	Messages publicitaires télévisés
Music videos	3	1	2	45	41	Vidéo-clips
Corporate videos*	...	...	...	128	40	Vidéos d'entreprises*
Home videos*	...	...	...	3	–	Vidéos domestiques*
Educational productions*	...	...	...	5	7	Films éducatifs*
Other*	57	1	17	19	113	Autres*
Total	497	86	298	940	1,026	Total
Production Revenue ($millions)	**5.2**	**1.1**	**2.9**	**3.1**	**11.4**	**Recettes totales de production ($millions)**
Specialization Ratio (%)	...	...	...	...	13	**Ratio de spécialisation (%)**
Unspecialized Market Share (%)	1	--	--	1	2	**Part du marché non-spécialisé (%)**
Exports ($millions)	–	x	x	x	–	**Exportations ($millions)**
Total Revenue ($millions)	**16.1**	**8.1**	**24.4**	**11.5**	**34.5**	**Recettes totales ($millions)**
Total Operating Expenses ($millions)	**20.9**	**18.8**	**58.6**	**17.2**	**34.0**	**Dépenses totales d'exploitation ($millions)**
Profit Margin (% of total revenue)	**-29.5**	**-130.9**	**-140.4**	**-50.1**	**1.2**	**Marge bénéficiaire (% des recettes totales)**

* *Due to a change in methodology in 1991-92, the data for these categories are not strictly comparable with data from previous years.*

* *A cause d'un changement de méthodologie effectué en 1991-1992, les données dans ces catégories ne peuvent être comparées avec celles des années précédentes.*

Section II

Motion Picture Laboratory Operations and Production and Post-production Services

Section II

Laboratoires cinématographiques et services de production et de postproduction

Table 3

Canadian Film Laboratories, Production and Post-Production Services Industry, Summary, 1988-89 to 1992-93

Tableau 3

L'industrie canadienne des laboratoires cinématographiques et services de production et de postproduction, sommaire, 1988-1989 à 1992-1993

	1988-89	1989-90	1990-91	1991-92	1992-93	
Number of firms						**Nombre d'entreprises**
Quebec	22	28	41	50	53	Québec
Ontario	104	101	107	89	84	Ontario
Other provinces & territories	22	24	25	23	23	Autres provinces et territoires
Canada	148	153	173	162	160	Canada
Employment						**Emploi**
Full-time	1,780	1,861	1,908	2,063	1,909	Plein-temps
Part-time	156	266	272	341	363	Temps-partiel
Freelancers	..	..	520	753	799	Pigistes
Working proprietors	17	15	19	16	18	Propriétaires actifs
Total	1,953	2,142	2,719	3,173	3,089	Total
Salaries & Wages ($millions)						**Salaires et avantages sociaux ($millions)**
Salaries & wages	51.3	61.8	66.3	70.3	70.7	Salaires
Benefits	3.8	4.6	6.0	7.1	7.4	Avantages sociaux
Freelancers' fees	..	..	3.5	4.3	3.8	Sommes versées aux pigistes
Total	55.2	66.3	75.8	81.6	81.8	Total
Operating Revenue ($millions)						**Recettes d'exploitation ($millions)**
Quebec	41.5	52.3	77.3	87.6	96.4	Québec
Ontario	169.9	194.9	170.5	184.9	196.5	Ontario
Other provinces & territories	17.4	15.2	16.8	14.4	15.9	Autres provinces et territoires
Canada	228.7	262.5	264.6	286.9	308.8	Canada
Operating Expenses ($millions)						**Dépenses d'exploitation ($millions)**
Quebec	32.3	45.1	70.1	86.8	93.1	Québec
Ontario	127.8	158.7	153.0	165.3	185.4	Ontario
Other provinces & territories	14.4	12.4	14.7	14.2	15.3	Autres provinces et territoires
Canada	174.5	216.2	237.7	266.3	293.8	Canada
Operating Margin (% of operating revenue)						**Marge d'exploitation (% de recettes d'exploitation)**
Quebec	22.1	13.7	9.4	0.9	3.5	Québec
Ontario	24.8	18.6	10.3	10.6	5.6	Ontario
Other provinces & territories	17.1	18.7	12.7	1.1	3.5	Autres provinces et territoires
Canada	23.7	17.6	10.1	7.2	4.8	Canada

Section III

Film and Video Distribution and Videocassette Wholesaling

Section III

La distribution de films cinématographiques et de vidéos et la vente en gros de vidéocassettes

Table 4

Film and Video Distribution and Videocassettes Wholesaling, Number of firms by Principal Activity and Financial Control, 1988-89 to 1992-93

Tableau 4

La distribution des films cinématographiques et de vidéos et la vente en gros des vidéocassettes, nombre d'entreprises selon l'activité principale et le contrôle financier, 1988-1989 à 1992-1993

Principal Activity	1988-89	1989-90	1990-91	1991-92	1992-93	Activité principale
Both Distributing & Wholesaling						**Disribution de films et vidéos et vente en gross de vidéocassettes**
Canadian control	14	21	22	13	7	Contrôle canadien
Foreign control	1	2	1	2	1	Contrôle étranger
Total	15	23	23	15	8	Total
Film and Video Distribution Only						**Distribution de films et de vidéos seulement**
Canadian control	110	101	90	100	99	Contrôle canadien
Foreign control	20	20	18	17	16	Contrôle étranger
Total	130	121	108	117	115	Total
Videocassette Wholesaling Only						**Vente en gros de vidéocassettes seulement**
Canadian control	32	32	35	29	27	Contrôle canadien
Foreign control	5	5	6	4	4	Contrôle étranger
Total	37	37	41	33	31	Total
Total Distributing & Wholesaling						**Total distribution et vente en gros**
Canadian control	156	154	147	142	133	Contrôle canadien
Foreign control	26	27	25	23	21	Contrôle étranger
Total	182	181	172	165	154	Total

Table 5

Revenue from the Distribution of Film, Video and Audio-visual Productions and Videocassette Wholesaling by Primary Market, 1988-89 to 1992-93

Tableau 5

Recettes de la distribution de productions cinématographiques, vidéo et audio-visuelles et la distribution en gros de vidéocassettes selon le marché principal, 1988-1989 à 1992-1993

	1988-89	1989-90	1990-91	1991-92	1992-93	
Primary Market ($millions)						**Marché Principal ($millions)**
Theatrical	158.7	225.5	193.4	184.6	170.8	Cinéma
Pay TV	33.0	33.7	33.5	34.3	35.1	Télévision payante
Conventional TV	248.7	309.2	329.5	308.9	275.9	Télévision conventionnelle
Home video	24.8	55.3	74.9	92.7	132.8	Vidéo domestique
Home entertainment,Sub-total	306.4	398.2	437.8	435.9	443.7	Divertissement à domicile, Sous-total
Non-theatrical	25.4	25.7	24.3	22.7	21.9	Hors commerce
Unspecified	-	-	-	-	13.6	Non-précisées
Total distribution	490.5	649.4	655.5	643.3	650.0	Distribution total
Wholesaling Video cassettes	315.9	426.4	495.4	547.3	542.7	Distribution en gros de vidéocassettes
Other Revenue	25.3	30.8	32.9	40.1	36.4	Autres recettes
Total Revenue	831.7	1,106.7	1,183.8	1,230.7	1,229.1	Total des recettes
Foreign Controlled Share (%)						**Part Sous Contrôle Étranger (%)**
Theatrical	83.6	85.5	84.0	83.4	87.5	Cinéma
Home entertainment	50.1	49.0	47.7	47.6	38.9	Divertissement à domicile
Non-theatrical	9.7	18.1	9.8	9.2	4.6	Hors commerce
Total distribution	58.9	60.5	57.0	56.5	51.8	Total distribution
Wholesaling	29.4	32.9	32.6	33.0	31.2	Distribution en gros de vidéocassettes
Other revenue	11.5	14.9	18.2	15.2	5.2	Autres recettes
Total revenue	46.2	48.6	45.7	44.7	41.3	Total des recettes
Canadian Film Share(%)						**Part des Films Canadiens (%)**
Theatrical	4.9	4.3	5.8	6.4	5.2	Cinéma
Home entertainment	8.5	10.2	12.7	14.7	23.0	Divertissemnt à domicile
Non-theatrical	40.9	24.8	21.1	18.2	38.4	Hors commerce
Total	10.1	9.5	11.9	12.4	18.3	Total

Table 6

Film and Video Distribution and Videocassette Wholesaling Employment, 1988-89 to 1992-93

Tableau 6

La distribution des films cinématographiques et vidéos et la vente en gros des vidéocassettes, l'emploi, 1988-1989 à 1992-1993

	1988-89	1989-90	1990-91	1991-92	1992-93	
Employment						**L'Emploi**
Full-time	1,425	1,649	1,751	1,689	1,663	Temps plein
Part-time	155	358	269	280	195	Temps partiel
Working proprietors	6	6	3	4	4	Propriétaires actifs
Total	1,586	2,013	2,023	1,973	1,862	Total
Salaries & Benefits ($millions)	**45.6**	**55.9**	**60.9**	**64.5**	**64.4**	**Salaires et avantages sociaux ($millions)**
Foreign Controlled Share (%)						**Part sous contrôle étranger (%)**
Employment						**L'Emploi**
Full-time	15.9	15.7	15.1	14.5	13.7	Temps plein
Part-time	3.2	59.2	0.4	0.4	1.5	Temps partiel
Working proprietors	16.7	-	-	-	-	Propriétaires actifs
Total	14.7	23.4	13.1	12.5	12.4	Total
Salaries & Benefits %	**16.9**	**21.4**	**18.1**	**17.1**	**17.7**	**Salaires et avantages sociaux %**

Table 7

Film and Video Distribution and Videocassettes Wholesaling Total Revenue, Expenses and Profitability by Financial Control, 1988-89 to 1992-93

Tableau 7

La distribution des film cinématographiques et vidéos et la vente en gros des vidéocassettes, les recettes totales, dépenses et les marges bénéficiaires selon le contrôle financier, 1988-1989 à 1992-1993

	1988-89	1989-90	1990-91	1991-92	1992-93	
Canadian Control						**Contrôle canadien**
Revenue ($millions)						**Recettes ($millions)**
Distribution Titles	201.8	256.8	281.7	279.7	313.3	Distribution Titles Distribution de production
Wholesaling videocassettes	223.1	286.1	333.9	366.6	373.2	Vidéocassettes en gros
Other revenue	22.4	26.2	26.9	34.0	34.5	Autres recettes
Total Revenue	447.4	569.1	642.5	680.3	721.1	Total des recettes
Expenses ($millions)						**Dépenses ($millions)**
Salaries & benefits	**37.9**	**44.0**	**49.9**	**53.7**	**53.0**	**Salaires & avantages sociaux**
Licensing Costs (rights,royalties & other fees)	144.4	197.0	193.3	186.6	125.7	Coûts relatifs aux droits(les redevances et d'autres frais)
Depreciation & Amortization	17.1	15.7	8.1	9.1	12.5	Dépréciation et amortissement
Interest Expenses	4.0	2.4	5.3	5.8	3.3	Frais d'intérêts
Other costs	213.9	289.6	358.5	405.3	447.5	Autres coûts
Total Expenses	417.3	548.7	615.0	660.5	641.7	Dépenses totales
Profit Margin (% of Total Revenue)	**6.7**	**3.6**	**4.3**	**2.9**	**11.0**	**Marge bénéficiaire (% des recettes totales)**
Foreign Control						**Contrôle étranger**
Revenue ($millions)						**Recettes ($millions)**
Distribution Titles	288.7	392.6	373.8	363.6	336.7	Distribution de production
Wholesaling videocassettes	92.8	140.4	161.4	180.6	169.4	Vidéocassettes en gros
Other revenue	2.9	4.6	6.0	6.1	1.9	Autres recettes
Total Revenue	384.3	537.6	541.3	550.4	508.0	Total des recettes
Expenses ($millions)						**Dépenses ($millions)**
Salaries & benefits	**7.7**	**12.0**	**11.0**	**11.0**	**11.4**	**Salaires & avantages sociaux**
Licensing Costs (rights,royalties & other fees)	188.7	212.0	207.7	163.4	158.3	Coûts relatifs aux droits (les redevances et d'autres frais)
Depreciation & Amortization	0.2	0.3	0.7	8.3	1.0	Dépréciation et amortissement
Interest Expenses	–	0.3	0.2	0.2	6.3	Frais d'intérêts
Other costs	119.3	201.1	230.4	240.9	272.8	Autres coûts
Total Expenses	315.8	425.6	450.1	423.8	449.8	Dépenses totales
Profit Margin (% of Total Revenue)	**17.8**	**20.8**	**16.8**	**23.0**	**11.5**	**Marge bénéficiaire (% des recettes totales)**
Total						**Total**
Revenue ($millions)						**Recettes ($millions)**
Distribution Titles	490.5	649.4	655.5	643.3	650.0	Distribution de production
Wholesaling videocassettes	315.9	426.4	495.4	547.3	542.7	Vidéocassettes en gros
Other revenue	25.3	30.8	32.9	40.1	36.4	Autres recettes
Total Revenue	831.7	1,106.7	1,183.8	1,230.7	1,229.1	Total des recettes
Expenses ($millions)						**Dépenses ($millions)**
Salaries & benefits	45.6	55.9	60.9	64.7	64.4	Salaires & avantages sociaux
Licensing Costs (rights,royalties & other fees)	333.1	409.0	401.0	350.0	284.1	Coûts relatifs aux droits (les redevances et d'autres frais)
Depreciation & Amortization	17.3	16.0	8.8	17.4	13.5	Dépréciation et amortissement
Interest Expenses	4.0	2.7	5.5	6.0	9.5	Frais d'intérets
Other costs	333.1	490.7	589.0	646.2	720.3	Autres coûts
Total Expenses	733.1	974.3	1,065.1	1,084.3	1,091.5	Dépenses totales
Profit Margin (% of Total Revenue)	**11.9**	**12.0**	**10.0**	**11.9**	**11.2**	**Marge bénéficiaire (% des recettes totales)**

1 *Profit Margin is defined as total revenue less total expenses (profit or loss)*
1 *La marge bénéficiaire est la différence entre le revenu total et les dépenses exprimées en pourcentage du revenu total.*

Section IV

Motion Picture Theatres and Drive-ins

Section IV

Cinémas et ciné-parcs

Table 8(a)

Motion Picture Theatres and Drive-ins, Canada, 1988-89 to 1992-93

Tableau 8(a)

Cinémas et ciné-parcs, Canada, 1988-1989 à 1992-1993

	1988-89	1989-90	1990-91	1991-92	1992-93	
Number of Theatres						**Nombre de cinémas**
-Regular theatres	657	650	633	620	598	-Cinémas ordinaires
-Drive-ins	132	123	109	103	88	-Ciné-parcs
-Total	789	773	742	723	686	-Total
Paid Admissions (000's)						**Entrées payantes (000's)**
-Regular theatres	75,770	78,822	76,202	69,195	71,678	-Cinémas ordinaires
-Drive-ins	3,099	3,197	2,732	2,430	2,049	-Ciné-parcs
-Total	78,868	82,018	78,934	71,625	73,727	-Total
Average Ticket Price						**Prix moyen des billets**
-Regular theatres	5.05	5.52	5.94	5.64	5.34	-Cinémas ordinaires
-Drive-ins	5.12	5.54	5.70	5.79	5.62	-Ciné-parcs
-Total	5.05	5.52	5.93	5.65	5.35	-Total
Number of Screens						**Nombre d'écrans**
-Regular theatres	1,490	1,555	1,565	1,611	1,613	-Cinémas ordinaires
-Drive-ins	175	168	148	143	129	-Ciné-parcs
-Total	1,665	1,723	1,713	1,754	1,742	-Total
Revenue - Theatres ($'000's)						**Entrées payantes (000's)**
-Admission receipts	360,662	409,045	425,294	367,334	364,966	-Recettes provenant des entrées
-Concessions & other	116,184	129,981	135,654	124,445	129,462	-Recettes de concessions et autres
-Total	476,846	539,025	560,949	491,779	494,428	-Total
Revenue - Drive-Ins ($'000's)						**Recettes - Ciné-parcs ($'000's)**
-Admission receipts	14,874	16,449	14,543	13,101	10,768	-Recettes provenant des entrées
-Concessions & other	7,437	7,956	6,932	5,963	4,652	-Recettes de concessions et autres
-Total	22,311	24,405	21,476	19,064	15,419	-Total
Expenses - Total ($'000's)						**Dépenses - Total ($'000's)**
-Regular theatres	408,889	463,945	483,088	433,657	431,500	-Cinémas ordinaires
-Drive-ins	18,323	19,946	18,416	16,999	14,186	-Ciné-parcs
-Total	427,212	483,890	501,504	450,657	445,686	-Total
Employment - Theatres						**Emploi - Cinémas ordinaires**
-Full-time	2,030	1,742	1,839	1,304	1,014	-Plein temps
-Part-time	7,018	8,078	7,823	7,793	7,700	-Temps partiel
-Working proprietors & family workers	147	150	172	159	177	-Propriétaires actifs & travailleurs familiaux
Employment - Drive - Ins						**Emploi - Ciné-parcs**
-Full-time	212	227	187	177	122	-Plein temps
-Part-time	888	860	837	760	659	-Temps partiel
-Working proprietors & family workers	69	51	50	61	49	-Propriétaires actifs & travailleurs familiaux
Salaries & Benefits ($'000's)						**Salaires & avantages sociaux ($'000's)**
-Regular theatres	80,128	84,723	86,460	84,160	85,242	-Cinémas ordinaires
-Drive-ins	3,935	4,009	3,842	3,506	3,064	-Ciné-parcs
-Total	84,064	88,732	90,301	87,666	88,307	-Total
Profit Margin (% of total revenue)						**Marge bénéficiaire (% des recettes totales)**
-Regular theatres	14.3	13.9	13.9	11.8	12.7	-Cinémas ordinaires
-Drive-ins	17.9	18.3	14.2	10.8	8.0	-Ciné-parcs
-Total	14.4	14.1	13.9	11.8	12.6	-Total

Table 8(b)

Motion Picture Theatres and Drive-ins, Newfoundland 1988-89 to 1992-93

Tableau 8(b)

Cinémas et ciné-parcs, Terre-Neuve 1988-1989 à 1992-1993

	1988-89	1989-90	1990-91	1991-92	1992-93	
Number of Theatres						**Nombre de cinémas**
-Total	15	15	17	16	16	-Total
Paid Admissions (000's)						**Entrées payantes (000's)**
-Total	880	913	974	882	796	-Total
Average Ticket Price						**Prix moyen des billets**
-Total	4.51	4.47	4.85	5.19	5.18	-Total
Number of Screens	**20**	**20**	**24**	**24**	**23**	**Nombre d'écrans**
Revenue ($'000's)						**Recettes ($'000's)**
-Admission receipts	3,442	3,737	4,309	4,130	3,677	-Recettes provenant des entrées
-Concessions & other	1,437	1,541	1,713	1,638	1,557	-Recettes de concessions et autres
-Total	4,879	5,278	6,022	5,767	5,234	-Total
Expenses - Total ($'000's)						**Dépenses- Total ($'000's)**
-Total	4,184	4,247	4,972	4,706	4,167	-Total
Employment						**Emploi**
-Full-time	18	19	23	19	15	-Plein temps
-Part-time	96	93	86	105	94	-Temps partiel
-Working proprietors & family workers	8	9	17	10	9	-Propriétaires actifs & travailleurs familiaux
Salaries & Benefits ($'000's)	**881**	**937**	**961**	**929**	**850**	**Salaires & avantages sociaux ($'000's)**
Profit Margin (% of total revenue)	**14.3**	**19.5**	**17.4**	**18.4**	**20.4**	**Marge bénéficiaire (% des recettes totales)**

Table 8(c)

Motion Picture Theatres and Drive-ins, Prince Edward Island, 1988-89 to 1992-93

Tableau 8(c)

Cinémas et ciné-parcs, Ile-du-Prince-Édouard, 1988-1989 à 1992-1993

	1988-89	1989-90	1990-91	1991-92	1992-93	
Number of Theatres						**Nombre de cinémas**
-Total	9	9	7	6	3	-Total
Paid Admissions (000's)						**Entrées payantes (000's)**
-Total	336	334	374	316	299	-Total
Average Ticket Price						**Prix moyen des billets**
-Total	4.57	4.88	4.65	5.33	5.54	-Total
Number of Screens	**12**	**12**	**10**	**13**	**8**	**Nombre d'écrans**
Revenue ($'000's)						**Recettes ($'000's)**
-Admission receipts	1,395	1,480	1,582	1,530	1,497	-Recettes provenant des entrées
-Concessions & other	527	555	631	600	608	-Recettes de concessions et autres
-Total	1,922	2,035	2,213	2,130	2,105	-Total
Expenses - total ($'000's)						**Dépenses - Total ($'000's)**
-Total	1,506	1,520	1,679	1,539	1,539	-Total
Employment						**Emploi**
-Full-time	12	8	9	7	5	-Plein temps
-Part-time	64	74	63	91	37	-Temps partiel
-Working proprietors & family workers	4	4	3	4	2	-Propriétaires actifs & travailleurs familiaux
Salaries & Benefits ($'000's)	**425**	**439**	**371**	**378**	**326**	**Salaires & avantages sociaux ($'000's)**
Profit Margin (% of total revenue)	**21.7**	**25.3**	**24.1**	**27.7**	**26.9**	**Marge bénéficiaire (% des recettes totales)**

Table 8(d)

Motion Picture Theatres and Drive-ins, Nova Scotia, 1988-89 to 1992-93

Tableau 8(d)

Cinémas et ciné-parcs, Nouvelle-Écosse, 1988-1989 à 1992-1993

	1988-89	1989-90	1990-91	1991-92	1992-93	
Number of Theatres						**Nombre de cinémas**
-Total	30	26	26	26	25	-Total
Paid Admissions (000's)						**Entrées payantes (000's)**
-Total	1,928	2,070	2,062	2,179	1,887	-Total
Average Ticket Price						**Prix moyen des billets**
-Total	4.67	5.15	5.60	5.62	5.44	-Total
Number of Screens	44	45	49	54	53	**Nombre d'écrans**
Revenue ($'000's)						**Recettes ($'000's)**
-Admission receipts	8,142	9,654	10,473	10,947	9,248	-Recettes provenant des entrées
-Concessions & other	3,146	3,578	3,970	4,309	3,623	-Recettes de concessions et autres
-Total	11,288	13,233	14,443	15,256	12,871	-Total
Expenses - Total($'000's)						**Dépenses-Total ($'000's)**
-Total	9,438	11,545	12,445	13,068	11,839	- Total
Employment						**Emploi**
-Full-time	30	31	43	50	38	-Plein temps
-Part-time	293	284	304	308	284	-Temps partiel
-Working proprietors & family workers	8	3	3	3	2	-Propriétaires actifs & travailleurs familiaux
Salaries & Benefits ($'000's)	**2,140**	**2,329**	**2,422**	**2,635**	**2,700**	**Salaires & avantages sociaux ($'000's)**
Profit Margin (% of total tevenue)	**16.4**	**12.8**	**13.8**	**14.3**	**8.0**	**Marge bénéficiaire (% des recettes totales)**

Table 8(e)

Motion Picture Theatres and Drive-ins, New Brunswick, 1988-89 to 1992-93

Tableau 8(e)

Cinémas et ciné-parcs, Nouveau-Brunswick, 1988-1989 à 1992-1993

	1988-89	1989-90	1990-91	1991-92	1992-93	
Number of Theatres						**Nombre de cinémas**
-Regular theatres	18	18	17	15	16	-Cinémas ordinaires
-Drive-ins	7	6	6	7	6	-Ciné-parcs
-Total	25	24	23	22	22	-Total
Paid Admissions (000's)						**Entrées payantes (000's)**
-Regular theatres	1,074	1,058	980	869	1,042	-Cinémas ordinaires
-Drive-ins	61	55	62	76	72	-Ciné-parcs
-Total	1,135	1,113	1,042	945	1,114	-Total
Average Ticket Price						**Prix moyen des billets**
-Regular theatres	4.62	4.97	5.49	5.50	5.47	-Cinémas ordinaires
-Drive-ins	4.48	4.91	5.04	4.87	5.14	-Ciné-parcs
-Total	4.61	4.97	5.46	5.45	5.45	-Total
Number of Screens						**Nombre d'écrans**
-Regular theatres	29	32	31	26	29	-Cinémas ordinaires
-Drive-ins	7	6	6	7	6	-Ciné-parcs
-Total	36	38	37	33	35	-Total
Revenue- Theatres ($'000's)						**Recettes-Cinémas ordinaires ($'000's)**
-Admission receipts	4,524	4,801	4,909	4,349	5,087	-Recettes provenant des entrées
-Concessions & other	1,731	1,815	1,922	1,715	2,081	-Recettes de concessions et autres
-Total	6,255	6,616	6,831	6,064	7,168	-Total
Revenue-Drive-Ins ($'000's)						**Recettes-Ciné-parcs ($'000's)**
-Admission receipts	248	248	291	352	345	-Recettes provenant des entrées
-Concessions & other	159	178	175	186	148	-Recettes de concessions et autres
-Total	407	427	466	538	493	-Total
Expenses-Total($'000's)						**Dépenses- Total ($'000's)**
-Regular theatres	5,230	5,451	5,632	5,025	6,067	-Cinémas ordinaires
-Drive-ins	391	369	370	471	470	-Ciné-parcs
-Total	5,620	5,820	6,002	5,496	6,537	-Total
Employment- Theatres						**Emploi- Cinémas ordinaires**
-Full-time	14	17	14	16	18	-Plein temps
-Part-time	158	177	170	159	182	-Temps partiel
-Working proprietors & family workers	4	2	2	2	–	-Propriétaires actifs & travailleurs familiaux
Employment- Drive-Ins						**Emploi- Ciné-parcs**
-Full-time	8	13	11	12	21	-Plein temps
-Part-time	26	28	25	27	18	-Temps partiel
-Working proprietors & family workers	1	1	1	1	–	-Propriétaires actifs & travailleurs familiaux
Salaries & Benefits ($'000's)						**Salaires & avantages sociaux ($'000's)**
-Regular theatres	1,192	1,197	1,288	1,272	1,434	-Cinémas ordinaires
-Drive-ins	96	87	100	124	148	-Ciné-parcs
-Total	1,289	1,284	1,388	1,396	1,582	-Total
Profit Margin (% of total revenue)						**Marge bénéficiaire (% des recettes totales)**
-Regular theatres	16.4	17.6	17.6	17.1	15.4	-Cinémas ordinaires
-Drive-ins	4.1	13.6	20.6	12.4	4.7	-Ciné-parcs
-Total	15.6	17.4	17.8	16.8	14.7	-Total

Table 8(f)

Motion Picture Theatres and Drive-ins, Quebec, 1988-89 to 1992-93

Tableau 8(f)

Cinémas et ciné-parcs, Québec, 1988-1989 à 1992-1993

	1988-89	1989-90	1990-91	1991-92	1992-93	
Number of Theatres						**Nombre de cinémas**
-Regular theatres	98	95	95	97	100	-Cinémas ordinaires
-Drive-ins	25	24	23	21	20	-Ciné-parcs
-Total	123	119	118	118	120	-Total
Paid Admissions (000's)						**Entrées payantes (000's)**
-Regular theatres	13,498	14,519	14,048	12,074	13,423	-Cinémas ordinaires
-Drive-ins	917	1,088	991	864	799	-Ciné-parcs
-Total	14,415	15,607	15,039	12,942	14,223	-Total
Average Ticket Price						**Prix moyen des billets**
-Regular theatres	5.20	5.60	6.02	5.84	5.26	-Cinémas ordinaires
-Drive-ins	4.33	4.86	4.79	5.18	4.83	-Ciné-parcs
-Total	5.15	5.55	5.93	5.79	5.23	-Total
Number of Screens						**Nombre d'écrans**
-Regular theatres	227	224	240	267	305	-Cinémas ordinaires
-Drive-ins	42	40	38	37	37	-Ciné-parcs
-Total	269	264	278	304	342	-Total
Revenue- Theatres ($'000's)						**Recettes-Cinémas ordinaires ($'000's)**
-Admission receipts	65,061	74,643	77,621	64,312	67,215	-Recettes provenant des entrées
-Concessions & Other	16,505	18,779	20,347	17,630	18,704	-Recettes de concessions et autres
-Total	81,566	93,422	97,968	81,942	85,919	-Total
Revenue- Drive-ins ($'000's)						**Recettes-Ciné-parcs ($'000's)**
-Admission receipts	3,730	4,899	4,417	4,113	3,598	-Recettes provenant des entrées
-Concessions & other	1,951	2,295	1,820	1,728	1,403	-Recettes de concessions et autres
-Total	5,681	7,194	6,237	5,841	5,001	-Total
Expenses- Total ($'000's)						**Dépenses- Total ($'000's)**
-Regular theatres	70,224	78,052	81,830	74,761	79,103	-Cinémas ordinaires
-Drive-ins	4,293	5,519	5,297	5,017	4,546	-Ciné-parcs
-Total	74,517	83,571	87,126	79,778	83,649	-Total
Employment- Theatres						**Emploi- Cinémas ordinaires**
-Full-time	449	321	375	296	233	-Plein temps
-Part-time	837	1,028	1,023	1,040	1,169	-Temps partiel
-Working proprietors & family workers	22	21	17	20	27	-Propriétaires actifs & travailleurs familiaux
Employment- Drive-ins						**Emploi- Ciné-parcs**
-Full-time	41	62	62	64	31	-Plein temps
-Part-time	130	175	214	201	182	-Temps partiel
-Working proprietors & family workers	10	4	9	10	11	-Propriétaires actifs & travailleurs familiaux
Salaries & Benefits ($'000's)						**Salaires & avantages sociaux ($'000's)**
-Regular theatres	13,584	13,477	14,819	15,045	15,848	-Cinémas ordinaires
-Drive-ins	881	907	848	812	766	-Ciné-parcs
-Total	14,465	14,384	15,668	15,857	16,614	-Total
Profit Margin (% of total revenue)						**Marge bénéficiaire (% des recettes totales)**
-Regular theatres	13.9	16.5	16.5	8.8	7.9	-Cinémas ordinaires
-Drive-ins	24.4	23.3	15.1	14.1	9.1	-Ciné-parcs
-Total	14.6	16.9	16.4	9.1	8.0	-Total

Table 8(g)

Motion Picture Theatres and Drive-ins, Ontario, 1988-89 to 1992-93

Tableau 8(g)

Cinémas et ciné-parcs, Ontario, 1988-1989 à 1992-1993

	1988-89	1989-90	1990-91	1991-92	1992-93	
Number of Theatres						**Nombre de cinémas**
-Regular theatres	221	227	216	207	197	-Cinémas ordinaires
-Drive-ins	40	41	36	36	30	-Ciné-parcs
-Total	261	268	252	243	227	-Total
Paid Admissions (000's)						**Entrées payantes (000's)**
-Regular theatres	33,286	34,030	33,817	29,876	31,059	-Cinémas ordinaires
-Drive-ins	1,358	1,344	1,042	958	736	-Ciné-parcs
-Total	34,644	35,374	34,859	30,834	31,795	-Total
Average Ticket Price						**Prix moyen des billets**
-Regular theatres	5.09	5.62	5.98	5.73	5.50	-Cinémas ordinaires
-Drive-ins	5.70	6.15	6.59	6.44	6.47	-Ciné-parcs
-Total	5.11	5.64	6.00	5.76	5.52	-Total
Number of Screens						**Nombre d'écrans**
-Regular theatres	583	649	639	642	631	-Cinémas ordinaires
-Drive-ins	60	61	53	53	47	-Ciné-parcs
-Total	643	710	692	695	678	-Total
Revenue- Theatres ($'000's)						**Recettes-Cinémas ordinaires ($'000's)**
-Admission receipts	156,402	176,137	186,188	158,542	159,768	-Recettes provenant des entrées
-Concessions & other	49,311	55,616	58,124	51,701	54,762	-Recettes de concessions et autres
-Total	205,713	231,733	244,312	210,243	214,529	-Total
Revenue- Drive-Ins ($'000's)						**Recettes-Ciné-parcs ($'000's)**
-Admission receipts	7,101	7,545	6,277	5,659	4,351	-Recettes provenant des entrées
-Concessions & other	3,280	3,443	3,080	2,563	1,816	-Recettes de concessions et autres
-Total	10,381	10,988	9,357	8,222	6,168	-Total
Expenses- Total ($'000's)						**Dépenses- Total ($'000's)**
-Regular theatres	174,872	199,713	211,362	185,498	185,691	-Cinémas ordinaires
-Drive-ins	8,416	8,871	7,931	7,180	5,484	-Ciné-parcs
-Total	183,288	208,584	219,293	192,677	191,175	-Total
Employment- Theatres						**Emploi- Cinémas ordinaires**
-Full-time	824	772	787	495	376	-Plein temps
-Part-time	3,140	3,700	3,517	3,356	3,258	-Temps partiel
-Working proprietors & family workers	27	31	39	44	35	-Propriétaires actifs & travailleurs familiaux
Employment- Drive-Ins						**Emploi- Ciné-parcs**
-Full-time	77	76	55	51	46	-Plein temps
-Part-time	446	378	351	309	274	-Temps partiel
-Working proprietors & family workers	12	26	18	27	15	-Propriétaires actifs & travailleurs familiaux
Salaries & Benefits ($'000's)						**Salaires & avantages sociaux ($'000's)**
-Regular theatres	32,280	35,563	37,224	35,004	35,405	-Cinémas ordinaires
-Drive-ins	1,740	1,814	1,764	1,614	1,269	-Ciné-parcs
-Total	34020	37,377	38,988	36,618	36,674	-Total
Profit Margin (% of total revenue)						**Marge bénéficiaire (% des recettes totales)**
-Regular theatres	15.0	13.9	13.5	11.8	13.4	-Cinémas ordinaires
-Drive-ins	18.9	19.3	15.2	12.7	11.1	-Ciné-parcs
-Total	15.2	14.1	13.6	11.8	13.4	-Total

Table 8(h)

Motion Picture Theatres and Drive-ins, Manitoba, 1988-89 to 1992-93

Tableau 8(h)

Cinémas et ciné-parcs, Manitoba, 1988-1989 à 1992-1993

	1988-89	1989-90	1990-91	1991-92	1992-93	
Number of Theatres						**Nombre de cinémas**
-Regular theatres	38	37	36	33	28	-Cinémas ordinaires
-Drive-ins	10	7	7	7	7	-Ciné-parcs
-Total	48	44	43	40	35	-Total
Paid Admissions (000's)						**Entrées payantes (000's)**
-Regular theatres	2,791	2,927	2,743	1,499	2,507	-Cinémas ordinaires
-Drive-ins	126	108	104	88	79	-Ciné-parcs
-Total	2,917	3,035	2,847	2,587	2,585	-Total
Average Ticket Price						**Prix moyen des billets**
-Regular theatres	4.99	5.56	6.01	5.53	5.37	-Cinémas ordinaires
-Drive-ins	5.18	5.79	5.95	5.42	5.48	-Ciné-parcs
-Total	5.00	5.57	6.00	5.52	5.37	-Total
Number of Screens						**Nombre d'écrans**
-Regular theatres	67	69	71	67	56	-Cinémas ordinaires
-Drive-ins	10	7	7	7	7	-Ciné-parcs
-Total	77	76	78	74	63	-Total
Revenue- Theatres ($'000's)						**Recettes-Cinémas ordinaires ($'000's)**
-Admission receipts	12,874	14,767	14,919	12,706	12,331	-Recettes provenant des entrées
-Concessions & other	4,966	5,365	5,433	4,907	5,007	-Recettes de concessions et autres
-Total	17,840	20,133	20,353	17,613	17,338	-Total
Revenue- Drive-ins ($'000's)						**Recettes-Ciné-parcs ($'000's)**
-Admission receipts	619	577	572	455	408	-Recettes provenant des entrées
-Concessions & other	351	314	304	252	224	-Recettes de concessions et autres
-Total	971	891	876	707	-633	-Total
Expenses- Total ($'000's)						**Dépenses- Total ($'000's)**
-Regular theatres	16,237	17,686	18,695	16,095	15,329	-Cinémas ordinaires
-Drive-ins	792	716	736	621	541	-Ciné-parcs
-Total	17,029	18,402	19,431	16,716	15,870	-Total
Employment- Theatres						**Emploi- Cinémas ordinaires**
-Full-time	71	59	62	35	26	-Plein temps
-Part-time	285	296	331	309	300	-Temps partiel
-Wworking proprietors & family workers	25	24	28	17	25	-Propriétaires actifs & travailleurs familiaux
Employment- Drive-ins						**Emploi- Ciné-parcs**
-Full-time	14	15	12	10	9	-Plein temps
-Part-time	34	33	30	33	24	-Temps partiel
-Working proprietors & family workers	8	1	3	5	9	-Propriétaires actifs & travailleurs familiaux
Salaries & Benefits ($'000's)						**Salaires & avantages sociaux ($'000's)**
-Regular theatres	3,259	3,115	3,251	2,954	2,770	-Cinémas ordinaires
-Drive-ins	166	158	166	155	133	-Ciné-parcs
-Total	3,425	3,273	3,417	3,109	2,902	-Total
Profit Margin (% of total revenue)						**Marge bénéficiaire (% des recettes totales)**
-Regular theatres	9.0	12.2	8.1	8.6	11.6	-Cinémas ordinaires
-Drive-ins	18.4	19.7	16.0	12.2	14.5	-Ciné-parcs
-Total	9.5	12.5	8.5	8.8	11.7	-Total

Table 8(i)

Motion picture Theatres and Drive-ins, Saskatchewan, 1988-89 to 1992-93

Tableau 8(i)

Cinémas et ciné-parcs, Saskatchewan, 1988-1989 à 1992-1993

	1988-89	1989-90	1990-91	1991-92	1992-93	
Number of Theatres						**Nombre de cinémas**
-Regular theatres	47	45	44	44	44	-Cinémas ordinaires
-Drive-ins	21	20	16	15	12	-Ciné-parcs
-Total	68	65	60	59	56	-Total
Paid Admissions (000's)						**Entrées payantes (000's)**
-Regular theatres	2,306	2,180	2,004	1,833	1,841	-Cinémas ordinaires
-Drive-ins	157	145	107	82	71	-Ciné-parcs
-Total	2,463	2,325	2,112	1,915	1,911	-Total
Average Ticket Price	**4.42**	**5.06**	**5.45**	**5.28**	**4.82**	**-Cinémas ordinaires**
-Drive-ins	4.98	5.16	5.29	5.57	5.31	-Ciné-parcs
-Total	4.46	5.07	5.44	5.29	4.84	-Total
Number of Screens						**Nombre d'écrans**
-Regular theatres	77	75	74	74	75	-Cinémas ordinaires
-Drive-ins	22	23	18	17	14	-Ciné-parcs
-Total	99	98	92	91	89	-Total
Revenue- Theatres ($'000's)						**Recettes-Cinémas ordinaires ($'000's)**
-Admission receipts	9,592	10,425	10,320	9,118	8,603	-Recettes provenant des entrées
-Concessions & other	4,024	4,249	4,222	3,978	3,876	-Recettes de concessions et autres
-Total	13,616	14,674	14,542	13,095	12,478	-Total
Revenue- Drive-Ins ($'000's)						**Recettes-Ciné-parcs ($'000's)**
-Admission receipts	752	727	553	446	374	-Recettes provenant des entrées
-Concessions & other	384	389	282	221	203	-Recettes de concessions et autres
-Total	1,136	1,116	835	668	577	-Total
Expenses- Total ($'000's)						**Dépenses- Total ($'000's)**
-Regular theatres	11,341	12,045	11,964	10,982	10,365	-Cinémas ordinaires
-Drive-ins	1,062	1,235	884	778	679	-Ciné-parcs
-Total	12,403	13,280	12,848	11,760	11,044	-Total
Employment- Theatres						**Emploi- Cinémas ordinaires**
-Full-time	76	64	58	44	37	-Plein temps
-Part-time	254	285	289	299	289	-Temps partiel
-Eorking proprietors & family workers	27	27	30	31	23	-Propriétaires actifs & travailleurs familiaux
Employment- Drive-Ins						**Emploi- Ciné-parcs**
-Full-time	25	21	8	11	6	-Plein temps
-Part-time	88	97	77	67	56	-Temps partiel
-Working proprietors & family workers	25	12	14	9	12	-Propriétaires actifs & travailleurs familiaux
Salaries & Benefits ($'000's)						**Salaires & avantages sociaux ($'000's)**
-Regular theatres	2,315	2,386	2,417	2,380	2,322	-Cinémas ordinaires
-Drive-ins	282	300	225	192	166	-Ciné-parcs
-Total	2,597	2,687	2,643	2,572	2,488	-Total
Profit Margin (% of total revenue)						**Marge bénéficiaire (% des recettes totales)**
-Regular theatres	16.7	17.9	17.7	16.1	16.9	-Cinémas ordinaires
-Drive-ins	6.5	-10.7	-5.8	-16.5	-17.8	-Ciné-parcs
-Total	15.9	15.9	16.4	14.6	15.4	-Total

Table 8(j)

Motion Picture Theatres and Drive-ins, Alberta, 1988-89 to 1992-93

Tableau 8(j)

Cinémas et ciné-parcs, Alberta, 1988-1989 à 1992-1993

	1988-89	1989-90	1990-91	1991-92	1992-93	
Number of Theatres						**Nombre de cinémas**
-Regular theatres	95	88	86	86	84	-Cinémas ordinaires
-Drive-ins	11	9	8	7	5	-Ciné-parcs
-Total	106	97	94	93	89	-Total
Paid Admissions (000's)						**Entrées payantes (000's)**
-Regular theatres	8,981	9,379	8,797	8,391	8,064	-Cinémas ordinaires
-Drive-ins	246	219	208	179	136	-Ciné-parcs
-Total	9,227	9,598	9,005	8,570	8,200	-Total
Average Ticket Price						**Prix moyen des billets**
-Regular theatres	5.06	5.44	5.99	5.48	5.31	-Cinémas ordinaires
-Drive-ins	5.90	6.19	6.54	6.53	6.53	-Ciné-parcs
-Total	5.08	5.45	6.01	5.50	5.33	-Total
Number of Screens						**Nombre d'écrans**
-Regular theatres	237	222	221	227	226	-Cinémas ordinaires
-Drive-ins	16	14	13	12	10	-Ciné-parcs
-Total	253	236	234	239	236	-Total
Revenue- Theatres ($'000's)						**Recettes-Cinémas ordinaires ($'000's)**
-Admission receipts	45,448	50,977	52,726	45,954	42,783	-Recettes provenant des entrées
-Concessions & other	16,202	17,852	18,703	17,527	18,179	-Recettes de concessions et autres
-Total	61,650	68,829	71,428	63,481	60,961	-Total
Revenue- Drive-Ins ($'000's)						**Recettes-Ciné-parcs ($'000's)**
-Admission receipts	1,453	1,356	1,357	1,165	889	-Recettes provenant des entrées
-Concessions & other	714	649	635	477	372	-Recettes de concessions et autres
-Total	2,167	2,005	1,992	1,642	1,261	-Total
Expenses- Total ($'000's)						**Dépenses- Total ($'000's)**
-Regular theatres	53,099	59,651	61,939	54,811	51,732	-Cinémas ordinaires
-Drive-ins	1,975	1,761	1,672	1,667	1,378	-Ciné-parcs
-Total	55,074	61,412	63,611	56,478	53,110	-Total
Employment- Theatres						**Emploi- Cinémas ordinaires**
-Full-time	246	206	215	140	105	-Plein temps
-Part-time	849	901	869	928	970	-Temps partiel
-Working proprietors & family workers	22	28	30	29	43	-Propriétaires actifs & travailleurs familiaux
Employment- Drive-Ins						**Emploi- Ciné-parcs**
-Full-time	28	24	22	10	1	-Plein temps
-Part-time	92	60	52	58	43	-Temps partiel
-Working proprietors & family workers	–	–	2	5	–	-Propriétaires actifs & travailleurs familiaux
Salaries & Benefits ($'000's)						**Salaires & avantages sociaux ($'000's)**
-Regular theatres	9,416	9,461	9,657	9,034	9,298	-Cinémas ordinaires
-Drive-ins	376	323	305	303	289	-Ciné-parcs
-Total	9,792	9,784	9,961	9,338	9,586	-Total
Profit Margin (% of total revenue)						**Marge bénéficiaire (% des recettes totales)**
-Regular theatres	13.9	13.3	13.3	13.7	15.2	-Cinémas ordinaires
-Drive-ins	8.9	12.2	16.1	-1.5	-9.2	-Ciné-parcs
-Total	13.7	13.3	13.4	13.3	14.7	-Total

Table 8(k)

Motion Picture Theatres and Drive-ins, British Columbia, 1988-89 to 1992-93

Tableau 8(k)

Cinémas et ciné-parcs, Colombie-Britannique, 1988-1989 à 1992-1993

	1988-89	1989-90	1990-91	1991-92	1992-93	
Number of Theatres						**Nombre de cinémas**
-Regular theatres	94	96	92	91	85	-Cinémas ordinaires
-Drive-ins	6	6	6	5	5	-Ciné-parcs
-Total	100	102	98	96	90	-Total
Paid Admissions (000's)						**Entrées payantes (000's)**
-Regular theatres	10,524	11,235	10,217	10,120	10,592	-Cinémas ordinaires
-Drive-ins	120	125	127	102	95	-Ciné-parcs
-Total	10,644	11,360	10,344	10,222	10,687	-Total
Average Ticket Price						**Prix moyen des billets**
-Regular theatres	5.02	5.47	5.99	5.42	5.09	-Cinémas ordinaires
-Drive-ins	4.64	4.98	5.36	5.45	5.53	-Ciné-parcs
-Total	5.02	5.47	5.98	5.42	5.09	-Total
Number of Screens						**Nombre d'écrans**
-Regular theatres	199	211	206	215	204	-Cinémas ordinaires
-Drive-ins	6	6	6	5	5	-Ciné-parcs
-Total	205	217	212	220	209	-Total
Revenue- Theatres ($'000's)						**Recettes-Cinémas ordinaires ($'000's)**
-Admission receipts	52,865	61,479	61,217	54,889	53,892	-Recettes provenant des entrées
-Concessions & other	18,018	20,231	20,105	20,025	20,627	-Recettes de concessions et autres
-Total	70,883	81,710	81,323	74,914	74,519	-Total
Revenue- Drive-Ins ($'000's)						**Recettes-Ciné-parcs ($'000's)**
-Admission receipts	557	622	683	554	525	-Recettes provenant des entrées
-Concessions & other	310	396	386	306	322	-Recettes de concessions et autres
-Total	867	1,018	1,069	860	847	-Total
Expenses- Total ($'000's)						**Dépenses- Total ($'000's)**
-Regular theatres	61,651	72,816	71,125	66,038	64,499	-Cinémas ordinaires
-Drive-ins	757	821	978	737	682	-Ciné-parcs
-Total	62,407	73,637	72,103	66,775	65,181	-Total
Employment- Theatres						**Emploi- Cinémas ordinaires**
-Full-time	296	251	258	203	161	-Plein temps
-Part-time	1,024	1,200	1,167	1,157	1,077	-Temps partiel
-Working proprietors & family workers	10	5	6	-	11	-Propriétaires actifs & travailleurs familiaux
Employment- Drive-Ins						**Emploi- Ciné-parcs**
-Full-time	7	7	7	12	5	-Plein temps
-Part-time	30	45	51	30	36	-Temps partiel
-Working proprietors & family workers	3	3	-	-	2	-Propriétaires actifs & travailleurs familiaux
Salaries & Benefits ($'000's)						**Salaires & avantages sociaux ($'000's)**
-Rregular theatres	14,563	15,751	13,979	14,390	14,171	-Cinémas ordinaires
-Drive-ins	195	234	252	154	162	-Ciné-parcs
-Total	14,758	15,985	14,231	14,544	14,333	-Total
Profit Margin (% of total revenue)						**Marge bénéficiaire (% des recettes totales)**
-Regular theatres	13.0	10.9	12.5	11.8	13.4	-Cinémas ordinaires
-Drive-ins	12.7	19.4	8.5	14.4	19.5	-Ciné-parcs
-Total	13.0	11.0	12.5	11.9	13.5	-Total

Table 8(I)

Motion Picture Theatres, Yukon and the Northwest Territories, 1988-89 to 1992-93

Tableau 8(I)

Cinémas ,Yukon et les Territoires du Nord-Ouest, 1988-1989 à 1992-1993

	1988-89	1989-90	1990-91	1991-92	1992-93	
Number of Theatres						**Nombre de cinémas**
-Regular theatres	4	4	4	4	3	-Cinémas ordinaires
Paid Admissions (000's)						**Entrées payantes (000's)**
-Regular theatres	280	288	276	234	229	-Cinémas ordinaires
Average Ticket Price						**Prix moyen des billets**
-Regular theatres	4.75	4.93	5.16	5.19	4.99	-Cinémas ordinaires
Number of Screens						**Nombre d'écrans**
-Regular theatres	7	7	7	7	6	-Cinémas ordinaires
Revenue - Theatres ($'000's)						**Recettes-Cinémas ordinaires ($'000's)**
-Admission receipts	1,330	1,419	1,423	1,212	1,143	-Recettes provenant des entrées
-Concessions & other	605	689	733	647	602	-Recettes de concessions et autres
-Total	1,935	2,108	2,156	1,859	1,745	-Total
Expenses - Total($'000's)						**Dépenses- Total ($'000's)**
-Regular theatres	1,747	1,873	1,994	1,664	1,574	-Cinémas ordinaires
Employment- Theatres						**Emploi- Cinémas ordinaires**
-Full-time	6	3	5	6	3	-Plein temps
-Part-time	60	84	41	76	66	-Temps partiel
-Working proprietors & family workers	-	-	-	-	-	-Propriétaires actifs & travailleurs familiaux
Salaries & Benefits ($'000's)						**Salaires & avantages sociaux ($'000's)**
-Regular theatres	272	253	252	289	251	-Cinémas ordinaires
Profit Margin (% of total revenue)						**Marge bénéficiaire (% des recettes totales)**
-Regular theatres	9.7	11.2	7.5	10.5	9.8	-Cinémas ordinaire

Section V

Methodological Notes and Definitions

Section V

Notes de Méthodologie et définitions

Methodology and Data Quality

i) Questionnaires

Statistics Canada data describing the Canadian film and video industry are collected through four separate surveys, each describing a different segment of the industry. Given the volatility of activity in this sector, data is collected annually through census surveys. This approach ensures the production of reliable indicators for monitoring the health and vitality of the industry. The four surveys are as follows:

1. Film, Video and Audio-visual Production Survey

2. Motion Picture Laboratory Operations and Production and Post-production Services Survey

3. Film, Video and Audio-visual Distribution and Videocassette Wholesaling Survey

4. Motion Picture Theatres Survey

These questionnaires were developed and revised in consultation with industry representatives, government departments and various data users. In particular, the Film, Video and Audio-visual Production Survey was modified for the 1992-93 survey year to provide more detail about film and television production on a title by title basis.

ii) Survey Frame

The frame for each survey is updated once a year using Statistics Canada's Business Register files which identify eligible companies, that is, those that belong to the appropriate Standard Industrial Classification (SIC, see **Definitions**). Additional names were drawn from association membership lists, federal and provincial agency listings and trade journals. As many sources as possible were consulted in order to create an exhaustive list of all firms operating in the Canadian film and video industry. Excluded from the frame are motion picture studios, television stations and freelance workers.

iii) Data Collection, Capture and Processing

Questionnaires were mailed in May 1993. After 21 days, telephone follow-ups ensured that the questionnaires had been received by the respondents. At this time, interviewers also verified the eligibility of new respondents, offered assistance and urged respondents to return completed questionnaires quickly.

Completed questionnaires were mailed back to Statistics Canada where they were manually edited for completeness and comparability with previously

Méthodologie et qualité des données

i) Questionnaires

Les données de Statistique Canada qui portent sur l'industrie du film et de la vidéo sont recueillies au moyen de quatre enquêtes distinctes, chacune portant sur un segment différent du secteur d'activité. Vu l'irrégularité de ce secteur, les données sont recueillies annuellement au moyen de recensements. Cette méthode garantit l'établissement d'indicateurs fiables du contrôle de la santé et de la vitalité du secteur. Les quatre enquêtes sont les suivantes :

1. Enquête sur la production cinématographique, vidéo et audio visuelle

2. Enquête sur les travaux de laboratoires de films cinématographiques et les services de production et de post production

3. Enquête sur la distribution de productions cinématographiques, vidéo et audio visuelles et sur la distribution en gros de vidéocassettes

4. Enquête sur les cinémas

Ces questionnaires ont été conçus et modifiés en consultation avec des représentants du secteur, des ministères gouvernementaux et différents groupes d'utilisateurs. Plus particulièrement, l'Enquête sur la production cinématographique, vidéo et audio visuelle a été modifiée pour l'année de référence 1992-1993 afin d'obtenir des données plus détaillées sur la production cinématographique et télévisée, selon le titre.

ii) Base de sondage

La base de sondage de chaque enquête est mise à jour annuellement à partir des fichiers du Registre des entreprises de Statistique Canada qui comportent des entreprises admissibles, c'est-à-dire qui correspondent aux codes appropriés de la Classification type des industries (CTI) (voir **Définitions**). D'autres noms ont été tirés de listes de membres d'associations professionnelles, de listes d'organismes provinciaux et fédéraux et de revues spécialisées. On a consulté le plus grand nombre de sources possible afin d'établir une liste complète des entreprises de l'industrie canadienne du film et de la vidéo. Les studios cinématographiques, les stations de télévision et les pigistes sont exclus de la base.

iii) Collecte, saisie et traitement des données

Les questionnaires ont été envoyés par la poste en mai 1993. Vingt-et-un jours après l'envoi, on a fait un suivi téléphonique pour s'assurer que les répondants avaient bien reçu les questionnaires. Les intervieweurs ont, par la même occasion, vérifié l'admissibilité des répondants, offert de l'aide et invité les répondants à retourner les questionnaires le plus rapidement possible.

Les questionnaires dûment remplis ont été retournés par la poste à Statistique Canada où ils ont ensuite fait l'objet d'une vérification manuelle pour garantir l'exhaustivité des

reported data (if available). If the reported information did not satisfy edit criteria, the respondent was contacted to confirm or complete the data.

Data capture operators then entered the data directly from the questionnaire onto computer files. No coding of questionnaires was necessary. Following data capture, all survey records were subjected to an exhaustive computer edit which included range, relationship and historical edits. Further editing was performed at both the questionnaire and aggregate level. Discrepancies were resolved through a review of a respondent's files and occasional direct contact with the respondent.

iv) Sources of Error

Since the film surveys provide a census of each of the four industry sectors (every firm on the frame is surveyed), only nonsampling errors are possible. These errors may be classified as coverage, non-response, measurement, and processing errors.

Careful design of the questionnaires, extensive manual and automated edits, imputation for non-response, and monitoring of survey operations all helped to limit the magnitude of measurement and processing errors in these surveys. Comprehensive editing procedures also minimized data capture and respondent error. Survey processes were thoroughly documented, providing the survey manager with the information necessary to assess the overall data quality. Once the data passed this final quality evaluation, it was released by the survey manager.

Coverage error was minimized by using multiple sources to update the frame. However, it is impossible to be sure that every company in the target population was included on the frame. For example, the population of film, video and audio-visual producers is difficult to maintain since companies may form for the purpose of a single one-time project, and then be dissolved. Nonetheless, every attempt is made each year to obtain complete coverage of the target population for each survey. Although an exact measure of the under-coverage is not available, it is believed to be small.

v) Imputation and Revision

Imputation for selected items of non-response was performed in order to maintain the historical consistency of the data. In general, only the key data cells used to produce published statistics were imputed for partially completed forms or for priority companies which were complete non-respondents. Imputed data were based on previous years' reports if available, or on the responses of a panel of

données et leur comparabilité avec les données précédemment déclarées (le cas échéant). Lorsque les renseignements déclarés ne répondaient pas aux critères de vérification, on a communiqué avec le répondant afin de confirmer ou de compléter les données.

Les agents de saisie des données ont ensuite introduit directement les données du questionnaire dans les fichiers informatisés. Aucun codage n'a été nécessaire. Une fois la saisie terminée, tous les enregistrements de l'enquête ont été soumis à une vérification automatique complète qui comprenait notamment la situation des valeurs comparées à des fourchettes déterminées, le rapprochement des données déclarées et la comparaison des données aux données historiques. Une vérification plus poussée a été effectuée au niveau du questionnaire et de l'agrégat. En cas de divergence, des corrections y ont été apportées après vérification des fichiers du répondant et, à l'occasion, une communication avec ce dernier.

iv) Sources d'erreur

Comme les enquêtes sur le secteur du film permettent de recenser chacune des quatre composantes du secteur (chacune des entreprises de la base est recensée), seules des erreurs d'observation peuvent se produire. Ces erreurs peuvent être réparties en erreurs de couverture, de non-réponse, de mesure ou de traitement.

La conception soignée du questionnaire, les contrôles automatisés et manuels exhaustifs, l'imputation de la non-réponse et le contrôle des opérations d'enquête ont permis de limiter l'importance des erreurs de mesure et de traitement. Les vérifications détaillées réduisent par ailleurs les erreurs de saisie et de réponse. On a préparé une documentation complète sur les processus d'enquête afin que le chargé d'enquête dispose des renseignements nécessaires pour évaluer la qualité finale des données. Une fois que les données ont passé à travers cette évaluation finale, elles sont diffusées par le chargé d'enquête.

Les erreurs de couverture sont réduites au minimum par la mise à jour annuelle de la base à partir de sources multiples. Cependant, il est impossible de vérifier si toutes les entreprises de la population font partie de la base de sondage. Ainsi, il est difficile de tenir à jour la population des producteurs de films, de vidéos et de productions audio-visuelles car des entreprises peuvent être créées dans le cadre d'un projet unique, puis être dissoutes après la réalisation du projet. Néanmoins, chaque année, tout est mis en oeuvre pour assurer une couverture complète de la population cible de chaque enquête. On ne peut mesurer avec exactitude le sous-dénombrement, mais on croit qu'il est peu élevé.

v) Imputation et révision

On a procédé à l'imputation de certains cas de non-réponse afin de conserver l'uniformité des données historiques. En général, seules les valeurs des données clés utilisées aux fins de diffusion ont été imputées sur les questionnaires partiellement remplis ou pour les entreprises importantes qui n'ont pas répondu au questionnaire. Les valeurs imputées étaient fondées sur les données des années antérieures, le cas échéant, ou sur les réponses d'un groupe

establishments with characteristics similar to those of the non-respondent (revenue, size, province, country of control, etc.). A marginal level of imputation was performed on the 1992-93 surveys.

In addition, some historical revision of data was performed where necessary. The data series presented in the current publication are, therefore, the most recent, revised versions.

vi) Response Rates

For the 1992-93 reference period, a total of 1,295 questionnaires were mailed to film, video and audio-visual production companies. Of this total, 501 were out of scope, out of business, duplicates or undeliverable by the post office bringing the eligible population for this survey to 794 respondents. Six hundred and seventy questionnaires were either fully or partially completed for a response rate of 84%.

A total of 196 questionnaires were sent to motion picture laboratories and production and post-production services companies. Of this number, 31 were out of scope, out of business, duplicates or undeliverable by the post office, bringing the eligible population for this survey to 165 respondents. One hundred and sixty questionnaires were either fully or partially completed for a response rate of 97%.

For the film and video distributors and video-cassette wholesalers, 233 questionnaires were mailed out. Of this number, 68 proved to be out of scope, out of business, duplicates or undeliverable by the post office. One hundred and fifty four questionnaires were either fully or partially completed, for a response rate of 93%.

A total of 773 questionnaires were sent to motion picture theatres. Of this number, 72 were out of scope, out of business, duplicates or undeliverable by the post office. Six hundred and eighty six questionnaires were either fully or partially completed, resulting in a response rate of 98%.

vii) Confidentiality

Statistics Canada's storage and retrieval systems respect the confidentiality of respondents as guaranteed by the Statistics Act. Data tabulations are also reviewed by the survey manager as a further measure to ensure that an individual respondent's data are never disclosed.

d'entreprises présentant des caractéristiques semblables à celles des non-répondants (recettes, taille, province, pays de contrôle, etc.). Un faible niveau d'imputation a été effectué pour les enquêtes de 1992-1993.

De plus, on a procédé, au besoin, à une révision des données historiques. Les données présentées dans la publication sont donc les données révisées les plus récentes.

vi) Taux de réponse

Pour la période de référence 1992-1993, on a envoyé au total 1,295 questionnaires aux producteurs de films, de vidéos et de productions audio visuelles. Sur ce nombre, 501 questionnaires reçus provenaient d'entreprises hors du champ d'observation ou d'entreprises inactives, ou bien étaient des doubles ou des questionnaires n'ayant pu être livrés par le bureau de poste, ce qui a porté la population admissible de l'enquête à 794 répondants. Au total, 670 questionnaires ont été entièrement ou partiellement remplis, ce qui a donné un taux de réponse de 84%.

En tout, 196 questionnaires ont été envoyés aux laboratoires cinématographiques et aux services de production et de postproduction. Sur ce nombre, 31 questionnaires reçus provenaient d'entreprises hors du champ d'observation ou d'entreprises inactives, ou bien étaient des doubles ou des questionnaires n'ayant pu être livrés par le bureau de poste, ce qui a porté la population admissible de l'enquête à 165 répondants. Au total, 160 questionnaires ont été entièrement ou partiellement remplis, ce qui a donné un taux de réponse de 97%.

On a envoyé 233 questionnaires aux entreprises de distribution de films et de vidéos et aux grossistes de vidéocassettes. Sur ce nombre, 68 questionnaires reçus provenaient d'entreprises hors du champ d'observation ou d'entreprises inactives, ou bien étaient des doubles ou des questionnaires n'ayant pu être livrés par le bureau de poste. Au total, 154 questionnaires ont été entièrement ou partiellement remplis, ce qui a donné un taux de réponse de 93%.

Enfin, on a fait parvenir 773 questionnaires aux cinémas. Sur ce nombre, 72 questionnaires reçus provenaient d'entreprises hors du champ d'observation ou d'entreprises inactives, ou bien étaient des doubles ou des questionnaires n'ayant pu être livrés par le bureau de poste. Au total, 686 questionnaires ont été entièrement ou partiellement remplis, ce qui a donné un taux de réponse de 98%.

vii) Confidentialité

Conformément à la Loi sur la statistique, les systèmes de stockage et d'extraction des données de Statistique Canada respectent la confidentialité des déclarations des répondants. Tous les tableaux de données sont par ailleurs revus par le chargé d'enquête afin de garantir la non-divulgation des données individuelles des répondants.

DEFINITIONS

i) Standard Industrial Classifications (SIC)

Film Producers
(SIC 9611: Motion Picture and Video Production)
Companies primarily engaged in film, video or audio-visual production. This **excludes** individual freelancers, production or post-production services companies, television stations and motion picture studios.

Film Distributors and Videocassette Wholesalers
(SIC 9612: Motion Picture and Video Distribution)
Companies primarily engaged in the distribution of film and video productions to motion picture theatres, television stations and commercial exhibitors, as well as companies involved in videocassette wholesaling. Film libraries and booking agencies are **excluded.**

Motion Picture Laboratory Operations and Production and Post-production Services
(SIC 9613: Motion Picture Laboratories and Video Production Facilities)
Companies primarily engaged in processing and duplicating motion picture films and providing video production facilities. This includes film developing and printing, film and video editing, duplication and transcoding, dubbing and sub-titling as well as film or video transfers.

Regular Motion Picture Theatres
(SIC 9621)
Companies which provide indoor seating facilities in an auditorium or hall and charge an admission fee for the viewing of a motion picture. Included are those theatres using 16mm, 35mm and 70mm projection equipment.

Drive-In Theatres
(SIC 9622: Outdoor Motion Picture Theatres)
Companies which provide outdoor automobile parking facilities with electrical speaker hook-ups and charge an admission fee for the viewing of a motion picture. They may also provide outdoor seating facilities.

ii) Glossary of Terms

Province
The determination of province for the Motion Picture Theatres Survey is based upon the physical location of the theatre, but for all other film surveys it refers to the location of the head office of the firm.

Financial Control
The financial control of a company is based upon the residency of the majority of the shareholders or of those persons who have effective control of the company's operating and financial policies. In the case in which a parent company is in fact controlled by another company residing in a different country, control is assigned to the country of the last or final parent.

DÉFINITIONS

i) Classification type des industries (CTI)

Producteurs de films
(CTI 9611: Producteurs de films et de matériel visuel)
Entreprises dont l'activité principale est la production cinématographique, vidéo ou audio-visuelle. Les pigistes, les entreprises n'offrant que des services de production ou de postproduction, les stations de télévision et des studios cinématographiques **sont exclus.**

Distributeurs de films et grossistes de vidéocassettes
(CTI 9612: Distribution de films et de matériel visuel)
Entreprises dont l'activité principale est la distribution de productions cinématographiques et vidéo aux cinémas, aux stations de télévision et aux exposants de salons d'exposition, ainsi que la distribution en gros de vidéocassettes. Les cinémathèques et les sociétés de location intermédiaires **sont exclues.**

Travaux de laboratoire et services de production et de post production cinématographiques
(CTI 9613: Laboratoires de films et de matériel visuel)

Entreprises dont l'activité principale est le traitement et la reproduction de films cinématographiques et les entreprises offrant des facilités pour la production de tous les types de matériel visuel. Les activités comprennent l'impression et le développement de films, le montage de films et de bandes vidéo, la reproduction et le transcodage, le doublage et le sous-titrage ainsi que les transferts sur film ou bandes vidéo.

Cinémas ordinaires
(CTI 9621: Salles de cinéma ordinaires)
Entreprises ayant un auditorium ou une salle équipée de sièges et exigeant un prix d'entrée pour la projection d'un film. La définition s'applique aux cinémas présentant des films de 16 mm, 35 mm et 70 mm.

Ciné-parcs
(CTI 9622: Projection de films à l'extérieur)
Entreprises offrant des places de stationnement extérieur pour automobiles et exigeant un prix d'entrée pour la projection d'un film; ces places sont équipées de haut-parleurs amovibles. Ils peuvent également offrir des sièges à l'extérieur.

ii) Glossaire de certains termes utilisés

Province
La province pour l'Enquête sur les cinémas est déterminée selon l'emplacement physique du cinéma mais pour toutes les autres enquêtes sur l'industrie du film, on se rapporte au siège social de l'entreprise.

Contrôle financier
L'origine du contrôle financier d'une société correspond au pays de résidence de la majorité des actionnaires ou de ceux qui exercent un contrôle réel sur les politiques de la société en matière d'exploitation et de finances. Si une société mère est réellement contrôlée par une autre société dont le lieu de résidence se trouve dans un autre pays, l'origine du contrôle financier correspond au pays de la société mère originale.

Number of Productions
For the film, video and audio-visual production data, the number of productions refers to the number of original productions completed during the reporting period. (A completed production is one for which an answer print or videotape master exists.) In the case of official international co-productions, domestic joint ventures or international co-ventures involving two or more Canadian production companies, only the major Canadian producer should report. In addition, each episode in a television series is counted as a separate production.

Market

a) **Theatrical market** refers to the showing of films in commercial movie theatres and drive-ins as well as halls and military camps open to the public.

b) **Pay television** market refers to the showing of films and videos on specialty channels for which the viewer must pay a special fee. A portion of this fee is used to compensate the producer of the service and ultimately the copyright owners of the broadcast material (e.g. Much Music, First Choice, Family Channel, etc.).

c) **Conventional television** market refers to the showing of films, videos and other audiovisual productions on normal broadcast television.

d) **Home video** market refers to the rental or sale of videodiscs and videocassettes for showing films and videos on household videodisc and videocassette playback machines.

e) **Non-theatrical** market refers to the showing of films and videos by educational institutions, service clubs, governments, private companies, etc.

Primary Market

Film distribution and videocassette wholesaling: Revenue
The primary market of a company is that market in which the largest portion of revenue is earned. (Table5)

Market Share
For the film, video and audio-visual production data, market share refers to the percentage of total production revenue for a particular market generated by those production companies specializing in that same market (see **Specialization Ratio**).

Specialization Ratio
For the film, video and audio-visual production data, this ratio represents the proportion of a firm's production revenue which is generated by its principal activity. Production companies are each assigned to a specialization group on the basis of the largest portion of their production revenue. Those companies with no production revenue in a given year, or with no dominant activity are assigned to the non-specialized category.

Nombre de productions
Pour la production cinématographique, vidéo et audio-visuelle, on se réfère au nombre de productions originales achevées pendant la période de déclaration. (Une production achevée implique l'existence d'une copie zéro ou d'une bande vidéo maîtresse). Dans le cas d'une co-production officielle internationale ou d'une entreprise à risques partagés, canadienne ou internationale, qui implique deux maisons de production canadiennes ou plus, uniquement le producteur canadien principal devrait répondre au questionnaire. Chaque épisode d'une série télévisée est considéré comme une production distincte.

Marché

a) **Commercial:** présentation de films dans des cinémas et des ciné-parcs ainsi que dans des salles et des camps militaires ouverts au public.

b) **Télévision payante:** présentation de films et de vidéos par des réseaux de télévision pour lesquels le téléspectateur doit payer des frais spéciaux. Une portion de ces frais est remise au producteur de ce service et en dernier lieu aux titulaires des droits d'auteur des productions télédiffusées. À titre d'exemple: Musique Plus, Super Écran, Canal Famille, etc.

c) **Télévision conventionnelle:** présentation de films, de vidéos et d'autres productions audio-visuelles par des stations de télévision ordinaires.

d) **Vidéo domestique:** location ou vente de vidéodisques et vidéocassettes pour la présentation de films et de bandes vidéo au moyen d'un lecteur de vidéodisques ou de vidéocassettes destiné à une utilisation domestique.

e) **Hors commerce:** présentation de films et de vidéos par des établissements d'enseignement, des clubs philanthropiques, des administrations publiques, des sociétés privées, etc.

Marché principal

Distribution de films et vente en gros de vidéocassettes: Recettes
Le marché principal d'une compagnie est celui d'où provient la plus grande part de ses recettes. (Tableau 5)

Part du marché
Pour la production cinématographique, vidéo et audio-visuelle, on se réfère à un pourcentage qui représente la proportion des recettes totales de production pour un marché quelconque gagnée par les maisons de productions se spécialisant en ce marché (voir **Ratio de spécialisation**).

Ratio de spécialisation
Pour la production cinématographique, vidéo et audio-visuelle, on se réfère à un rapport qui représente la proportion des recettes de production qui est suscitée par l'activité principale des compagnies. Les compagnies sont affectées chacune à un groupe de spécialisation d'après la portion majeure de leurs recettes de production. Les compagnies n'ayant pas de recettes de production pour une année donnée, ou aucune activité dominante, sont affectées à la catégorie «non spécialisé».

Revenue

a) **Total Revenue**
Sum of operating revenue and non-operating revenue. The revenue for motion picture theatres **excludes** the Goods and Services Tax and all other taxes collected for remittance to a government agency.

b) **Operating Revenue**
Revenue derived directly from the firm's economic activity.

c) **Non-operating Revenue**
Includes items such as non-repayable financial aid recognized as revenue for this financial year (e.g. grants and subsidies), dividends, interest, etc. **Excluded** are equity investments and loans from government agencies and private sources.

Profit Margin

$$\frac{\text{Total Revenue} - \text{Total Expenses}}{\text{Total Revenue}}$$

Freelancers' Fees

Freelancers' fees include fees paid to any person for whom the employer is required to complete a Revenue Canada T-4A Supplementary form. Freelancers include talent and technical workers (actors, writers, camera operators, etc.). However, employees of companies which perform contract work are not considered freelancers.

Canadian Productions

These are films and videos meeting any one of the following criteria:

1. A production certified for 30% capital cost allowance during 1988, 1989 or 1990. Prior to 1988 the allowance was for 100%.

2. A production realized with the financial assistance of Telefilm Canada (formerly the Canadian Film Development Corporation).

3. A production made in Canada by Canadians prior to the Capital Cost Allowance Program.

4. A production by the National Film Board (NFB).

5. An official co-production between Canada and one of the following: Algeria, Argentina, Australia, Belgium, China, Czech Republic, Slovakia, France, Germany, Hong Kong, Hungary, Ireland, Israel, Italy, Japan, Mexico, Morocco, The Netherlands, New Zealand, Romania, Spain, Switzerland, the Soviet Union (except Estonia, Lithuania, Latvia), the United Kingdom, Yugoslovia (except Serbia).

6. A production certified by the Canadian Radio - Television and Telecommunications Commission (CRTC).

Recettes

a) **Recettes totales**
La somme des recettes d'exploitation et des recettes ne provenant pas de l'exploitation. Les recettes pour les cinémas **excluent** la Taxe sur les produits et les services et les autres taxes perçues pour le compte d'un organisme public.

b) **Recettes d'exploitation**
Les recettes provenant directement de l'activité économique de la compagnie.

c) **Recettes ne provenant pas de l'exploitation**
Comprend les revenus tels que le soutien financier non remboursable considéré comme des recettes pour l'exercice financier visé (p. ex. subventions et octrois), les dividendes, les intérêts, etc. Les titres de participation et les prêts bancaires d'agences gouvernementales et du privé **sont exclus.**

Marge bénéficiaire

$$\frac{\text{Recettes totales} - \text{Dépenses totales}}{\text{Recettes totales}}$$

Sommes versées aux pigistes

Les sommes versées aux pigistes comprennent les sommes versées à toute personne pour laquelle l'employeur doit remplir un formulaire supplémentaire T-4A de Revenu Canada. Les pigistes incluent les artistes et les travailleurs techniques (p. ex. acteurs, auteurs, cameramen, etc.). Cependant, les compagnies ne sont pas considérées comme des pigistes.

Produits canadiens

Il s'agit des films et des vidéos conformes à l'un des critères suivants:

1. Production admissible à l'amortissement de 30% pendant les années 1988, 1989 ou 1990. Avant 1988 l'amortissement était admissible à 100%.

2. Production réalisée avec l'aide financière de Téléfilm Canada (autrefois la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne).

3. Production réalisée au Canada par des Canadiens avant l'entrée en vigueur du Programme de déduction pour amortissement.

4. Production de l'Office national du film (ONF).

5. Coproduction officielle entre le Canada et un des pays suivants: l'Algérie, l'Allemagne, l'Argentine, l'Australie, la Belgique, la Chine, l'Espagne, la France, Hong Kong, la Hongrie, l'Irlande, Israël, l'Italie, le Maroc, le Mexique, les Pays-Bas, la Nouvelle-Zélande, la Roumanie, le Royaume-Uni, la Suisse, la République Tchéch, la Slovaquie, l'Union Soviétique et la Croatie, la Slovénie et la Bosnie-Herzegovine.

6. Production confirmée par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC).

7. A production realized with the financial assistance of: the Canada Council; the CBC/Radio Canada; the Nova Scotia Film Development Corporation; la Société générale des industries culturelles (SOGIC); the Ontario Film Development Corporation (OFDC); the Canada-Manitoba Cultural Industries Development Office (CIDO); the Saskatchewan Film Development Corporation (Saskfilm); the Alberta Motion Picture Development Corporation; or British Columbia Film.

7. Production réalisée avec l'aide financière du Conseil des arts du Canada; de la Société Radio-Canada/CBC; La Société de développement de l'industrie cinématographique de la Nouvelle-Écosse; la Société générale des industries culturelle (SOGIC); la Société de développement de l'industrie cinématographique ontarienne (SDICO); le Bureau Canada Manitoba de développement des entreprises de la culture; Saskatchewan Film. Development Corporation (Saskfilm); Alberta Motion Picture Development Corporation ou British Colummbia Film.

ORDER FORM

Statistics Canada

MAIL TO:

Marketing Division
Publication Sales
Statistics Canada
Ottawa, Ontario
Canada K1A 0T6

(Please print)

PHONE: 1-800-267-6677

Charge to VISA or MasterCard. Outside Canada and the U.S. call (613) 951-7277. Please do not send confirmation.

FAX TO: (613) 951-1584

VISA, MasterCard and Purchase Orders only. Please do not send confirmation. A fax will be treated as an original order.

Company

Department

Attention Title

Address

City Province

Postal Code Phone ( ) Fax ( )

Please ensure that **all information** is completed.

METHOD OF PAYMENT:

(Check only one)

☐ **Please charge my:** ☐ VISA ☐ MasterCard

Card Number

Signature Expiry Date

☐ **Payment enclosed** $

Please make cheque or money order payable to the *Receiver General for Canada – Publications.*

☐ **Purchase Order Number**
(Please enclose)

Authorized Signature

Catalogue Number	Title	Date of Issue or Indicate an "S" for subscriptions	Annual Subscription or Book Price			Quantity	Total $
			Canada $	United States US$	Other Countries US$		

SUBTOTAL	
DISCOUNT (if applicable)	
GST (7%) (Canadian clients only)	
GRAND TOTAL	

- **Note: Catalogue prices for U.S. and other countries are shown in US dollars.**
- GST Registration # R121491807
- Cheque or money order should be made payable to the *Receiver General for Canada – Publications.*
- Canadian clients pay in Canadian funds and add 7% GST. Foreign clients pay total amount in US funds drawn on a US bank. Prices for US and foreign clients are shown in US dollars.

PF 093238

THANK YOU FOR YOUR ORDER!

Statistics Canada Statistique Canada

Canada

Ca 60S

STATISTICS CANADA LIBRARY
BIBLIOTHEQUE STATISTIQUE CANADA
1010183268

BON DE COMMANDE

ENVOYEZ À:	COMPOSEZ:	TÉLÉCOPIEZ AU:
Division du marketing **Vente des publications** **Statistique Canada** **Ottawa (Ontario)** **Canada K1A 0T6**	1-800-267-6677 Faites débiter votre compte VISA ou MasterCard. De l'extérieur du Canada et des États-Unis, composez le (613) 951-7277. Veuillez ne pas envoyer de confirmation.	(613) 951-1584 VISA, MasterCard et bon de commande seulement. Veuillez ne pas envoyer de confirmation; le bon télécopié tient lieu de commande originale.

(*Veuillez écrire en caractères d'imprimerie.*)

Compagnie

Service

À l'attention de Fonction

Adresse

Ville Province

Code postal Téléphone ( ) Télécopieur ( )

Veuillez vous assurer de remplir le bon **au complet**.

MODALITÉS DE PAIEMENT:

(*Cochez une seule case*)

☐ **Veuillez débiter mon compte** ☐ VISA ☐ MasterCard

N° de carte

Signature Date d'expiration

☐ **Paiement inclus** _____ $

Veuillez faire parvenir votre chèque ou mandat-poste à l'ordre du *Receveur général du Canada – Publications*.

☐ **N° du bon de commande**
(*Veuillez joindre le bon*)

Signature de la personne autorisée

Numéro au catalogue	Titre	Édition demandée ou Inscrire "A" pour les abonnements	Abonnement annuel ou prix de la publication: Canada $	États-Unis $ US	Autres pays $ US	Quantité	Total $

Veuillez noter que les prix au catalogue pour les É.-U. et les autres pays sont donnés en dollars américains.	TOTAL
TPS N° R121491807	**RÉDUCTION** (s'il y a lieu)
Le chèque ou mandat-poste doit être établi à l'ordre du *Receveur général du Canada – Publications*.	**TPS (7 %)** (Clients canadiens seulement)
	TOTAL GÉNÉRAL

Les clients canadiens paient en dollars canadiens et ajoutent la TPS de 7 %. Les clients à l'étranger paient le montant total en dollars US tirés sur une banque américaine.

PF 093238

MERCI DE VOTRE COMMANDE!

Statistique Canada Statistics Canada

Canada

Pick a topic... any topic

The ***1994 Statistics Canada Catalogue*** is your guide to the most complete collection of facts and figures on Canada's changing business, social and economic environment. No matter what you need to know, the ***Catalogue*** will point you in the right direction.

From the most popular topics of the day – like employment, income, trade, and education – to specific research studies – like mineral products shipped from Canadian ports and criminal victimization in urban areas – you'll find it all here.

... the *1994 Statistics Canada Catalogue* will help you get your bearings...

The ***Catalogue*** puts all this information at your fingertips. With the expanded index, you can search by subject, author or title – even periodical articles are indexed. There's also a separate index for all our electronic products.

The ***Catalogue*** has everything you need to access all Statistics Canada's products:

- descriptions of over 25 new titles, plus succinct abstracts of the over 650 titles and 7 map series already produced;
- a complete guide to finding and using statistics;
- electronic products in a variety of media, and advice on getting expert assistance on electronic products and on-line searches;
- tabs to each section – so you can immediately flip to the information you need.

... time and time again

To make sure that the ***Catalogue*** stands up to frequent use, we used a specially coated cover to prevent broken spines, tattered edges and dog-eared corners.

Order today – you'll be lost without it.

1994 Statistics Canada Catalogue

Only $15 in Canada (US$18 in the U.S. and US$21 in other countries). Quote Cat. no. 11-2040XPE.

Write to:

Statistics Canada
Marketing Division
Sales and Service
120 Parkdale Avenue
Ottawa, Ontario K1A 0T6

Fax:
(613) 951-1584

Call toll-free:
1-800-267-6677

Or contact the nearest Statistics Canada Reference Centre listed in this publication.

Choisissez un sujet... n'importe lequel

Le ***Catalogue de Statistique Canada 1994*** est votre guide pour la collection la plus complète de faits et de chiffres dans les domaines, en constante évolution, du commerce, de la société et de l'économie du Canada. Peu importe ce que vous voulez savoir, le ***Catalogue*** vous mettra sur la bonne piste.

Des sujets actuels les plus populaires – comme l'emploi, le revenu, le commerce et l'éducation – à des études de recherche spécialisées – comme les produits minéraux expédiés des ports canadiens et la victimisation dans les régions urbaines –vous trouverez tout dans ce document.

Le *Catalogue de Statistique Canada 1994* vous aidera à vous orienter...

Le ***Catalogue*** vous met tous ces renseignements sous la main. L'index augmenté vous permet de chercher par sujet, auteur ou titre – les articles de périodiques sont même indexés. On a aussi ajouté un index séparé pour tous nos produits électroniques.

Le ***Catalogue*** a tout ce qu'il vous faut pour vous procurer les produits de Statistique Canada :

- descriptions de plus de 25 nouveaux titres et courts résumés des 650 titres et plus et des 7 séries de cartes déjà disponibles;
- guide complet pour obtenir et utiliser les données statistiques;
- produits électroniques sur supports divers et conseils sur l'obtention d'aide d'experts pour les produits électroniques et les recherches en direct;
- système d'onglets pour chaque section - pour que vous puissiez immédiatement repérer les renseignements qui vous intéressent.

...maintes et maintes fois

Pour garantir que le ***Catalogue*** puisse résister à une utilisation fréquente, nous avons utilisé une couverture avec un revêtement spécial conçue pour éviter les dos cassés, les bords abîmés et les coins de page pliés.

Commandez aujourd'hui – vous ne pourrez plus vous en passer.

Catalogue de Statistique Canada 1994

Seulement 15 $ au Canada (18 $ US aux États-Unis et 21 $ US dans les autres pays). Indiquez le n° au catalogue : 11-2040XPF.

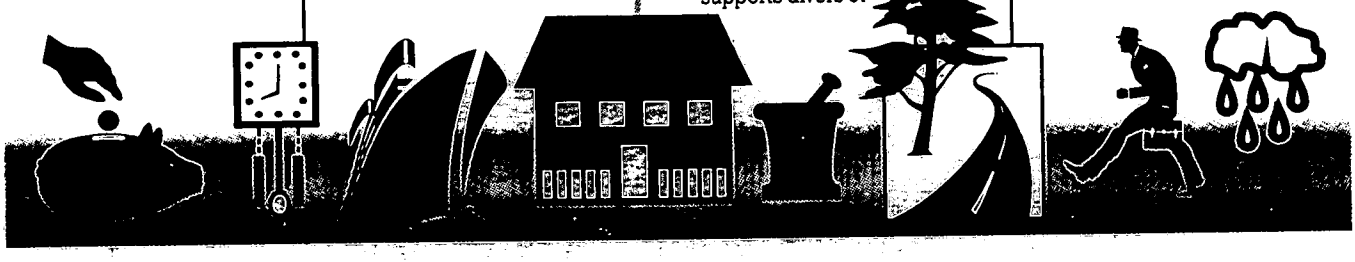
Écrivez à :

Statistique Canada
Division du marketing
Vente et service
120, avenue Parkdale
Ottawa (Ontario) K1A 0T6

Télécopieur : (613) 951-1584

Appels sans frais :
1-800-267-6677

Ou contactez le Centre de consultation de Statistique Canada le plus proche (voir la liste figurant dans la présente publication).



729MISC94161

Statistics Canada Statistique Canada

PUBLICATIONS OF THE CULTURE STATISTICS PROGRAM

PUBLICATIONS DU PROGRAMME DE LA STATISTIQUE DE LA CULTURE

Quarterly Bulletin - Bulletin trimestriel

Focus on Culture	87–004	La culture en perspective

Annual Statistics - Statistiques annuelles

Sound Recording	87–202	L'enregistrement sonore
Periodical Publishing	87–203	L'édition du périodique
Film and Video	87–204	Le film et la vidéo
Public Libraries	87–205	Les bibliothèques publiques
Government Expenditures on Culture	87–206	Les dépenses publiques au titre de la culture
Heritage Institutions	87–207	Les établissements du patrimoine
Television Viewing	87–208	L'écoute de la télévision
Performing Arts	87–209	Les arts d'interprétation
Book Publishing	87–210	L'édition du livre