



OBSERVATOIRE DES AMÉRIQUES

DOSSIER DE RECHERCHE

Économie politique du commerce international de biens et services culturels. Le cas du Canada et du Québec

➔ SYLVAIN ZINI ➔ NOVEMBRE 2007

UQÀM

➔ www.ameriques.uqam.ca



Relations
internationales
Québec



Institut d'études
internationales de Montréal

OBSERVATOIRE DES AMÉRIQUES

Faculté de science politique et de droit ➔ Université du Québec à Montréal

Case postale 8888, Succ. Centre-Ville, # A-1635 ➔ Montréal (Québec) Canada H3C 3P8

T 514 987 3000 # 0382 ➔ F 514 987 0397 ➔ oda@uqam.ca ➔ www.ameriques.uqam.ca

Table des matières

Table des matières	1
Liste des graphiques et tableaux	4
Introduction	8
Partie 1. La place du commerce des biens et services culturels dans le commerce international du Canada	14
1. Le commerce des biens et services culturels au sein d'un Canada ouvert au commerce international	14
2. Les exportations de services culturels comparativement aux autres services commerciaux : une part modeste, mais stable.	18
3. Les exportations de biens culturels au sein des biens de consommation : une contribution modérée et constante.	20
4. Les importations de services culturels : une part croissante de l'importation de services commerciaux.....	22
5. Les importations de biens culturels : une part déclinante de l'importation de biens de consommation.....	25
Partie 2. Le commerce international des biens culturels du Canada	29
1. Un commerce international de biens culturels déficitaire.....	29
2. Un commerce international de biens culturels polarisé sur les États-Unis..	33
3. L'Amérique latine : un partenaire culturel marginal	38
4. Le commerce international de biens culturels et les provinces : le Québec exportateur net et le reste du Canada importateur net.....	39
5. Les biens culturels publiés : une belle illustration de l'intégration en profondeur de l'industrie culturelle.	43
Partie 3. Commerce de biens culturels du Québec	48
1. Le Québec, seule province canadienne excédentaire	48
2. Un commerce de biens culturels concentré dans le domaine des écrits et œuvres imprimées.	50
3. Un commerce marginal avec l'Amérique latine	55

4. Le secteur des écrits et œuvres imprimées : un commerce dense et excédentaire	56
Partie 4. Commerce de services culturels du Canada	58
1. Un commerce international de services culturels modérément déficitaire..	58
2. Des exportations de services culturels concentrées sur le secteur des films et vidéos	59
3. Des importations de services culturels partagées entre le secteur des films et vidéos, et celui des radiodiffusions et télédiffusions.....	61
4. Un commerce international de services culturels polarisé sur les États-Unis	63
5. Le commerce des services du secteur des films et vidéos : un excédent en voie de disparition	66
Conclusion. Les statistiques relatives au commerce des biens et services culturels : un miroir déformant, mais reflétant le processus de continentalisation des industries de la culture.....	71
Bibliographie	74
Annexe à la partie 2	75
Annexe 2.1. Le détail du commerce canadien avec l'Amérique latine.....	75
Annexe 2.2. Les films et vidéos : principal secteur des biens culturels excédentaires.....	78
Annexe 2.3. Les enregistrements sonores et l'édition musicale: un commerce pratiquement équilibré.....	81
Annexe 2.4. Les arts visuels : un déficit commercial canadien dans le secteur des biens culturels	82
Annexe 2.5. L'architecture : secteur marginal dans le commerce international des biens culturels du Canada	84
Annexe 2.6. La publicité : un secteur d'exportation privilégié.....	85
Annexe 2.7. Les biens relatifs au patrimoine : source mineure du déficit canadien dans le secteur des biens culturels	87
Annexe 2.8. Les biens culturels relatifs à la photographie : des déficits aux excédents commerciaux	88

Annexe à la partie 3	90
Annexe 3.1. Détail du commerce de biens culturels québécois avec l'Amérique latine	90
Annexe 3.2. Le secteur des films et vidéos : un excédent lié à la spécialisation industrielle	92
Annexe 3.3. Le secteur des enregistrements sonores, un secteur excédentaire et en déclin.....	94
Annexe 3.4. Les arts visuels : des importations en expansion, un déficit qui se creuse.....	96
Annexe 3.5. Les biens architecturaux : secteur modeste et irrégulier	97
Annexe 3.6. La publicité : une forte expansion des exportations.	98
Annexe 3.7. Les biens patrimoniaux : un léger déficit commercial	99
Annexe 3.8. La photographie : un commerce extérieur excédentaire et en expansion.....	100
Annexe à la partie 4	102
Annexe 4.1. Les importations de services culturels selon le type de services ..	102
Annexe 4.2. Les exportations de services culturels selon le type de services ..	103
Annexe 4.3. La radiodiffusion et la télédiffusion : un secteur au commerce à sens unique.....	105
Annexe 4.4. Les services liés aux enregistrements sonores : un déficit chronique.....	107
Annexe 4.5. Les services liés aux arts de la scène : un déficit commercial qui perdure	108
Annexe 4.6. Les services liés à l'architecture : une « spécialisation » en devenir ?	109
Annexe 4.7. Les services liés à la publicité : un secteur en équilibre commercial	111
Annexe 4.8. Les services liés aux festivals : un secteur faible, mais en croissance	112
Annexe 4.9. Les services du secteur des écrits et œuvres publiées : un retournement de situation	113

Liste des graphiques et tableaux

Graphique 1.1 et 1.2. Exportations des biens et services du Canada et répartition de ces exportations pour l'année 2005

Graphique 1.3 et 1.4. Importations des biens et services du Canada et répartition de ces importations pour l'année 2005

Graphique 1.5. Part des flux commerciaux reliés au secteur culturel dans les importations et exportations canadiennes totales

Graphique 1.6 et 1.7. Répartition des exportations de services du Canada selon les secteurs en 1990 et 2005

Graphique 1.8. Exportations de services commerciaux selon les sous-secteurs

Graphique 1.9 et 1.10. Répartition des services commerciaux selon les sous-secteurs, entre 1996 et 2003

Graphique 1.11 et 1.12. Exportations de biens du Canada selon les secteurs et répartition des exportations de biens dans les exportations totales de biens

Graphique 1.13. Part des exportations de biens culturels dans les exportations des « autres » biens de consommation

Graphique 1.14. Répartition des importations de services selon les secteurs entre 1990 et 2005

Graphique 1.15. Importations de services commerciaux selon les sous-secteurs.....

Graphique 1.16 et 1.17. Répartition des services commerciaux selon les sous-secteurs en 1996 et 2003

Graphique 1.18 et 1.19. Répartition des importations de biens selon les secteurs

Graphiques 1.20 et 1.21. Évolution de la répartition des importations des « autres biens de consommation » entre 1996 et 2005.....

Graphique 1.22. Évolution des importations des « autres biens de consommation » entre 1996 et 2005

Graphique 2.1. Le commerce des biens culturels du Canada

Graphique 2.2. Exportations de biens culturels selon les secteurs

Graphique 2.3. et 2.4 Importations de biens culturels selon les secteurs

Graphique 2.5 et 2.6. Exportations de biens culturels selon le pays de destination

Graphique 2.7 et 2.8. Importations de biens culturels selon les pays d'origine

Graphique 2.9. Commerce de biens culturels du Canada avec l'Amérique latine.....

Graphique 2.10. Exportations de biens culturels selon la province d'origine

Graphique 2.11 et 2.12. Importations de biens culturels selon la province de destination ...

Graphique 2.13. Balance commerciale en biens culturels des provinces (ou regroupement de provinces) du Canada

Graphique 2.14. Commerce international de biens culturels du Québec

Graphique 2.15. Commerce international de biens culturels publiés

Graphique 2.16. Répartition des exportations de biens culturels publiés selon les produits.

Graphique 2.17. Répartition des importations de biens culturels publiés selon les produits.

Graphique 3.1. Commerce international de biens culturels du Québec.....

Graphique 3.2. et 3.3 Exportations québécoises de biens culturels selon les produits.....

Graphiques 3.4. et 3.5. Importations québécoises de produits culturels selon les secteurs...

Graphiques 3.6 et 3.7. Exportations québécoises selon la destination.....

Graphique 3.8. Importations québécoises de biens culturels selon l'origine.....

Graphique 3.9. Commerce international de biens culturels du Québec avec l'Amérique latine.....

Graphique 3.10. Commerce québécois d'écrits et œuvres imprimés.....

Graphique 4.1. Commerce des services culturels du Canada

Graphique 4.2. Exportations de services culturels selon la catégorie du cadre culturel

Graphique 4.3 et 4.4. Répartition des exportations de services culturels selon la catégorie du cadre culturel.....

Graphique 4.5. Importations de services culturels selon la catégorie du cadre

culturel

Graphique 4.6 et 4.7. Répartition des importations de services culturels selon la catégorie du cadre culturel.....

Graphique 4.8 et 4.9. Exportations de services culturels selon le pays de destination

Graphique 4.10 et 4.11. Importations de services culturels selon le pays d'origine

Graphique 4.12. Commerce de services dans le secteur des films et vidéos

Graphique 4.13 et 4.14 Exportations de services dans le secteur des films et vidéos.....

Graphique 4.15. Importations de services dans le secteur des films et vidéos

Annexe à la partie 2

Graphique A2.1. Exportations canadiennes de biens culturels en Amérique latine.....

Graphique A2.2 et A2.3. Importations canadiennes de biens culturels en provenance d'Amérique latine.....

Graphique A2.4. Commerce international de films et vidéos

Graphique A2.5. Exportations de films et vidéos

Graphique A2.6. Importations de films et de vidéos

Graphique A2.7. Commerce international d'enregistrements sonores et édition musicale ..

Graphique A2.8. Commerce international d'arts visuels

Graphique A2.9. Commerce international d'architecture

Graphique A2.10. Commerce international de publicité

Graphique A2.11. Commerce international de patrimoine

Graphique A2.12. Commerce international de photographies

Annexe à la partie 3

Graphiques A3.1. Exportations de biens culturels du Québec en Amérique latine.....

Graphiques A3.2 et A3.3. Importations de biens culturels du Québec en provenance d'Amérique latine.....

Graphique A3.4. Commerce québécois de films et vidéos.....

Tableau A3.1. Part de l'assistance, des recettes et des projections selon le pays d'origine..

Graphique A3.5. Commerce québécois d'enregistrements sonores et éditions musicales...

Tableau A3.2. Répartition des CD achetés en fonction de l'origine.....

Graphique A3.6. Commerce québécois en art visuel.....

Graphique A3.7. Commerce québécois des biens relatifs à l'architecture.....

Graphique A3.8. Commerce québécois de publicité.....

Graphique A3.9. Commerce québécois de biens patrimoniaux.....

Graphique A3.10. Commerce québécois de photographie.....

Annexe à la partie 4

Graphique A4.1 et A4.2. Importations de services culturels selon le type de service

Graphique A4.3 et A4.4. Exportations de services culturels selon le type de service.....

Graphique A4.5. Commerce de services dans le secteur des radiodiffusions et télédiffusions

Graphique A4.6. Importations de services dans les radiodiffusions et télédiffusions

Tableau A4.1. Répartition des heures d'écoute de la télévision au Canada, selon l'origine du signal et le contenu canadien

Graphique A4.7. Commerce de services dans le secteur des enregistrements sonores et de l'édition musicale

Graphique A4.8. Commerce de services dans le secteur des arts de la scène

Graphique A4.9. Commerce de services dans le secteur de l'architecture

Graphique A4.10. Commerce de services dans le secteur de la publicité

Graphique A4.11. Commerce de services dans le secteur des festivals

Graphique A4.12. Commerce de services dans le secteur des écrits et des œuvres publiées

Graphique A4.13. Exportations de services dans le secteur des écrits et des œuvres publiées

Graphique A4.14. Importations de services dans le secteur des écrits et des œuvres publiées

Introduction

La globalisation économique est un phénomène auquel peu de secteurs économiques échappent. Les biens et services culturels font partie de ces activités qui sont de plus en plus soumises à la concurrence internationale. Parallèlement, la spécificité de ce secteur, voire sa *multifonctionnalité*, pour reprendre un concept cher aux Européens, a été à la base de la Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles adoptée par la Conférence générale de l'UNESCO, le 20 octobre 2005. Par ce geste, les États membres de l'UNESCO ont tenté de soustraire le secteur de la production culturelle aux négociations commerciales multilatérales qui se déroulent à l'Organisation mondiale du commerce (OMC).

Parmi les arguments qui fondent le statut particulier accordé aux activités économiques entourant la culture, nous pouvons en retenir deux¹. *Premièrement*, la culture est une branche des activités humaines, ou du comportement humain, dont une bonne partie dépasse les activités marchandes, essentiellement parce que la culture englobe toutes les traditions propres à chacun des groupes nationaux, ethniques ou sociaux. De ce fait, la plus grande part des comportements ou activités relevant de la culture ne transitent pas par le marché. *Deuxièmement*, les activités de ce secteur ont longtemps été entièrement exclues du secteur marchand. À ce propos, nous pouvons rappeler que la culture n'intégrera la sphère marchande qu'avec l'émergence du capitalisme. Les activités culturelles vont par la suite se professionnaliser et devenir un secteur économique à part entière. Le terme d'industrie culturelle reflète ce processus. À la suite de la Deuxième Guerre mondiale, la mondialisation de l'industrie culturelle va aller de pair avec l'émergence des États-Unis d'Amérique (EUA) comme principale puissance mondiale. Le degré de professionnalisation et de

¹¹ Arguments tirés de : Jean-Pierre Warnier (1999), *La mondialisation de la culture*, La découverte, Paris.

marchandisation que la culture aura atteint aux EUA va pousser le pays à promouvoir l'exportation de ses biens et services culturels. Plus tard, l'émergence des nouvelles technologies de l'information et de la communication va, elle aussi, pousser à l'accroissement des échanges internationaux dans ce secteur. À cela, il faut ajouter que, dans le contexte de l'approfondissement de la consommation de masse, le divertissement vient côtoyer l'art dans le domaine de la culture. Or, si les biens et services culturels produits par les pays occidentaux, de même que par certains pays en développement comme l'Inde, sont des marchandises à part entière, ils entrent en concurrence avec des activités sociales non marchandes. Par ailleurs, bien que partiellement économiques, de nombreuses activités culturelles ne peuvent être rentables par elles-mêmes. Un soutien public au secteur de la culture s'avère donc souvent nécessaire². C'est pourquoi, bien qu'ils soient classés parmi les marchandises, les biens et services culturels ne sont pas partout régis par les mêmes lois internationales que les autres produits commerciaux. C'est en tout cas la position canadienne et québécoise au sein de l'UNESCO et de l'OMC, une position qui va à l'encontre de celle défendue par les EUA qui souhaitent, pour leur part, que la production culturelle soit traitée comme les autres marchandises.

Dans cette étude, nous allons traiter exclusivement de la production culturelle marchande du Canada et, lorsque les données disponibles nous le permettront, du Québec également. Plus précisément, nous tenterons d'analyser la place des échanges internationaux de biens et services culturels réalisés par le Canada et nous tâcherons d'indiquer la part du Québec chaque fois que ce sera possible de le faire. Nous montrerons que, même s'il s'agit d'un secteur dont la contribution au commerce international reste modeste, son expansion est importante. Cependant, nous verrons aussi que, dans le cas du Canada, le déficit commercial dans le secteur se creuse au cours des années, une tendance liée à l'accroissement de l'importation des biens et services commerciaux en provenance des EUA. Par contre, et ceci est sans doute inattendu, contrairement aux autres provinces, le

² D'après Françoise Benhamou (2001), *L'économie de la culture*, La découverte, Paris.

Québec affiche un excédent commercial dans le secteur des biens culturels. Cependant, cet excédent est imputable tout autant aux exportations de firmes québécoises qu'à celles des entreprises étrangères installées en sol québécois. Enfin, à travers l'analyse de différents sous-secteurs existants, nous tenterons de définir les créneaux de spécialisation du Canada au sein de cette industrie, un exercice que, faute de données, nous ne serons malheureusement pas en mesure de répéter pour le Québec.

Mais avant d'aller plus loin, il convient de définir plus précisément ce que nous entendons par les notions de biens et de services culturels. En premier lieu, il faut souligner que les personnes qui réalisent un bien ou un service culturel doivent attester du statut créatif et/ou artistique de leur production. D'ailleurs, l'article 18 de la Loi sur l'exportation et l'importation de biens culturels porte création d'une Commission canadienne d'examen des exportations de biens culturels qui a pour mandat de déterminer à des fins fiscales et à des fins d'exportation la nature culturelle des biens produits. Selon Statistique Canada, relèvent du secteur culturel les « activité[s] artistique[s] créatrice[s] et les biens et services produits par cette activité, et la conservation du patrimoine humain³ ». Cependant, d'un point de vue statistique, « les valeurs esthétiques ou intellectuelles des biens et des services ne sont pas les critères utilisés pour en déterminer l'inclusion ou l'exclusion⁴. »

De plus, afin de déterminer le type d'activité qui relève du secteur culturel, Statistique Canada propose les cinq critères d'évaluation suivants :

- « (i) être un bien créatif qui justifie le droit de propriété intellectuelle;
- (ii) être un service lié à la conservation ou à la présentation de biens créatifs;
- (iii) être un bien ou un service de soutien à la création, la production ou la transmission d'autres biens ou services créatifs, notamment un service qui

³ Jamie Carson (2001), *Estimations du commerce de biens de la culture : Méthodologie et notes techniques*, Documents de recherche, No 81-595-MIF au catalogue, p. 6.

⁴ Programme des statistiques de la culture (2002), *Cadre canadien pour les statistiques culturelles*, documents de recherche, No 81-595-MIF au catalogue, p. 9.

ajoute au contenu ou modifie le contenu d'un produit culturel (par exemple les services de rédaction-révision, illustrations, objets d'art, conception et présentation, studios de musique);

- (iv) être un service lié à la conservation, à la présentation ou à l'interprétation du patrimoine humain;
- (v) être un service éducatif qui vise les travailleurs qui produisent des biens ou des services créatifs⁵. »

Ainsi, les activités culturelles ne se limitent pas à celles qui ont pour objet la consommation finale du bien ou du service : la réalisation, le tournage et le montage d'un film font autant partie du secteur que la diffusion dans les salles de cinéma. Cette distinction permet de départager biens et services dits « primaires » et « secondaires » : « les biens et les services culturels primaires sont ceux pour lesquels la chaîne de création entre entièrement dans le champ de la culture. Ils ont pour but premier la transmission d'un concept esthétique ou intellectuel visant à provoquer une réaction émotionnelle ou cognitive, et ils comprennent des droits de propriété intellectuelle. Quant aux biens et services culturels secondaires, ce sont ceux pour lesquels une partie seulement de la chaîne de la création entre dans le champ de la culture. Ils sont également le produit d'une activité artistique créatrice, mais soit n'ont pas comme but premier la transmission d'un concept esthétique ou intellectuel (par exemple un bâtiment), soit sont des œuvres d'art visuel reproduites en série⁶. » C'est donc la finalité du bien ou du service qui permet de départager les biens et services culturels primaires des biens et services culturels secondaires.

Enfin, la distinction entre le bien et le service culturel est établie de la manière suivante : « parmi les biens de la culture figurent les livres, les revues, les journaux, les cartes postales, les calendriers, les films, les vidéos, les DVD, les partitions, les disques compacts, les cassettes, les disques vinyle, les tableaux (œuvres originales et reproductions), les photographies, les sculptures, les ornements et figurines, les plans architecturaux, les designs et dessins, le matériel

⁵ *Ibid.*, p. 9.

⁶ *Ibid.*, p. 10.

publicitaire, les expositions de musée, les collections de timbres et de pièces de monnaie et les antiquités⁷. » Il faut noter à cet égard que sont exclus des biens culturels tous les supports vierges (CD et DVD, par exemple), ainsi que le matériel servant à lire ou à utiliser ces biens (télévision ou lecteur DVD, par exemple). Le commerce international de ces biens est donc constitué par le transfert de propriété de ces biens entre deux agents économiques situés dans deux pays différents. Les données douanières permettent d'établir la valeur des importations et exportations des biens culturels⁸. Toutefois, il faut noter que le commerce électronique de biens culturels, qui prend par ailleurs de plus en plus de place, n'est pas comptabilisé dans les statistiques canadiennes⁹.

Comme pour tous les autres services, l'invisibilité et/ou l'intangibilité comptent parmi les caractéristiques centrales des services culturels. À titre d'exemple, « on peut considérer que les services culturels comprennent les services créatifs (lesquels peuvent entraîner le paiement ou la réception de droits d'auteur), les services de contenu (services qui ajoutent quelque chose à un produit culturel ou le modifient), les diffusions, les spectacles sur scène et autres manifestations culturelles (telles les expositions dans un musée)¹⁰. » Ainsi, le transfert international de droits d'auteurs et d'autres droits relatifs à la propriété intellectuelle dans le domaine de la culture, ainsi que l'achat ou la vente internationale d'un service relié à la culture constituent le commerce international de services culturels. À titre d'illustration, la perception de droits d'auteurs provenant de l'étranger par un Canadien ou les recettes issues d'un spectacle canadien d'art de la scène exécuté à l'extérieur du Canada peuvent être comptabilisées comme des recettes d'exportation de services culturels.

Avant d'entamer notre étude, il convient dès maintenant de prévenir le lecteur des limites assez importantes que suppose l'utilisation de ces statistiques.

⁷ Jamie Carson (2001), *op. cit.*, p. 6.

⁸ *Ibid.*, p. 7.

⁹ *Ibid.*, p. 11.

¹⁰ Programme des statistiques de la culture (2002), *Cadre canadien pour les statistiques culturelles*, documents de recherche, No 81-595-MIF au catalogue, p. 11.

Si les chiffres du commerce international de biens et services culturels esquissent un reflet de la réalité des échanges culturels, un certain nombre de biais déforment assez fortement l'image qui nous est renvoyée. Ainsi, dans un contexte d'intégration en profondeur, comme c'est le cas en Amérique du Nord, le commerce n'est pas la seule forme d'échange entre les différents partenaires économiques, essentiellement parce que l'investissement direct étranger joue un rôle déterminant dans ces échanges. Or, les données le concernant viennent brouiller l'image que présentent les flux commerciaux à eux seuls. En effet, compte tenu de l'intensité de l'intégration entre les firmes en Amérique du Nord, il est très difficile de généraliser uniquement à partir des chiffres du commerce international, parce que les exportations canadiennes comptabilisent le total des ventes à l'étranger de tous les agents économiques opérant sur le territoire canadien. Pourtant, en matière de culture surtout, le nombre d'entreprises de nationalité canadienne est faible et cet indicateur ne pourra pas être pris en compte dans les chiffres présentés ici. Nous devons donc nous contenter de cette image déformée de la réalité économique qu'offrent les chiffres du commerce international et apporter les nuances lorsque ce sera possible de le faire.

La présente étude est découpée en quatre parties. Dans un premier temps, nous allons retracer la place des biens et services culturels dans le commerce international du Canada, tandis que, dans un deuxième temps, nous dresserons un portrait du commerce des biens culturels du Canada selon les secteurs et sous secteurs, en tenant compte de leur destination et de leur provenance. Dans un troisième temps, nous nous pencherons sur les échanges commerciaux du Québec dans le secteur des biens culturels. Enfin, dans un quatrième temps, nous étudierons plus particulièrement le commerce des services culturels réalisés par le Canada.

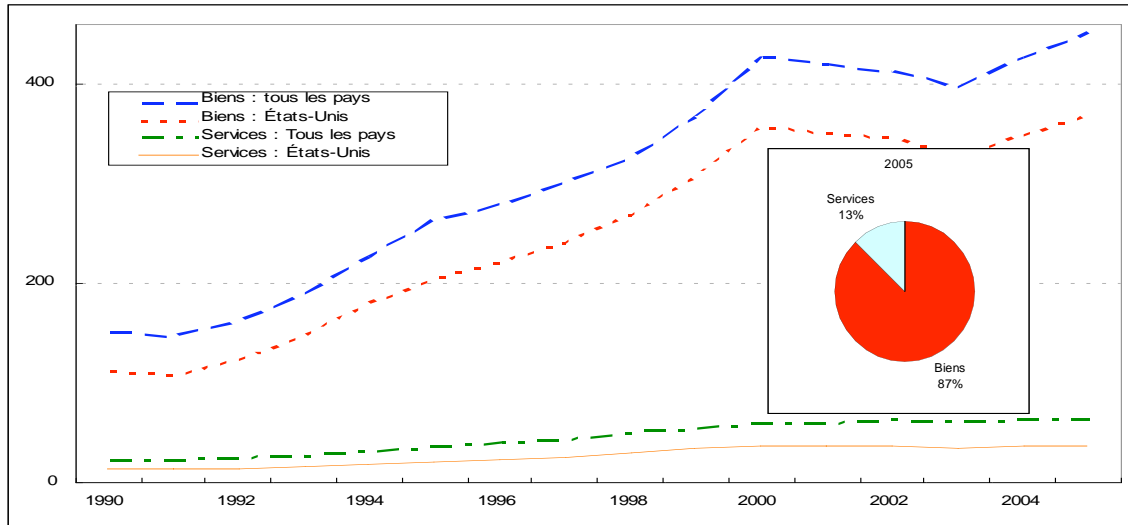
Partie 1. La place du commerce des biens et services culturels dans le commerce international du Canada

1. Le commerce des biens et services culturels au sein d'un Canada ouvert au commerce international

Tout d'abord, nous devons faire état de l'importante progression du commerce d'ensemble des biens et services depuis le début des années 1990. L'intégration économique nord-américaine, par suite de l'entrée en vigueur de l'Accord de libre-échange entre le Canada et les EUA (ALE), en 1989, plus tard de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA), en 1994, en même temps que l'approfondissement de l'intégration au niveau multilatéral, avec la création de l'Organisation mondiale du commerce (OMC), en 1995, auxquels il faut ajouter les nombreuses négociations sectorielles, sont à l'origine de cet accroissement spectaculaire. Comme nous le montre le graphique 1, les exportations de biens sont passées de 152 à 453 milliards de dollars, soit une multiplication par trois en quinze ans, ce qui correspond à un taux de croissance moyen des exportations de 7,5 % par an.

Les exportations de services ont elles aussi fortement progressé, passant de 22,3 à 65 milliards de dollars durant la même période, soit une multiplication par 2,9 ce qui représente un taux de croissance de 7,5 % par an en moyenne durant quinze ans.

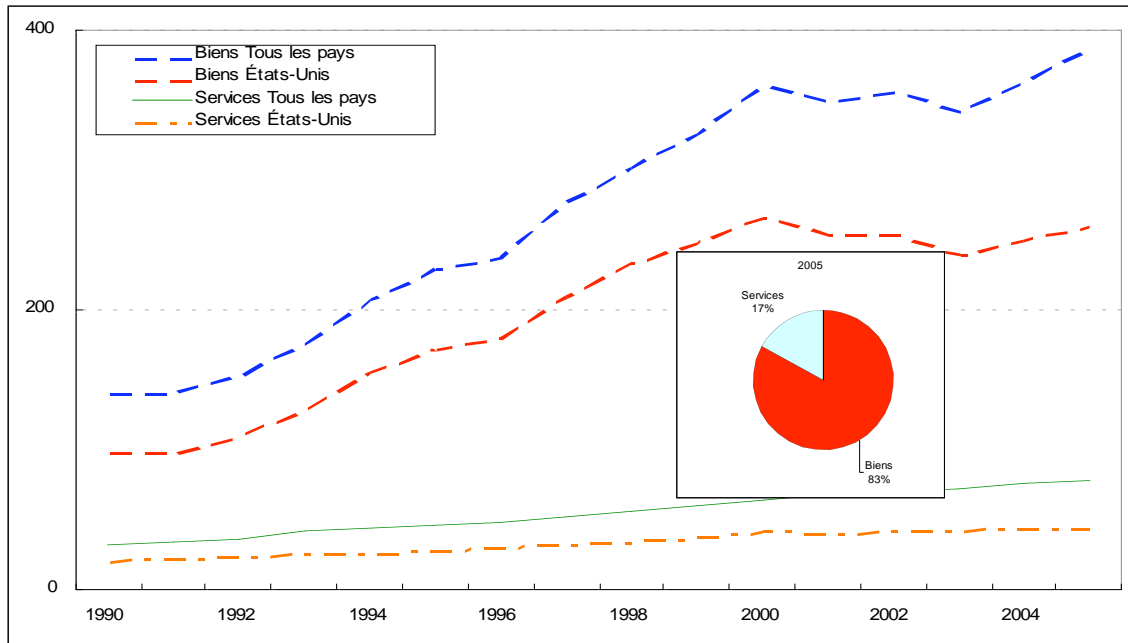
Graphique 1.1 et 1.2. Exportations des biens et services du Canada (milliards de dollars) et répartition de ces exportations pour l'année 2005 (en pourcentage)



Source : Statistique Canada, Base de données CANSIM II, *Tableau 376-0001 : Balance des paiements internationaux, compte courant, données annuelles*, consulté entre les mois de septembre 2006 et mars 2007.

Les importations de biens et services ont, elles aussi, connu une hausse significative. Les importations de biens sont passées de 141 à 388,2 milliards de dollars entre 1990 et 2005, soit une multiplication par 2,7 ce qui correspond à un taux de croissance annuel moyen de 6,9 %. Quant aux importations de services, elles sont passées de 33 à 78,6 milliards de dollars, une multiplication par 2,3 qui correspond à un taux de croissance annuel moyen de 6 % environ.

Graphique 1.3 et 1.4. Importations des biens et services du Canada (milliards de dollars) et répartition de ces importations pour l'année 2005 (en pourcentage)



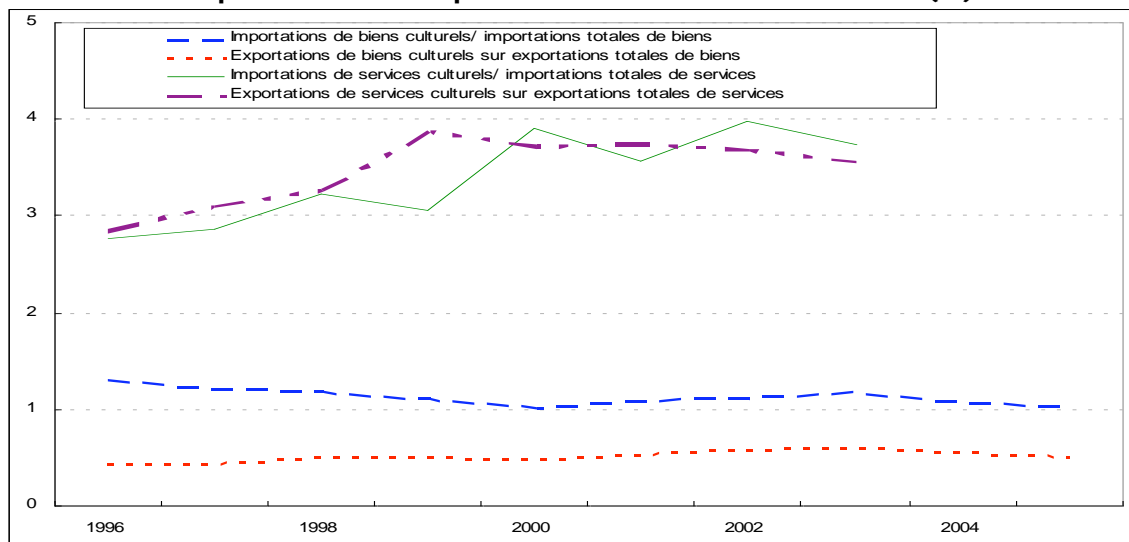
Source : Statistique Canada, Base de données CANSIM II, *Tableau 376-0001 : Balance des paiements internationaux, compte courant, données annuelles*, consulté entre les mois de septembre 2006 et mars 2007.

Au-delà de la forte augmentation des flux commerciaux, il convient de souligner la concentration des échanges en direction des EUA. Ainsi, en 2005, 81,3 % des exportations de biens et 55,2 % des exportations de services du Canada étaient dirigés vers les EUA et 66,9 % des importations de biens et 57,5 % des importations de services en provenaient.

Enfin, la dernière tendance observable est une certaine stabilité de la part relative des biens et des services dans le commerce international du Canada. Les chiffres de 2005 (graphiques 1.2 et 1.4) montrent que le commerce des biens reste fortement dominant, et qu'il compte pour 87 % des exportations totales et 83 % des importations canadiennes totales. En revanche, les flux de commerce des services ne représentent que 13 % des exportations totales et 17 % des importations totales.

À partir de ces données générales, nous pouvons désormais estimer la part qu'occupe le commerce international de biens et services culturels au sein des importations et des exportations du Canada, ce qui nous amène à faire trois remarques de départ. En premier lieu, nous pouvons noter que la part des flux commerciaux de biens et services culturels est modeste. En deuxième lieu, nous assistons à un léger tassement de la part des importations de biens culturels, qui passe de 1,3 à 1 % des importations totales, entre 1996 et 2003, tandis que la part des exportations de biens culturels dans le total des biens exportés augmente légèrement, de 0,4 à 0,5 % du total. En troisième lieu, l'évolution du commerce des services culturels est beaucoup plus marquée, et ce sont les importations qui sont les plus dynamiques puisqu'elles passent de 2,7 à 3,7 % des importations totales de services, entre 1996 et 2003. Quant aux exportations de services culturels, elles représentent également une part croissante des exportations totales de services, puisqu'elles passent de 2,8 à 3,6 % du total, même si cette part connaît une légère baisse entre 1999 et 2003.

Graphique 1.5. Part des flux commerciaux liés au secteur culturel dans les importations et exportations canadiennes totales (%)

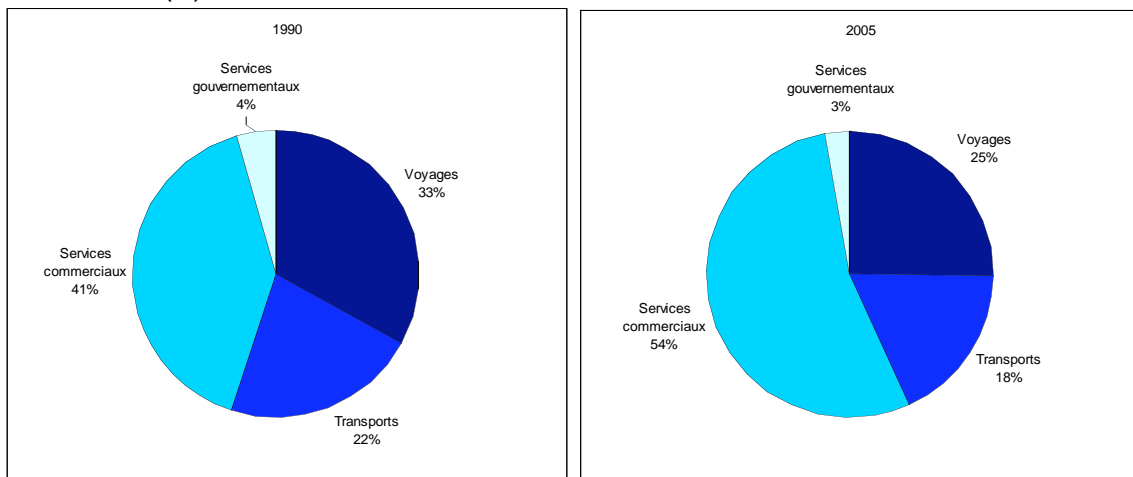


Source : Statistique Canada, Base de données CANSIM II, *Tableau 376-0001 : Balance des paiements internationaux, compte courant, données annuelles*, consulté entre les mois de septembre 2006 et mars 2007; Statistique Canada, *Commerce de biens de la culture : tableaux de données*, n° 87-007-XIF au catalogue, édition du 12 juin 2006; et Statistique Canada, *Commerce de services de la culture - Tableaux de données*, n° 87-213-XWF au catalogue, Édition du 26 mars 2006.

2. Les exportations de services culturels comparativement aux autres services commerciaux : une part modeste, mais stable.

Les services culturels font partie de la section « services commerciaux » de la balance des paiements. Comme nous pouvons le constater en se référant aux graphiques 1.6 et 1.7 ci-dessous, non seulement ce poste est le principal domaine d'exportations de services du Canada, mais sa part dans les exportations totales de services tend à progresser, passant de 41 % à 54 % du total des services exportés, entre 1990 et 2005.

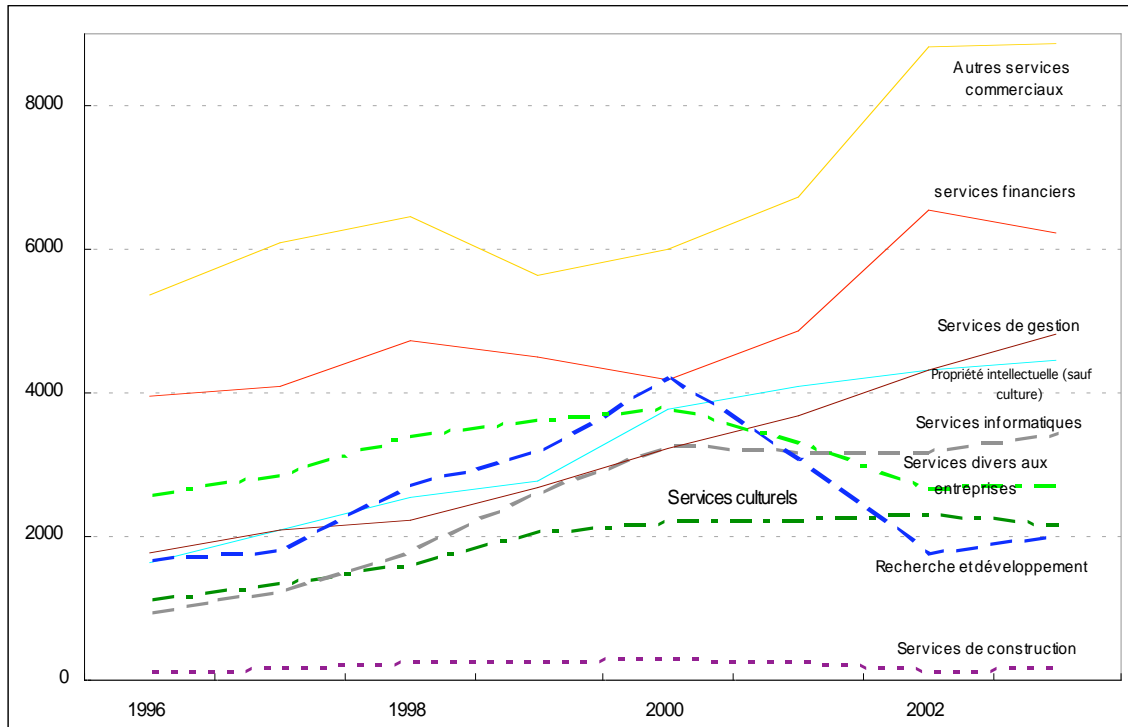
Graphique 1.6 et 1.7. Répartition des exportations de services du Canada selon les secteurs en 1990 et 2005 (%)



Source : Statistique Canada, Base de données CANSIM II, *Tableau 376-0001 : Balance des paiements internationaux, compte courant, données annuelles*, consulté entre les mois de septembre 2006 et mars 2007.

Parmi tous les services commerciaux exportés, nous pouvons voir que ce sont les services financiers et les services de gestion qui sont en première et deuxième places, avec respectivement des revenus d'exportation de 6,2 et 4,8 milliards de dollars, en 2003 (graphique 1.8). Pour la même année, les services culturels ne figurent qu'en sixième place, avec 2,2 milliards\$, derrière les revenus liés à la propriété intellectuelle (4,4 milliards\$), les services informatiques (3,4 milliards\$) et les services divers aux entreprises (2,7 milliards\$), mais devant les exportations de services en recherche et développement (2,1 milliards\$), ainsi que les services de construction (176 millions\$).

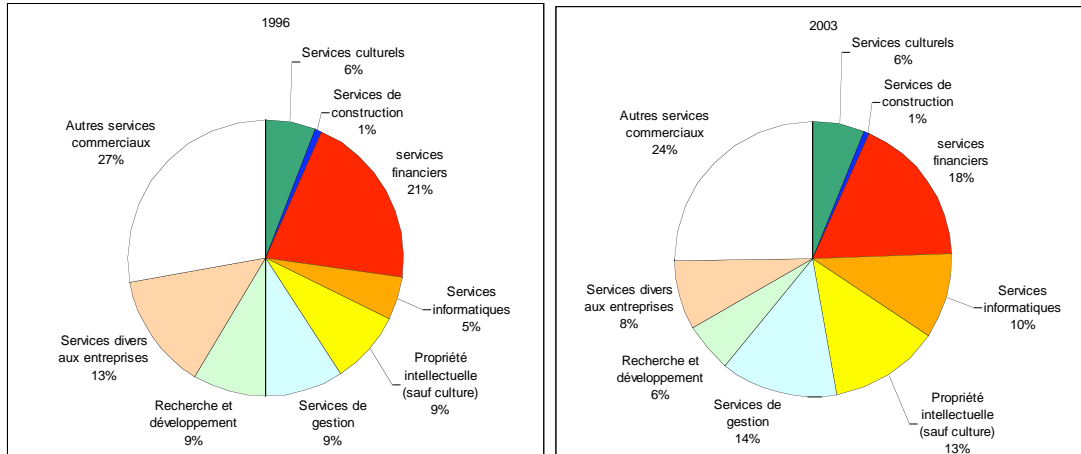
Graphique 1.8. Exportations de services commerciaux selon les sous-secteurs (milliards de dollars)



Source : Statistique Canada, Base de données CANSIM II, *Tableau 376-0001 : Balance des paiements internationaux, compte courant, données annuelles*, consulté entre les mois de septembre 2006 et mars 2007; et Statistique Canada, *Commerce de services de la culture - Tableaux de données*, n° 87-213-XWF au catalogue, Édition du 26 mars 2006.

Par ailleurs, la part du secteur des services culturels dans le total des exportations de services commerciaux (graphiques 1.9 et 1.10) tend à rester stable entre 1996 et 2003, à 6 % des exportations totales. Cette constance peut être comparée à la forte augmentation de la part des exportations de services informatiques qui passe de 5 % à 10 % du total, des services de gestion qui croissent de 9 % à 14 %, ou encore des revenus tirés de la propriété intellectuelle, de 9 % à 13 %. Mais il faut aussi observer le tassement relatif du poids de certains secteurs dans le total des services commerciaux exportés, comme dans le cas des services financiers (de 21 % à 18 % du total), des services aux entreprises (de 13 % à 9 %), et des services de recherche et développement (de 9 % à 6 % du total).

Graphique 1.9 et 1.10. Répartition des services commerciaux selon les sous-secteurs, entre 1996 et 2003 (%)

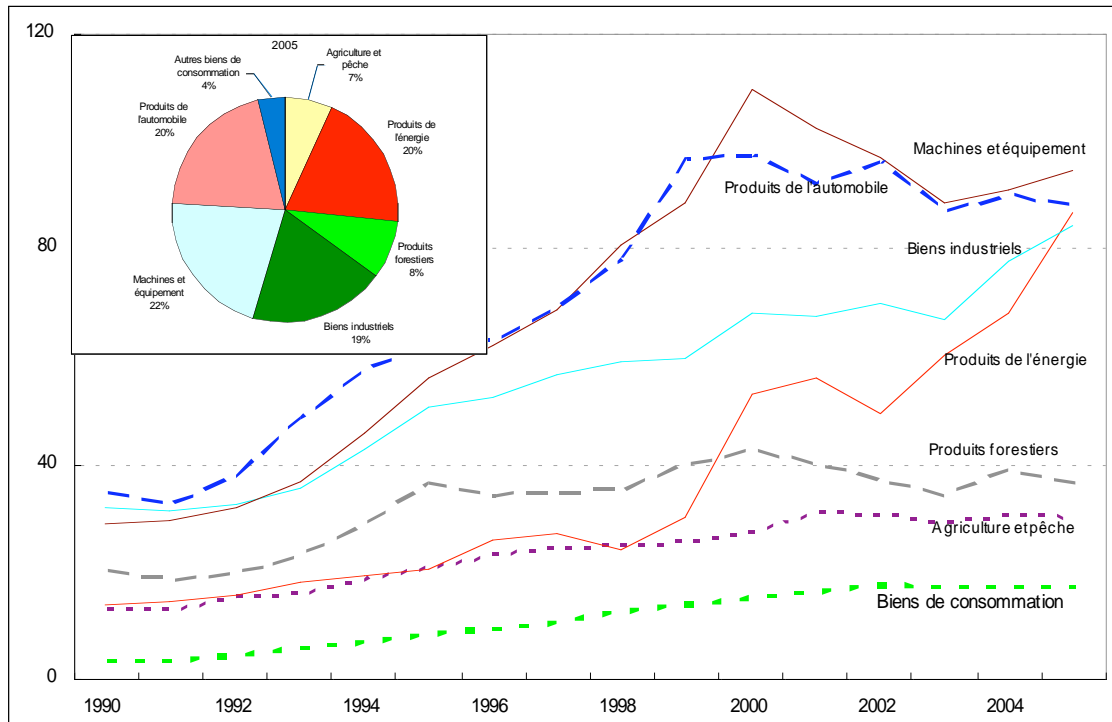


Source : Statistique Canada, Base de données CANSIM II, *Tableau 376-0001 : Balance des paiements internationaux, compte courant, données annuelles*, consulté entre les mois de septembre 2006 et mars 2007; et Statistique Canada, *Commerce de services de la culture - Tableaux de données*, n° 87-213-XWF au catalogue, Édition du 26 mars 2006.

3. Les exportations de biens culturels au sein des biens de consommation : une contribution modérée et constante.

Les exportations de biens culturels font, quant à eux, partie du secteur des « autres biens de consommation », à savoir ceux dont la contribution aux exportations totales de biens est déjà la plus basse (17,3 milliards de dollars, soit 4 % des exportations totales de biens, cf. graphiques 1.11 et 1.12). Il faut rappeler à ce propos, qu'en 2005, les exportations de machines et équipements (94,6 milliards\$) et de produits liés à l'automobile (88,1 milliards\$) dominaient les exportations canadiennes de biens, devant les produits du secteur de l'énergie (86,9 milliards\$), les biens industriels (84,6 milliards\$), les produits forestiers (36,6 milliards\$) et, enfin, les produits de l'agriculture et de la pêche (30,2 milliards\$).

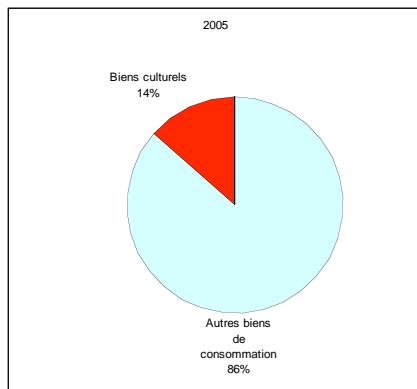
Graphique 1.11 et 1.12. Répartition des exportations de biens du Canada selon les secteurs (milliards de dollars) et en pourcentage du total (%).



Source : Statistique Canada, Base de données CANSIM II, *Tableau 376-0001 : Balance des paiements internationaux, compte courant, données annuelles*, consulté entre les mois de septembre 2006 et mars 2007.

La part des biens culturels dans ces « autres biens de consommation » reste quant à elle assez stable durant toute la période. En 2005, les exportations de biens culturels représentent 14 % de ces exportations, soit un pourcentage qui demeure inchangé au cours de la période étudiée.

Graphique 1.13. Part des exportations de biens culturels dans les exportations des « autres » biens de consommation (%)

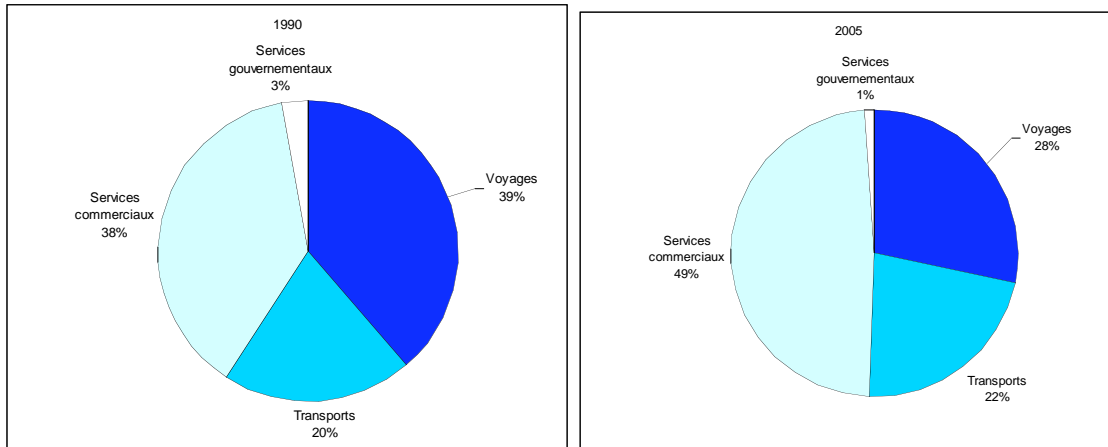


Source : Statistique Canada, Base de données CANSIM II, *Tableau 376-0001 : Balance des paiements internationaux, compte courant, données annuelles*, consulté entre les mois de septembre 2006 et mars 2007 et Statistique Canada, *Commerce de biens de la culture : tableaux de données*, n° 87-007-XIF au catalogue, édition du 12 juin 2006.

4. Les importations de services culturels : une part croissante de l'importation de services commerciaux.

Parmi les services importés, les services commerciaux sont non seulement les services dont la part est la plus importante, en 2005, comptant pour 49 % du total des importations de services mais, de plus, c'est le type de services dont la croissance est la plus forte, puisqu'il passe de 38 à 49 % de tous les services importés. Cette augmentation se fait au détriment de l'importation de services dans le domaine du voyage, qui tombe de 39 à 28% du total de services importés.

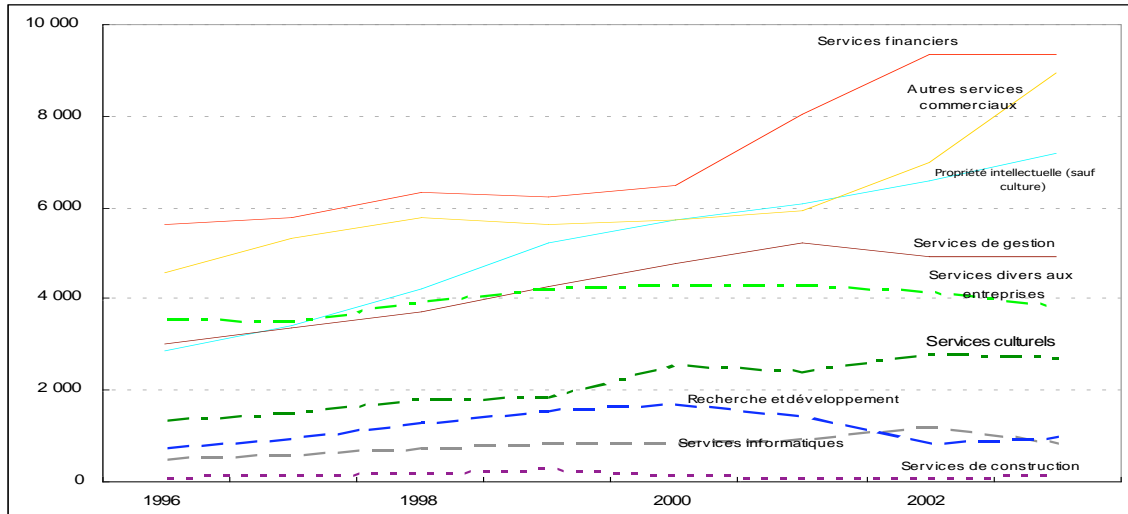
Graphique 1.14. Répartition des importations de services selon les secteurs entre 1990 et 2005 (%)



Source : Statistique Canada, Base de données CANSIM II, *Tableau 376-0001 : Balance des paiements internationaux, compte courant, données annuelles*, consulté entre les mois de septembre 2006 et mars 2007.

Parmi tous les services commerciaux importés, nous voyons (graphique 1.15) que ce sont les services financiers et les dépenses liées à la propriété intellectuelle qui sont en première et deuxième places, avec des dépenses d'importations de 9,3 et 7,2 milliards de dollars respectivement, en 2003. Pour la même année, les services culturels ne figurent qu'en cinquième place, avec 2,7 milliards de dollars, derrière les services de gestion (4,9 milliards\$), et les services divers aux entreprises (3,8 milliards\$), mais devant les exportations de services en recherche et développement (985 millions\$), les services informatiques (866 millions\$) et les services de construction (115 millions\$).

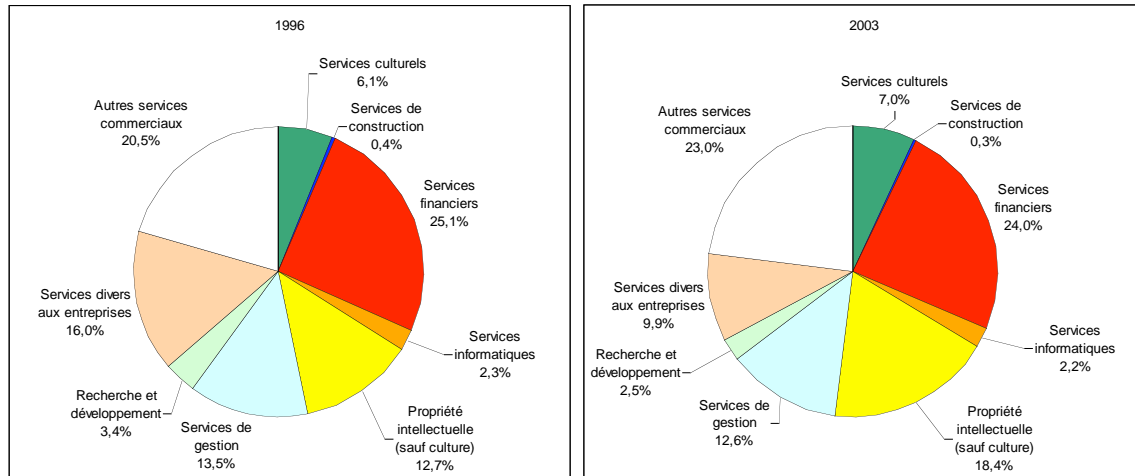
Graphique 1.15. Importations de services commerciaux selon les sous-secteurs (millions de dollars)



Source : Statistique Canada, Base de données CANSIM II, *Tableau 376-0001 : Balance des paiements internationaux, compte courant, données annuelles*, consulté entre les mois de septembre 2006 et mars 2007; et Statistique Canada, *Commerce de services de la culture - Tableaux de données*, n° 87-213-XWF au catalogue, Édition du 26 mars 2006.

Par ailleurs, la part du secteur des services culturels dans le total des importations de services commerciaux (graphiques 1.16 et 1.17) tend augmenter entre 1996 et 2003, passant de 6,1 % à 7 % des exportations totales. Cette constance peut être comparée à la forte augmentation de la part des dépenses engagées dans la propriété intellectuelle qui croît de 12,7 % à 18,4 %. Mais il faut aussi observer le tassement relatif du poids de certains secteurs dans le total des importations de services commerciaux exportés, comme dans le cas des services financiers (de 25,1 % à 24 % du total), de services informatiques (de 2,3 % à 2,2 % du total), des services de gestion (de 13,5 % à 12,6 %), des services aux entreprises (de 16 % à 9,9 %) et des services de recherche et développement (de 3,4 % à 2,9 % du total).

Graphique 1.16 et 1.17. Répartition des services commerciaux selon les sous-secteurs en 1996 et 2003 (%)

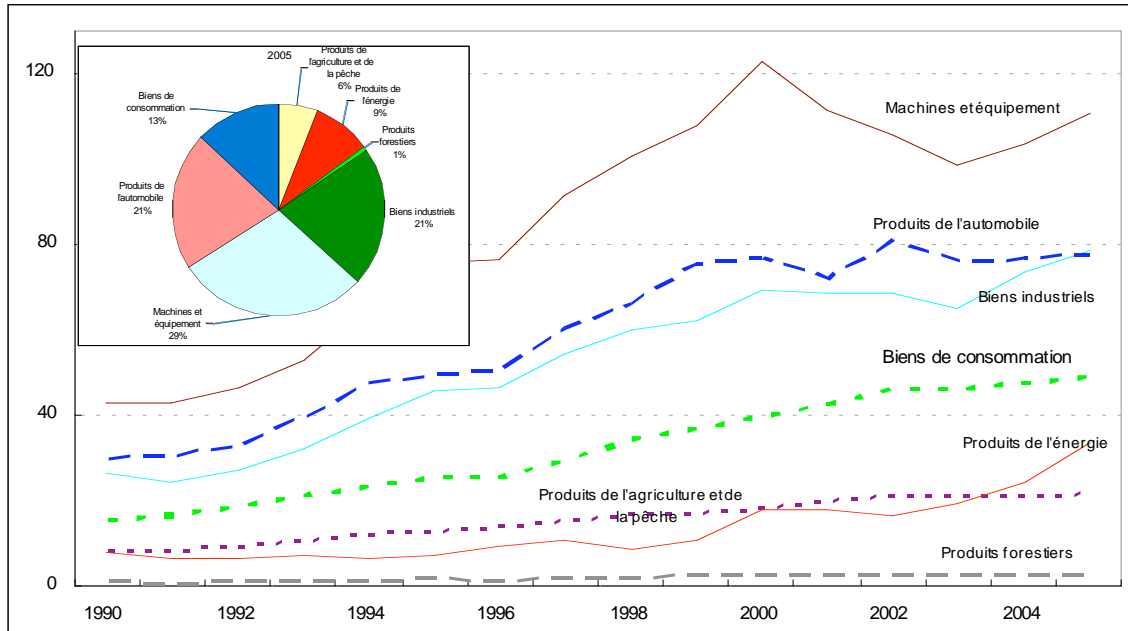


Source : Statistique Canada, Base de données CANSIM II, *Tableau 376-0001 : Balance des paiements internationaux, compte courant, données annuelles*, consulté entre les mois de septembre 2006 et mars 2007; et Statistique Canada, *Commerce de services de la culture - Tableaux de données*, n° 87-213-XWF au catalogue, Édition du 26 mars 2006.

5. Les importations de biens culturels : une part déclinante de l'importation de biens de consommation.

Les importations de biens culturels font, quant à eux, partie du secteur des « autres biens de consommation » dont la contribution aux importations totales de biens se situe en quatrième position (49,4 milliards de dollars, soit 13 % des importations totales de bien en 2005, cf. graphiques 1.11 et 1.12). Il faut rappeler à ce niveau qu'en 2005, les importations de machines et équipement (110,8 milliards\$) dominent les exportations canadiennes de biens, devant les biens industriels (84,6 milliards\$), les produits liés à l'automobile (88,1 milliards\$) les produits du secteur de l'énergie (86,9 milliards\$), les produits de l'agriculture et de la pêche (30,2 milliards\$), et enfin les produits forestiers (36,6 milliards\$).

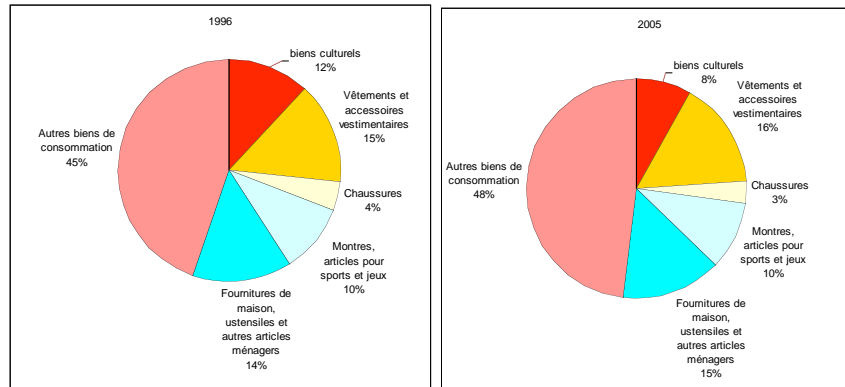
Graphique 1.18 et 1.19. Répartition des importations de biens selon les secteurs (milliards de dollars et %).



Source : Statistique Canada, Base de données CANSIM II, *Tableau 376-0001 : Balance des paiements internationaux, compte courant, données annuelles*, consulté entre les mois de septembre 2006 et mars 2007.

Des données plus précises sont disponibles pour les importations de biens de consommation, par rapport aux données sur les exportations. Ce que nous pouvons observer, c'est le tassement de la part des biens cultures dans le total de la catégorie « autre biens de consommation », qui passe de 12 à 8 % du total. Pour leur part, les autres secteurs de cette sous-catégorie connaissent une relative stabilité.

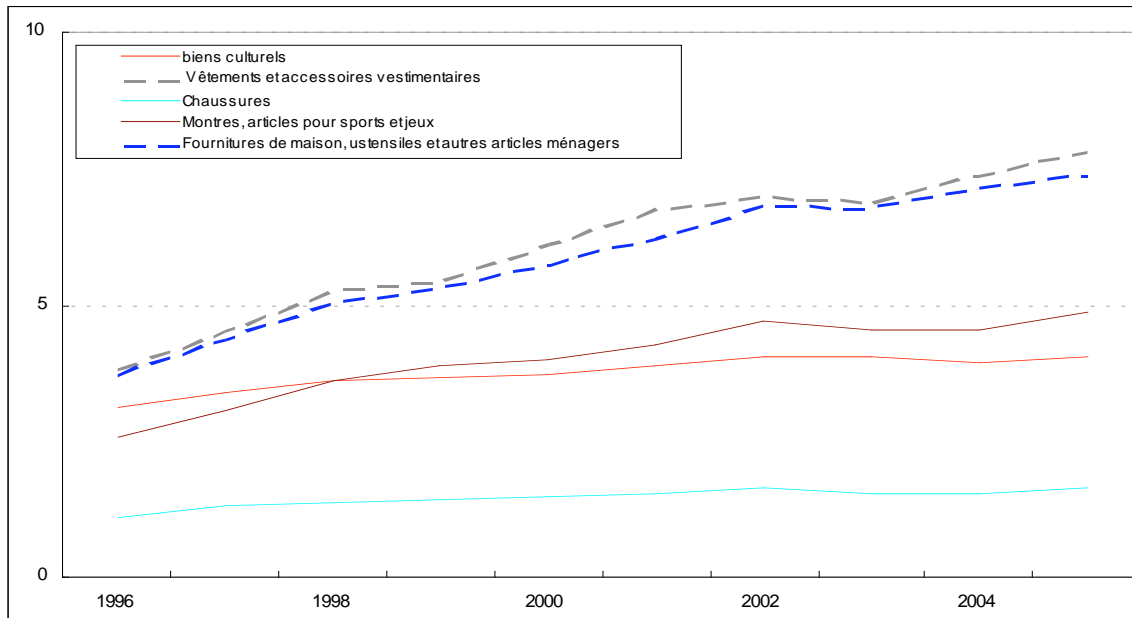
Graphiques 1.20 et 1.21. Évolution de la répartition des importations des « autres biens de consommation » entre 1996 et 2005 (%)



Source : Statistique Canada, Base de données CANSIM II, *Tableau 376-0001 : Balance des paiements internationaux, compte courant, données annuelles*, consulté entre les mois de septembre 2006 et mars 2007; et Statistique Canada, *Commerce de biens de la culture : tableaux de données*, n° 87-007-XIF au catalogue, édition du 12 juin 2006.

Ce tassement de la part des industries culturelles est dû à une augmentation moindre des importations des biens de ce sous-secteur durant la période 1996-2005. Alors que les importations des sous-secteurs « vêtement et accessoires vestimentaires », « fourniture de maison et autres articles ménagers » et « montres, articles de sports et jeux » ont connu une croissance annuelle moyenne respective de 8,3 %, 7,9 % et 7,4 %, le secteur des biens culturels a vu ses importations augmenter de 2,9 % par an en moyenne au Canada.

Graphique 1.22. Évolution des importations des « autres biens de consommation » entre 1996 et 2005 (milliards de dollars)



Source : Statistique Canada, Base de données CANSIM II, *Tableau 376-0001 : Balance des paiements internationaux, compte courant, données annuelles*, consulté entre les mois de septembre 2006 et mars 2007; et Statistique Canada, *Commerce de biens de la culture : tableaux de données*, n° 87-007-XIF au catalogue, édition du 12 juin 2006.

Pour conclure cette première partie, nous devons souligner à nouveau la faiblesse de l'apport du secteur culturel au commerce international de biens et services du Canada. Cependant, à cause du rayonnement dont bénéficient ces échanges à l'échelle internationale, et tout en tenant compte de leur réelle, bien que modeste, progression, il pourra s'avérer intéressant d'y regarder de plus près, afin d'identifier les biens et services qui sont les plus en demande et de repérer les secteurs de pointe dans les échanges liés à la culture. Afin de cerner ces dimensions, nous étudierons successivement, en deuxième partie, le commerce international des biens culturels du Canada, en troisième partie, le commerce des biens culturels du Québec et, enfin, en quatrième partie, les services culturels du Canada.

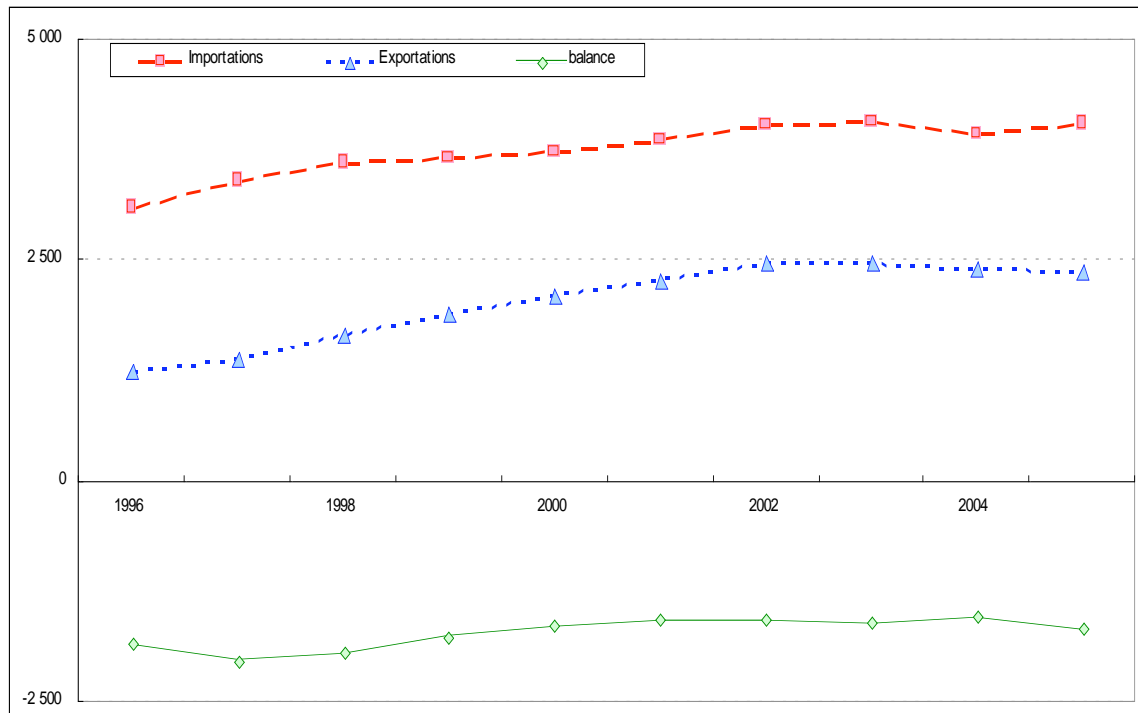
Partie 2. Le commerce international des biens culturels du Canada

1. Un commerce international de biens culturels déficitaire

Au départ, nous voulons rappeler que le commerce international de biens culturels est constitué par le transfert de propriété entre des agents économiques situés dans deux pays différents. À cet égard, il est important de rappeler que les statistiques relatives au commerce international de biens culturels ne permettent pas toujours de bien rendre compte de la nationalité des produits échangés. Afin de bien cerner le type de bien auquel nous avons affaire, nous allons fournir des définitions précises dans chacune des sections ci-après.

Les exportations, tout comme les importations de biens culturels ont connu une croissance soutenue, entre 1996 et 2005 (graphique 2.1). Les importations de ce secteur sont passées de 3,1 milliards à 4 milliards de dollars, soit une croissance totale de 29% sur la période, ou de 2,9 % en moyenne par année, tandis que les exportations de biens culturels sont passées de 1,3 milliard de dollars à 2,4 milliards de dollars entre 1996 et 2005, ce qui correspond à une croissance de l'ordre de 84 %, ou de 7 % par année. Nous assistons ainsi à une légère réduction du déficit commercial de 1,84 à 1,66 milliard de dollars durant la période, soit une diminution de 10,8 %. Cette tendance générale à l'expansion des échanges de biens culturels peut être directement reliée à l'intégration en profondeur de l'économie nord-américaine, ainsi qu'à la dynamique d'extension des échanges liée à la globalisation des marchés. À l'aide de quelques graphiques, nous allons mettre en lumière le contenu de cette croissance, c'est-à-dire les principaux produits échangés et les principaux secteurs affectés, de même que les principaux pays avec lesquels le Canada échange des biens culturels.

Graphique 2.1. Le commerce des biens culturels du Canada (millions de dollars)



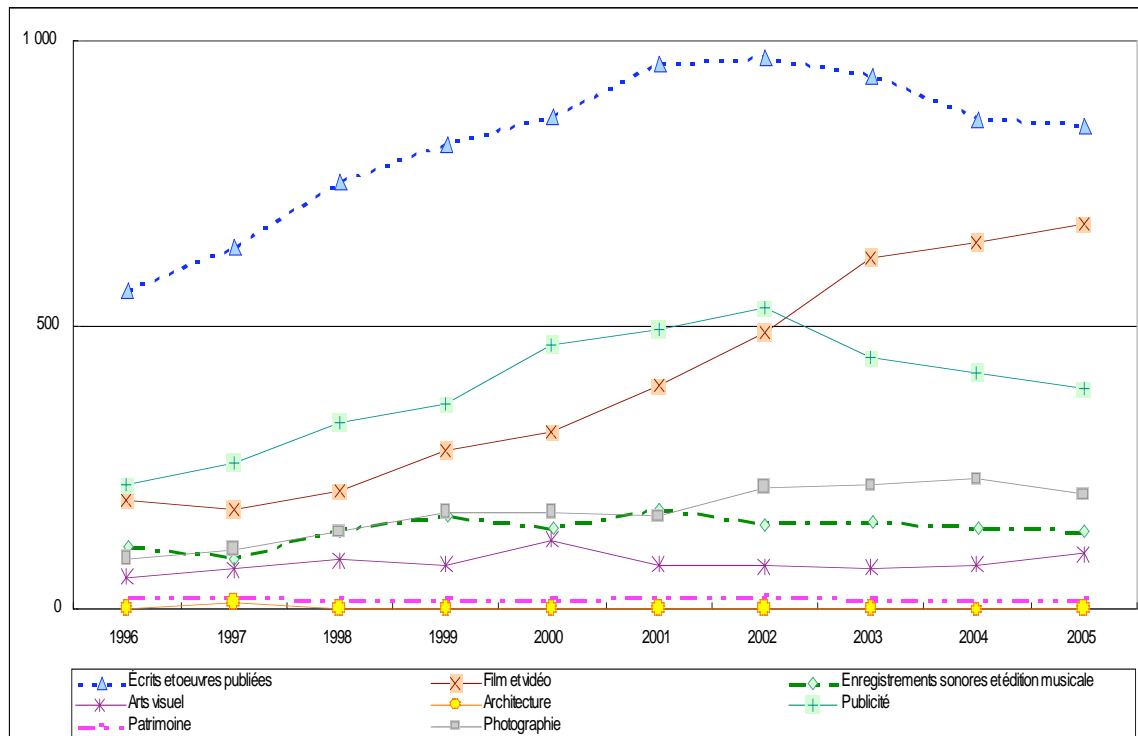
Source : Statistique Canada, *Commerce de biens de la culture : tableaux de données*, n° 87-007-XIF au catalogue, édition du 12 juin 2006.

Le dynamisme des exportations de biens culturels durant la période étudiée est lié à la forte croissance des exportations d'écrits et œuvres publiées, ainsi que de films et vidéos, comme nous le montre le graphique 2.2. Pour ce qui est des écrits et œuvres publiées, nous pouvons constater une forte croissance des exportations qui passent de 562 à 940 millions de dollars entre 1996 et 2003, ce à quoi succède une phase de légère décroissance, entre 2003 et 2005, de 940 à 852 millions de dollars. La phase de légère diminution des exportations de biens culturels en fin de période peut être reliée à l'appréciation du dollar canadien face à la devise américaine.¹¹ Cela incite notre principal débouché à acheter des marchandises provenant d'ailleurs et cela accélère la concurrence des pays dont

¹¹ D'après Statistique Canada, *Le commerce des biens de la culture. 2005*, Le quotidien, 12 juin 2006, disponible en ligne à l'adresse : <http://www.statcan.ca/Daily/Francais/060612/q060612b.htm>, page consulté en avril 2007

la monnaie est sous-évaluée et où les salaires sont plus bas, comme la Chine. La force du secteur de l'imprimerie au Canada, et au Québec en particulier (cf. partie 3), explique que le secteur des exportations de biens culturels publiés soit important pour le pays et pour la province. Nous reviendrons sur l'évolutions du commerce dans ce secteur à la fin de cette partie (dans la sous-partie 5). Dans le même temps, les exportations de films et vidéos ont connu une croissance ininterrompue. Celles-ci sont passées de 189 millions de dollars en 1996 à 675 millions de dollars en 2005. L'implantation d'usine de production de DVD et de bobines de film au Canada permet de comprendre la vivacité des exportations dans ce secteur. Nous verrons aussi que le secteur des publications, comme celui des films et vidéos est fortement tourné vers le marché des EUA, ce qui tend à confirmer que la dynamique de la continentalisation est à l'oeuvre ici aussi. Comme l'illustre le graphique ci-dessous, les autres types d'exportations de biens culturels ont connu une évolution assez modérée. Ces secteurs sont présentés en annexe à la partie 2, en fin de dossier.

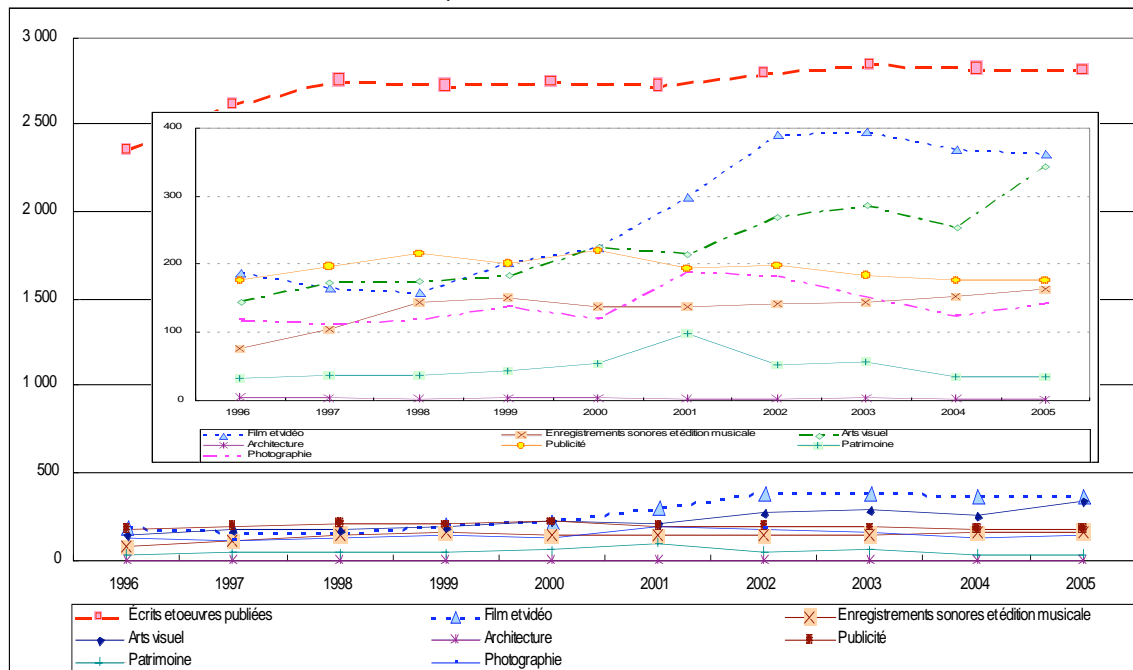
Graphique 2.2. Exportations de biens culturels selon les secteurs (millions de dollars)



Source : Statistique Canada, *Commerce de biens de la culture : tableaux de données*, n° 87-007-XIF au catalogue, édition du 12 juin 2006.

Pour ce qui est des importations canadiennes de biens culturels, nous pouvons constater que le secteur des écrits et œuvres publiées constitue l'écrasante majorité des biens importés (graphique 2.3). La quantité d'écrits et œuvres publiés importé par le Canada est passée de 2,4 milliards à 2,8 milliards de dollars, entre 1996 et 2005. Nous verrons que si les écrits en provenance des EUA sont fort importants pour le Canada, d'autres pays comme la France, le Royaume-Uni ou encore la Chine, sont parvenus à accroître leurs exportations dans ce domaine. En plus du processus d'intégration nord-américain, la globalisation, ainsi que les liens historiques et culturels entre le Canada et d'autres pays (en particulier le R.-U. et la France) expliquent ces tendances. Donc, même si ce secteur est aussi le premier poste d'exportation, nous pouvons dès maintenant souligner que ce secteur est très fortement déficitaire (-1,962 milliard de dollars), comme le verrons plus en détail dans la section consacrée a ce type de produits. Par ailleurs, les deux autres secteurs dont les importations ont le plus progressé sont celui des films et vidéos, qui passent de 168 millions à 363 millions de dollars, et celui des arts visuels, de 145 à 344 millions de dollars. Si, comme nous le verrons ensuite, le commerce des films et vidéos se trouve en situation d'excédent (311 millions de dollars en 2005), celui des œuvres d'art visuel se trouve en situation de déficit commercial (-247 millions de dollars). Dans le premier cas, la tendance est sans doute imputable à la nature de l'intégration à l'échelle continentale, tandis que dans le second cas, nous pouvons relier le phénomène à l'internationalisation du marché des films et vidéos, ainsi que des œuvres d'art.

Graphique 2.3 et 2.4. Importations de biens culturels selon les secteurs (millions de dollars) ; avec et sans le secteur des écrits et œuvres publiées



Source : Statistique Canada, *Commerce de biens de la culture : tableaux de données*, n° 87-007-XIF au catalogue, édition du 12 juin 2006.

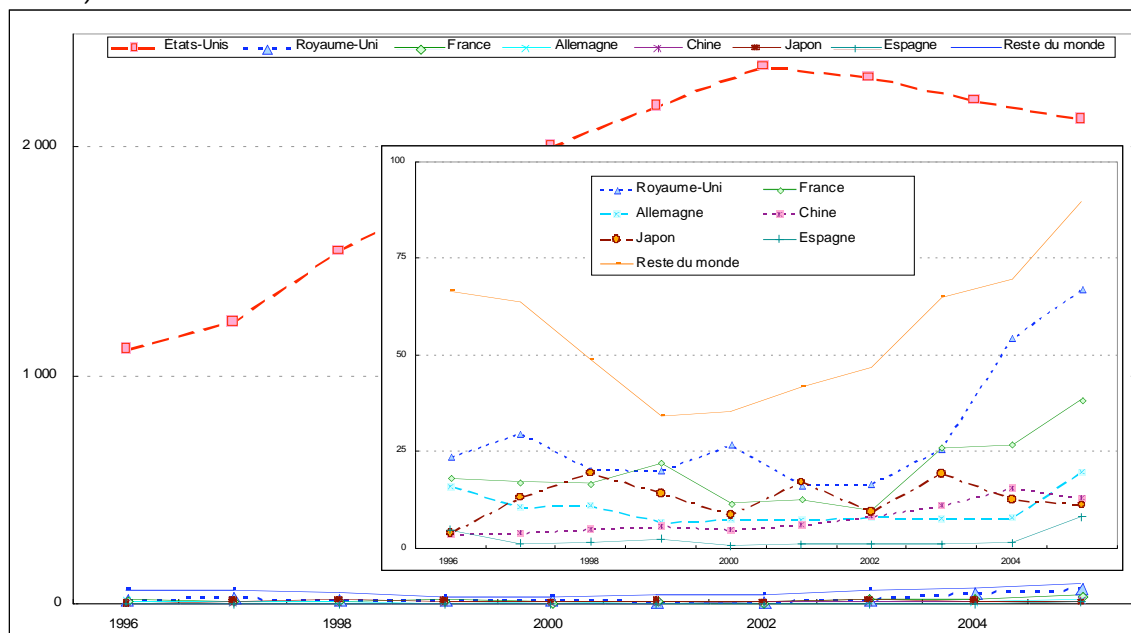
2. Un commerce international de biens culturels polarisé sur les États-Unis

Non seulement, les EUA sont le principal débouché, mais ils sont aussi la principale source d'échanges internationaux de biens culturels. Les exportations en direction des EUA ont connu une croissance très soutenue, entre 1996 et 2002, passant de 1,1 milliard à 2,4 milliards de dollars, pour connaître une décroissance entre 2002 et 2005 (graphique 2.5), alors que les exportations sur ce marché sont ramenées à 2,1 milliards de dollars (graphique 2.7). Le ralentissement économique aux EUA, de 2001-2002, puis la surévaluation du dollar canadien ont sans doute causé cette détérioration. Sur la période 1996-2005, la croissance globale a été de 90%, soit une croissance annuelle moyenne de 7,4 %. Parmi les principaux secteurs d'exportations en expansion en direction des EUA, nous pouvons noter la croissance du secteur des écrits et œuvres imprimées, de même que celui des films et vidéos, ou encore celui de la

photographie¹². Avec un niveau d'exportation beaucoup plus modeste, les deux autres destinations des produits culturels canadiens sont le Royaume-Uni (R-U) et la France. En ce qui concerne le R-U nous pouvons départager deux phases. Alors que les exportations ont grandement diminué, passant de 23 à 16 millions de dollars, entre 1996 et 2001, en revanche les Britanniques ont fortement accru leur consommation de produits culturels canadiens par la suite, puisque les exportations atteignent 67 millions en 2005.

Si nous établissons un bilan d'ensemble, les exportations de biens culturels en direction du R-U ont été multipliées par 2,9 entre 1996 et 2005, soit un taux de croissance annuel moyen de 12,6 %¹³.

Graphique 2.5 et 2.6. Exportations de biens culturels selon le pays de destination (millions de dollars)



Source : Statistique Canada, *Commerce de biens de la culture : tableaux de données*, n° 87-007-XIF au catalogue, édition du 12 juin 2006.

¹² Alors que les exportations des écrits et œuvres publiées en direction des EUA sont passées de 501 à 775 millions de dollars entre 1996 et 2005 (croissance globale de 55 %), celle de films et vidéos est passée de 175 à 591 millions de dollars (multiplication par 3,4), tandis que celles de photographies sont passées de 82 à 183 millions de dollars durant la même période (multiplication par 2,2). Afin de déterminer l'origine de ces augmentations, nous vous renvoyons aux analyses détaillées fournies plus loin.

¹³ Alors que les exportations de livres passent de 6,1 à 9 millions entre 1996 et 2005, celles de journaux passent de 0,9 à 4,9 millions de dollars, tandis que celles de la catégorie « autre documents imprimés » (brochures, calendriers, cartes postales, ouvrages cartographiques, etc.) passent de 5,5 à 10,9 millions de dollars durant la même période. Nous devons aussi noter la progression fulgurante de l'exportation de vidéos (de 1,7 à 19,7 millions de dollars), celles des exportations d'œuvres d'art originales (de 2 à 10,2 millions de dollars), et celles de photographies (de 0,6 à 5,7 millions de dollars).

Pour ce qui est de la France, les exportations ont chuté, entre 1996 et 2002, passant de 18 à 9 millions de dollars, pour augmenter significativement entre 2002 et 2005, alors qu'elles s'élèveront à 38 millions de dollars. Les exportations de biens culturels en direction de la France ont été multipliés par 2,1 soit une croissance moyenne de 8,7 %. Cette forte augmentation est essentiellement imputable à l'augmentation des exportations de documents imprimés en direction de la France, de même qu'à celle de vidéos, d'œuvres d'art originales, de publicité et de photographies¹⁴.

Pour les pays européens, la phase de repli des exportations canadiennes de biens culturels, entre 1996 et 2000, est liée à deux facteurs. *Premièrement*, il y a eu durant cette période un fort différentiel de croissance entre l'UE et l'Amérique du Nord, ce qui a entraîné un tassement relatif du pouvoir d'achat dans le premier cas. *Deuxièmement*, l'intégration européenne a favorisé l'accroissement des échanges intérieurs au détriment des échanges avec l'extérieur¹⁵. Cela dit, si ces explications sont utiles, elles sont insuffisantes. Le commerce de biens culturels a connu une croissance vertigineuse durant les années 2001 à 2005, bien que le différentiel de croissance et le processus d'intégration européenne aient perduré. Parmi les facteurs structurels expliquant la relation entre l'UE et le Canada, nous pouvons évoquer le lien historique et culturel entre les deux, ainsi que les liens linguistiques. Par ailleurs, l'expansion de certains secteurs culturels canadiens et la création de nouvelles industries (fabrication de DVD) viennent contribuer à l'accroissement de l'exportation vers cette destination.

Du côté des importations, les EUA demeurent, là encore, les principaux pourvoyeurs (graphique 2.7). À l'instar des exportations, les flux d'importations

¹⁴ Les exportations de la catégorie « autre documents imprimés » (brochures, calendriers, cartes postales, ouvrages cartographiques, etc.) passent de 0,03 à 2 millions de dollars entre 1996 et 2005, pendant que celles de vidéos passent de 1 à 5,7 millions de dollars. Par ailleurs, le Canada a exporté pour 9,4 millions de dollars d'œuvres d'art originales en 2005, contre seulement 0,5 millions de dollars en 1996. Enfin, les exportations de publicité (papier) en direction de la France sont passées de 0,6 à 1,5 million, pendant que celles de photographie sont passées de 0,3 à 1,8 millions de dollars.

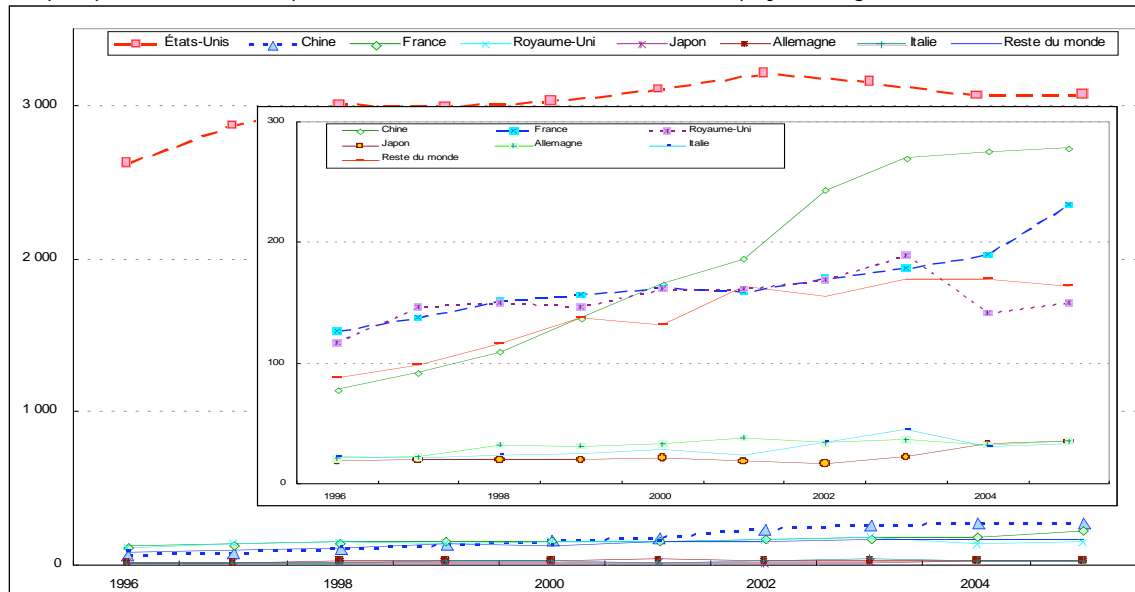
¹⁵ Explications fournies par : M. Durand (2001), « Commerce international des produits culturels : Examen semestriel, 2001 », *La culture en perspective*, vol. 13, n° 2, p. 8.

de biens culturels des EUA peuvent être découpés en deux périodes. Entre 1996 et 2002, les importations croissent modérément, de 2,6 milliards de dollars à 3,2 milliards de dollars. Par la suite, les importations chutent quelque peu à 3,1 milliards de dollars en 2005. Entre 1996 et 2005, les importations canadiennes de biens culturels en provenance des EUA ont augmenté de 16,9 % au total, soit une croissance annuelle moyenne de 1,7 %. Si le taux de croissance reste modeste, il faut constater le haut niveau des importations en provenance des EUA. En 2005, c'est plus de 75 % des importations canadiennes de ce secteur qui proviennent des EUA. Les secteurs des écrits et œuvres imprimées tout comme celui des films et vidéos sont les deux principaux secteurs d'importations en provenance de ce pays. L'importance de ces importations peut s'expliquer par l'intégration des réseaux de production de produits culturels, l'achat massif de produits culturels américains et ce, particulièrement dans le Canada anglophone. Pour ce qui est des importations de produits culturels provenant des autres pays, la Chine, la France et le R-U sont les trois principaux fournisseurs. Les importations en provenance de la Chine ont été multipliées par 3,6 entre 1996 et 2005, passant de 78 à 277 millions de dollars, soit une croissance annuelle moyenne de 15,1 %, ce qui a eu pour résultat de propulser la Chine au deuxième rang devant les partenaires européens. Nous pouvons soulever deux explications possibles à l'ascension de la Chine dans les importations culturelles. *Premièrement*, de nombreux biens du secteur « écrits et œuvres publiées » d'origine canadienne ou américaine sont produits en Chine pour bénéficier des bas coûts de production, pour être ensuite importés au Canada, lieu de consommation du produit. *Deuxièmement*, les immigrants issus de la Chine accroissent leurs importations de produits culturels, surtout d'écrits et d'œuvres publiées¹⁶. Enfin, le Yuan s'est déprécié vis-à-vis du dollar canadien, ce qui rend

¹⁶ « [...] la population chinoise croissante au Canada a probablement fait augmenter la demande de biens culturels en provenance de l'étranger. Étant le groupe minoritaire le plus important, la population chinoise du Canada est passée de 850 160 en 1996 à plus de 1 million de résidents en 2001 [...] » D'après par Vik Singh et Miles Rowat (2006), « L'ascension du dragon : L'importance croissante de la Chine pour le commerce de biens de la culture du Canada », *La culture en perspective*, vol. 15, n° 3, automne, pp. 3-4. Les importations de livres en provenance de Chine sont passées de 28,4 à 118 millions de dollars entre 1996 et 2005, tandis que celles de la catégorie « autres documents imprimés » (brochures, calendriers, cartes postales, ouvrages cartographiques, etc.) passent de 6,4 à 43,4 millions de dollars durant la même période. Enfin, les

les conditions de production en Chine plus profitables. Par ailleurs, les importations en provenance de la France ont, elles aussi, connu un accroissement soutenu, de 127 millions à 227 millions de dollars, soit un taux de croissance de 80 % sur la période ou 6,9 % annuellement. Cette croissance a été tirée par deux secteurs : les importations d'œuvres d'art originales et celles de photographies¹⁷. Quant aux importations en provenance du R-U, elles ont connu une légère augmentation, entre 1996 et 2003, passant de 117 à 189 millions de dollars, mais elles ont chuté par la suite à 150 millions de dollars, ce qui correspond à une croissance de 28 % sur la période ou 2,8 % par an¹⁸.

Graphique 2.7 et 2.8. Importations de biens culturels selon les pays d'origine (millions de dollars)



Source : Statistique Canada, *Commerce de biens de la culture : tableaux de données*, n° 87-007-XIF au catalogue, édition du 12 juin 2006.

importations de la catégorie « autres objets d'art visuel » (imitations d'œuvre d'art, objets décoratifs) sont passées de 33 à 85,3 millions de dollars entre 1996 et 2005.

¹⁷ Les importations d'œuvres d'art originales de France sont passées de 6,5 à 85 millions de dollars entre 1996 et 2005. Par ailleurs, les importations de photographies sont passées de 1 à 9 millions durant la même période.

¹⁸ Les importations en provenance de ce pays ont augmenté surtout dans le domaine des journaux et périodiques (de 19 à 42 millions de dollars entre 1996 et 2005); et celui des œuvres d'art originales (de 4,5 à 19 millions de dollars durant la même période).

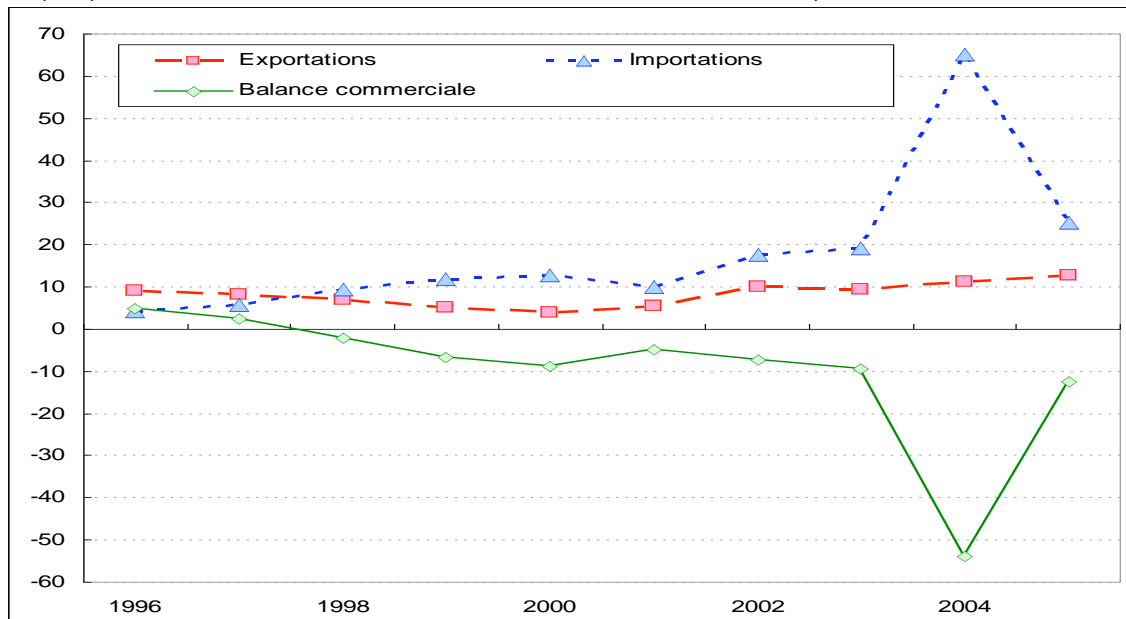
3. L'Amérique latine : un partenaire culturel marginal

Malgré le faible niveau des flux, nous pouvons observer une tendance à l'expansion du commerce de biens culturels avec l'Amérique latine. Après une phase de décroissance importante, entre 1996 et 2000 (de 9,1 à 3,9 millions de dollars), les exportations ont connu une phase d'expansion substantielle jusqu'en 2005 (12,6 millions de dollars pour cette dernière année). Le principal secteur expliquant cette évolution est celui de l'exportation de livres, qui est passée de 4,9 à 1,3 millions de dollars, entre 1996 et 2000, pour ensuite connaître une croissance qui porte le total à 3,7 millions de dollars, en 2005. Deux autres secteurs contribuent à l'augmentation des exportations canadiennes : les imprimés à vocation publicitaire (de 0,5 à 1,9 million de dollars entre 1996 et 2005) et les exportations de DVD (de 0,3 à 3,7 millions de dollars durant la même période). L'augmentation des importations a été plus vigoureuse encore. Elles sont passées de 4,1 à 25,1 millions de dollars entre 1996 et 2005¹⁹. Le Mexique reste le principal pays d'importation comme nous le verrons dans les graphiques suivants. Les principaux produits importés d'Amérique latine sont : les livres (de 0,4 million à 3,6 millions de dollars entre 1996 et 2005), les journaux (de 0,03 à 1 million de dollars durant la même période) et les DVD (de 0,02 million à 13,8 millions de dollars, même période). Parmi les facteurs permettant d'expliquer la faiblesse des exportations canadiennes, nous pouvons soulever, entre autres, la faiblesse des échanges économiques, mais aussi culturels entre le Canada et l'Amérique latine. Les exportations de marchandises en direction de cette région ont beau croître, les pays d'Amérique latine n'en échangent pas moins surtout avec les EUA et l'UE, voire avec la Chine. De plus, les barrières linguistiques et culturelles contribuent à freiner les exportations de biens culturels. Au niveau des importations, même si de nombreux latino-américains (chanteurs, écrivains ou artistes) connaissent un vif succès au Canada, leurs œuvres sont la plupart du

¹⁹ Il est à noter que l'année 2004 a été marquée par un pic des importations. Cela est dû à l'importation massive de DVD en provenance du Mexique (56,1 millions de dollars), qui ne seront pas réitérés l'année suivante (importations de 13,7 millions de dollars pour ce secteur).

temps commercialisées par des réseaux de production et de distribution occidentaux, ce qui ne permet pas à ces œuvres étrangères d'être identifiées à un flux commercial en provenance de cette région. Le Mexique est en même temps le principal fournisseur et le principal destinataire du commerce de biens culturels avec le Canada. La continentalisation de l'économie nord-américaine doit de nouveau être évoquée pour expliquer ce fait²⁰.

Graphique 2.9. Commerce de biens culturels du Canada avec l'Amérique latine



Source : Industrie Canada, *Données sur le commerce en direct : Commerce par produit (SH) - codes SH*, <http://www.strategis.ic.gc.ca>, base de données consultée aux mois de mars et avril 2007.

4. Le commerce international de biens culturels et les provinces : le Québec exportateur net et le reste du Canada importateur net

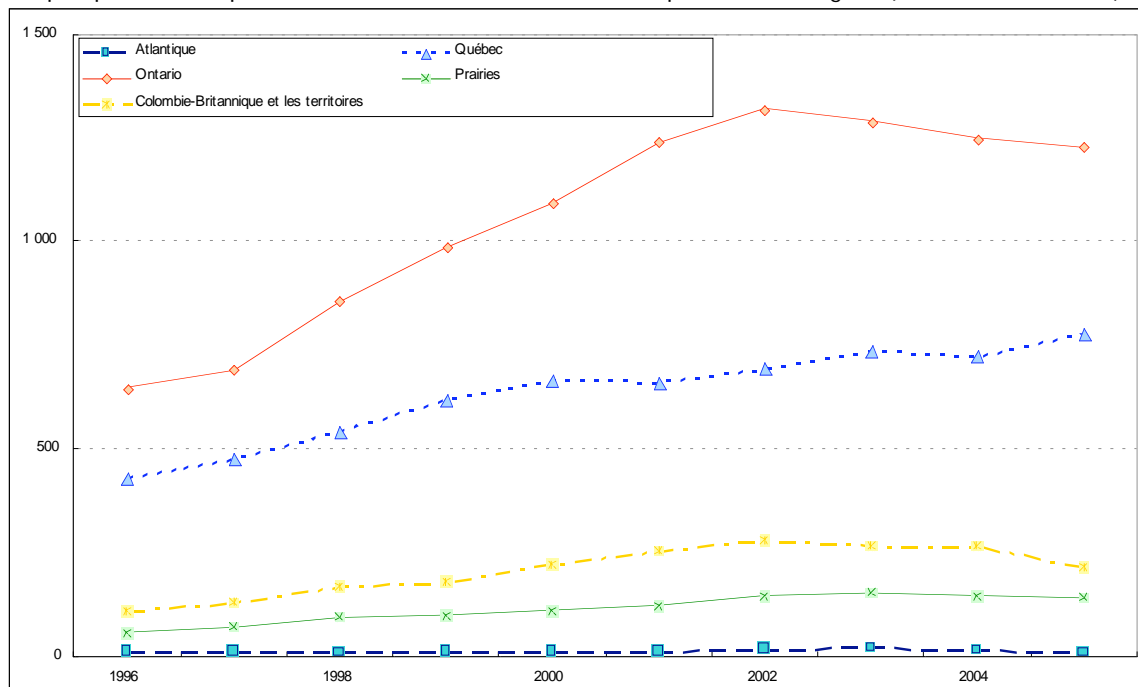
L'Ontario est la première province exportatrice de biens culturels. Ses exportations ont augmenté fortement, entre 1996 et 2002, passant de 645 millions à 1,3 milliard de dollars, pour retomber à 1,2 milliard en 2003. Il s'agit de la province qui a été la plus touchée par l'appréciation du dollar US. Sur l'ensemble de la période, les exportations ontariennes de produits culturels ont

²⁰ Pour plus de détails sur le commerce avec l'Amérique latine, se référer à l'annexe 2.1.

augmenté de 90 %. Le Québec, sur lequel nous reviendrons plus bas, et la Colombie-Britannique sont respectivement les deuxième et troisième provinces exportatrices. Les exportations de cette dernière sont passées de 110 à 282 millions de dollars, entre 1996 et 2002, pour se replier à 214 millions en 2005.

Les Prairies ont, elles aussi, fortement augmenté leurs exportations dans ce secteur, qui sont passées de 56 à 141 millions de dollars durant la période. Enfin, les provinces maritimes sont en queue de peloton, avec des recettes d'exportations de produits culturels qui chutent de 10,6 à 9,6 millions de dollars sur la période étudiée.

Graphique 2.10. Exportations de biens culturels selon la province d'origine (millions de dollars)

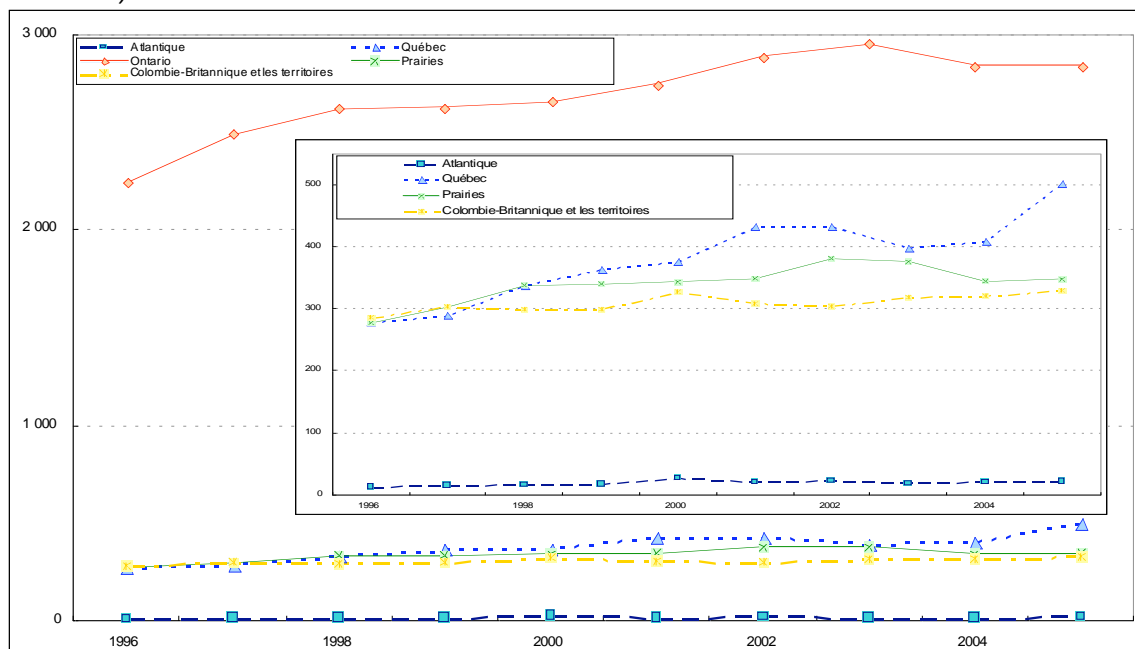


Source : Statistique Canada, *Commerce de biens de la culture : tableaux de données*, n° 87-007-XIF au catalogue, édition du 12 juin 2006.

L'Ontario est également la province qui importe le plus de biens culturels. Entre 1996-2003, les importations ont augmenté de 2,2 à 2,9 milliards pour glisser à 2,8 milliards en 2005. Cela constitue une croissance de 26,5 % sur toute la période, ou 2,6% sur une base annuelle. Les Prairies sont les troisièmes en

importance du côté des importations de biens culturels. Si, entre 1996 et 2002, leurs importations ont augmenté de 227 à 376 millions de dollars, elles reculent à 347 millions, en 2005. Enfin, la Colombie-Britannique a vu ses importations de biens culturels passer de 286 à 329 millions de dollars, entre 1996 et 2005, tandis que les provinces de l'Atlantique ont importé pour 13 millions de dollars de biens culturels, en 1996, et 22 millions de dollars, en 2005.

Graphique 2.11 et 2.12. Importations de biens culturels selon la province de destination (millions de dollars)



Source : Statistique Canada, *Commerce de biens de la culture : tableaux de données*, n° 87-007-XIF au catalogue, édition du 12 juin 2006.

Comme l'illustre le graphique 2.15, contrairement aux autres provinces, la balance commerciale du Québec dans le domaine des biens culturels est excédentaire; elle passe de 153 millions de dollars en 1996, à 277 millions de dollars, en 2005. Les provinces maritimes ont un solde commercial des biens culturels légèrement déficitaires de -2,5 millions en 1996 à -12,5 millions de dollars, en 2005. La Colombie-Britannique, qui avait un déficit commercial de 176 millions de dollars, en 1996, voit ce déficit ramené à - 22 millions, en 2002. Mais, entre 2002 et 2005, la province a connu une détérioration de sa balance

commerciale, puisque le déficit atteint 115 millions de dollars en fin de période. Les Prairies ont connu un déficit commercial constant à ce chapitre, qui passe de 220 à 206 millions de dollars, entre 1996 et 2005. Enfin, le principal contributeur au déficit commercial canadien au niveau des biens culturels est l'Ontario. Celui-ci s'est détérioré, entre 1996 et 1997, pour atteindre un creux, passant de 1,6 milliard à 1,8 milliard de dollars. Certes, ce déficit a été réduit à 1,5 milliard de dollars, en 2001, mais il s'est à nouveau détérioré pour s'établir à 1,6 milliard, en 2005, son niveau de 1996²¹.

Graphique 2.13. Balance commerciale en biens culturels des provinces (ou regroupement de provinces) du Canada (millions de dollars)



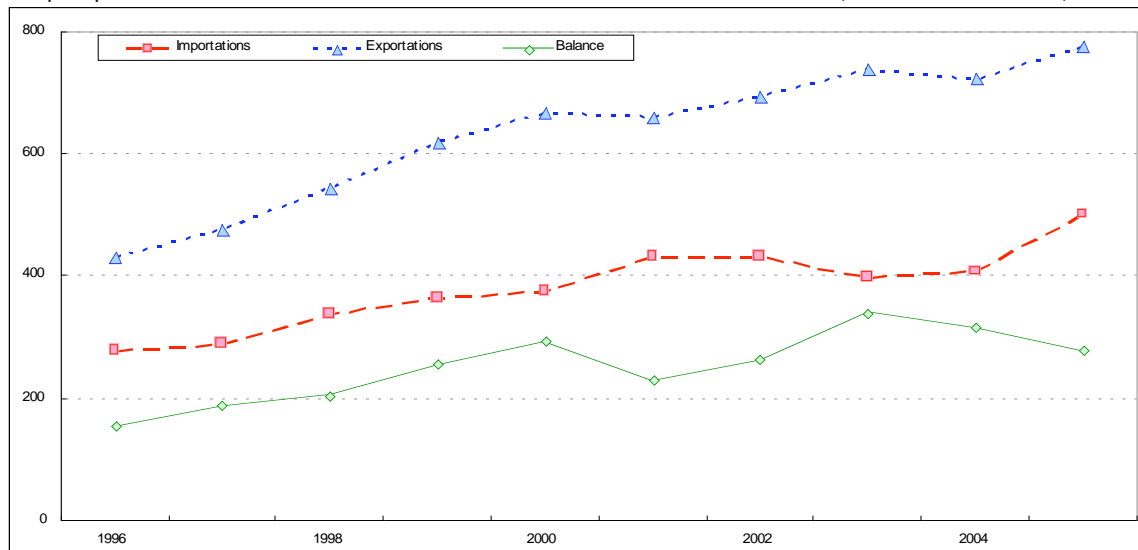
Source : Statistique Canada, *Commerce de biens de la culture : tableaux de données*, n° 87-007-XIF au catalogue, édition du 12 juin 2006.

En revanche, il convient de souligner que, dans le domaine des biens culturels, la position commerciale du Québec est passablement différente puisqu'il s'agit de la seule province à dégager un surplus commercial à l'égard du reste du monde. Comme l'illustre le graphique 2.15, les exportations de biens culturels ont connu une croissance économique vigoureuse durant toute la période étudiée. Celles-ci

²¹ Ceci signifie que le déficit commercial ontarien équivaut au déficit commercial canadien. Autrement dit, l'excédent commercial québécois dans le domaine compense le déficit commercial de toutes les autres provinces (Ontario excepté).

sont passées de 431 millions de dollars, en 1996, à 778 millions de dollars, en 2005, ce qui correspond à une croissance 80% sur la période, ou 6,8 % par année. Les importations ont quant à elles connu un accroissement soutenu puisqu'elles ont augmenté de 278 millions à 501 millions de dollars durant cette période. En chiffres absolus, entre 1996 et 2005, la croissance passe de 153 millions à 277 millions de dollars²². Nous reviendrons sur les raisons de cette évolution dans la partie 3 du présent dossier.

Graphique 2.14. Commerce international de biens culturels du Québec (millions de dollars)



Source : Statistique Canada, *Commerce de biens de la culture : tableaux de données*, n° 87-007-XIF au catalogue, édition du 12 juin 2006.

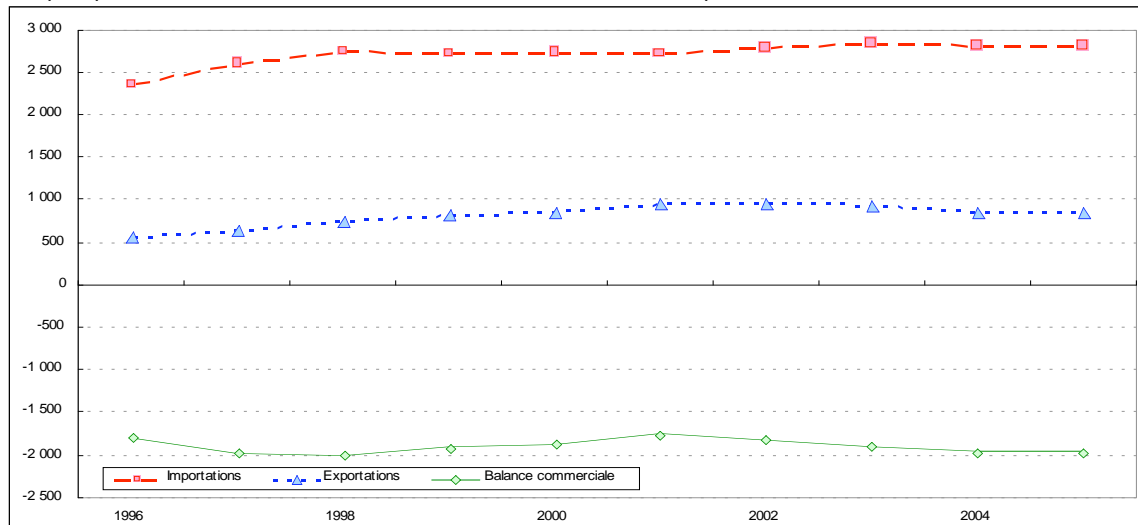
5. Les biens culturels publiés : une belle illustration de l'intégration en profondeur de l'industrie culturelle.

Les écrits et œuvres publiés sont la principale source du déficit commercial canadien dans le domaine des biens culturels. Dans cette catégorie nous retrouvons : les livres, les journaux et périodiques, ainsi que la catégorie « autres

²² L'excédent commercial québécois dans le domaine des biens de la culture peut être divisé en quatre périodes. Entre 1996 et 2000, nous assistons à sa croissance, partant d'un montant de 153 millions pour aboutir à 293 millions de dollars. Nous assistons à une légère dégrue en 2001, où il s'établit à 228 millions de dollars. La croissance de l'excédent reprend par la suite, pour s'établir à 339 millions de dollars en 2003. En revanche, il se détériore jusqu'en 2005 pour décroître à 277 millions de dollars. Sur toute la période, La croissance totale de l'excédent a été de 81 %, soit un taux de croissance annuel moyen de 6,8 %.

documents imprimés » que nous décrirons plus bas. La quantité d'écrits et œuvres publiées importée par le Canada est passée de 2,359 milliards à 2,815 milliards de dollars, entre 1996 et 2005, ce qui correspond à une croissance de 19,3 % sur la période. Pour ce qui est des exportations, elles passent de 562 à 940 millions de dollars, entre 1996 et 2003, puis à 852 millions de dollars, en 2005, soit une croissance de 51 % sur la période. Malgré un léger redressement, entre 1997 et 2001, la tendance générale est au creusement du déficit, entre 1996 et 2005. Celui-ci est passé de 1,800 à 1,962 milliard de dollars durant cette période, soit un accroissement de 9 % en 9 ans.

Graphique 2.15. Commerce international de biens culturels publiés (millions de dollars)



Source : Statistique Canada, *Commerce de biens de la culture : tableaux de données*, n° 87-007-XIF au catalogue, édition du 12 juin 2006.

Le principal partenaire dans ce secteur reste les EUA. Au niveau des exportations, les EUA ont reçu 501 millions de dollars de nos exportations d'écrits, en 1996, contre 775 millions de dollars, en 2005, soit 91 % du total pour cette dernière année. Les autres partenaires importants sont le R.-U et la France. Les Britanniques importaient pour 12,3 millions de dollars d'écrits produits au Canada, contre 24,9 millions de dollars, en 2005, soit 2,6 % du total de l'année. Quant à la France, ses importations d'écrits canadiens sont passées de 11,5 à 18,3 millions de dollars durant la même période (1,9 % du total, en 2005). L'exportation de romans

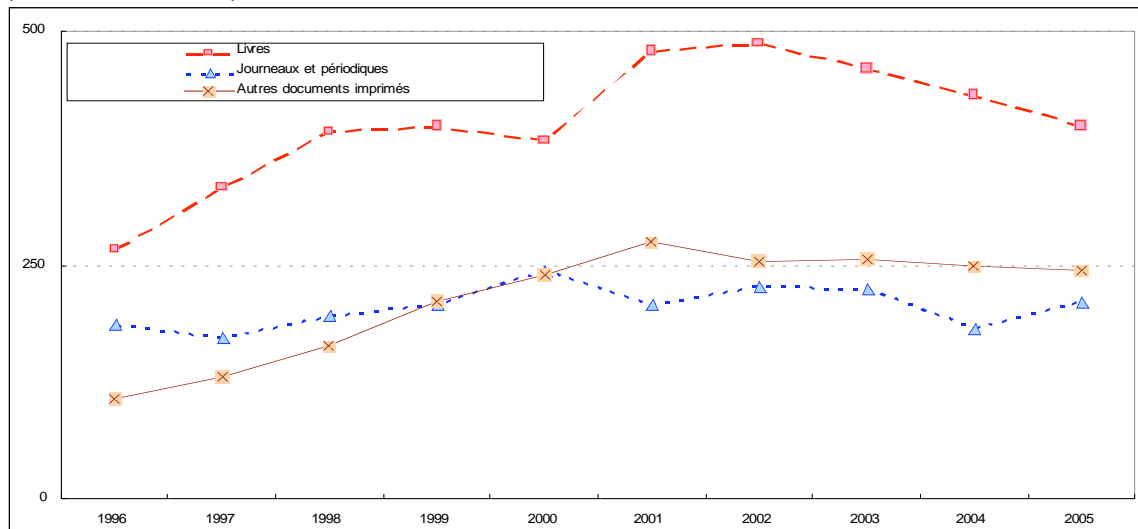
d'auteurs canadiens de langue française vient expliquer la relative importance des exportations canadiennes d'écrits en France.

Parmi les secteurs ayant contribué à l'accroissement des exportations canadiennes d'écrits et œuvres publiées, nous pouvons voir que la catégorie des livres et celle des « autres documents imprimés »²³ sont celles qui ont le plus augmenté. L'exportation de livres a connu une forte augmentation, entre 1996 et 2003, passant de 267 à 487 millions de dollars, pour diminuer à 398 millions de dollars en 2005, ce qui correspond à une croissance de 49 % sur la période. Par contre, les exportations de journaux et périodiques canadiens sont restées plutôt stables, passant de 187 à 211 millions de dollars, soit une augmentation de 12 % entre 1996-2005. Enfin, la vente d'autres documents culturels imprimés est passée de 107 à 243 millions de dollars, soit une multiplication par 2,27 entre 1996 et 2005. Pour chacune de ces catégories, ce sont les EUA qui constituent le principal débouché (88,4 % dans le cas des livres; 97,4 % dans le cas des journaux, et 89,2 % dans le cas des autres ouvrages imprimés, en 2005). La taille du marché, ainsi que l'intégration économique²⁴ permettent d'expliquer le fait que les industries de l'impression et du livre opérant sur le territoire canadien exportent leurs produits surtout en direction des EUA. Il faut préciser une fois de plus que ces exportations ne sont pas nécessairement composées de produits à contenu culturel canadien, puisqu'il s'agit aussi d'écrits et d'œuvres à contenu culturel *états-unien* (conception, production et/ou édition), produits sur le territoire canadien (impression), puis acheminés et distribués aux EUA, qui sont comptabilisés parmi dans les exportations canadiennes de biens culturels publiés.

²³ Dans cette catégorie, nous retrouvons pêle-mêle : les ouvrages cartographiques, les imprimés sur feuille isolée, les timbres-poste, les cartes postales, les calendriers, ou encore les images imprimées.

²⁴ La chaîne édition-impression-distribution des écrits ou des journaux dépasse largement les frontières en Amérique du Nord. Les calculs économiques et la gestion des ressources physiques et humaines de l'industrie se font largement à l'échelle continentale, ce qui explique l'intensité du commerce dans le secteur.

Graphique 2.16. Répartition des exportations de biens culturels publiés selon les produits (millions de dollars)



Source : Statistique Canada, *Commerce de biens de la culture : tableaux de données*, n° 87-007-XIF au catalogue, édition du 12 juin 2006.

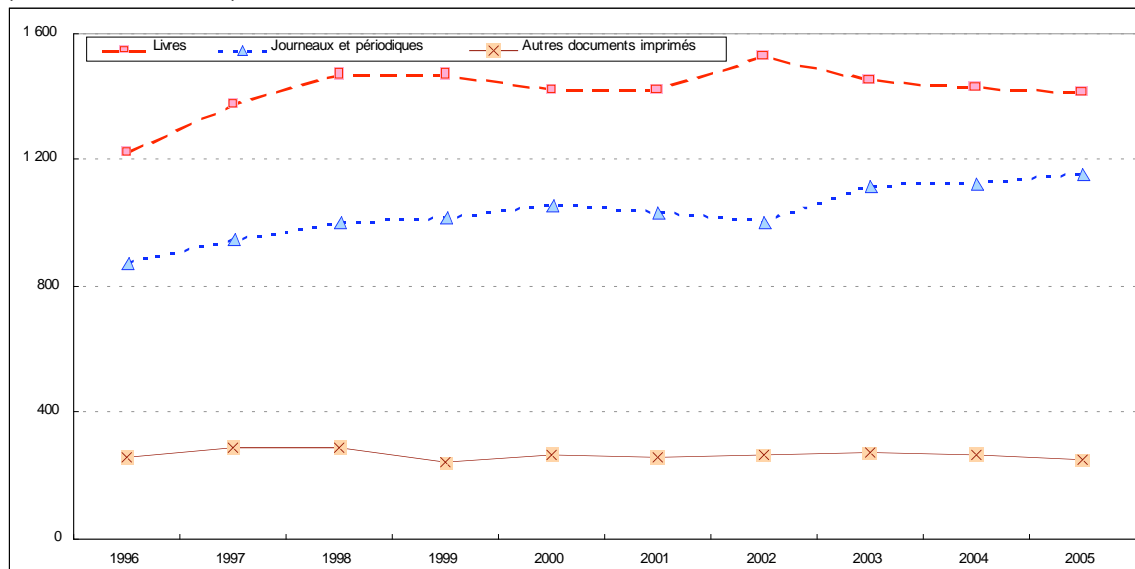
Les importations d'écrits et œuvres publiées en provenance des EUA passent quant à elles de 2,1 à 2,3 milliards de dollars, entre 1996 et 2005, soit 81 % des importations du secteur pour l'année 2005. En plus de la dynamique de continentalisation des industries nord-américaines, nous pouvons expliquer la force de ces flux commerciaux –et de ce déséquilibre– par la puissance de l'industrie du livre et des médias aux EUA.

À part ces derniers, trois pays s'affirment comme des sources importantes d'écrits et œuvres publiées. *Premièrement*, la Chine exporte pour 162,6 millions de dollars d'écrits, en 2005, contre 36,8 millions seulement en 1996 (multiplication par 4,2). En 2005, les importations en provenance de Chine dans ce secteur représentent 5,8 % du total. L'importation d'écrits et œuvres publiés nord-américains produits à bas coûts en Chine et la sous-évaluation du Yuan expliquent en grande partie ce phénomène. Par ailleurs, la France est la troisième source d'importation dans le domaine : de 105,7 millions de dollars, en 1996, à 121,6 millions, en 2005, soit une part de 4,3 % du total en fin de période. Enfin, le R.-U. a vu des exportations d'écrits en direction du Canada fortement

augmenter de 78,3 à 107 millions de dollars, entre 1996 et 2005, (croissance de 37 %) soit 3,8 % du total des importations canadiennes.

Les deux contributions essentielles aux importations d'œuvres et écrits publiés au Canada sont les livres et les journaux. L'importation de livres est passée de 1,222 milliards de dollars, en 1996 à 1,412 milliard, en 2005, soit une croissance totale de 15,5 %. En 2005, 73,3 % des livres importés par le Canada provenaient des EUA, soit un total de 1,035 milliard de dollars. La part de la Chine est de 8,3 % (118 millions de dollars), celle de la France, de 6,4 % (90 millions de dollars) et celle du R.-U., de 4,3 % (60,6 millions de dollars). L'achat canadien de journaux étrangers est passé quant à lui de 878 millions de dollars, en 1996 à 1,556 milliards de dollars, en 2005, ce qui correspond à un accroissement de 31,6 % sur la période. L'importation de journaux est encore plus concentrée géographiquement. En 2005, 92,7 % des journaux importés provenaient des EUA (soit un total de 1,156 milliard de dollars), 3,6 % venait du R.-U. (42,1 millions de dollars) et 2,4 % provenaient de la France (28,4 millions de dollars). Étant donné qu'une partie importante des activités de cette industrie est consacrée à la production de quotidiens, la distance géographique est une entrave à la circulation intercontinentale de ce type de médias. C'est pourquoi l'essentiel des échanges est nord-américain dans ce secteur. Les importations d'autres documents imprimés sont restées stables, de 259 millions de dollars, en 1996, à 246 millions de dollars, en 2005. Pour ce qui est de cette catégorie, si les EUA demeurent le principal fournisseur du Canada (180,3 millions de dollars, soit 73,2 % du total des importations de ce secteur, en 2005), la Chine s'affirme comme un fournisseur en pleine croissance. Les importations en provenance de ce pays sont passées de 6,5 à 43,4 millions de dollars, avec une part qui est passée de 2,5 à 17,6% du total, entre 1996 et 2005. La possibilité d'avoir des documents imprimés à meilleur marché explique facilement cette tendance. À noter que, dans ce secteur, les autres partenaires restent marginaux.

Graphique 2.17. Répartition des importations de biens culturels publiés selon les produits (millions de dollars)



Source : Statistique Canada, *Commerce de biens de la culture : tableaux de données*, n° 87-007-XIF au catalogue, édition du 12 juin 2006.

En somme, le Canada est fortement déficitaire à l'égard des EUA dans le secteur des écrits et œuvres imprimées.

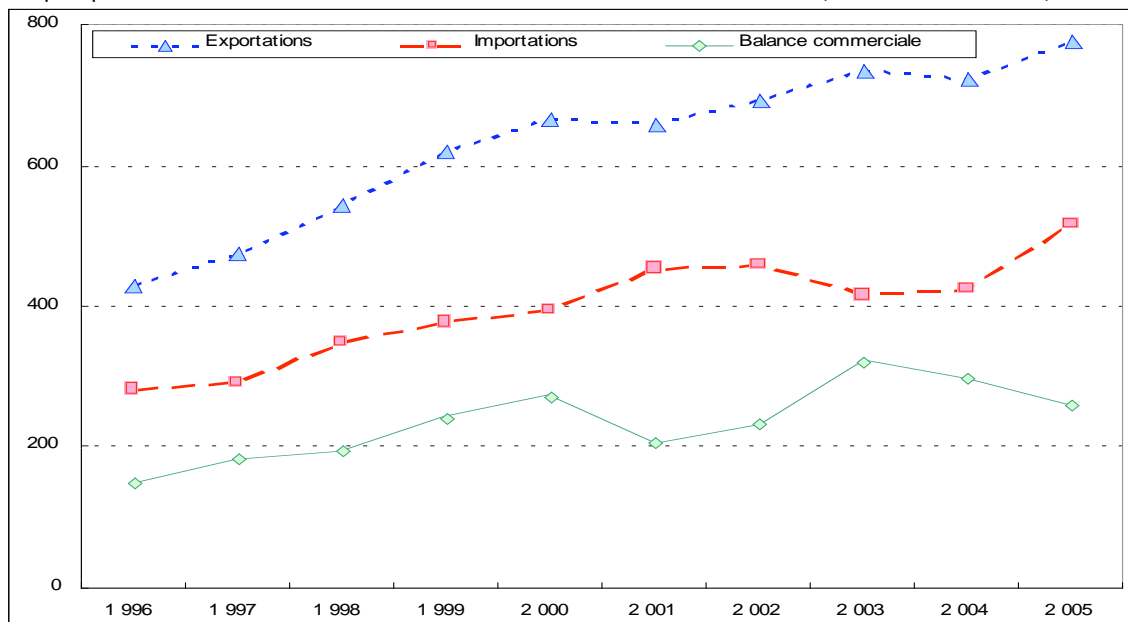
Partie 3. Commerce de biens culturels du Québec

1. Le Québec, seule province canadienne excédentaire

Le Québec est la seule province du Canada à dégager un surplus commercial à l'égard du reste du monde dans le domaine des biens culturels. Comme l'illustre le graphique 3.1, les exportations de biens culturels ont connu une croissance vigoureuse durant toute la période étudiée. Celles-ci sont passées de 431 millions de dollars, en 1996, à 778 millions de dollars, en 2005. Les importations ont, elles aussi, connu un accroissement soutenu, puisqu'elles ont augmenté de 278 millions à 501 millions de dollars durant cette période. Enfin, L'excédent commercial québécois dans le domaine des biens de la culture passe de 153 à 277 millions de dollars. Sur l'ensemble de la période, les importations, les exportations et l'excédent commercial ont tous connu une croissance de l'ordre de 80 %, soit 6,8 % par année en moyenne.

Cette tendance générale reflète la spécialisation industrielle du Québec. Entre autres, la présence de gros imprimeurs, comme Quebecor et Transcontinental, permet à cette province de demeurer exportatrice nette. De plus, l'émergence d'industries de fabrication de DVD et de CD permet au Québec de diversifier ses exportations de biens culturels. Ces constats généraux permettent de confirmer l'ancrage la province dans le processus de continentalisation. L'essentiel de ses exportations et une bonne partie de ses importations sont réalisés avec les EUA. Cela dit, la province, bien qu'elle soit abondamment desservie de produits culturels américains, a une structure d'importation différente de celle des autres provinces canadienne. Du fait de ses traits culturels distinctifs (langue, histoire), le Québec a préservé des liens privilégiés avec la France dans le domaine de la culture. Nous chercherons donc à expliciter les différents facteurs de l'évolution du commerce de produit culturels dans la suite de cette partie consacrée au Québec.

Graphique 3.1. Commerce international de biens culturels du Québec (millions de dollars)

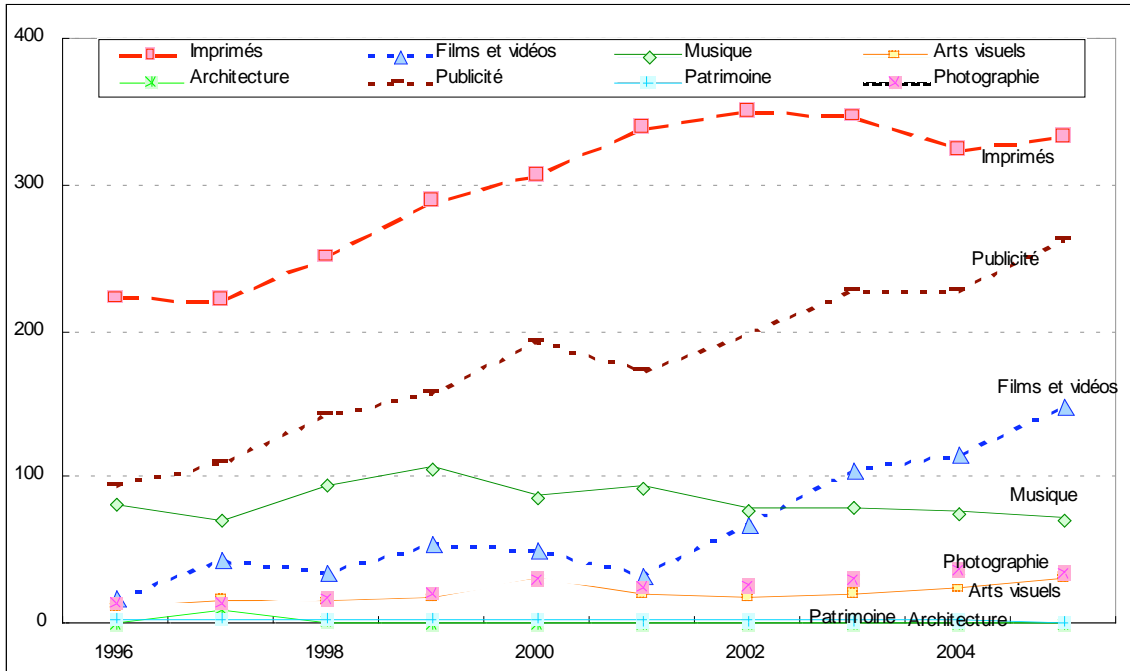


Source : Statistique Canada, *Commerce de biens de la culture : tableaux de données*, n° 87-007-XIF au catalogue, édition du 12 juin 2006.

2. Un commerce de biens culturels concentré dans le domaine des écrits et œuvres imprimées.

Si le secteur des imprimés a connu une croissance assez soutenue durant toute la période, les secteurs de la publicité et des films et vidéos ont eux aussi connu une croissance importante, malgré une interruption en milieu de période. Pour ce qui est des écrits et œuvres imprimées, nous pouvons relier l'expansion de ce secteur à l'importance de l'industrie papetière pour le Québec. L'essentiel des exportations de livres, de journaux et d'autres documents imprimés se dirige vers les EUA. En 1996, les exportations de ce type de produits se chiffraient à 222,6 millions et elles atteindront 332,7 millions de dollars, en 2005. Le secteur de la publicité a lui aussi connu une phase d'expansion très importante. Les exportations de ce secteur sont passées de 94,6 à 196,6 millions de dollars, entre 1996 et 2005. Ici aussi, c'est dans le secteur de l'imprimerie que le commerce est le plus important. De même, les exportations de films et vidéos ont connu une nette progression, de 17,1 à 147,2 millions durant la même période. Nous pouvons noter le léger recul des exportations des enregistrements sonores, de 81,7 à 72,1 millions de dollars, entre 1996 et 2005. Cette industrie a subi les contrecoups que subit l'industrie mondiale du disque, par suite de l'apparition de nouveaux supports multimédias.

Graphique 3.2. et 3.3 Exportations québécoises de biens culturels selon les produits (millions de dollars)

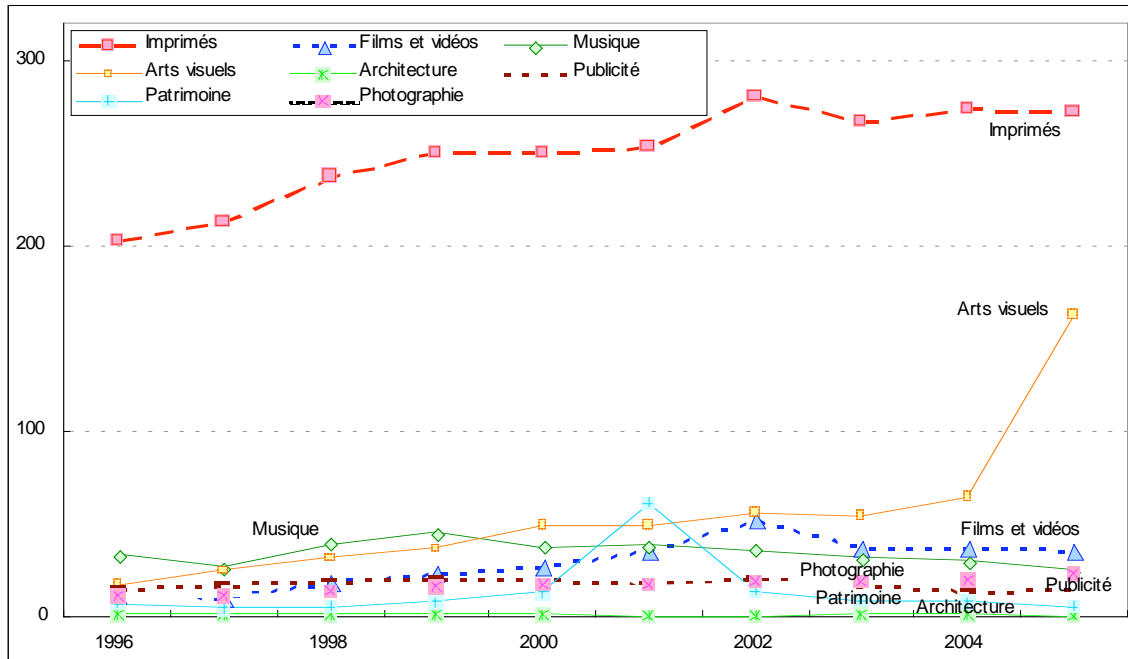


Source : Industrie Canada, *Données sur le commerce en direct : Commerce par produit (SH) - codes SH*, <http://www.strategis.ic.gc.ca>, base de données consultée aux mois de mars et avril 2007.

Les importations sont, quant à elles, concentrées principalement dans le secteur des écrits et œuvres imprimées, dont la valeur est passée de 203 à 272 millions de dollars, entre 1996 et 2005. Nous devons aussi noter l'importance croissante des importations d'œuvres d'art visuelles dont le montant est passé de 16,6 à 64,3 millions, entre 1996 et 2004, pour atteindre 163,3 millions de dollars, en 2005. Nous pouvons noter également les progrès réalisés dans l'achat de produits du secteur des films et vidéos de 12,1 à 35,6 millions de dollars, de même que le net recul des importations des enregistrements sonores, de 39,9 à 24,4 millions de dollars, entre 1996 et 2005. Afin d'illustrer la spécificité québécoise en matière de commerce de biens culturels, nous fournirons ci-après une description de l'évolution du secteur des écrits et œuvres imprimées, mais avant d'entrer dans

les détails, nous allons nous tourner vers la répartition géographique des flux d'échanges de biens culturels²⁵.

Graphiques 3.4. et 3.5. Importations québécoises de produits culturels selon les secteurs (millions de dollars)



Source : Industrie Canada, *Données sur le commerce en direct : Commerce par produit (SH) - codes SH*, <http://www.strategis.ic.gc.ca>, base de données consultée aux mois de mars et avril 2007.

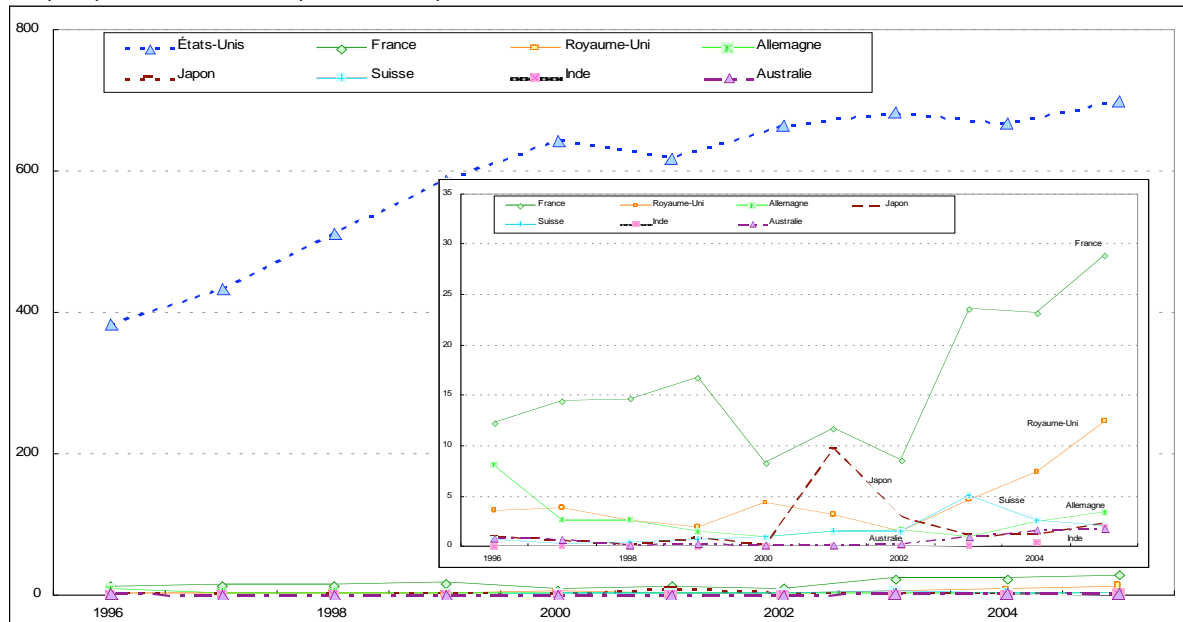
3. Des exportations dirigées vers les EUA, des importations partagées entre la France et les EUA.

Les EUA sont, et ce, de manière écrasante, la première destination des produits culturels du Québec. Les exportations sont passées de 382,8 à 699,3 millions de dollars, entre 1996 et 2005 (augmentation de 86 %). En 2005, ce sont 89,9 % de nos exportations qui se dirigent vers ce pays. Les secteurs des écrits et œuvres publiées, des films et vidéos et celui des enregistrements sonores sont ceux qui contribuent le plus à ces exportations, comme nous le verrons dans les commentaires sectoriels. La France et le R-U sont les deux débouchés les plus importants après les EUA. Pour la France, le volume des exportations est passé

²⁵ Le lecteur intéressé aux autres secteurs de la culture pourra se reporter à l'annexe de la partie 3, disponible en fin de dossier.

de 12,3 à 28,9 millions de dollars, entre 1996 et 2005, soit une multiplication par 2,3, et une part de 3,7 % du total des exportations du secteur. L'exportation de livres (15,3 millions de dollars en 2005), et de DVD (1,9 million de dollars), et, pour la dernière année, d'œuvres d'arts originales (7,7 millions de dollars) sont à l'origine de ces flux de commerce. Pour ce qui est du R-U, les exportations ont bondi de 3,6 à 12,5 millions de dollars, entre 1996 et 2005 (1,6 % du total pour cette dernière année). L'exportation de journaux (4,9 millions de dollars en 2005), de DVD (2,6 millions de dollars) et de livres (2,6 millions de dollars) sont les principaux produits d'exportation en direction du R-U.

Graphiques 3.6 et 3.7. Exportations québécoises selon la destination (millions de dollars)



Source : Industrie Canada, *Données sur le commerce en direct : Commerce par produit (SH) - codes SH*, <http://www.strategis.ic.gc.ca>, base de données consultée aux mois de mars et avril 2007.

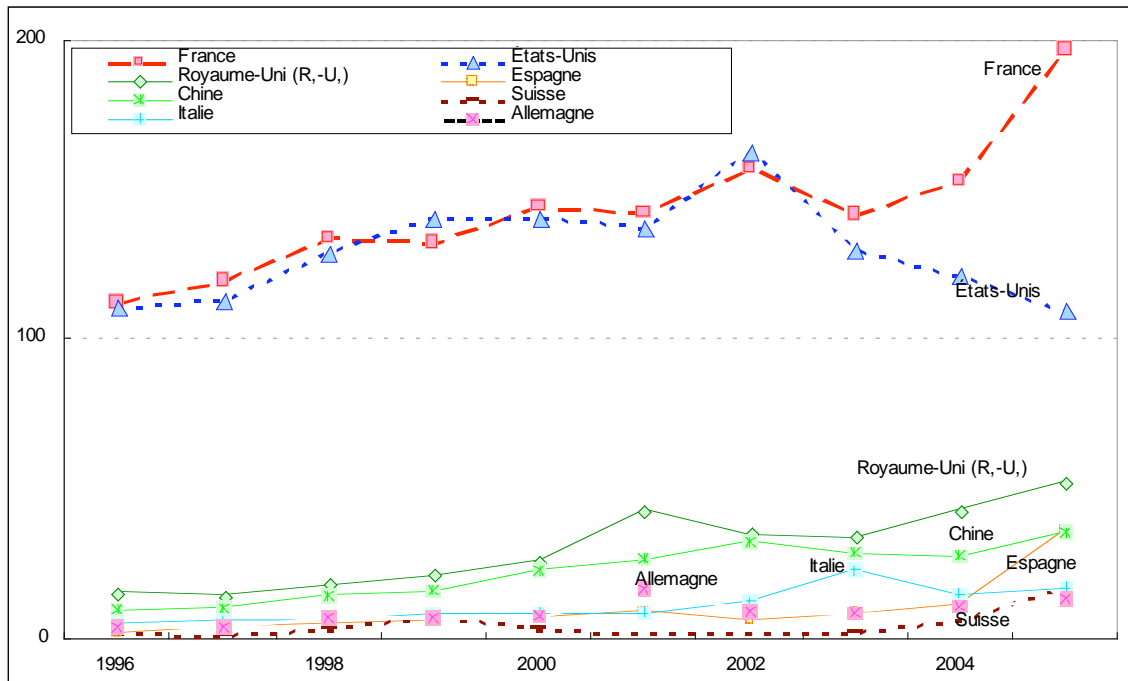
Contrairement à ce qui se produit pour le reste du Canada, les EUA ne sont pas la source la plus importante d'importations de biens culturels pour le Québec. Les importations en provenance de la France sont les plus importantes. Celles-ci passent de 112 à 197,9 millions de dollars, entre 1996 et 2005 (accroissement de 76 %). Les importations en provenance de ce pays représentent 39,5 % du total des importations de biens culturels. Elles sont constituées de livres (74,3 millions

de dollars en 2005), de journaux (28,5 millions de dollars), de CD (2,2 millions de dollars), de DVD (2,7 millions de dollars) ou encore de tableaux de maîtres (66,9 millions de dollars). En revanche, les importations en provenance des EUA ont eu tendance à stagner durant la période 1996-2005, passant de 110,3 à 109,3 millions de dollars (21,8 % du total en 2005). Les livres (23,9 millions de dollars en 2005), les journaux (9,6 millions de dollars), les photographies imprimées (10,6 millions de dollars), les CD (11,4 millions de dollars) et les DVD (24,4 millions de dollars) sont les principales marchandises en provenance de nos voisins du Sud.

Le R-U a, quant à lui, vu ses parts de marché augmenter au Québec, de 15,2 à 52,2 millions de dollars, entre 1996 et 2005, soit une multiplication des importations par 3,4 (10,4 % du totale des importations du secteur). La forte expansion du commerce de journaux (de 4,1 à 31,3 millions de dollars, entre 1996-2005) et l'importation de CD (2,6 millions de dollars) expliquent la position du R-U dans l'approvisionnement québécois en biens culturels.

Si la Chine a, elle aussi, vu ses exportations en direction du Québec croître de 9,3 à 35,7 millions de dollars, entre 1996 et 2005 (multiplication par 4, et 7,5 % du total des importations de biens culturels en 2005), ce dernier a été moins touché par l'expansion des exportations chinoises que les autres provinces dans le secteur de la culture. Les deux secteurs qui ont été le plus pénétrés par les produits chinois sont les livres (11,2 millions de dollars en 2005) et les photographies imprimées (5,7 millions de dollars).

Graphique 3.8. Importations québécoises de biens culturels selon l'origine (millions de dollars)



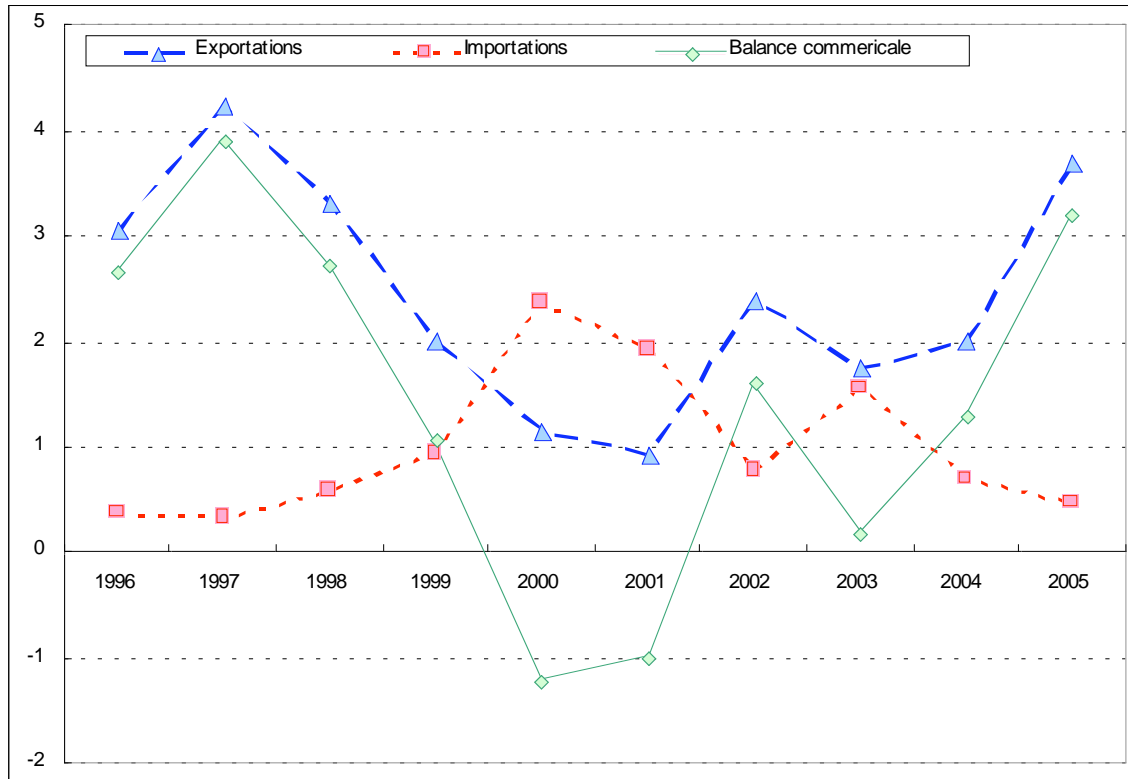
Source : Industrie Canada, *Données sur le commerce en direct : Commerce par produit (SH) - codes SH*, <http://www.strategis.ic.gc.ca>, base de données consultée aux mois de mars et avril 2007.

4. Un commerce marginal avec l'Amérique latine

Le commerce international de biens culturels du Québec avec l'Amérique latine est marginal. Les exportations ont connu une évolution irrégulière. Elles sont passées de 2,2 à 4,1 millions de dollars, entre 1996 et 1997, pour chuter ensuite à 0,7 million en 2001, puis remonter à 3,7 millions de dollars en 2005. Du côté des importations, après une phase d'expansion (de 0,4 à 2,4 millions de dollars, entre 1996 et 2000), celles-ci se sont contractées pour tomber à 0,5 million de dollars. Alors que la balance commerciale avec l'Amérique latine était positive, en 1996 (2,7 millions de dollars), celle-ci va se détériorer jusqu'en 2000 où le déficit commercial atteindra -1,2 millions de dollars. Ensuite, l'accroissement des exportations permettra de renouer avec les excédents commerciaux jusqu'en 2005 (3,2 millions de dollars pour cette dernière année)²⁶.

²⁶ Pour plus de détails sur le commerce avec l'Amérique latine, je vous invite à consulter l'annexe à la partie trois en fin de volume.

Graphique 3.9. Commerce international de biens culturels du Québec avec l'Amérique latine (millions de dollars)



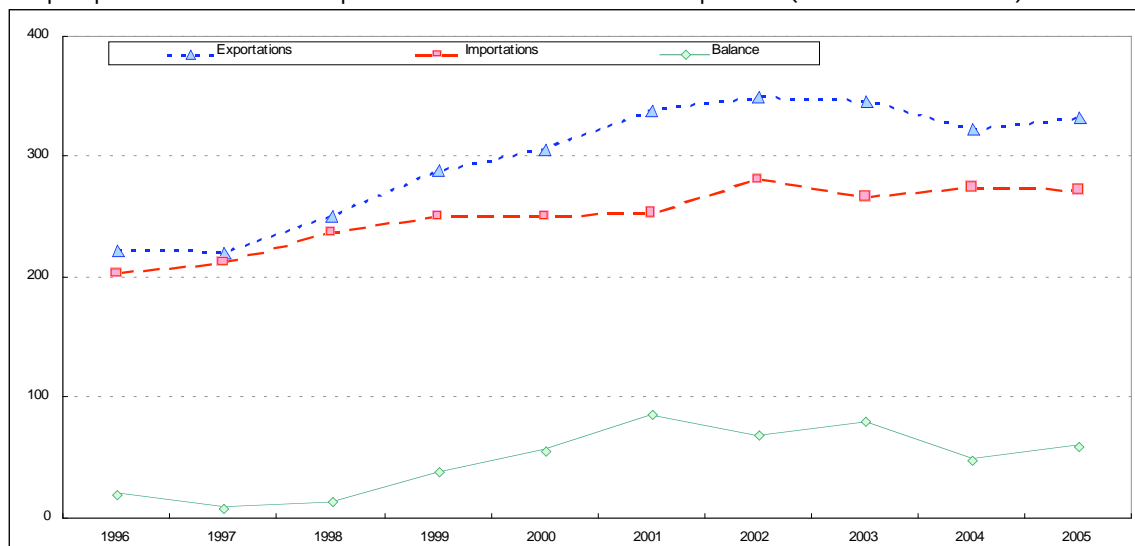
Source : Industrie Canada, *Données sur le commerce en direct : Commerce par produit (SH) - codes SH*, <http://www.strategis.ic.gc.ca>, base de données consultée aux mois de mars et avril 2007.

5. Le secteur des écrits et œuvres imprimées : un commerce dense et excédentaire

Le secteur des écrits et œuvres imprimées constitue le principal secteur commercial en excédent. Les importations passent de 222,6 millions de dollars, en 1996, à 349,7 millions, en 2002, et connaissent un léger recul, en 2005, où elles se stabilisent à 332,6 millions de dollars. Ceci représente une croissance de 49 % sur la période. Ces exportations se concentrent dans les secteurs du livre (125,9 millions de dollars en 2005), des journaux (125 millions de dollars) et, dans une moindre mesure, des ouvrages cartographiques (14,5 millions) et des brochures sur feuillets isolés (10,6 millions). Les EUA sont la principale destination des exportations québécoises dans le domaine (93,6 % du total). Ils dominent dans les principaux domaines du secteur : les livres (71,2 % du total

avec des exportations de 101 millions de dollars) et les journaux (95,8 % pour un montant de 118 millions de dollars en 2005). Ceci montre encore une fois que le secteur des écrits et de l'imprimerie est intégré au niveau nord-américain. En effet, il ne s'agit pas ici d'exportations de roman et de journaux québécois aux EUA, mais de biens culturels produits sur le sol québécois, du fait de la force du secteur de l'imprimerie dans la province. Par ailleurs, le Québec exportait pour 15,3 millions d'ouvrages en France, soit 12,1 % du total. Il faut cependant rappeler que de nombreux auteurs québécois sont publiés par des maisons d'édition française, ce qui vient atténuer le poids des exportations québécoises vers ce pays.

Graphique 3.10. Commerce québécois d'écrits et œuvres imprimés (millions de dollars)



Source : Industrie Canada, *Données sur le commerce en direct : Commerce par produit (SH) - codes SH*, <http://www.strategis.ic.gc.ca>, base de données consultée aux mois de mars et avril 2007.

Les importations ont, elles aussi, connu une progression de 202,6 millions, en 1996, à 281,3 millions de dollars, en 2002, puis elles ont diminué à 260,4 millions de dollars, en 2005, soit une croissance totale de 30 %. Ces importations sont constituées essentiellement de livres (167,1 millions de dollars en 2005, soit 61,4 % du total), de journaux (76,3 millions de dollars, 28 %) et, dans une moindre mesure, d'autres imprimés (10,6 %). Dans le secteur du livre, c'est la France qui exporte le plus en direction du Québec. Ce pays a exporté pour 87 millions de dollars de livres, en 2005 (52 % du total), contre 24,3 millions de

dollars pour les EUA (14,5 %) et 14,1 millions de dollars pour la Chine (8,4 %). Cela dit, les flux de commerce de livres sont eux aussi sujets à caution, puisque certaines maisons d'édition françaises ou américaines font imprimer leurs ouvrages destinés au marché québécois sur place, ce qui vient atténuer le volume des importations. Enfin, l'excédent commercial qui était de 20 millions de dollars, en 1996, a atteint un sommet de 98,4 millions en 2002, pour terminer à 60,4 millions de dollars, en 2005. Il donc été multiplié par 3 en 10 ans.

Partie 4. Commerce de services culturels du Canada

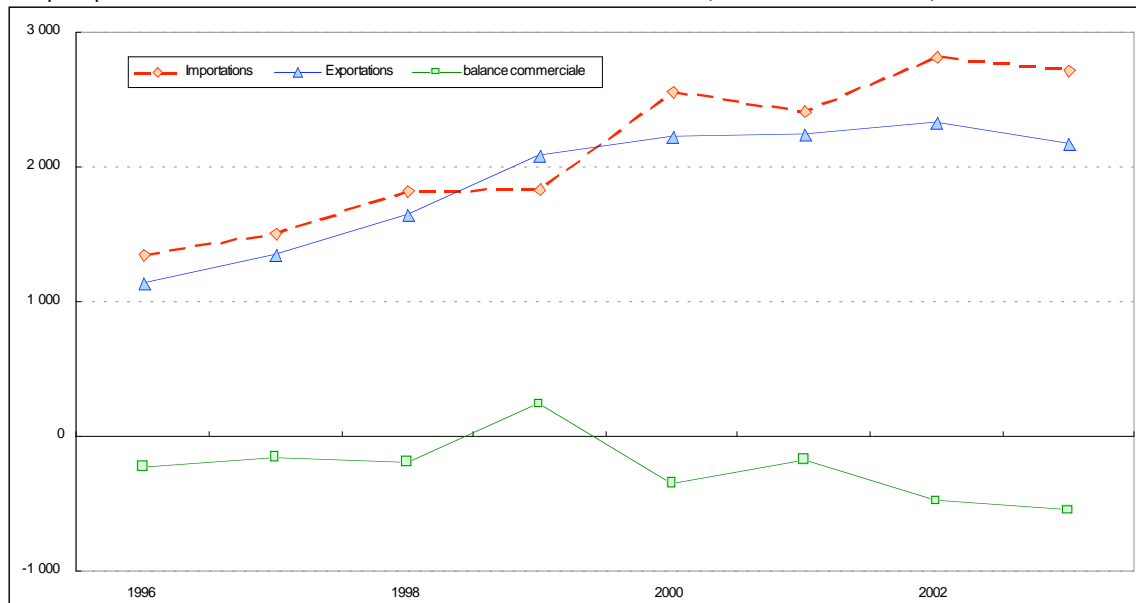
1. Un commerce international de services culturels modérément déficitaire

Comme pour tous les autres services, l'invisibilité et/ou l'intangibilité comptent parmi les caractéristiques centrales des services culturels. Ainsi, le transfert international de droits d'auteurs et d'autres droits relatifs à la propriété intellectuelle dans le domaine de la culture, de même que l'achat ou la vente à l'étranger d'un service relié à la culture font partie du commerce international de services culturels. À titre d'illustration, la perception de droits d'auteurs provenant de l'étranger par un Canadien ou les recettes issues d'un spectacle canadien d'art de la scène exécuté à l'extérieur du Canada peuvent être comptabilisées comme des recettes d'exportations de services culturels. Cela dit, il n'est pas vraiment possible d'additionner le commerce des biens et celui des services de la culture pour obtenir le total du commerce international de la culture, car certains flux sont comptabilisés deux fois. Par exemple, dans le cas d'un livre, le droit d'auteur est compris dans le prix du bien, puis il est recompté dans le cas des services culturels.

Les exportations, tout comme les importations canadiennes de services culturels ont connu une croissance importante, entre 1996 et 2003. Les exportations de ce secteur sont passées de 1,134 milliards, en 1996, à 2,338 milliards de dollars, en 2002, pour retomber à 2,175 milliards, en 2003, ce qui représente une croissance de 91,7 % sur l'ensemble de la période, ou de 9,8 % par année. Pendant ce temps,

les importations de services culturels sont passées de 1,358 milliards de dollars à 2,720 milliards de dollars, entre 1996 et 2003, avec un pic de 2815 milliards de dollars, en 2002, soit une croissance totale de 100 %, ou de 10,4 % par année. De ce fait, nous assistons à un élargissement du déficit commercial des services culturels, qui passe de 225 millions à 545 millions de dollars, soit une détérioration de 59 % pour l'ensemble de la période. Afin de mieux cerner ces tendances, nous allons présenter une analyse sectorielle et géographique des différents flux commerciaux de services culturels.

Graphique 4.1. Commerce des services culturels du Canada (millions de dollars)



Source : Statistique Canada, *Commerce de services de la culture - Tableaux de données*, n° 87-213-XWF au catalogue, Édition du 26 mars 2006.

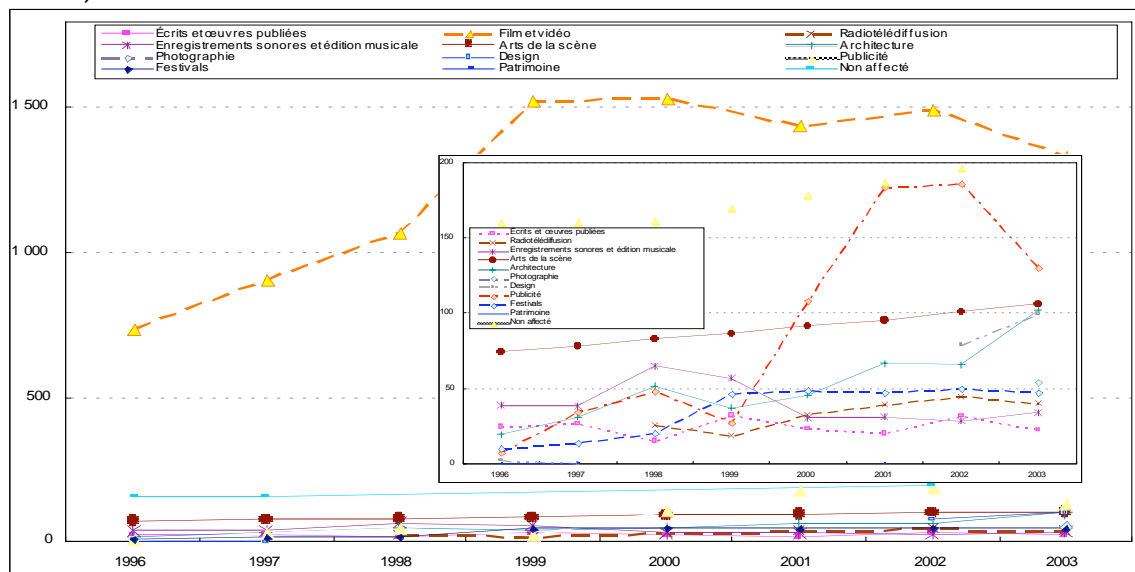
2. Des exportations de services culturels concentrées sur le secteur des films et vidéos

L'essentiel des services culturels est réalisé dans le secteur des films et vidéos²⁷. Les exportations de services du Canada dans ce secteur ont connu une croissance vigoureuse, entre 1996 et 2000, passant de 741 millions à 1,539 milliard de

²⁷ Nous définirons précisément chacun des services culturels dans les sous sections consacrées à l'analyse par secteur.

dollars, montant qui s'est par la suite établi à 1,334 milliard, en 2005, ce qui représente une croissance de 80 % sur la période 1996-2003, ou de 8,8 % par année. Parmi les autres secteurs d'exportations de services culturels, nous pouvons noter la croissance importante du secteur de la publicité, dont les recettes sont passées de 7,1 à 186 millions de dollars, entre 1996 et 2002, pour aboutir finalement à 130 millions de dollars, en 2003. Le secteur des arts de la scène a connu une croissance constante de ses exportations de services, entre 1996 et 2003. Celles-ci sont passées de 74 millions à 106 millions de dollars durant cette période. Enfin, la croissance des exportations de services dans le domaine de l'architecture passe de 19 à 102 millions de dollars, tandis que le secteur design exporte pour 100 millions de dollars en 2003.

Graphique 4.2. Exportations de services culturels selon la catégorie du cadre culturel (millions de dollars)

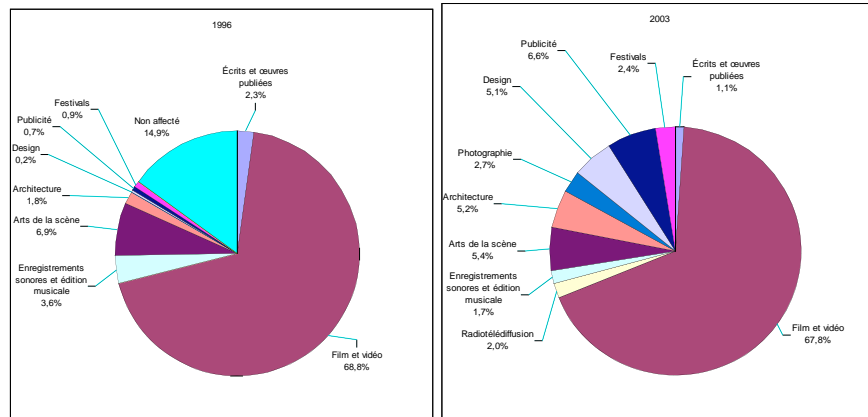


Source : Statistique Canada, *Commerce de services de la culture - Tableaux de données*, n° 87-213-XWF au catalogue, Édition du 26 mars 2006.

Les tendances observées se reflètent fortement dans la répartition sectorielle des exportations de services culturels. Le premier constat est la forte prépondérance du secteur des films et vidéos, même si sa part diminue de 68,8 % à 67,8 % des exportations totales de services culturels, entre 1996 et 2003. La croissance des trois autres secteurs retenus est tout aussi remarquable. Durant la même période, la part de la publicité passe de 0,7 % à 6,6 %, celle de l'architecture, de 1,8 à 5,2 %

et celle du design, de 0,2 % à 5,1%. Par contre, les arts de la scène, voient leur part relative diminuer de 6,9 % à 5,4 % du total.

Graphique 4.3 et 4.4. Répartition des exportations de services culturels selon la catégorie du cadre culturel

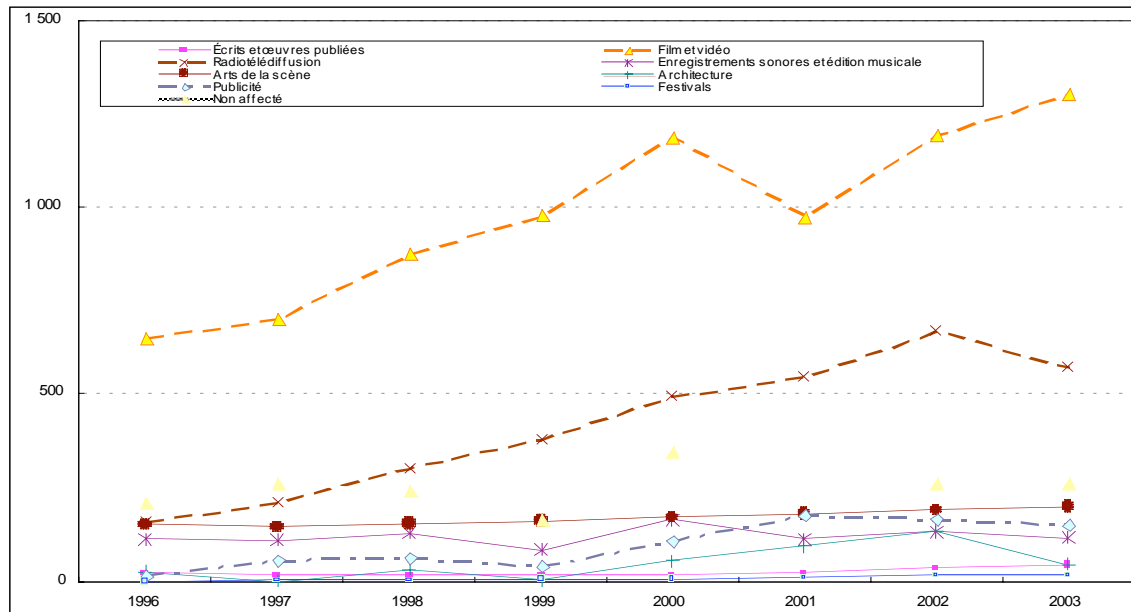


Source : Statistique Canada, *Commerce de services de la culture - Tableaux de données*, n° 87-213-XWF au catalogue, Édition du 26 mars 2006.

3. Des importations de services culturels partagées entre le secteur des films et vidéos, et celui des radiodiffusions et télédiffusions

Les importations de services relatifs aux films et vidéos du Canada ont connu une croissance quasi ininterrompue, entre 1996 et 2003 (à l'exception de 2001), passant de 651 millions à 1,301 milliard de dollars, ce qui représente une croissance de 100 % sur la période 1996-2003 et de 10,4 % par année. Par ailleurs, le secteur des radiodiffusions et télédiffusions a connu une croissance ininterrompue de ses importations, entre 1996 (161 millions de dollars) et 2002 (670 millions de dollars). Cependant, l'année 2003 s'est traduite par une diminution des importations canadiennes dans le domaine (571 millions de dollars). Nous assistons donc à une multiplication du flux par 3,5 entre 1996 et 2003.

Graphique 4.5. Importations de services culturels selon la catégorie du cadre culturel (millions de dollars)

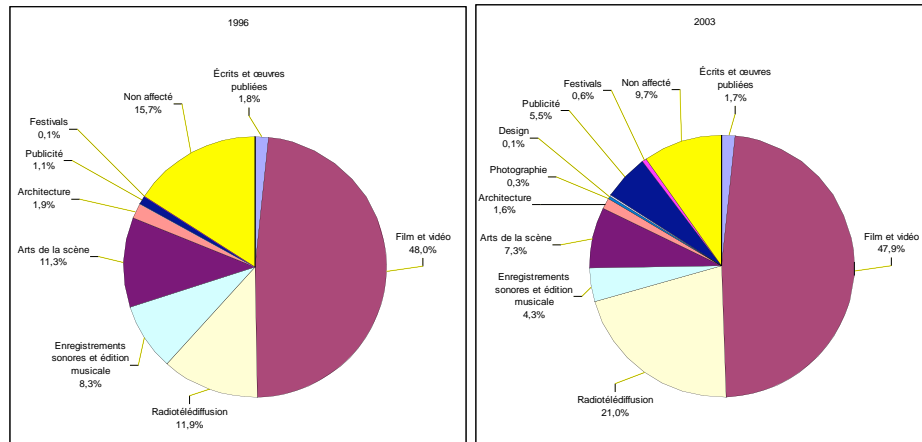


Source : Statistique Canada, *Commerce de services de la culture - Tableaux de données*, n° 87-213-XWF au catalogue, Édition du 26 mars 2006.

Parmi les autres secteurs d'importations de services culturels, nous pouvons noter la croissance importante du secteur de la publicité, dont les dépenses d'importation de service sont passées de 15 millions à 151 millions de dollars, entre 1996 et 2003. Le secteur des arts de la scène a connu une croissance constante de ses importations de services, entre 1996 et 2003 (à l'exception d'une légère baisse en 1997). Celles-ci sont passées de 153 millions à 199 millions de dollars durant cette période. Nous pouvons aussi noter la vigueur de la croissance des importations de services dans le domaine de l'architecture (de 25 à 137 millions de dollars, entre 1996 et 2002), même si le flux de service décline fortement, en 2003 (à 44 millions de dollars). Nous devons enfin noter l'importance des importations de services dans le secteur des enregistrements sonores et de l'édition musicale dont la part comptait pour 113 millions de dollars, en 1996, et pour 116 millions de dollars en 2003. La conclusion des travaux entraînant des contrats internationaux dans le domaine de l'architecture et le non-renouvellement de contrats de radiodiffusion sont à l'origine du léger déclin des importations canadiennes de services culturels, en 2003.

Les tendances observées se reflètent aussi dans la répartition sectorielle des importations de services culturels. Le premier constat est la forte prépondérance du secteur des films et vidéos, même si sa part reste stable, soit 48 % et 48,9 % des importations totales de services culturels, en 1996 et 2003. La croissance du secteur de la radio télédiffusion est quant à elle remarquable, passant de 11,9 % à 21 % entre ces deux dates, Le seul autre secteur connaissant une forte croissance est celui de la publicité, qui représente 5,5 % du total en 2003, contre seulement 1,1%, en 1996²⁸.

Graphique 4.6 et 4.7. Répartition des importations de services culturels selon la catégorie du cadre culturel



Source : Statistique Canada, *Commerce de services de la culture - Tableaux de données*, n° 87-213-XWF au catalogue, Édition du 26 mars 2006.

4. Un commerce international de services culturels polarisé sur les États-Unis

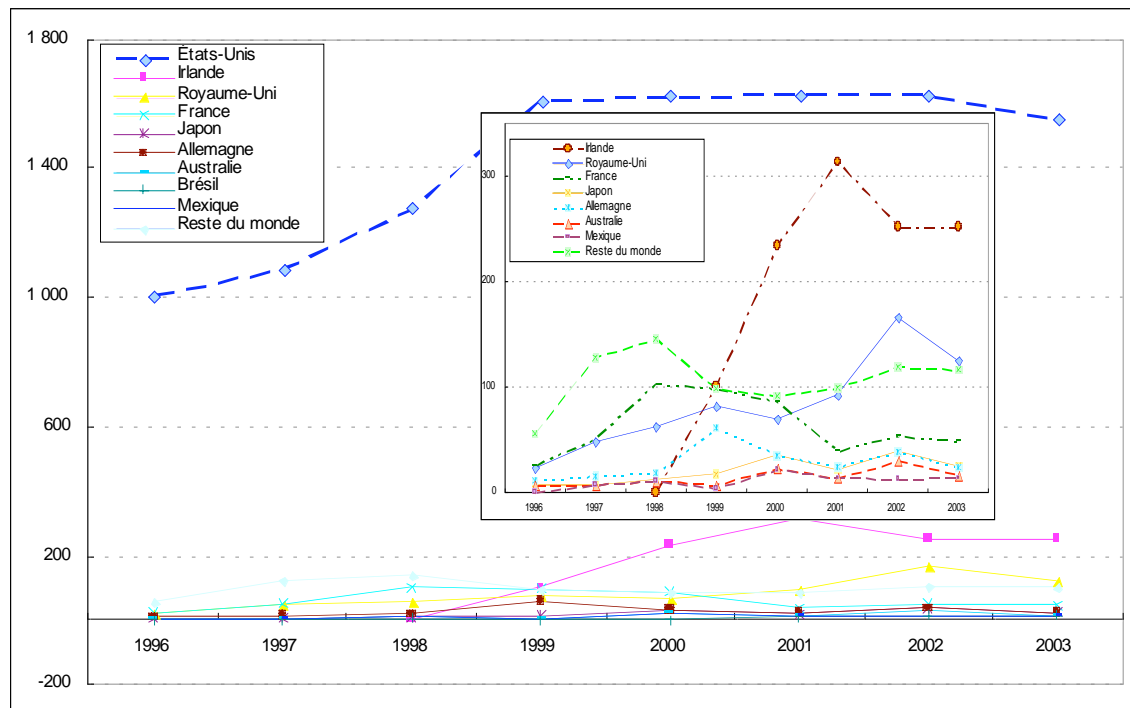
Non seulement les EUA sont la principale destination, mais ils sont aussi la principale origine des flux internationaux de services culturels pour le Canada. Au niveau des exportations, ils représentent également le principal débouché. Les exportations à destination de ce pays ont connu une croissance soutenue, entre 1996 et 2002, passant de 1,006 milliard à 1,630 milliards de dollars, pour connaître une décroissance entre 2002 et 2003, alors que les exportations sur le marché des EUA reculent à 1,555 milliard de dollars. Le secteur des services reliés

²⁸ Afin d'illustrer le commerce international de services culturels du Canada, nous étudierons le secteur des films et vidéos. Pour ceux qui sont intéressés à l'évolution des autres secteurs, référez vous à l'annexe à la partie 4.

au cinéma fournit la principale contribution aux exportations canadiennes en direction des EUA²⁹. Sur la période 1996-2003, la croissance de ce flux a été de 55 %, soit une croissance annuelle moyenne de 6,4 %. Avec un niveau d'exportation beaucoup plus modeste, les deux autres principales destinations des produits culturels canadiens sont l'Irlande et le R-U. En ce qui concerne l'Irlande, de 1998 à 2001, les exportations ont explosé, passent de 396 000 à 351 millions de dollars, pour redescendre à un niveau de 252 millions de dollars, en 2003. Les conditions fiscales favorables en Irlande pourraient être à l'origine de ce phénomène. Les Britanniques ont eux aussi fortement accru leur consommation de services culturels canadiens, entre 1996 et 2002, puisque les exportations sont passées de 23 millions à 166 millions pour cette dernière année, avant de chuter à 125 millions, en 2003. Sur l'ensemble de la période, les exportations de services culturels en direction du R-U ont été multipliées par 7,2 entre 1996 et 2005.

Graphique 4.8 et 4.9. Exportations de services culturels selon le pays de destination (millions de dollars)

²⁹ D'après Statistique Canada, *Le commerce des services de la culture. De 1996 à 2002*, Le quotidien, 9 septembre 2004, disponible en ligne à l'adresse, : <http://www.statcan.ca/Daily/Francais/040909/q040909b.htm>, page consulté en avril 2007 ,



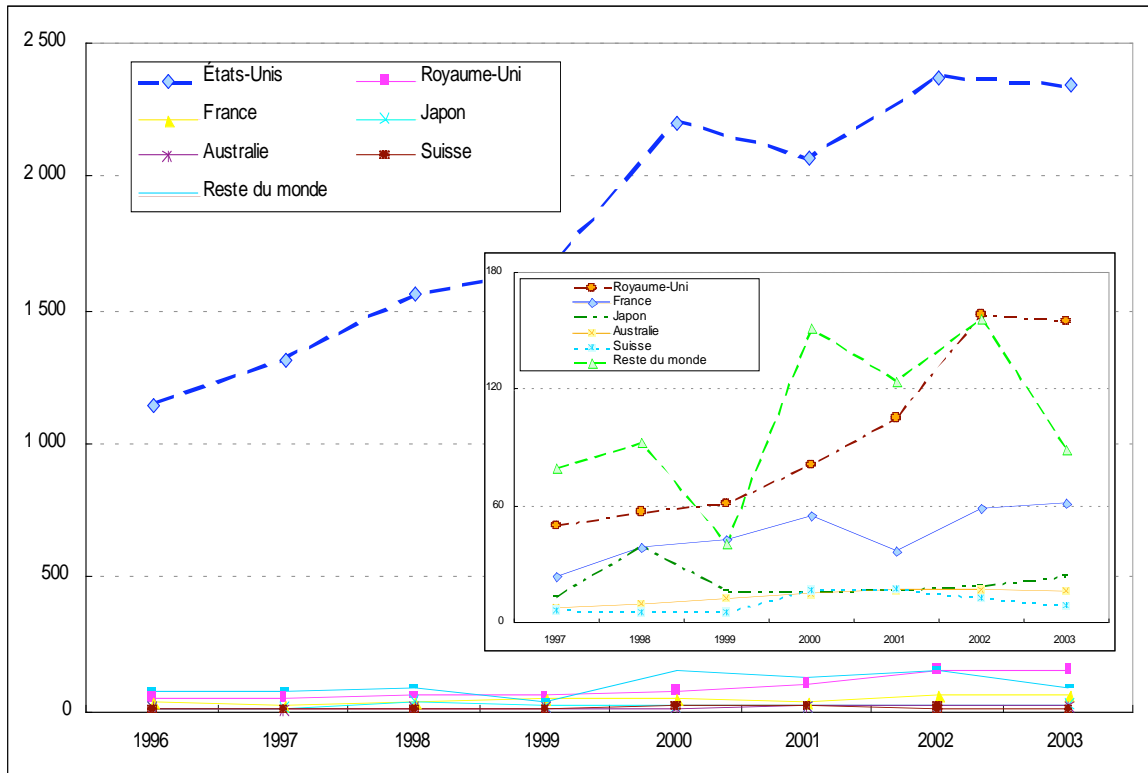
Source : Statistique Canada, *Commerce de services de la culture - Tableaux de données*, n° 87-213-XWF au catalogue, Édition du 26 mars 2006.

Les importations ont, elles aussi, une source unique ou tant s'en faut, les EUA. Les importations de services culturels sont en augmentation constante. Entre 1996 et 2003, ces importations passent de 1,155 milliards de dollars à 2,342 milliards de dollars. Entre 1996 et 2003, les importations canadiennes de biens culturels en provenance des EUA ont augmenté de 103 %, soit une croissance annuelle de 10,6 %. Ici aussi, les importations relatives aux secteurs du cinéma, mais aussi de l'audiovisuel, sont les principaux secteurs d'importations de services culturels en provenance des EUA³⁰. Pour ce qui est des importations de services culturels des autres pays, le R-U et la France sont les principaux fournisseurs. Si les importations en provenance du R-U ont connu une augmentation constante, entre 1996 et 2002, passant de 54 à 158 millions de dollars, elles ont ensuite légèrement baissé pour s'établir à 155 millions de dollars, en 2003, ce qui correspond à une multiplication par 2,9 des importations en provenance du R-U sur la période (soit une croissance 16,6 % par

³⁰ Ibid.

an en moyenne). Les importations en provenance de la France ont, elles aussi, connu un accroissement sur toute la période 1996-2003, à l'exception de l'année 2001. Elles passent ainsi de 35 millions de dollars à 62 millions de dollars, soit un taux de croissance de 77 % sur l'ensemble de la période.

Graphique 4.10 et 4.11. Importations de services culturels selon le pays d'origine (millions de dollars)



Source : Statistique Canada, *Commerce de services de la culture - Tableaux de données*, n° 87-213-XWF au catalogue, Édition du 26 mars 2006.

5. Le commerce des services du secteur des films et vidéos : un excédent en voie de disparition

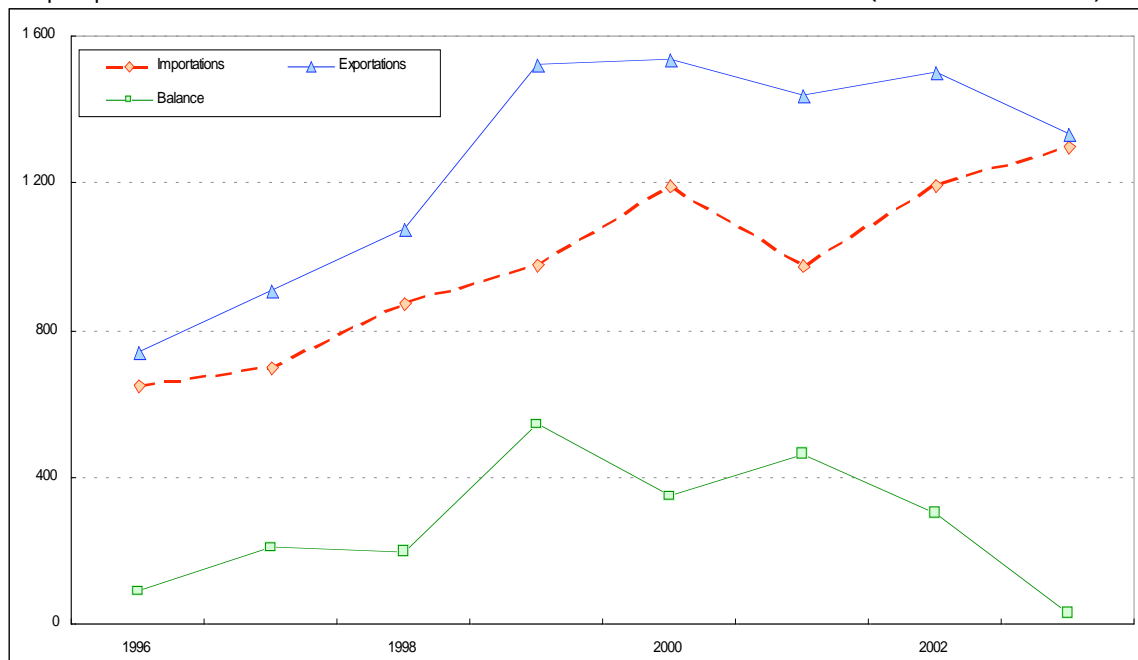
La quantité services reliés aux films et vidéos³¹ exportés ont connu une croissance vigoureuse, entre 1996 et 2000, passant de 741 millions à 1,539 milliard de dollars, ce montant s'est ensuite légèrement amenuisé, avec des recettes de 1,334

³¹ Nous retrouvons 4 type de services reliés à ce secteur : les services de droits d'auteurs, les services personnels (fourniture de personnel, service d'artiste ou service d'auteur); les services de production et de distribution (production de film, service technique d'appui, distribution, post-production, projection et location) et enfin les autres services (reliquat)

milliard pour l'année 2005. Cela constitue une croissance de 80 % sur la période 1996-2003, soit 8,8 % par an en moyenne. Les importations de services de ce secteur ont connu une croissance quasi ininterrompue, entre 1996 et 2003 (à l'exception de 2001), passant de 651 millions à 1,301 milliard de dollars, ce qui représente une croissance de 100 % sur la période 1996-2003, soit 10,4 % par an. Après une forte croissance de l'excédent commercial, entre 1996 et 1999 (de 89 à 545 millions de dollars), celui-ci est tombé à 31 millions de dollars, en 2005. Il est important à ce sujet de rappeler que les acteurs « canadiens » dans le secteur du cinéma sont souvent sous contrat étranger. Que cela soit dans la production, la distribution ou la diffusion, les *majors* américains exercent un contrôle³² qui rend difficile la notion d'importation ou d'exportation dans ce secteur. L'intégration dans l'industrie du cinéma oblige à prendre les chiffres qui suivent avec beaucoup de précaution. L'excédent commercial qu'a connu le Canada est aussi lié aux tournages étrangers en sol canadien. Effectivement, les recettes engendrées par l'accueil des tournages sont considérées comme des services vendus à des agents étrangers. Il s'agit donc d'exportations.

³² D'après C. Abdallah et L. Lapierre (2002), *Note sur l'industrie du cinéma au Canada*, HEC Montréal, disponible à l'adresse : http://www.espace-economique-francophone.com/e/seminairehec_ecocult2004/objets/Note%20sur%20industrie%20cinema%20au%20Canada.pdf

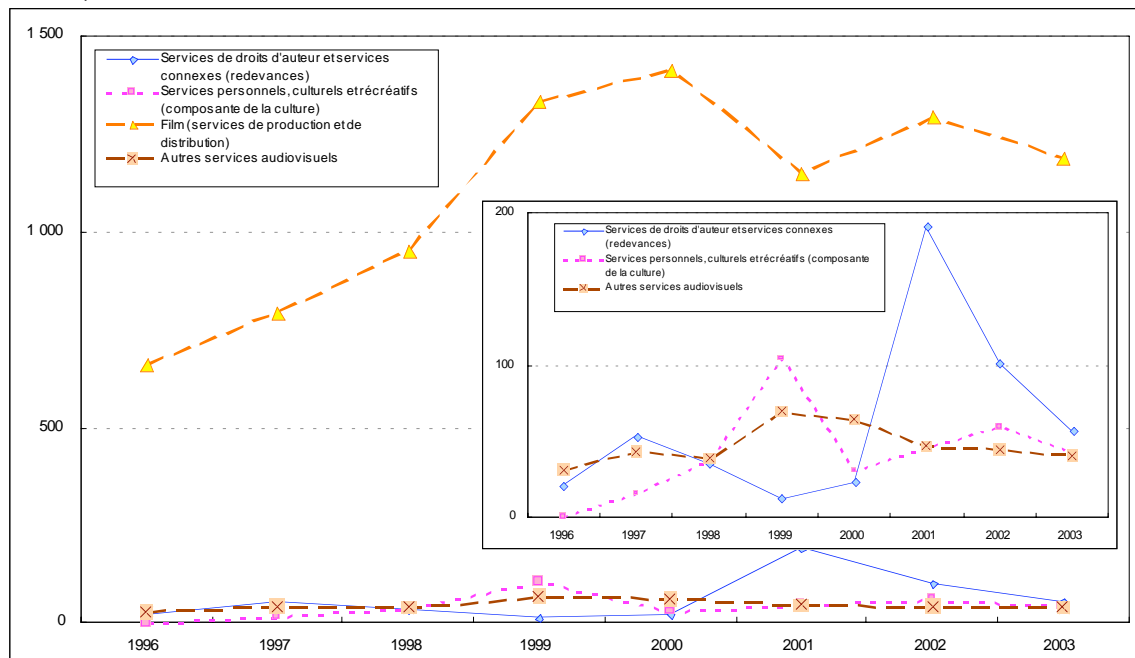
Graphique 4.12. Commerce de services dans le secteur des films et vidéos (millions de dollars)



Source : Statistique Canada, *Commerce de services de la culture - Tableaux de données*, n° 87-213-XWF au catalogue, Édition du 26 mars 2006.

Nous pouvons voir que la production et la distribution de films sont le facteur ayant le plus contribué à l'accroissement des exportations canadiennes de services liés aux films et vidéos. L'exportation de ce type de service a connu une forte augmentation, entre 1996 et 2000, passant de 665 millions à 1,416 milliard de dollars pour redescendre à un niveau de 1193 millions de dollars, en 2003. Il faut noter que les exportations canadiennes de services de production et de distribution peuvent être des rapatriements de revenu de la part de maisons mères américaines exerçant un contrôle sur la production locale. Ceci vient nuancer le chiffre avancé. Les recettes issues de droits d'auteurs ont, elles aussi, connu une croissance. Entre 1996 et 2003, celles-ci sont passées de 21 à 57 millions de dollars, en passant par un pic à 190 millions de dollars, en 2001.

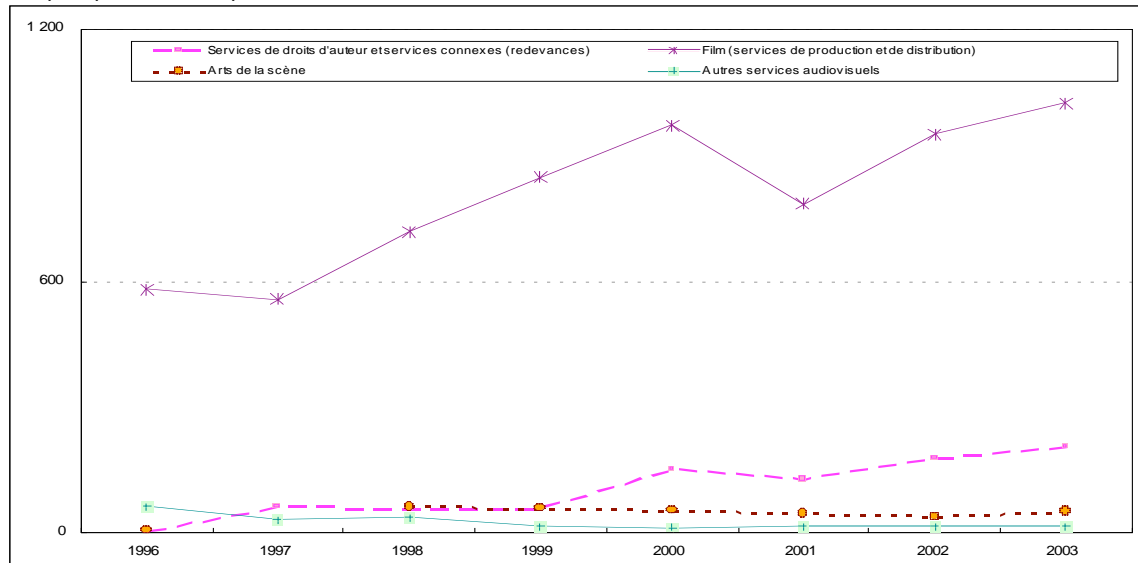
Graphique 4.13 et 4.14. Exportations de services dans le secteur des films et vidéos (millions de dollars)



Source : Statistique Canada, *Commerce de services de la culture - Tableaux de données*, n° 87-213-XWF au catalogue, Édition du 26 mars 2006.

Les contributions essentielles aux importations de services liés aux films et vidéos proviennent, elles aussi, de la production et de la distribution. Ceci veut dire que les maisons de production et de distribution résidant au Canada ont utilisé les services de maisons étrangères, et/ou sont allés réaliser des tournages à l'extérieur du pays. Le montant de ces importations est passé de 581 millions à 1025 millions de dollars, entre 1996 et 2003, soit une croissance totale de 76 %. Par ailleurs, les droits d'auteur versés aux étrangers sont passés de 2 millions à 205 millions de dollars, entre 1996 et 2005, ce qui est considérable. L'accroissement de l'importation des films étrangers, ainsi que l'application de l'Accord sur les droits de propriété intellectuelle liés au Commerce (ADPIC) de l'OMC, sont probablement les principales sources de cette augmentation.

Graphique 4.15. Importations de services dans le secteur des films et vidéos (millions de dollars)



Source : Statistique Canada, *Commerce de services de la culture - Tableaux de données*, n° 87-213-XWF au catalogue, Édition du 26 mars 2006.

Conclusion. Les statistiques relatives au commerce des biens et services culturels : un miroir déformant, mais reflétant le processus de continentalisation des industries de la culture

À l'exception de quelques secteurs, la tendance est à l'expansion du commerce de biens et services culturels dans le cas du Canada, comme dans celui du Québec. Les processus d'intégration régionale et globale dans lesquels ils sont engagés tendent à rendre les frontières de plus en plus poreuses y compris dans le domaine de la culture. Tant du côté des importations que des exportations, la prédominance des EUA comme partenaire principal – voire unique – reflète assez fidèlement le contexte d'intégration en profondeur du marché nord-américain. Si des relations privilégiées sont tissées avec des pays européens auquel le Canada est historiquement lié, comme le R-U et la France, et que par ailleurs, la Chine devient un fournisseur de plus en plus sérieux, il n'en reste pas moins que les EUA demeurent le partenaire dominant, surtout au niveau des exportations.

Quelle que soit la conjoncture (une courte récession, suivie d'une surévaluation du taux de change), les EUA absorbent encore et toujours la part congrue de la production canadienne.

Cette conclusion nous pousse à réfléchir sur la portée des statistiques utilisées, car la comptabilité du commerce international, loin d'être un reflet fidèle, apparaît de plus en plus comme un miroir déformant la réalité. Il ressort de cette analyse que, dans un contexte d'intégration en profondeur, alors que les réseaux d'entreprises traversent et retraversent les frontières, il devient très délicat d'interpréter la signification des statistiques de commerce. Étant donné que de nombreux opérateurs sur le territoire canadien sont d'origine *américaine*, le commerce international est en fait souvent un commerce intra-firme. Ceci veut dire qu'il faut souvent dissocier les flux de commerce de la nationalité du produit échangé. Cela dit, ces chiffres nous apportent des informations intéressantes sur

les spécialisations sectorielles du Canada et du Québec. À ce propos, nous avons évoqué, en introduction, l'importance de la question de la marchandisation des biens et services de la culture. Nous pouvons désormais aller plus loin et avancer que le régionalisme économique et l'intégration en profondeur jouent tous deux un rôle majeur dans le renforcement de ce processus de marchandisation à travers lequel ou grâce auquel un nombre toujours croissant de biens et de services culturels issus des EUA fragilisent, voire marginalisent des symboles et des pratiques culturelles qui avaient cours au Canada et au Québec.

Parallèlement, cette intégration à grande échelle instaure une nouvelle division du travail dans le champ de la culture, une division en vertu de laquelle les industries canadiennes et québécoises occupent des créneaux particuliers qui ne sont pas liés à de quelconques habilités culturelles mais, plus prosaïquement, à des impératifs de localisation, de coûts de main d'œuvre, voire à la présence de monopoles plus anciens dans le secteur de l'imprimerie, ou plus nouveaux, dans celui des CD et autres DVD.

D'ailleurs, pour donner une meilleure image du processus d'intégration, il pourrait être intéressant de développer des recherches statistiques relatives aux réseaux de firmes agissant dans le secteur de la culture en Amérique du Nord. Il semble que Statistique Canada ait tenté de mettre en place des chiffres relatifs au contrôle des entreprises au Canada dans le secteur culturel. Malheureusement, ce programme semble avoir été abandonné. Certes, pour certains secteurs, les chiffres du commerce des services semblent fournir une image plus fidèle du processus d'intégration, comme c'est le cas pour les enregistrements sonores, par exemple. Mais ici aussi, certains chiffres, comme ceux qui portent sur le secteur de la publicité notamment semblent offrir une image tronquée de la réalité

En conséquence, si les statistiques de biens et services culturels sont un outil utile pour cerner les effets de l'intégration dans le domaine de la culture, il serait indispensable de développer et de rendre disponibles de nouveaux indicateurs pour donner une image plus fidèle du processus. Ainsi, il serait intéressant de

développer des compilations de données relatives aux investissements directs étrangers dans le domaine de la culture, du divertissement et des médias, ou encore d'instaurer un mécanisme de veille du phénomène de la concentration des industries culturelles en Amérique du Nord.

Quoi qu'il en soit, dans un contexte de concurrence accrue générée par les processus de libéralisation en cours, les gouvernements du Canada et du Québec ont tout intérêt à poursuivre leur politique de soutien aux industries de la culture. Avant même d'assurer aux artistes les plus populaires un accès au marché international, la préservation d'une production locale destinée au marché national doit être soutenue. La petite taille des marchés québécois et canadiens ne permettra que rarement au secteur de survivre par lui-même et ce, surtout face aux grandes entreprises nord-américaines qui ont pour base un marché de 300 millions d'habitants. C'est pourquoi le combat pour la diversité culturelle devra encore poursuivre son chemin.

Bibliographie

Jean-Pierre Warnier (1999), *La mondialisation de la culture*, La découverte, Paris.

Françoise Benhamou (2001), *L'économie de la culture*, La découverte, Paris.

Jamie Carson (2001), *Estimations du commerce de biens de la culture : Méthodologie et notes techniques*, Documents de recherche, No 81-595-MIF au catalogue, p. 6.

Programme des statistiques de la culture (2002), *Cadre canadien pour les statistiques culturelles*, documents de recherche, No 81-595-MIF au catalogue, p. 9.

Statistique Canada, *Le commerce des biens de la culture. 2005*, Le quotidien, 12 juin 2006, disponible en ligne à l'adresse : <http://www.statcan.ca/Daily/Francais/060612/q060612b.htm>, page consulté en avril 2007

M. Durand (2001), « Commerce international des produits culturels : Examen semestriel, 2001 », *La culture en perspective*, vol. 13, n° 2, p. 8.

Vik Singh et Miles Rowat (2006), « L'ascension du dragon : L'importance croissante de la Chine pour le commerce de biens de la culture du Canada », *La culture en perspective*, vol. 15, n° 3, automne, pp. 3-4.

D'après Statistique Canada, *Le commerce des services de la culture. De 1996 à 2003*, Le quotidien, 28 mars 2006, disponible en ligne à l'adresse : <http://www.statcan.ca/Daily/Francais/060328/q060328b.htm>, page consulté en avril 2007

D'Après Statistique Canada, *Le commerce des services de la culture. De 1996 à 2002*, Le quotidien, 9 septembre 2004, disponible en ligne à l'adresse : <http://www.statcan.ca/Daily/Francais/040909/q040909b.htm>, page consulté en avril 2007 ,

D'après C. Abdallah et L. Lapierre (2002), *Note sur l'industrie du cinéma au Canada*, HEC Montréal, disponible à l'adresse : http://www.espace-economique-francophone.com/e/seminairehec_ecocult2004/objets/Note%20sur%20industrie%20cinema%20au%20Canada.pdf

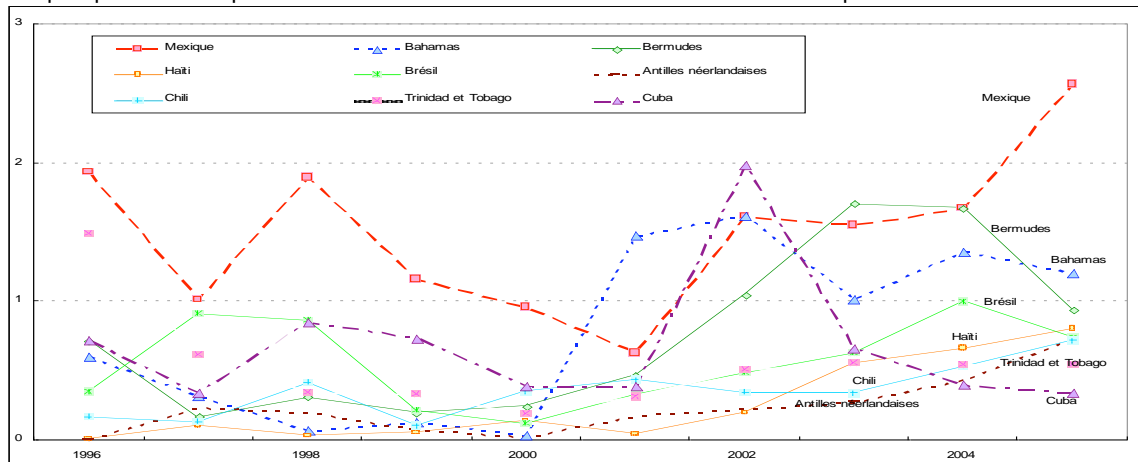
Conseil de l'industrie de communication du Québec, *Portrait des secteurs publicité-marketing et relations publiques au Québec. Rapport sommaire*, soumis au conseil de l'industrie du Québec, 13 février 2007, disponible à l'adresse : http://www.cicq.ca/Html/CICQ_RapportSommaireFinal.pdf

Annexe à la partie 2

Annexe 2.1. Le détail du commerce canadien avec l'Amérique latine.

Après une tendance générale à la baisse des exportations en direction du Mexique, entre 1996 et 2001 (de 1,9 million à 0,6 million de dollars), celles-ci ont pu connaître une très forte progression par la suite, et ce, jusqu'en 2005 (2,6 millions de dollars pour cette dernière année). Durant cette période, l'exportation de CD est en diminution constante, pendant que celles de DVD ne cessent de connaître un essor. Le repli des ventes en direction du Mexique pourrait être lié à l'absorption du choc lié à la crise du peso qui réduit le pouvoir d'achat des consommateurs mexicains. Nous pourrions par ailleurs attribuer le dynamisme des exportations des années 2000-2004 à un *effet ALENA* qui facilite les échanges entre les trois partenaires. Ainsi la libéralisation des flux de marchandises aurait permis d'acheminer des livres et des DVD à moindres frais en direction du Mexique. Par ailleurs, les industries de fabrication de disques, ainsi que les imprimeurs ont désormais des stratégies productives continentales. Dans le cas des pays des Caraïbes, ce sont les exportations de livres qui constituent l'essentiel des échanges de biens culturels. À titre d'illustration, pour l'année 2005, les exportations de livres représentent 1,1 million de dollars en direction des Bahamas, 0,5 million de dollars vers Haïti, 0,3 million pour les Bermudes ou encore 0,2 million pour Trinidad-et-Tobago. Les exportations de livres en direction d'Haïti font un bond à partir de 2003. Il s'agit sans doute là d'exportations liées à l'aide que le Canada fournit à ce pays.

Graphique A2.1. Exportations canadiennes de biens culturels en Amérique latine



Source : Industrie Canada, *Données sur le commerce en direct : Commerce par produit (SH) - codes SH*, <http://www.strategis.ic.gc.ca>, base de données consultée aux mois de mars et avril 2007.

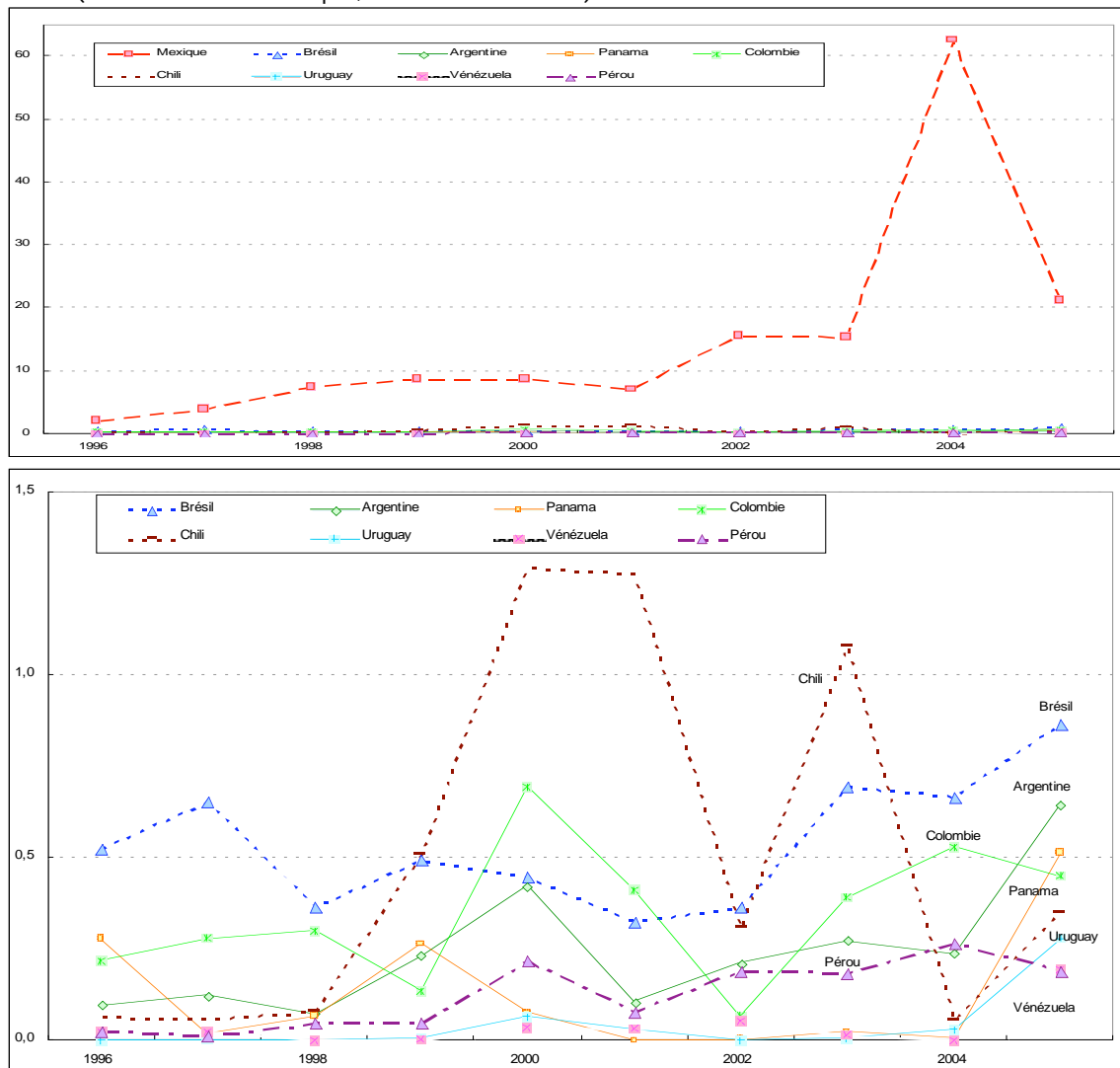
Le Mexique s'affirme comme le principal fournisseur pour ce qui est des importations canadiennes en provenance d'Amérique latine. Alors que ces importations atteignaient seulement 2,1 millions de dollars en 1996, elles se chiffraient à 21,2 millions de dollars en 2005³³. Cette forte augmentation tire son origine de l'importation de DVD, de même que celle de livres et de CD, ainsi que de tableaux de maître³⁴. L'augmentation des exportations mexicaines en direction du Canada trouve sa source dans le déploiement continental de la production dans le cas des industries culturelles produisant des biens reproductibles (CD, DVD, livres). Les firmes des EUA ou du Canada peuvent effectivement profiter des bénéfices de l'ALENA, ainsi que des bas coûts de production sur le territoire mexicain, pour ensuite réexporter en direction des autres pays d'Amérique du Nord. Il s'agit encore une fois des effets de l'intégration. D'ailleurs, la faiblesse du commerce avec les autres partenaires d'Amérique latine tend à confirmer ce diagnostic. Parmi les principaux partenaires commerciaux dans le domaine de la culture, des pays comme le Brésil et l'Argentine tendent à s'affirmer timidement.

³³ Nous rappelons que l'année 2004 a été marquée par un pic des importations causé par une entrée massive de DVD (56,1 millions de dollars), qui ne seront que partiellement renouvelés l'année suivante (importations de 13,7 millions de dollars pour ce secteur).

³⁴ La quantité de DVD importée passe de 0,03 à 13,7 millions de dollars; celle de livres, de 0,4 à 2,7 millions de dollars; celle de CD, de 0,01 à 1,5 million de dollars; et enfin, celle de tableaux, de 0,04 à 1,3 millions de dollars.

En 2005, le Brésil exportait pour 0,3 million de livres, 0,3 million de pièces de collection et 0,1 million de tableaux de maître au Canada. Pour ce qui est de l'Argentine, l'essentiel de ses exportations dans le domaine de la culture se divisait en deux secteurs, à savoir les objets d'antiquité de plus de 100 ans d'âge (0,3 million), ainsi que les CD (0,3 million de dollars). De manière plus erratique, le Canada a importé des marchandises en provenance du Chili (catégorie « imprimés sur feuille isolée ») ainsi que de Colombie (livres). Mais la faiblesse des flux explique la forte irrégularité des importations canadiennes.

Graphique A2.2 et A2.3. Importations canadiennes de biens culturels en provenance d'Amérique latine (avec et sans le Mexique, millions de dollars)

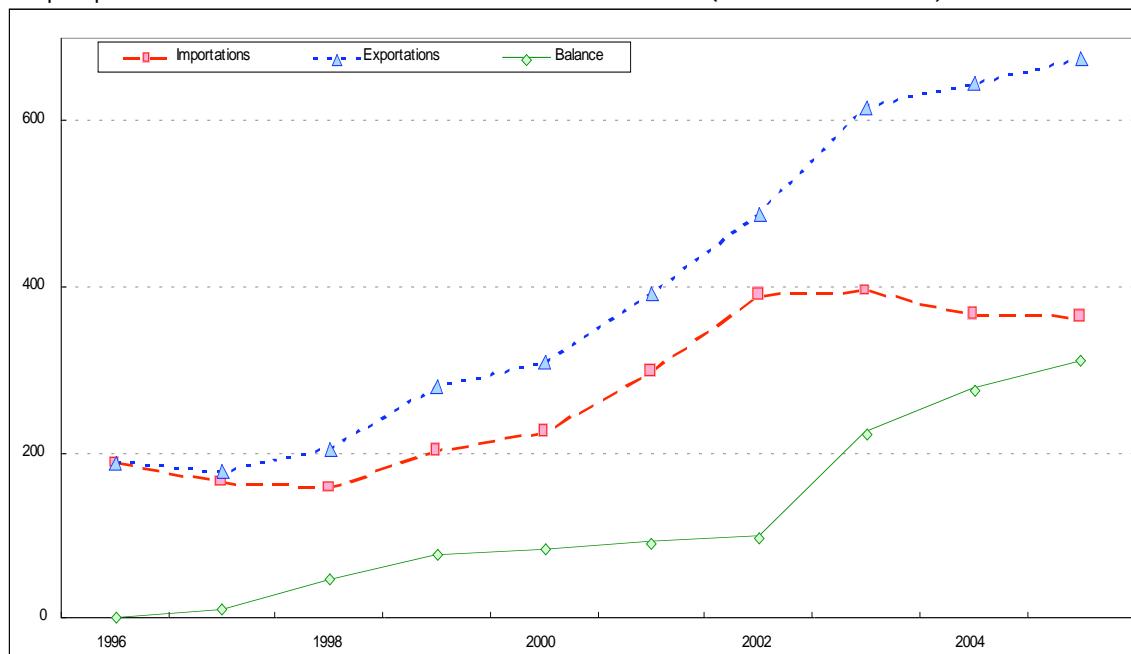


Source : Industrie Canada, *Données sur le commerce en direct : Commerce par produit (SH) - codes SH*, <http://www.strategis.ic.gc.ca>, base de données consultée aux mois de mars et avril 2007.

Annexe 2.2. Les films et vidéos : principal secteur des biens culturels excédentaires

Les films sont le principal bien culturel en situation d'excédent commercial. Lorsque nous parlons d'exportations de films, nous entendons par là l'exportation de « films cinématographiques impressionnés et développés », c'est-à-dire la circulation internationale de bobines de films qui peuvent être destinés au cinéma ou à la télévision et qui peuvent prendre la forme de films, de messages publicitaires ou encore de reportages. Lorsque nous parlons de commerce international de vidéos, nous parlons d'échange de films ou autres contenus audiovisuels enregistrés sur DVD ou vidéocassette. Les films et vidéos exportés par le Canada sont passés de 189 millions à 675 millions de dollars entre 1996 et 2005, ce qui signifie une multiplication par 3,9 sur la période (soit une moyenne annuelle de 15,1 %). Pour ce qui est des importations, elles passent de 188 à 363 millions de dollars entre 1996 et 2005, ce qui correspond à une croissance de 93 % sur la période, soit une croissance de 7,5 % par an en moyenne. Si la croissance de l'excédent commercial canadien dans le secteur du film et des vidéos a été modérée, entre 1996 et 2002, la tendance s'est fortement amplifiée, entre 2002 et 2005. Cet excédent est passé de 1 à 312 millions de dollars durant cette période, soit un accroissement annuel moyen de 89 %.

Graphique A2.4. Commerce international de films et vidéos (millions de dollars)

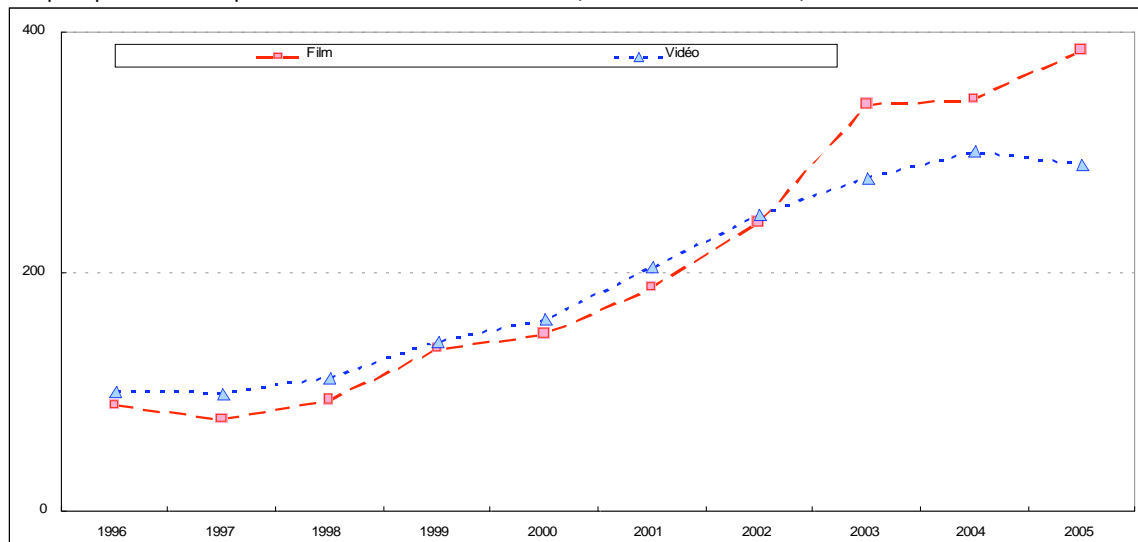


Source : Statistique Canada, *Commerce de biens de la culture : tableaux de données*, n° 87-007-XIF au catalogue, édition du 12 juin 2006.

Parmi les facteurs ayant contribué à l'accroissement des exportations canadiennes dans le domaine de l'audiovisuel, nous pouvons voir que la catégorie « film » est celle qui a le plus augmenté. L'exportation de films a connu une forte augmentation, entre 1996 et 2005, passant de 89 millions à 385 millions de dollars (multiplication par 4,32 sur toute la période). Ce type d'exportation se dirige exclusivement vers les EUA : 383,2 millions de dollars, soit 99,7 % du total. En d'autres termes, les manufactures canadiennes de bobines de film impressionnées envoient leur marchandise exclusivement aux EUA. Les exportations de vidéos canadiens ont, elles aussi, connu une forte croissance. Celles-ci sont passées de 120 à 291 millions de dollars, soit une croissance globale de 142 % sur la période 1996-2005. Les EUA restent le principal débouché pour les DVD produits au Canada. Étant donné la forte concurrence sur le marché, l'appréciation du dollar canadien a stoppé l'expansion des exportations dans ce secteur. En 2005, la répartition des exportations de DVD va comme suit : 71,4 % vont en direction des EUA (soit 207,5 millions de dollars); contre 6,8 % vers le le R.-U. (19,7 millions) et 2 % vers la France (5,6 millions). Ici encore, ces

exportations ne sont pas nécessairement des exportations de DVD à contenu artistique canadien. Étant donné la densité des réseaux d'intégration dans le milieu du cinéma, il est fort à parier qu'une majorité des DVD exportés aux EUA sont en fait des films d'origine américaine.

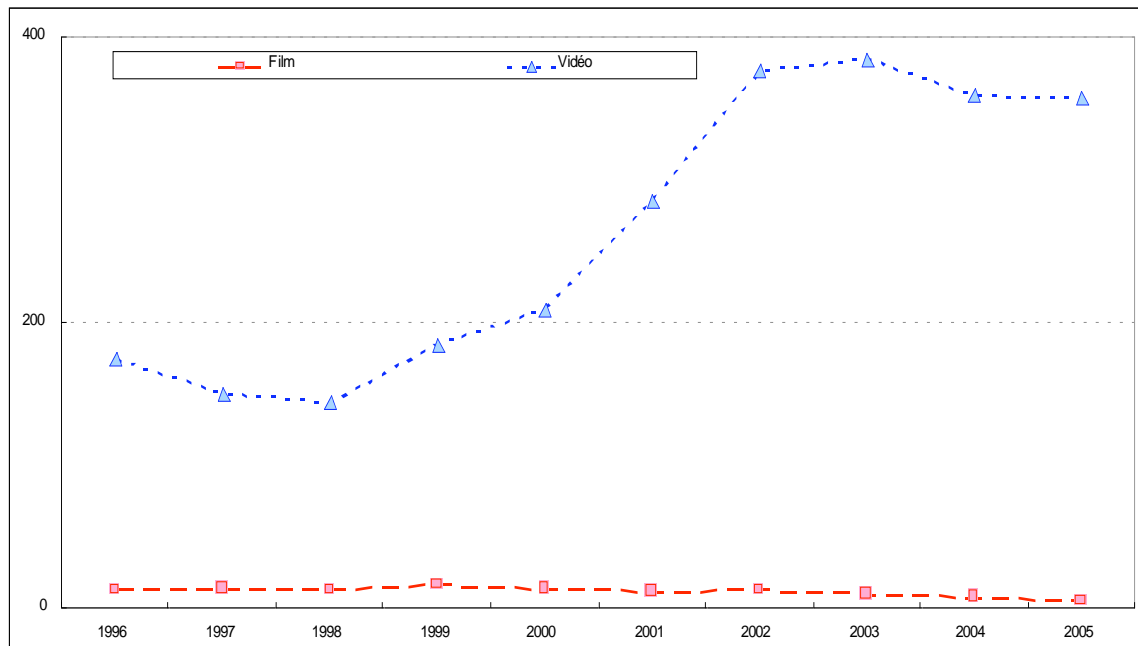
Graphique A2.5. Exportations de films et vidéos (millions de dollars)



Source : Statistique Canada, *Commerce de biens de la culture : tableaux de données*, n° 87-007-XIF au catalogue, édition du 12 juin 2006.

Les vidéos sont le principal support audiovisuel importé au Canada. L'importation de vidéos est passée de 175 millions de dollars, en 1996, à 357 millions de dollars, en 2005, soit une croissance totale de 104 %. L'achat canadien de films est passé quant à lui de 13 millions de dollars en 1996 à 6 millions de dollars en 2005, ce qui correspond à une décroissance de 54 % sur la période. L'essentiel des vidéos importées proviennent des EUA. En 2005, la valeur des DVD en provenance de ce pays s'élevait à 339,7 millions de dollars, soit 93,7 % du total. Dans les faits, l'essentiel des réseaux de production, de création et de distribution de cette industrie est contrôlé par les *majors* d'Hollywood. Par ailleurs, la quasi totalité des films consommés par les Canadiens sont des films en provenance des EUA. Il convient donc de nuancer très fortement la notion d'excédent commercial pour ce qui est de ce secteur.

Graphique A2.6. Importations de films et de vidéos (millions de dollars)



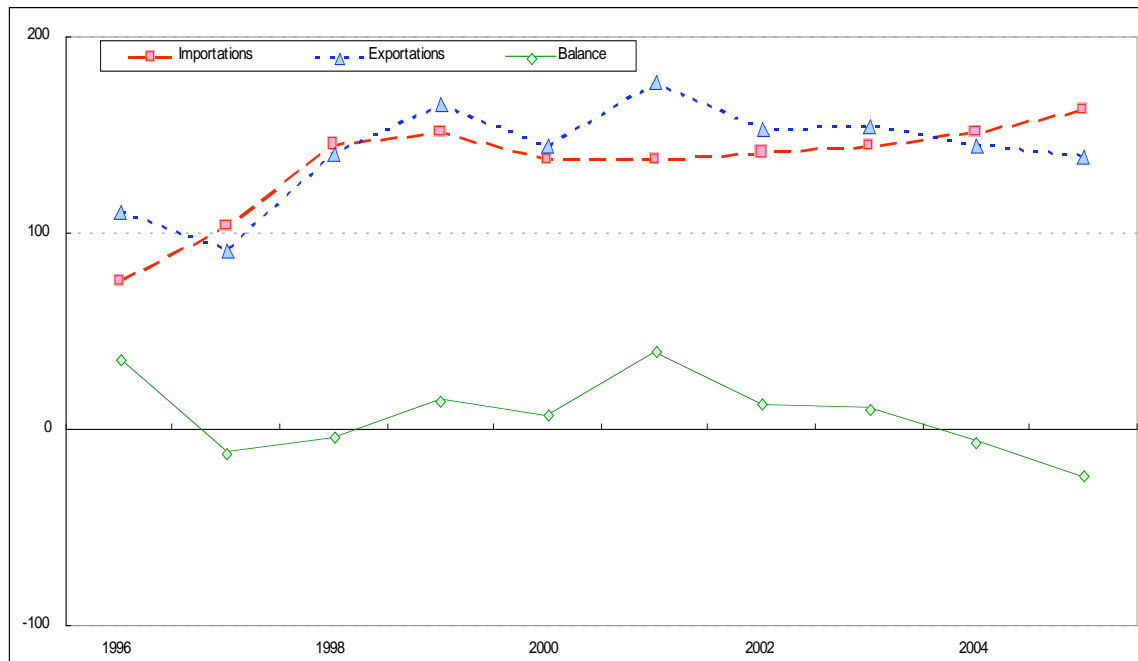
Source : Statistique Canada, *Commerce de biens de la culture : tableaux de données*, n° 87-007-XIF au catalogue, édition du 12 juin 2006.

Annexe 2.3. Les enregistrements sonores et l'édition musicale: un commerce pratiquement équilibré

La quantité d'enregistrements sonores importée par le Canada est passée de 75 millions à 163 millions de dollars, entre 1996 et 2005, ce qui correspond à une croissance de 117 % sur la période, soit une moyenne annuelle de 9 %. En 2005, 66 % de ces importations provenaient des EUA, ce qui confirme l'importance de leurs produits dans les ventes de disque au Canada. Il est à noter que le R-U (8,5 millions, soit 5,8 % du total) et la France (3,4 millions, soit 2,1 % du total) sont les deux autres sources d'importations les plus importantes dans le secteur. Pour ce qui est des exportations, elles passent de 111 à 177 millions de dollars, entre 1996 et 2001, puis à 139 millions de dollars, en 2005. Cela correspond à une croissance de 25 % sur la période, soit une croissance de 2,6 % par an en moyenne. Ces exportations se dirigent essentiellement vers les EUA (91,2 % du total en 2005). Ces chiffres permettent d'illustrer le degré d'intégration des firmes nord-américaines dans le secteur du disque et ils n'ont rien à voir avec un quelconque rayonnement culturel du Canada dans le secteur de la musique. Malgré un léger

redressement, entre 1997 et 2001, la tendance générale est au creusement du déficit entre 1996 et 2005, alors que la balance commerciale des enregistrements sonores était excédentaire en début de période. Le solde est passé de +36 millions à -24 millions de dollars, soit une dégradation de 250 % en 9 ans. D'une manière générale, nous pouvons constater une faible croissance, voire même un tassement des flux commerciaux, entre 2000 et 2005. Cela reflète la crise que vit l'industrie du disque avec l'apparition de nouveaux supports multimédias (mp3) et des défis qui les entourent, à savoir le piratage.

Graphique A2.7. Commerce international d'enregistrements sonores et édition musicale (millions de dollars)



Source : Statistique Canada, *Commerce de biens de la culture : tableaux de données*, n° 87-007-XIF au catalogue, édition du 12 juin 2006.

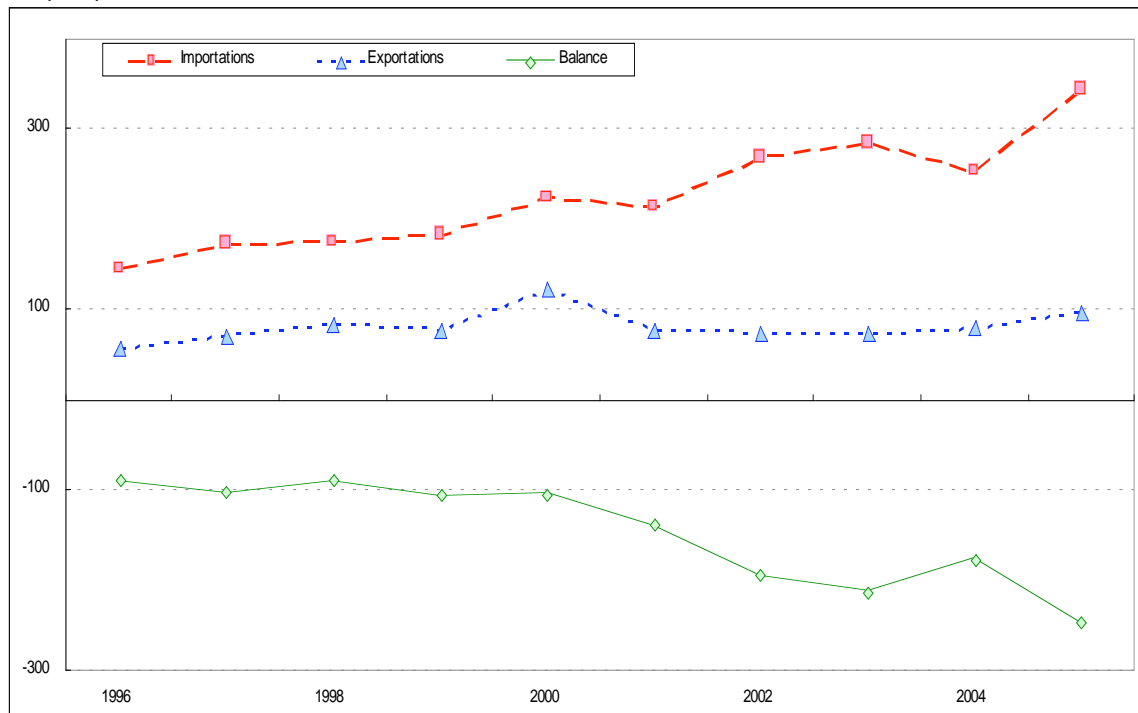
Annexe 2.4. Les arts visuels : un déficit commercial canadien dans le secteur des biens culturels

Le secteur des arts visuels contribue de manière croissante au déficit commercial canadien dans le domaine des biens culturels. Les échanges de biens dans ce secteur comprennent non seulement le commerce des œuvres d'art visuel originales (tableaux, sculptures, etc.), mais aussi celui des objets d'ornementation

et de décoration artistiques. La quantité d'œuvres d'art visuel importée par le Canada est passée de 145 millions à 344 millions de dollars, entre 1996 et 2005, ce qui signifie une croissance de 137 % sur la période, soit une moyenne annuelle de 10,1 %. Les importations d'œuvres d'art originales proviennent essentiellement de pays occidentaux : les importations en provenance de la France représentent 38,4 % du total (84 millions de dollars); celles provenant des EUA, 21,2 % (46,6 millions); celles du R-U, 5,9 % (20,3 millions de dollars). L'importance des collections patrimoniales se trouvant dans chacun de ces pays permet d'expliquer l'intensité de ces flux. Pour ce qui est des autres objets d'art³⁵, leur reproductibilité rend les pays à bas salaires fortement attrayants pour la production de ce type de bien. C'est pourquoi la Chine s'affirme comme le *leader* parmi les sources d'importations de ce secteur, avec une part de 68,6 %, en 2005 (89,2 millions de dollars). Pour ce qui est des exportations, elles passent de 57 à 98 millions de dollars, entre 1996 et 2005. Cela correspond à une croissance de 71 % sur la période, soit une croissance de 6,2 % par an en moyenne. Les exportations restent en revanche concentrées en Amérique du Nord. 67,5 % des exportations d'œuvres d'art originales, ainsi que 89,6 % des exportations d'autres objets d'art visuels prennent le chemin des EUA. En définitive, la tendance générale est au creusement du déficit commercial canadien dans le secteur des arts visuels, entre 1996 et 2005. Celui-ci est passé de 89 millions à 247 millions de dollars durant cette période, soit un accroissement de 177 % en neuf ans.

³⁵ Il s'agit de statuettes, d'objets d'ornementation, ou encore d'imitations d'œuvres d'art.

Graphique A2.8. Commerce international d'arts visuels (millions de dollars)



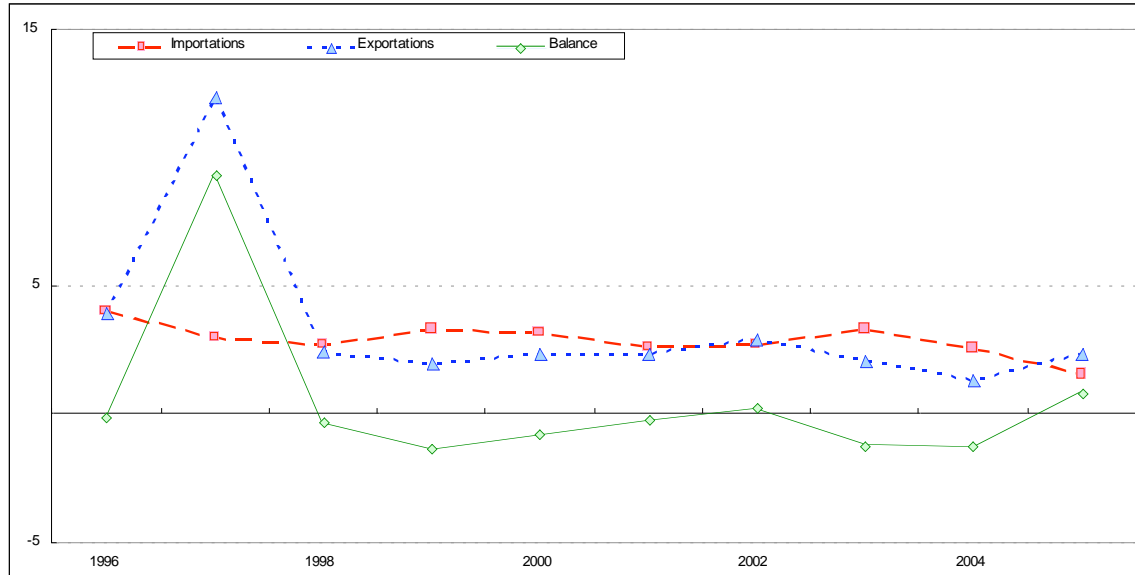
Source : Statistique Canada, *Commerce de biens de la culture : tableaux de données*, n° 87-007-XIF au catalogue, édition du 12 juin 2006.

Annexe 2.5. L'architecture : secteur marginal dans le commerce international des biens culturels du Canada

Les biens architecturaux répertoriés dans les biens culturels sont très peu échangés par le Canada. Par biens architecturaux, nous entendons les plans et dessins d'architectes et tous les travaux commerciaux tangibles vendus par les bureaux d'architectes. La quantité de ces biens exportés par le Canada est passée de 3,9 millions à 2,3 millions de dollars, entre 1996 et 2005, ce qui correspond à une décroissance de 41 % sur la période. Il est à noter que l'année 1997 a été exceptionnelle, puisque les exportations sont passées à 12,3 millions cette année-là. Il s'agit d'une vente d'un plan d'architecture d'une valeur de 12 millions de dollars en direction des EUA, qui sont par ailleurs le principal marché d'exportations pour ce secteur. Pour ce qui est des importations, elles passent de 4,0 à 1,5 million de dollars, entre 1996 et 2005. Les EUA sont les principaux pourvoyeurs de ce type de biens (74,3 % du total des importations, pour une valeur de 1,1 million en 2005). Cela signifie une décroissance de 62,5 % sur la

période. La balance commerciale de ce secteur est passé de -98 000 à +857 000 dollars durant cette période.

Graphique A2.9. Commerce international d'architecture (millions de dollars)



Source : Statistique Canada, *Commerce de biens de la culture : tableaux de données*, n° 87-007-XIF au catalogue, édition du 12 juin 2006.

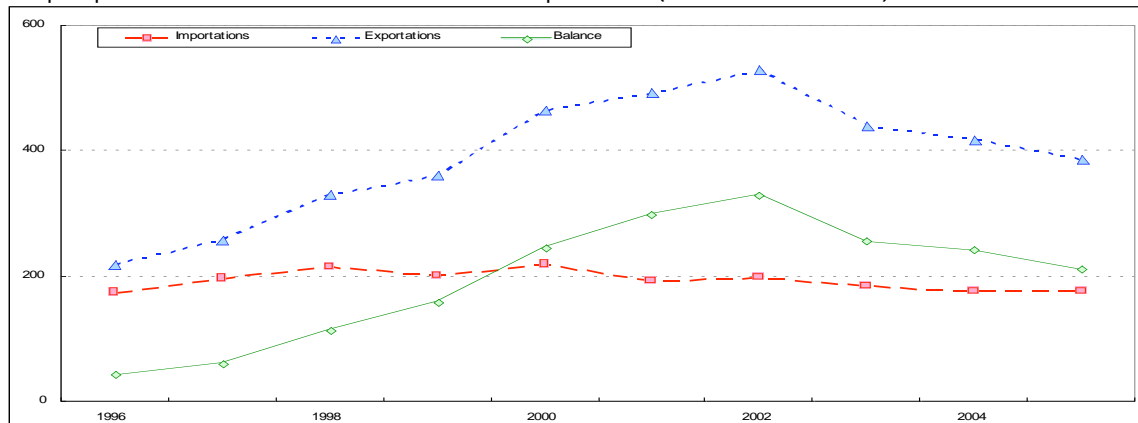
Annexe 2.6. La publicité : un secteur d'exportation privilégié

L'excédent commercial du secteur de la publicité permet de limiter le déficit commercial canadien dans le domaine des biens culturels. Les exportations de biens publicitaires sont constituées des échanges de bobines de film, ainsi que tous les imprimés à vocation publicitaires. Il convient donc de préciser dès à présent que cet excédent commercial signifie avant tout que la production manufacturière de publicités audiovisuelles ou imprimées est localisée au Canada. Cela ne nous renseigne pas sur la nationalité des maisons de production et de diffusion de ces publicités. La quantité de publicités importée par le Canada est restée à 176 millions, entre 1996 et 2005. En 2005, ces importations provenaient essentiellement des EUA (88,9 % pour un montant de 156,4 millions de dollars), ce qui confirme l'intégration nord-américaine des réseaux de publicités, dominés par les grands groupes américains. À noter la progression constante de la Chine dans le secteur, dont les exportations en direction du

Canada passent de 1,6 à 4,8 millions de dollars, soit une part qui passe de 0,9 % à 2,2 %. Ceci s'explique principalement par l'importation de publicités imprimées produites à moindre coût sur le territoire chinois. Les importations de biens relatifs à la publicité sont presque totalement formées de produits imprimés, soit 96,1 % en 2005. Pour ce qui est des exportations, elles passent de 219 millions à 527 millions de dollars entre 1996 et 2002, puis redescendent à 387 millions de dollars, en 2005. Il s'agit d'un des secteurs à avoir été le plus touché par la surévaluation du dollar canadien. Globalement, les exportations du secteur ont connu une croissance de 76 % sur la période, soit une croissance de 6,5 % par an en moyenne. Ici encore, le marché des EUA, grâce à sa taille et à sa proximité absorbe la quasi-totalité des biens relatifs à la publicité, soit 95,5 %, en 2005. Cette année-là, les exportations de bobines publicitaires et des publicités imprimées étaient parfaitement partagées (50 % du total pour chacune d'entre elles).

Par ailleurs, l'industrie des bobines publicitaires a connu une croissance fulgurante. Leur exportation est passée de 88,5 millions à 384,6 millions de dollars, entre 1996 et 2005, soit une multiplication par 4,3. Le ralentissement des exportations, entre 2002 et 2005, peut être lié à trois facteurs : la récession économique aux EUA en 2001-2002, le niveau élevé du taux de change qui rend les produits canadiens moins compétitifs et l'émergence de la concurrence de la Chine, qui bénéficie d'un coût de production moindre dans le secteur de l'imprimerie. Après une forte croissance de l'excédent commercial, entre 1996 et 2002, (de 43 à 329 millions de dollars), celui-ci est retombé, entre 2002 et 2005, (211 millions de dollars pour cette dernière année), ce qui correspond à une multiplication par 4,9 en 9 ans (croissance annuelle moyenne de 19,3 %). Nous pourrions voir dans la quatrième partie que les chiffres du commerce des services dans ce secteur apportent des informations complémentaires fort utiles, puisque l'essentiel de la production de cette branche relève du secteur tertiaire.

Graphique A2.10. Commerce international de publicité (millions de dollars)



Source : Statistique Canada, *Commerce de biens de la culture : tableaux de données*, n° 87-007-XIF au catalogue, édition du 12 juin 2006.

Annexe 2.7. Les biens relatifs au patrimoine : source mineure du déficit canadien dans le secteur des biens culturels

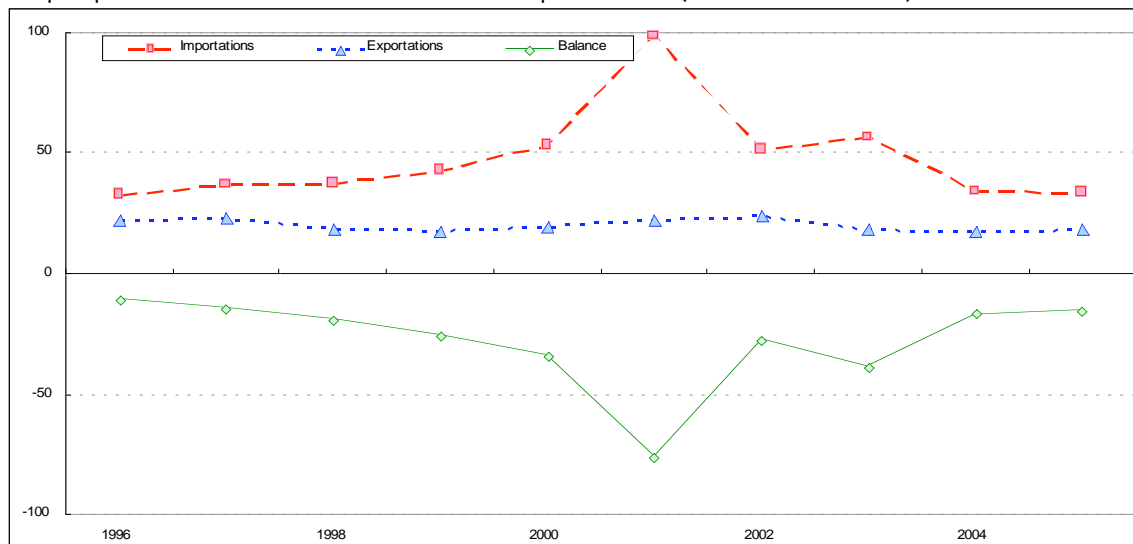
Les biens relatifs au patrimoine³⁶ sont une source mineure du déficit commercial canadien dans le domaine des biens culturels. La quantité d'écrits de ce type de biens exportée par le Canada est passée de 23 millions à 19 millions de dollars, entre 1996 et 2005, ce qui signifie une décroissance de 17 % sur la période. Les EUA sont la première destination de ce type de biens (61,5 % en 2005), suivis du R-U (9,2 %), des Pays-Bas (8,7 %) et de l'Allemagne (7,7 %). Les objets d'antiquité représentent 29,2 % du total, en 2005, contre 70,8 % pour les objets de collection. Pour ce qui est des importations, elles passent de 33 à 99 millions de dollars, entre 1996 et 2001³⁷, puis redescendent à 34 millions de dollars, en 2005. Il s'agit d'une quasi-stagnation sur l'ensemble de la période. En 2005, ces importations provenaient des EUA (29,5 %), suivis de près par la France (24,8 %), le R-U (17,1 %) et enfin, la Chine (6,2 %) : 75,7 % des ces importations sont des objets d'antiquité, contre 24,3 % pour les objets de collection. Malgré un fort creusement, entre 1996 et 2001, la tendance générale est à la stabilisation du

³⁶ Cette catégorie est constituée des objets de collection (zoologique, botanique, minéralogique etc.) à caractère culturel et les objets d'antiquité de plus de 100 ans d'âge.

³⁷ Le pic de 2001 est dû à l'achat simultané d'objet de collection au Royaume-Uni (pour 19,3 millions de dollars) et au Portugal (pour 29,3 millions de dollars).

déficit, entre 1996 et 2005. Celui-ci est passé de 10 à 15 millions de dollars durant cette période.

Graphique A2.11. Commerce international de patrimoine (millions de dollars)



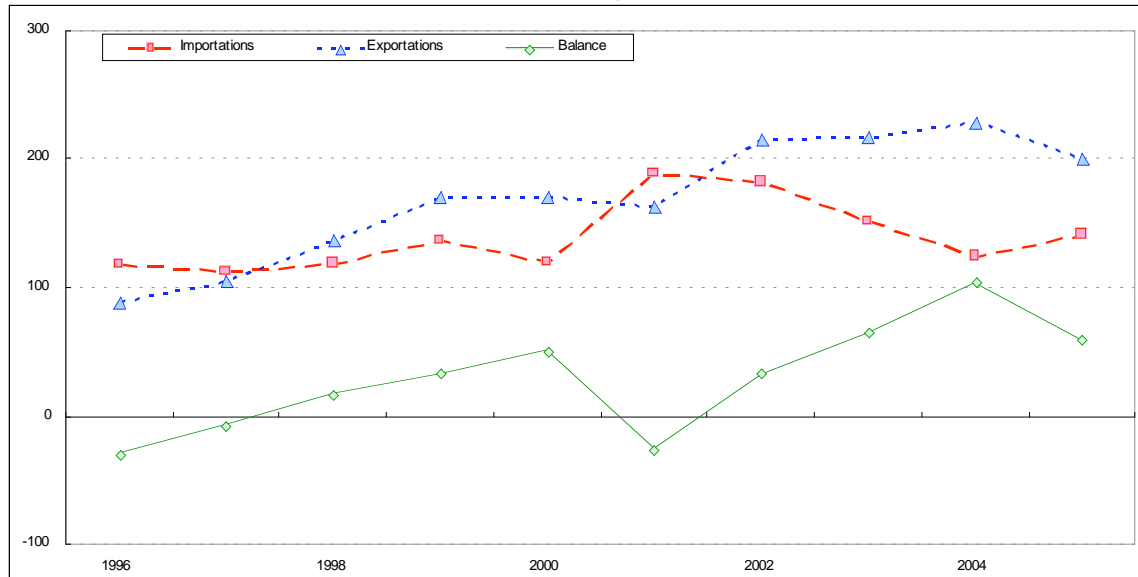
Source : Statistique Canada, *Commerce de biens de la culture : tableaux de données*, n° 87-007-XIF au catalogue, édition du 12 juin 2006.

Annexe 2.8. Les biens culturels relatifs à la photographie : des déficits aux excédents commerciaux

Nous retrouvons deux types de marchandises faisant partie de cette catégorie : les pellicules de photographie impressionnées et développées et les photographies sous format papier. La quantité de photographies importées par le Canada est passée de 89 millions à 201 millions de dollars, entre 1996 et 2005, ce qui correspond à une croissance de 125 % sur la période, soit une moyenne annuelle de 9,4 %. La principale source de ces importations demeure les EUA (74,7 % du total en 2005), suivis par la Chine en forte progression (de 0,5 à 7,7 % des importations entre 1996 et 2005), de la France (6,5 % en 2005) et du R.-U. (2,6 % du total en 2005). Même si les EUA restent une source importante, la progression de la Chine provient de la possibilité d'imprimer à moindre coût des photographies destinées au marché nord-américain. Il est à noter par ailleurs que les photographies imprimées constituent l'essentiel (93,8 %) des importations de ce secteur. Pour ce qui est des importations, elles passent de 118 à 188 millions de

dollars, entre 1996 et 2001, puis redescendent à 142 millions de dollars en 2005, ce qui correspond à une croissance de 20,3 % sur la période totale, soit une croissance de 2,1 % par an en moyenne. Les EUA constituent le marché d'exportation privilégié (90,9 %), loin devant le R-U (2,8 %). Ces exportations sont composées à 99,3 % des photographies imprimées. L'importance économique des imprimeurs canadiens est donc confirmée par cette statistique. Après un léger redressement, entre 1996 (-29 millions de dollars) et 2000 (+ 51 millions de dollars), un nouveau déficit s'est creusé, en 2001 (-26 millions de dollars). Mais la tendance s'est améliorée avec un excédent de 59 millions de dollars, en 2005.

Graphique A2.12. Commerce international de photographies (millions de dollars)



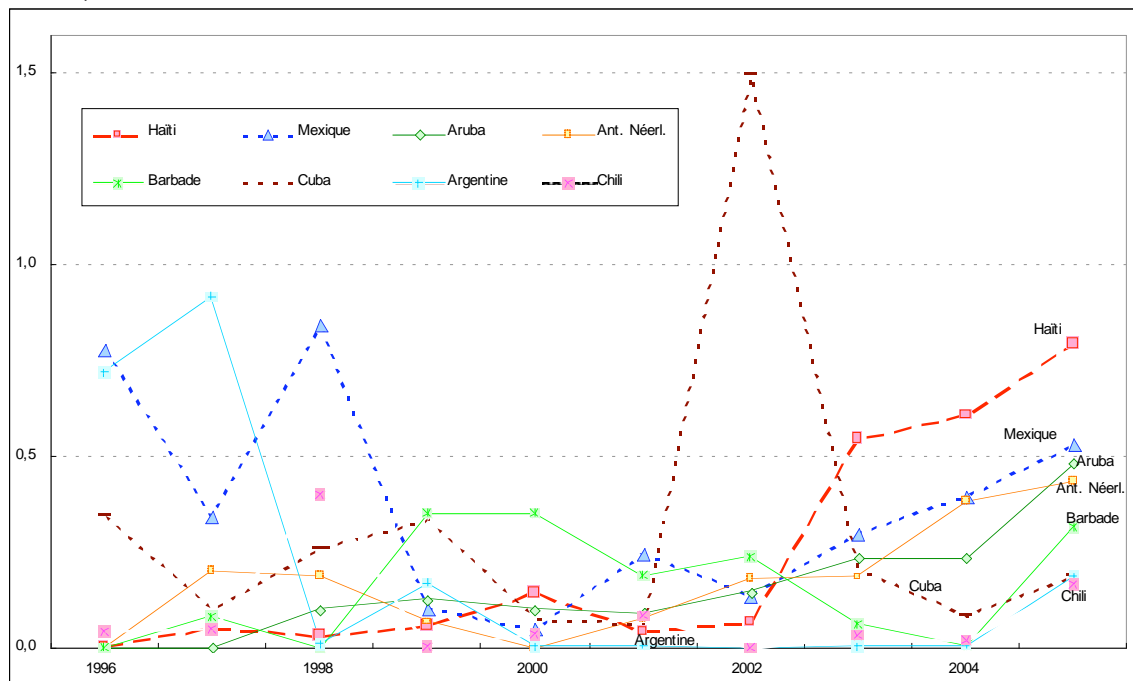
Source : Statistique Canada, *Commerce de biens de la culture : tableaux de données*, n° 87-007-XIF au catalogue, édition du 12 juin 2006.

Annexe à la partie 3

Annexe 3.1 Détail du commerce de biens culturels québécois avec l'Amérique latine

Si nous nous tournons maintenant vers les partenaires, c'est Haïti qui est la première destination latino-américaine des biens culturels québécois³⁸. Le Mexique arrive en seconde position avec des exportations de 0,5 million de dollars en 2005. Il s'agit essentiellement de l'exportation de CD (0,16 million de dollars) et de DVD (0,14 million de dollars), ainsi que de publicités imprimées (0,14 million de dollars). D'autres pays connaissent des pics d'exportations d'une année, comme ce fut le cas pour le Chili, en 1998 (pour 0,399 millions de dollars de CD), Cuba, en 2002 (1,4 million de dollars de livres), ou encore l'Argentine, entre 1996 et 1997 (0,4 et 0,6 million de dollars de CD respectivement).

Graphiques A3.1. Exportations de biens culturels du Québec en Amérique latine (millions de dollars)

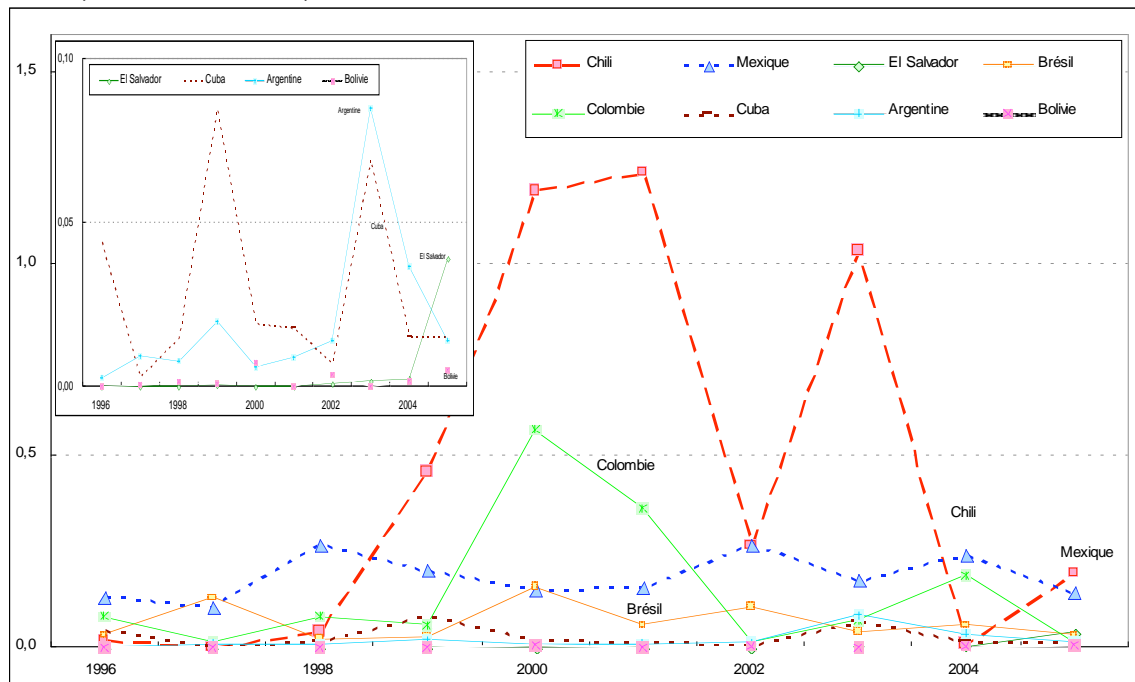


Source : Industrie Canada, *Données sur le commerce en direct : Commerce par produit (SH) - codes SH*, <http://www.strategis.ic.gc.ca>, base de données consultée aux mois de mars et avril 2007.

³⁸ Avant 2003, les exportations à destination de Haïti étaient nulles. C'est sans doute le rôle joué par le Canada dans la mission de paix (MINUSTAH), ainsi que la priorité accordée à ce pays par l'ACDI qui expliquent qu'Haïti occupe ce rang. Les exportations en question sont essentiellement composées de livres.

Au niveau des importations, le Chili est le principal pays d'où le Québec importe des biens culturels, en 2005, avec 0,2 million de dollars et ce, après un pic de 1,2 million de dollars, en 2001. Les différents pics chiliens sont liés aux importations dans le domaine des brochures imprimées (1 million de dollars en 2000, 0,7 million en 2001); de l'architecture (0,7 million en 2003) ou encore des œuvres d'art originales (0,19 million en 2003). Le Mexique (0,1 million en 2005) est le deuxième partenaire commercial du Québec dans cette région. Enfin, des pays comme la Colombie (0,6 million en 2000, dont 0,5 en œuvre d'art), ou le Brésil (0,3 million de dollars en 2000, dont 0,1 million en livres) ont connu des pics au sein de la période couverte.

Graphiques A3.2 et A3.3. Importations de biens culturels du Québec en provenance d'Amérique latine (millions de dollars)



Source : Industrie Canada, *Données sur le commerce en direct : Commerce par produit (SH) - codes SH*, <http://www.strategis.ic.gc.ca>, base de données consultée aux mois de mars et avril 2007.

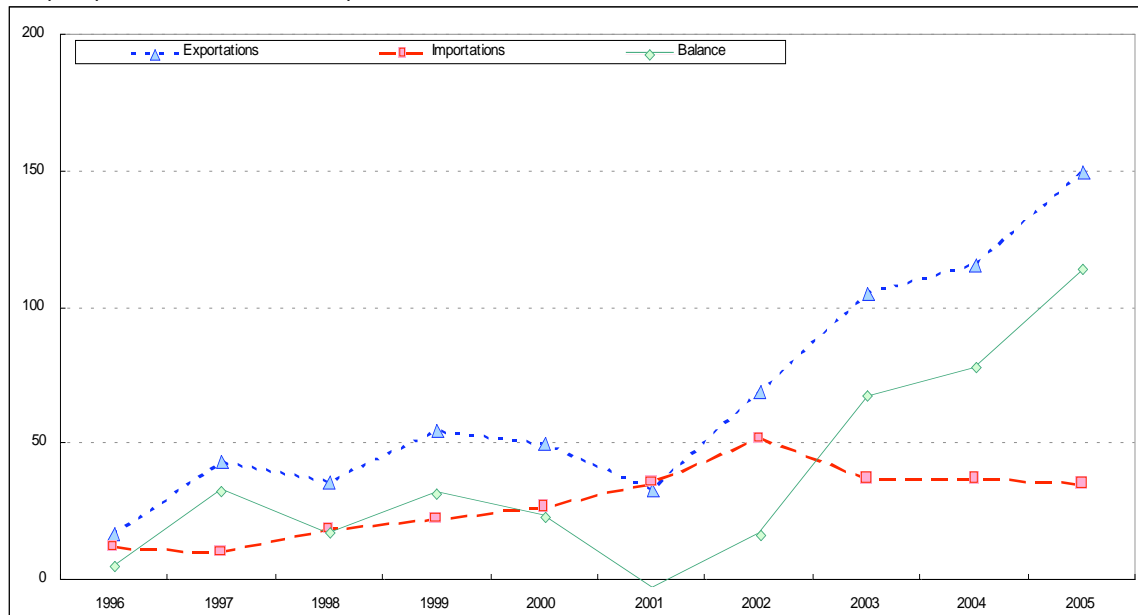
Annexe 3.2. Le secteur des films et vidéos : un excédent lié à la spécialisation industrielle

Les exportations québécoises ont connu une croissance forte et quasi-ininterrompue, entre 1996 et 2005. Elles étaient de 17,2 millions de dollars, en 1996, et aboutissent à un montant de 149,8 millions de dollars, en 2005, une multiplication par 8,7 durant la période. Les industries de production de bobines de films, ainsi que celles de DVD vont se développer au Québec. En 2005, chacun des sous-secteurs contribue de manière égale aux exportations québécoises (50,2 % pour le premier et 49,8 % pour le second). Pour ce qui est des bobines de films, les EUA absorbent la totalité de la production québécoise (99,7 %). Le réseau de production de bobines est directement intégré dans les réseaux de production cinématographique nord-américains. Les exportations de DVD sont beaucoup moins concentrées. Si 66,4 % des exportations se dirigent vers notre voisin du Sud, des pays comme le R-U (3,5 %), la France (3,8 %), l'Inde (2,2 %) ou l'Espagne (1,9 %) voient arriver des DVD produits au Québec sur leur marché.

Si les importations de films et vidéos ont connu une forte croissance, entre 1996 et 2002, passant de 12,1 à 52,2 millions de dollars, celles-ci vont reculer, jusqu'en 2005, à 35,7 millions de dollars. Sur l'ensemble de la période, nous assistons tout de même à une multiplication des importations par 3. Ces importations sont essentiellement constituées de vidéocassettes et DVD (96,9 %). 75,5 % des importations de DVD proviennent des EUA, contre seulement 8,7 % pour la France et 3,4 % pour l'Allemagne. Ceci donne une bonne illustration de la prédominance de l'industrie du cinéma américain au Québec.

Autant la balance commerciale va connaître une détérioration, entre 1996 et 2001, (de 5 à -2,5 millions de dollars), autant ce solde va nettement s'améliorer par la suite, pour terminer avec un surplus de + 114 millions de dollars.

Graphique A3.4. Commerce québécois de films et vidéos (millions de dollars)



Source : Industrie Canada, *Données sur le commerce en direct : Commerce par produit (SH) - codes SH*, <http://www.strategis.ic.gc.ca>, base de données consultée aux mois de mars et avril 2007.

Par ailleurs, nous pouvons voir, grâce aux statistiques colligées par l'Institut de la statistique du Québec (ISQ), que le Québec est largement soumis à l'influence du septième art des EUA. En 2005, les films d'origine américaine ont récolté 68,5 % des entrées, 69,3 % des recettes et 70,2 % des projections contre respectivement 18,9 %; 18,1 % et 15,8 % pour les productions québécoises.

Tableau A3.1. Part de l'assistance, des recettes et des projections selon le pays d'origine

Pays	Assistance (%)	Recettes (%)	Projection (%)
EUA	68,6	69,3	70,2
France	4,2	4,1	5,5
Québec	18,9	18,1	15,8
Reste du Can.	1,3	1,3	1,6
Autres	7	7,1	6,9
Total	100	100	100

Source : Observatoire de la culture et des communications, « De nouveaux sommets pour le cinéma québécois », Statistiques en bref, n° 18, février 2006, p. 1, disponible à l'adresse : http://www.stat.gouv.qc.ca/observatoire/publicat_obs/pdf/StatbrefNo18.pdf.

Annexe 3.3. Le secteur des enregistrements sonores, un secteur excédentaire et en déclin.

Après une période d'expansion, entre 1996 et 1999, (de 81,7 à 107 millions de dollars), les exportations d'enregistrements sonores et d'édition musicale ont connu une phase de déclin jusqu'en 2005 (montant 72 millions de dollars pour cette dernière année). Ceci représente un déclin de 11,9 durant la période. L'exportation de CD représente 97,2 % des échanges d'enregistrements sonores et d'édition musicale. Les CD exportés se dirigent quant à eux à 94,7 % vers les EUA et très peu vers l'UE. Ceci peut sembler étonnant étant donné le succès de nombreux artistes québécois de la chanson en France (Diane Dufresne, Robert Charlebois, Céline Dion, Garou, Isabelle Boulay, Lynda Lemay et Bruno Pelletier pour ne citer qu'eux). En fait, non seulement ces artistes font affaires avec des réseaux de production et de distribution français pour pénétrer le marché, mais en plus, les CD sont fabriqués en France –ou en Europe. Par ailleurs, les exportations massives de CD aux EUA sont liées à la production manufacturière de CD d'origine américaine au Québec.

Si les importations d' ont connu une forte croissance, entre 1996 et 2000, passant de 32,9 à 44,6 millions de dollars, celles-ci vont tomber à 24,4 millions de dollars en 2005. Sur l'ensemble de la période, nous assistons à une régression des importations de 25,8 %. Ces importations sont essentiellement concentrées dans l'achat de CD à l'étranger (81,8 %). 58,2 % des importations de CD proviennent des EUA, contre 11,9 % pour le R-U et 11,3 % pour la France. Dans ce cas-ci, certaines maisons de production européennes préféreront localiser leur production de CD en Amérique du Nord pour minimiser les coûts de transport. La balance reste presque identique durant toute la période, passant de 48,7 à 47,6 millions de dollars entre 1996 et 2005.

Par ailleurs, la diminution progressive des exportations et des importations de CD est à mettre en lien avec la crise que subit l'industrie du disque au niveau

mondial, l'apparition de nouveaux supports tels le mp3, ainsi que le piratage tendent à réduire les débouchés pour des supports matériels comme les CD.

Graphique A3.5. Commerce québécois d'enregistrements sonores et éditions musicales (millions de dollars)



Source : Industrie Canada, *Données sur le commerce en direct : Commerce par produit (SH) - codes SH*, <http://www.strategis.ic.gc.ca>, base de données consultée aux mois de mars et avril 2007.

En guise de conclusion, nous pouvons relever qu'une majorité d'œuvres musicales achetées au Québec sont des productions étrangères dans 60 % des cas. La pénétration des œuvres étrangères sur le marché québécois dépasse ce que laissent entendre les statistiques du commerce de biens culturels. Que cela soit dans le contenu artistique ou dans la production des albums, une forte majorité des œuvres sonores achetées au Québec originaires de l'extérieur du Québec comme le laisse entrevoir le tableau 2 ci-après.

Tableau A3.2. Répartition des CD achetés en fonction de l'origine (%)

Origine	Dimension artistique	Dimension industrielle
Québécoise	39,7	43
Non attestée (non québécois)	60,3	57
total	100	100

Source : Observatoire de la culture et des communications, « Ventes d'enregistrements sonores en 2005 », Statistiques en bref, n° 23, septembre 2006, p. 3, disponible à l'adresse : http://www.stat.gouv.qc.ca/observatoire/publicat_obs/pdf/stat_enbref_no23.pdf

Annexe 3.4. Les arts visuels : des importations en expansion, un déficit qui se creuse.

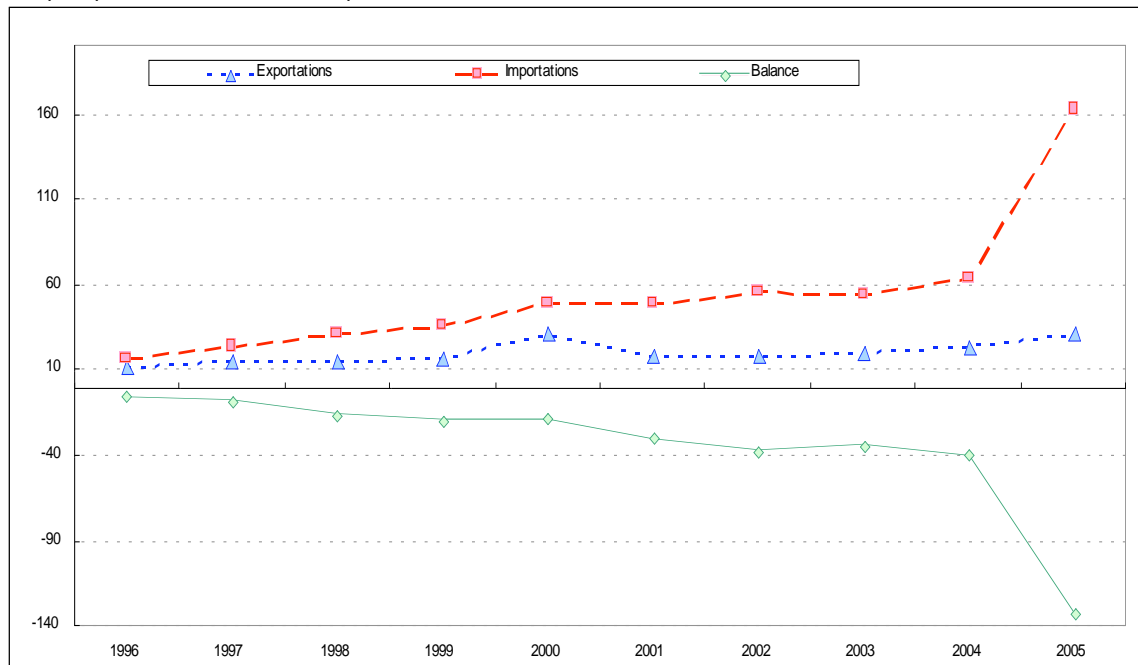
Les exportations d'œuvres d'art ont connu une croissance assez régulière durant la période d'étude (de 11,7 à 31,6 millions de dollars entre 1996 et 2005). Ceci représente une multiplication par 2,7 durant la période. L'exportation d'œuvres d'art originales représente 91,8 % des échanges dans ce secteur de la culture. Les œuvres d'art originales exportées se dirigent quant à elles à 62,2% vers les EUA, contre 28,7 % pour la France.

Les importations d'œuvres d'art visuels ont connu une très forte progression, entre 1996 et 2004, passant de 16,7 à 64,3 millions de dollars, pour se multiplier par quatre l'année suivante, avec un total de 163,3 millions de dollars³⁹. Sur l'ensemble de la période, nous assistons à une multiplication des importations par 10. Ces importations sont essentiellement concentrées dans l'achat d'œuvres d'art originales (88,5 %) et, dans une moindre mesure, d'autres objets d'art (imitations, art décoratif; 11,5). En 2005, 42 % des importations d'œuvres d'art originales proviennent de la France, contre 16,9 %, pour l'Espagne, 9 % pour la Suisse, 3,6 % pour le R-U et seulement 5,4 % pour les EUA.

En conséquence, la balance commerciale se détériore fortement, passant de -4,9 à -131,6 millions de dollars, entre 1996 et 2005.

³⁹ Cette explosion est due à la conjugaison d'achat d'œuvres d'art en France (66,9 millions de dollars), en Espagne (27,6 millions), et en Suisse (14,8 millions)

Graphique A3.6. Commerce québécois en art visuel (millions de dollars)



Source : Industrie Canada, *Données sur le commerce en direct : Commerce par produit (SH) - codes SH*, <http://www.strategis.ic.gc.ca>, base de données consultée aux mois de mars et avril 2007.

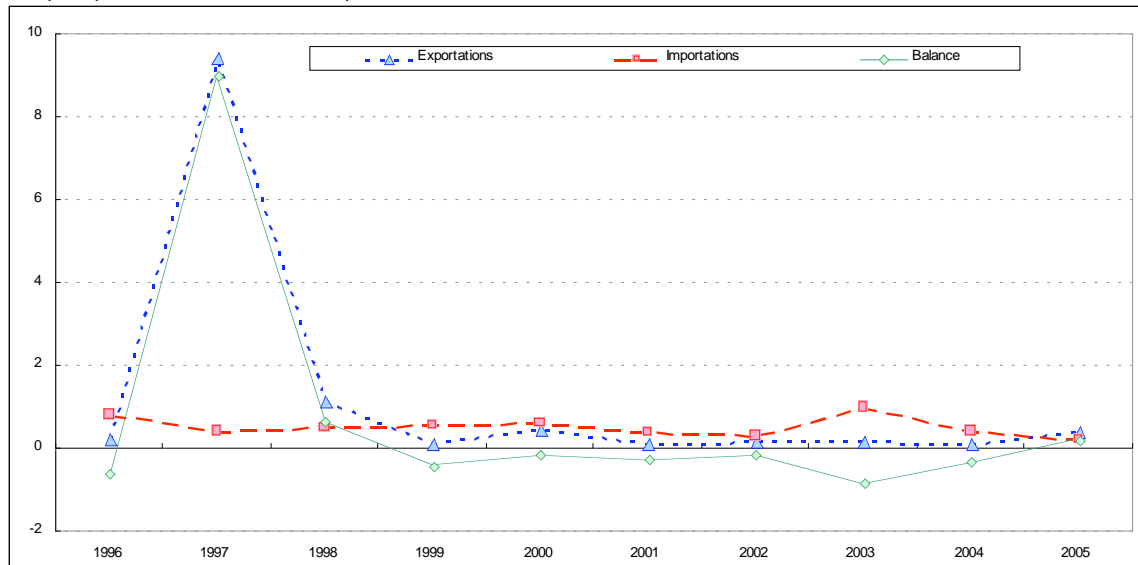
Annexe 3.5. Les biens architecturaux : secteur modeste et irrégulier

Les exportations de biens relatifs à l'architecture ont connu une légère hausse, entre 1996 et 2005, passant de 0,2 à 0,4 million de dollars⁴⁰ durant la période sous étude (de 11,7 à 31,6 millions de dollars, entre 1996 et 2005). En 2005, ces exportations sont dirigées surtout vers la France (0,38 million de dollars).

Les importations de biens relatifs à l'architecture ont connu une tendance au déclin, entre 1996 et 2005, passant de 0,8 à 0,2 million de dollars. Pour la dernière année, la principale source d'importation est les EUA (0,12 million).

⁴⁰ Il est à noter que l'année 1997 est une année exceptionnelle, avec des exportations de 9,4 millions de dollars en direction des EUA.

Graphique A3.7. Commerce québécois des biens relatifs à l'architecture (millions de dollars)



Source : Industrie Canada, *Données sur le commerce en direct : Commerce par produit (SH) - codes SH*, <http://www.strategis.ic.gc.ca>, base de données consultée aux mois de mars et avril 2007.

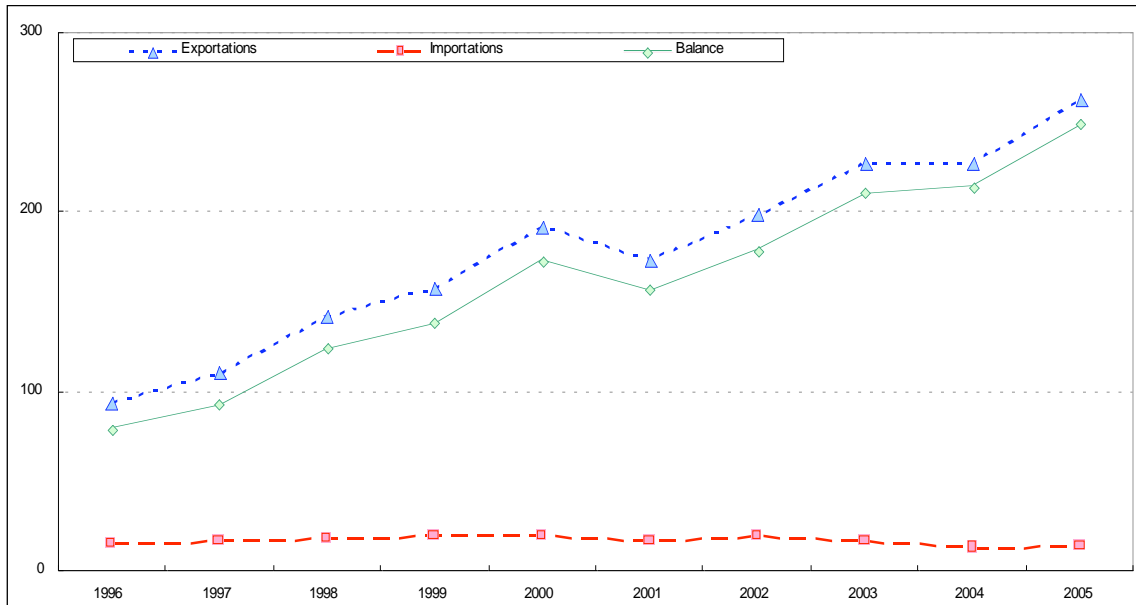
Annexe 3.6. La publicité : une forte expansion des exportations.

Les exportations québécoises de biens publicitaires ont connu une croissance forte et ininterrompue durant la période, de 94,6 à 262,6 millions de dollars, entre 1996 et 2005, ce qui représente une multiplication par 2,8. L'exportation de bobines de film publicitaires représente 28,6 % des échanges, tandis que celles de publicités imprimées représentent 71,4 %. Pour ce qui est des bobines de film, les EUA absorbent la totalité de la production québécoise (99,7 %). Le réseau de production de bobines est directement intégré dans les réseaux de production publicitaire opérant en Amérique du Nord. En ce qui concerne les publicités imprimées, les EUA absorbent ici aussi 96,5 % de la production québécoise.

Les importations de biens relatifs à la publicité sont extrêmement faibles, passant de 15,4 à 14 millions de dollars, entre 1996 et 2005. En 2005, 91,5 % de ces importations sont des publicités imprimées et 53,5 % de ces importations de publicité proviennent des EUA, contre 10,9 %, pour le R-U et 10,8 % pour la

France. En conséquence, la balance commerciale s'améliore fortement, passant de 79,2 à 248,6 millions de dollars, entre 1996 et 2005.

Graphique A3.8. Commerce québécois de publicité (millions de dollars)



Source : Industrie Canada, *Données sur le commerce en direct : Commerce par produit (SH) - codes SH*, <http://www.strategis.ic.gc.ca>, base de données consultée aux mois de mars et avril 2007.

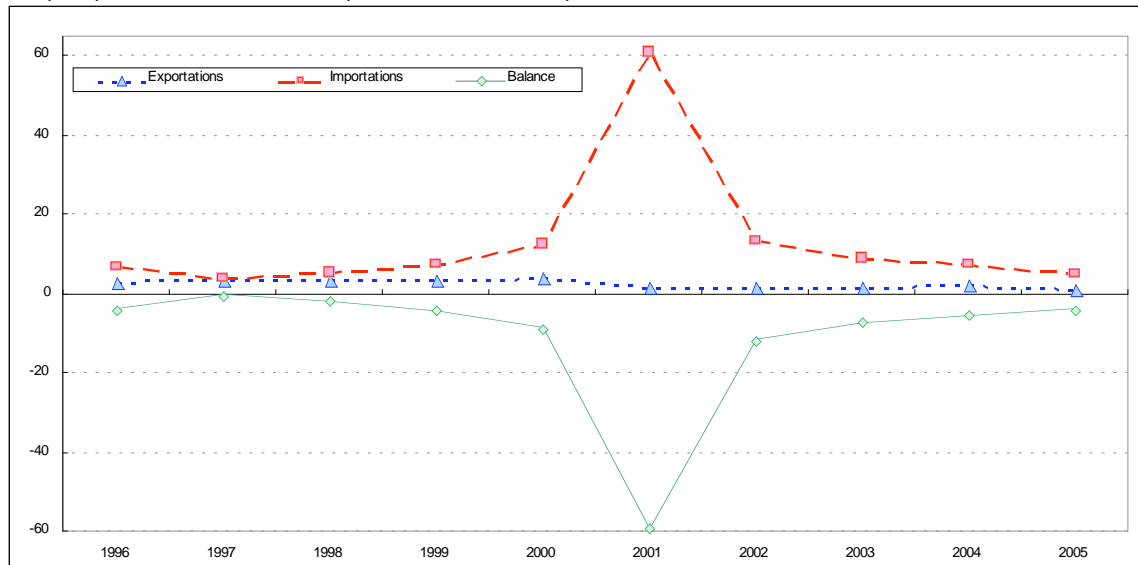
Annexe 3.7. Les biens patrimoniaux : un léger déficit commercial

Les exportations de biens relatifs au patrimoine ont connu une légère baisse, entre 1996 et 2005, passant de 2,9 à 1,2 millions de dollars. En 2005, ces exportations se dirigent surtout vers les EUA (1,1 million de dollars).

Les importations de biens relatifs au patrimoine ont connu une tendance au déclin, entre 1996 et 2005, passant de 6,7 à 5,1 millions de dollars⁴¹. Pour la dernière année, les principales sources d'importations sont les EUA (1,8 million) et la France (1,6 million de dollars).

⁴¹ Il est à noter que l'année 2001 est une année exceptionnelle, avec des importations de 60,8 millions de dollars en provenance des d'Allemagne et du R-U.

Graphique A3.9. Commerce québécois de biens patrimoniaux (millions de dollars)



Source : Industrie Canada, *Données sur le commerce en direct : Commerce par produit (SH) - codes SH*, <http://www.strategis.ic.gc.ca>, base de données consultée aux mois de mars et avril 2007.

Annexe 3.8. La photographie : un commerce extérieur excédentaire et en expansion.

Les exportations québécoises de photographie ont connu une croissance importante et quasi-ininterrompue, de 13,8 à 34,5 millions de dollars, entre 1996 et 2005. Ceci représente une multiplication par 2,5 durant la période. L'exportation de photographies imprimées représente la totalité du flux de commerce (99,4 %). En 2005, les EUA absorbent la totalité de la production québécoise (99,7 %). Le réseau de production de bobines est directement intégré dans les réseaux de production publicitaire opérant en Amérique du Nord. En ce qui concerne les publicités imprimées, les EUA absorbent 93,9 % de la production québécoise.

Les importations de photographies sont, elles aussi, en expansion, passant de 115,4 à 23,3 millions de dollars, entre 1996 et 2005. En 2005, 92,9 % de ces importations sont des photographies imprimées et 52,2 % d'entre elles proviennent des EUA et 28,6 %, de la Chine. La possibilité de délocaliser des

unités de production dans ce pays à bas salaires a été saisie par une partie de l'industrie de la photographie.

En conséquence, la balance commerciale s'améliore fortement, passant de 2,4 à 11,2 millions de dollars entre 1996 et 2005.

Graphique A3.10. Commerce québécois de photographie (millions de dollars)



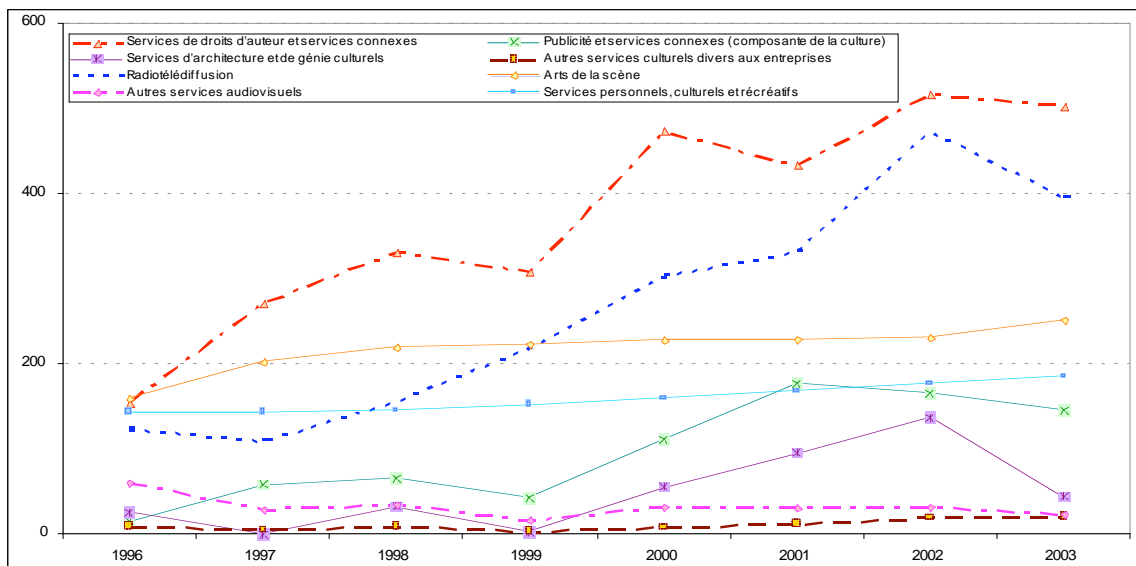
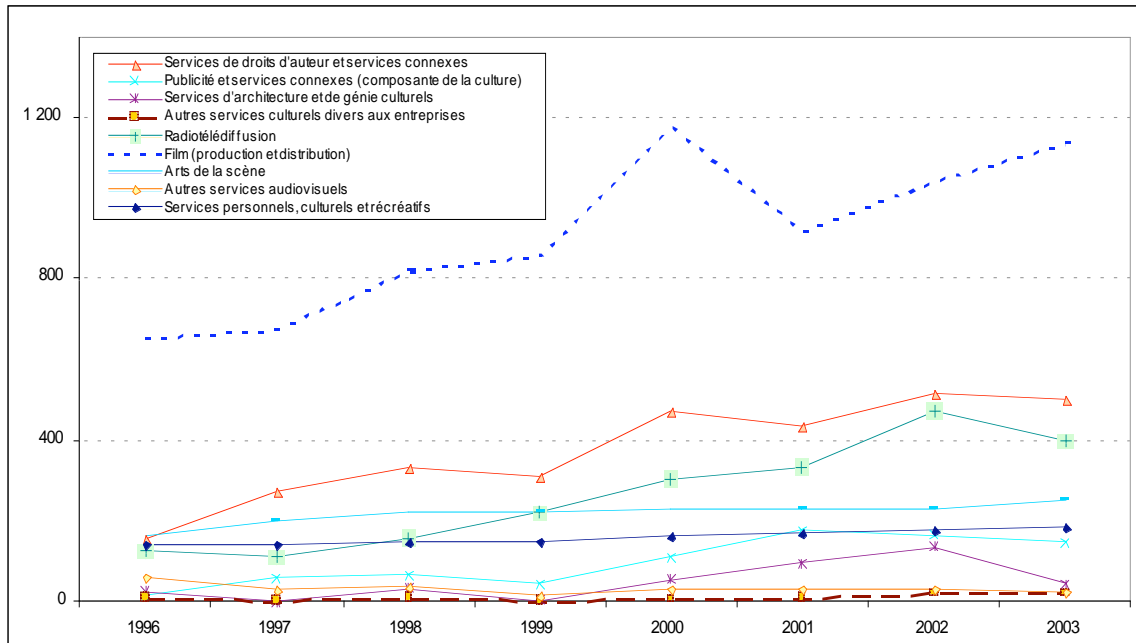
Source : Industrie Canada, *Données sur le commerce en direct : Commerce par produit (SH) - codes SH*, <http://www.strategis.ic.gc.ca>, base de données consultée aux mois de mars et avril 2007.

Annexe à la partie 4

Annexe 4.1. Les importations de services culturels selon le type de services

Au niveau des types de services importés, la production et la distribution de films et vidéos importés par le Canada ont connu une croissance ininterrompue, entre 1996 et 2000 (de 653 millions à 1,176 milliard de dollars), pour décroître en 2001 et remonter à 1,133 milliard de dollars, en 2003. Cela représente une croissance de 73,5% sur la période 1996-2003, soit 8,2 % par an en moyenne. Nous pouvons souligner à ce propos la croissance importante des dépenses reliées aux droits d'auteurs qui sont passées de 156 millions à 504 millions de dollars, entre 1996 et 2003, soit une multiplication de dépenses par 3,3 (et une croissance de 18,5 % par an). Le déficit dans le cas des droits d'auteurs est donc passé de -78 millions à -359 millions de dollars entre 1996 et 2003. Les services de radiodiffusions et télédiffusions importés passent de 124 millions de dollars, en 1996, à 395 millions de dollars, en 2003 (soit une multiplication par 3,18). Le quatrième type de services le plus importé par les Canadiens est celui des arts de la scène, dont les dépenses sont passées de 160 à 253 millions de dollars entre 1996 et 2003 (croissance totale de 58 %). Dans le cas de ce type de service, le déficit est passé de 47 à 124 millions de dollars entre 1996 et 2003.

Graphique A4.1 et A4.2. Importations de services culturels selon le type de service (millions de dollars)



Source : Statistique Canada, *Commerce de services de la culture - Tableaux de données*, n° 87-213-XWF au catalogue, Édition du 26 mars 2006.

Annexe 4.2. Les exportations de services culturels selon le type de services

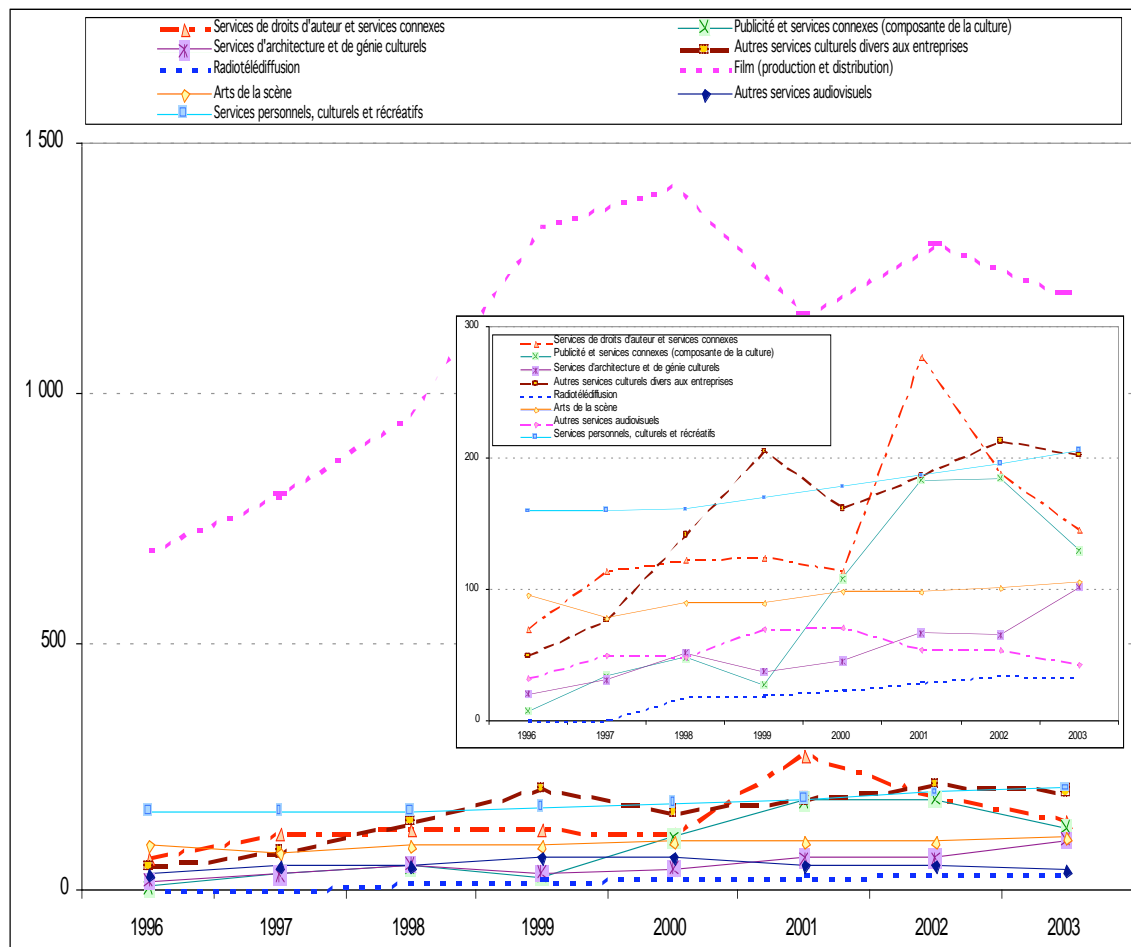
Si nous nous penchons sur le type de services exportés, la production et la distribution de films et vidéos exportés par le Canada ont connu une croissance ininterrompue, entre 1996 et 2000 (de 684 millions à 1,416 milliard de dollars)

pour décroître, entre 2000 et 2003 (1,199 milliard de dollars). Parmi les facteurs ayant contribué à la diminution des exportations de services culturels, nous pouvons soulever la forte appréciation du dollar canadien vis-à-vis de la devise de notre principal partenaire, à savoir les EUA. Des facteurs internes au Canada semblent, eux aussi, avoir ralenti les exportations de services pour la dernière année disponible⁴². Cela constitue une croissance de 75,3 % sur la période 1996-2003, soit 8,3 % par an en moyenne.

Parmi les autres types de services culturels exportés (graphique 4.6), nous pouvons noter la croissance importante des revenus tirés des droits d'auteurs. Ceux-ci sont passés de 78 millions à 278 millions de dollars, entre 1996 et 2001. Il faut cependant noter la chute qu'a connue ce poste jusqu'en 2003 (revenus de 146 millions de dollars). Les services culturels divers aux entreprises sont passés de 50 millions à 202 millions de dollars, entre 1996 et 2003. Nous pouvons aussi noter la croissance mesurée des exportations de services personnels culturels et récréatifs (passage de 160 à 206 millions de dollars, entre 1996 et 2003) et celle des exportations de services publicitaires (passage de 7 à 130 millions de dollars, entre 1996 et 2003).

⁴² « Un certain nombre de facteurs ont freiné la demande de services canadiens de la culture en 2003, notamment [...] les perturbations intérieures telles que le SRAS, les inondations, les incendies et une panne d'électricité en Ontario. Les incidents intérieurs ont principalement eu une incidence sur la fourniture de services à des créateurs extérieurs, comme ceux offerts par les studios d'enregistrement sonore canadiens, le tournage en extérieurs ou les services de postproduction cinématographique et vidéo. » D'après Statistique Canada, *Le commerce des services de la culture. De 1996 à 2003*, Le quotidien, 28 mars 2006, disponible en ligne à l'adresse : <http://www.statcan.ca/Daily/Francais/060328/q060328b.htm>, page consulté en avril 2007

Graphique A4.3 et A4.4. Exportations de services culturels selon le type de service (millions de dollars)



Source : Statistique Canada, *Commerce de services de la culture - Tableaux de données*, n° 87-213-XWF au catalogue, Édition du 26 mars 2006.

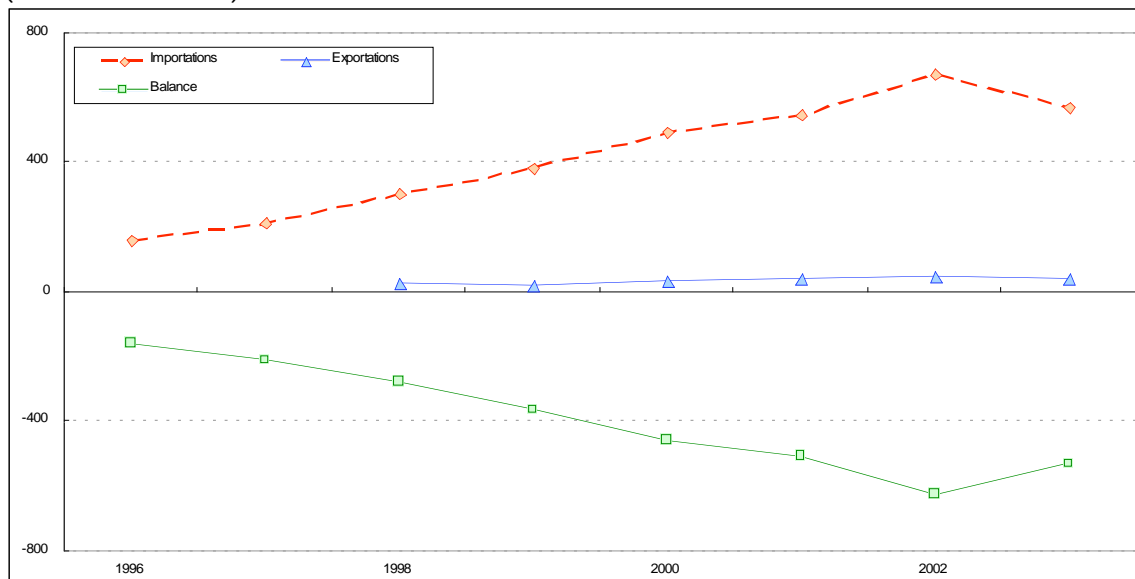
Annexe 4.3. La radiodiffusion et la télédiffusion : un secteur au commerce à sens unique

Le secteur des radiodiffusions et télédiffusions⁴³ contribue fortement au creusement du déficit commercial des services culturels. Les importations de tels services par le Canada sont passées de 160 millions à 570 millions de dollars, entre 1996 et 2003. Nous assistons donc à une multiplication du flux par 3,5, entre 1996 et 2003. Pour ce qui est des exportations, elles passent de 25 millions

⁴³ Parmi les services relatifs à la radiodiffusion ou à la télédiffusion, nous pouvons distinguer : les services de droits d'auteur, les services directs (droits de transmission, agence de presse, services d'auteurs), les services reliés à la production et à la distribution (production, service technique d'appui, distribution et post-production) et les autres services.

à 40 millions de dollars, entre 1998 et 2003. En conséquence, le déficit commercial s'est détérioré, entre 1996 et 2002 (de 161 à 625 millions de dollars), mais il s'est stabilisé, entre 2002 et 2003 (où il s'élève à 531 millions de dollars), ce qui correspond à une multiplication par 3,3 en 9 ans, ou à une croissance annuelle moyenne de 18,5 %. Cette situation s'explique par l'importance de la diffusion d'émission en provenance des EUA (transmission en direct ou achat de programme par les chaînes payantes ou généralistes), alors que les produits canadiens ne s'exportent pas ou très peu.

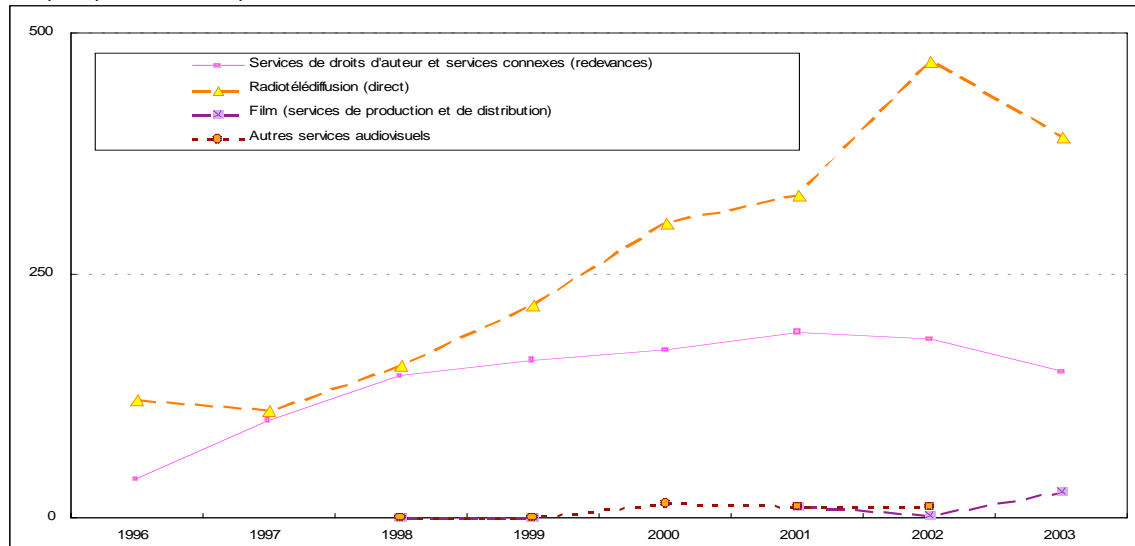
Graphique A4.5. Commerce de services dans le secteur des radiodiffusions et télédiffusions (millions de dollars)



Source : Statistique Canada, *Commerce de services de la culture - Tableaux de données*, n° 87-213-XWF au catalogue, Édition du 26 mars 2006.

À partir du graphique 4.22, nous pouvons voir que l'augmentation du déficit dans les radiodiffusions et télédiffusions est due à l'accroissement des services directs (de 122 à 392 millions de dollars). Cet accroissement est lié aux achats d'émissions américaines retransmises sur le territoire canadien. L'accroissement du paiement des droits d'auteurs liés à ce secteur (de 38 à 150 milliards de dollars), entre 1996 et 2003, s'explique de la même façon. Comme nous l'indique le tableau 3, 54,9 % des émissions regardées au Canada sont des productions d'origine étrangère, d'où l'augmentation des coûts.

Graphique A4.6. Importations de services dans les radiodiffusions et télédiffusions (millions de \$)



Source : Statistique Canada, *Commerce de services de la culture - Tableaux de données*, n° 87-213-XWF au catalogue, Édition du 26 mars 2006.

Tableau A4.1. Répartition des heures d'écoute de la télévision au Canada, selon l'origine du signal et le contenu canadien

Type de média écouté	Émissions Canadiennes	Émissions étrangères	Émissions inconnue	Total
Stations conventionnelles canadiennes	27,5	23,2	0,1	50,8
Télévision payante et services spécialisés canadiens	9,5	14,9	1,4	25,8
Magnétoscope	0,0	0,0	4,9	4,9
Stations conventionnelles étrangères	0,2	8,9	0,1	9,1
Télévision payante et services spécialisés étrangers	0,1	7,9	0,3	8,3
Origine inconnue	0,0	0,1	0,9	1,0
Total	37,2	54,9	7,9	100,0

Sources : Statistique Canada : Banque de données sur l'écoute de la télévision 2004 ; *L'écoute de la télévision : tableaux de données*, mars 2006, no 87F0006XIF au catalogue

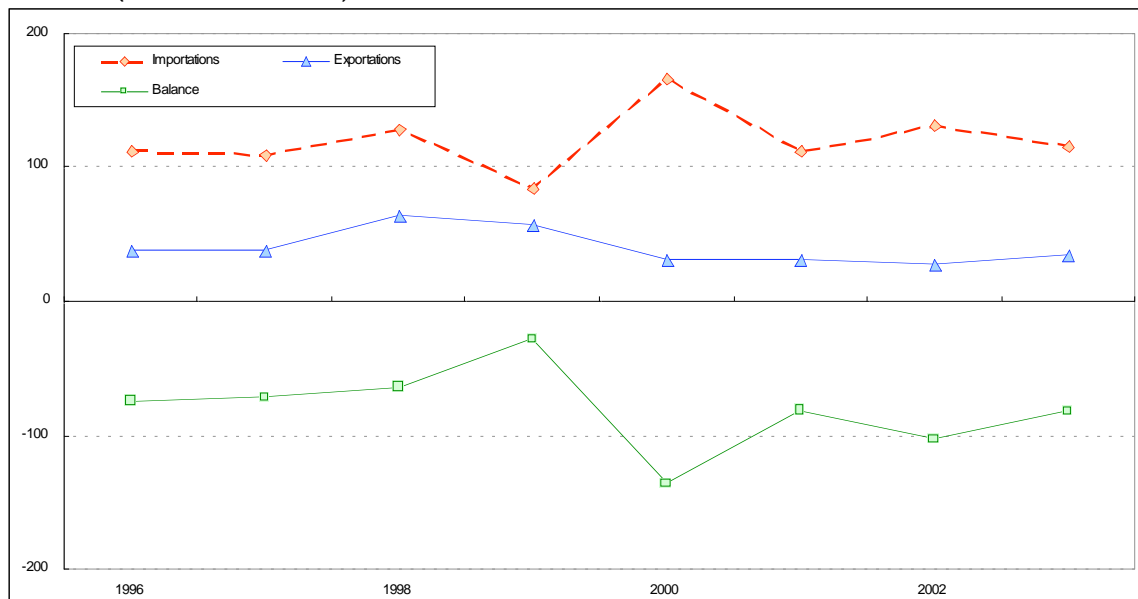
Annexe 4.4. Les services reliés aux enregistrements sonores : un déficit chronique

La quantité de services du secteur des enregistrements sonores et de l'édition musicale⁴⁴ importée par le Canada est restée stable, de 113 millions à 116 millions, entre 1996 et 2003. Pour ce qui est des exportations, elles passent de 39 millions

⁴⁴ Les services reliés aux enregistrement sonore sont : les services de production et de post-production, les services d'enregistrement sonore, les services de droits d'auteurs, et les services d'auteurs.

à 34 millions de dollars, entre 1996 et 2003, puis redescendent à 387 millions de dollars, en 2005. Étant donné ces deux tendances, le déficit s'est creusé sensiblement sur la période, passant de 74 millions à 82 millions de dollars, entre 1996 et 2003. Il faut noter que ces services liés aux enregistrements sonores sont dus essentiellement aux droits d'auteurs versés aux artistes et autres redevances (maisons de production). La prédominance des maisons de production américaines, ainsi que la consommation massive de musique américaine par les Canadiens entraînent le paiement de droits d'auteurs importants aux EUA.

Graphique A4.7. Commerce de services dans le secteur des enregistrements sonores et de l'édition musicale (millions de dollars)



Source : Statistique Canada, *Commerce de services de la culture - Tableaux de données*, n° 87-213-XWF au catalogue, Édition du 26 mars 2006.

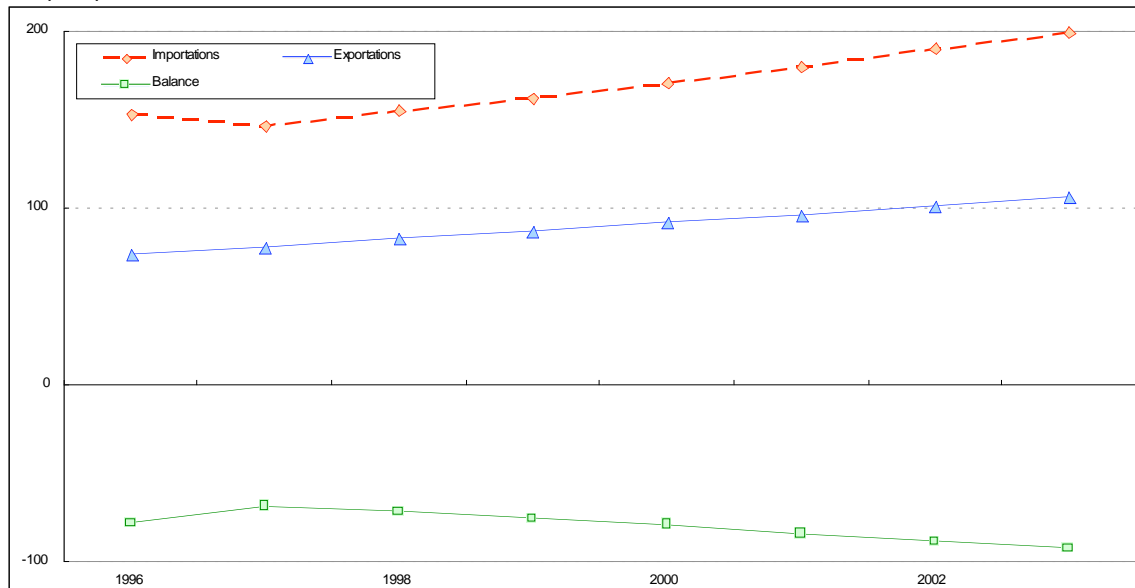
Annexe 4.5. Les services liés aux arts de la scène : un déficit commercial qui perdure

Le secteur des arts de la scène⁴⁵ contribue, lui aussi, au déficit commercial canadien dans le domaine des services culturels. Ces échanges de services sont

⁴⁵ Parmi les services liés aux arts de la scène, nous retrouvons : les service de promotion et d'organisation de spectacle, les services de production et de présentation de spectacle, les services d'auteurs et de

liés aux représentations artistiques réalisées à l'étranger (exportation du service) ou aux représentations étrangères réalisées sur le territoire canadien (importation du service). La quantité importée de ce type de service par le Canada est passée de 153 à 199 millions, entre 1996 et 2005, ce qui représente une croissance de 30 %. Pour ce qui est des exportations, elles passent de 74 millions à 106 millions de dollars, entre 1996 et 2003. Cela signifie une croissance de 43 % sur la période. Au total, le déficit commercial s'est légèrement accru durant la période, passant de 79 à 93 millions de dollars, soit une croissance totale de 18 %.

Graphique A4.8. Commerce de services dans le secteur des arts de la scène (millions de dollars)



Source : Statistique Canada, *Commerce de services de la culture - Tableaux de données*, n° 87-213-XWF au catalogue, Édition du 26 mars 2006.

Annexe 4.6. Les services liés à l'architecture : une « spécialisation » en devenir?

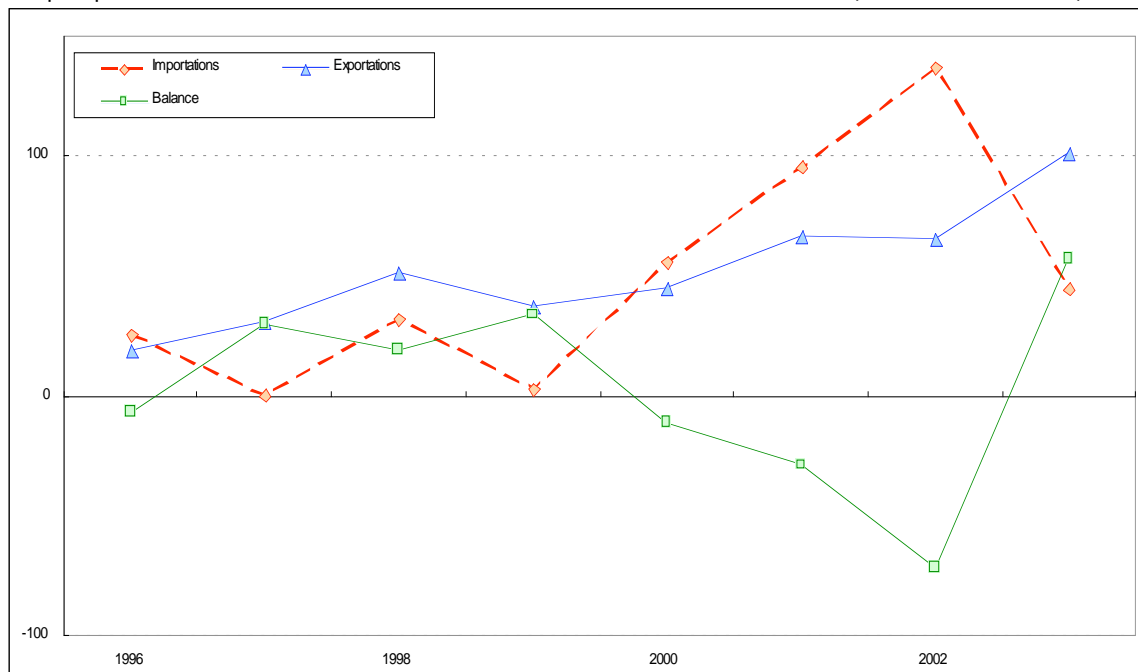
Le solde commercial des services liés à l'architecture⁴⁶ n'a cessé de changer de signe en neuf ans. La quantité services architecturaux importée par le Canada est

professionnels du spectacle, l'exploitation des installations liées au milieu du spectacle, et les autres services.

⁴⁶ Il s'agit des services d'établissement de plans d'architecture et d'administration.

passée de 26 millions à 137 millions de dollars, entre 1996 et 2002. L'année 2003 est quant à elle caractérisée par une chute de ce flux, qui s'établit à 44 millions de dollars. La conclusion de travaux entraînant des contrats internationaux dans le domaine de l'architecture est à l'origine de cette baisse. En revanche, les exportations n'ont pratiquement pas cessé de croître durant toute la période, passant de 19 millions à 102 millions de dollars, entre 1996 et 2003, ce qui correspond à une multiplication par 5 sur toute la période. Après une année de déficit, en 1996 (- 6 millions de dollars), le secteur a connu un excédent commercial, entre 1997 et 1999 (maximum de 34 millions en 1999), pour replonger, entre 2000 et 2002 (creux de 71 milliards pour 2002). Malgré tout, les services architecturaux ont renoué avec l'excédent commercial pour l'année 2003 (57 millions de dollars).

Graphique A4.9. Commerce de services dans le secteur de l'architecture (millions de dollars)



Source : Statistique Canada, *Commerce de services de la culture - Tableaux de données*, n° 87-213-XWF au catalogue, Édition du 26 mars 2006.

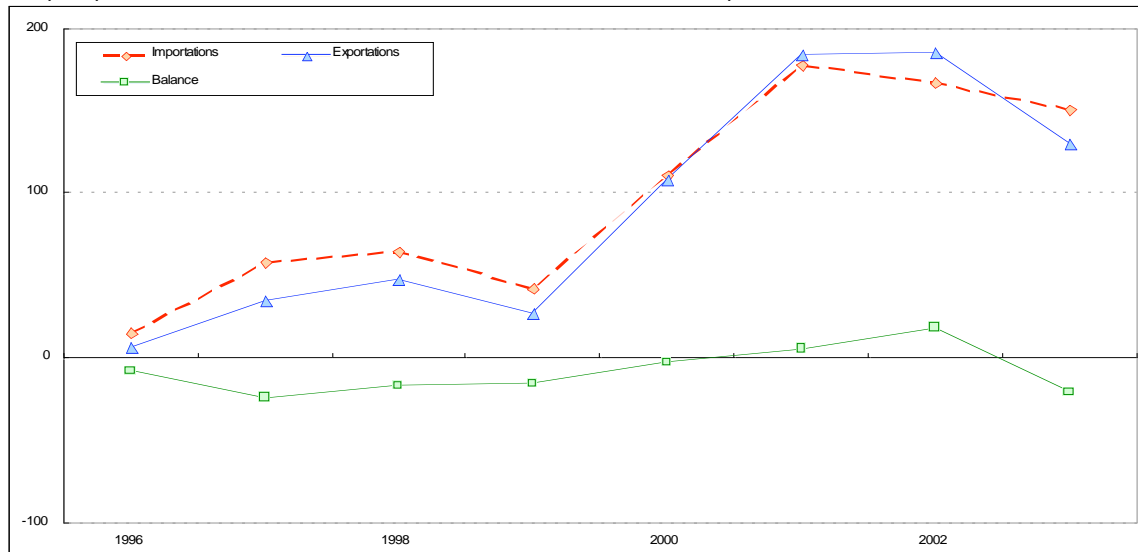
Annexe 4.7. Les services reliés à la publicité : un secteur en équilibre commercial

Les importations et les exportations de services publicitaires⁴⁷ reliés à la culture ont connu une évolution quasi identique dans la période étudiée. La quantité de services publicitaires importée par le Canada est passée 15 à 178 millions de dollars, entre 1996 et 2001. De 2001 à 2003, le marché s'est rétracté dans ce domaine, les importations ont abouti à un montant de 151 millions pour cette dernière année. Ces flux ont tout de même connu une multiplication par 10 en neuf ans. Pour ce qui est des exportations de services publicitaires, elles passent de 7 millions à 185 millions de dollars, entre 1996 et 2002, puis elles redescendent à 130 millions de dollars, en 2005, ce qui équivaut à une multiplication par 19 sur la période. Toronto fait partie des villes où le secteur de la publicité est fleurissant. L'Ontario est donc capable de générer des activités publicitaires exportables. Pour ce qui est du Québec, les exportations de services publicitaires semblent être principalement le fait d'agence de publicité dont une partie seulement des activités est localisée au Québec⁴⁸. Le commerce international dans ce secteur s'apparente à un flux interne d'entreprises en réseaux. Si le solde commercial s'est dégradé, entre 1996 et 1997 (de -7 millions à -24 millions de dollars), celui-ci s'est amélioré pour devenir positif, et ce jusqu'en 2002 (+ 18 millions de dollars pour cette dernière année). Malheureusement, la chute brutale des exportations, en 2003, a fait basculer le solde dans un déficit commercial modéré (- 21 millions de dollars).

⁴⁷ Les services reliés à la publicité regroupent : les services de planification, de création, et de placements de publicité; ainsi que les services d'auteurs reliés au secteur.

⁴⁸ D'après : Conseil de l'industrie de communication du Québec, *Portrait des secteurs publicité-marketing et relations publiques au Québec. Rapport sommaire*, soumis au conseil de l'industrie du Québec, 13 février 2007, disponible à l'adresse : http://www.cicq.ca/Html/CICQ_RapportSommaireFinal.pdf

Graphique A4.10. Commerce de services dans le secteur de la publicité (millions de dollars)



Source : Statistique Canada, *Commerce de services de la culture - Tableaux de données*, n° 87-213-XWF au catalogue, Édition du 26 mars 2006.

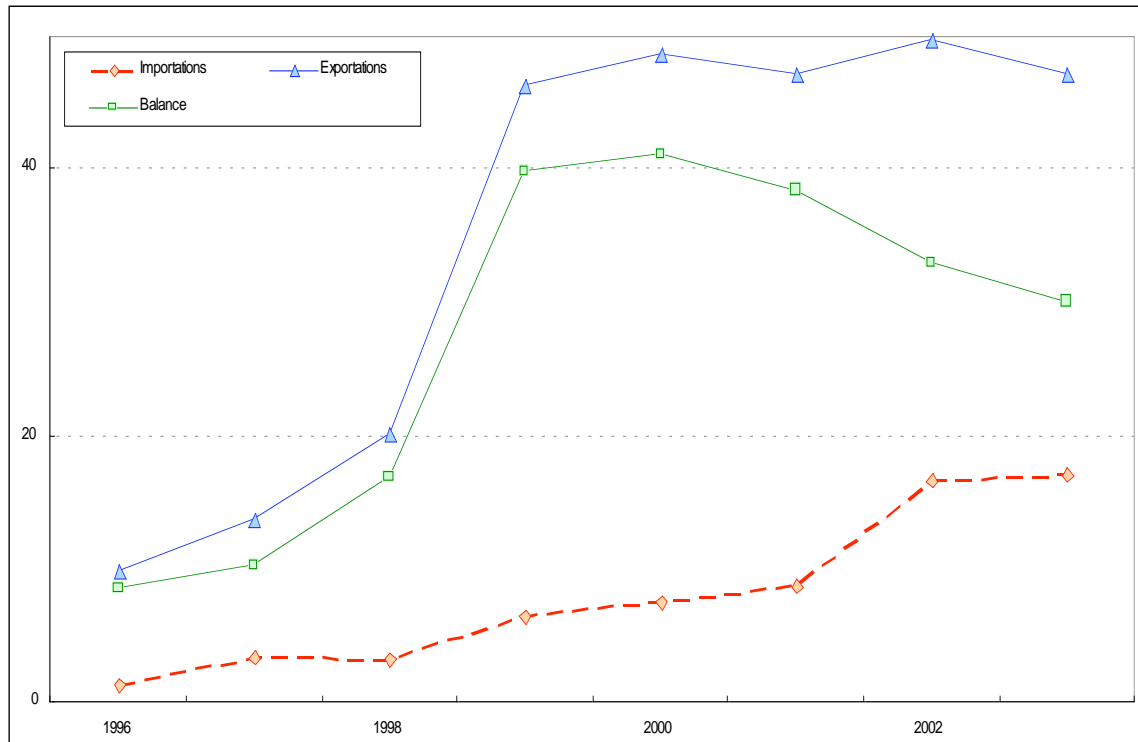
Annexe 4.8. Les services reliés aux festivals : un secteur faible, mais en croissance

Ces services commerciaux sont essentiellement constitués des droits d'auteurs et des redevances liés à la propriété intellectuelle des festivals concernés⁴⁹. Les exportations reliées à ce domaine ont très fortement augmenté, entre 1996 et 2000 (de 10 à 49 millions), pour se rétracter légèrement ensuite (à 47 millions, en 2003). Au total, le flux a été multiplié par 4,7 en neuf ans. Pour ce qui est des importations, elles passent de 1 million à 17 millions de dollars, entre 1996 et 2003. Après une forte croissance de l'excédent commercial, entre 1996 et 2000 (de 8 à 41 millions de dollars), celui-ci s'est contracté, entre 2000 et 2003 (30 millions de dollars pour cette dernière année), ce qui représente une multiplication par 7,5 en sur les neuf années de l'étude. L'augmentation du nombre de festivals organisés au Canada, ainsi que l'accroissement de leur popularité permet d'expliquer cet accroissement, tant au niveau des importations que des exportations. Effectivement, les recettes de festivals liées à la visite

⁴⁹ 6 type de services entre dans la catégorie festival : les services de promotion et d'organisation de spectacle; les services reliés aux marques de commerce reliées aux festivals, les services de droit d'auteurs, les services d'acteurs et les autres services.

d'étrangers au Canada pour assister à un festival sont comptabilisées comme une exportation de service dans le secteur. Donc, la stature internationale de certains festivals canadiens contribue à ces exportations. Par ailleurs, la venue d'artistes étrangers sur le sol canadien est considérée comme une importation de service. Il y a fort à parier que l'accroissement du nombre de festivals a été la cause première de l'augmentation du nombre d'étrangers se produisant au Canada.

Graphique A4.11. Commerce de services dans le secteur des festivals (millions de dollars)



Source : Statistique Canada, *Commerce de services de la culture - Tableaux de données*, n° 87-213-XWF au catalogue, Édition du 26 mars 2006.

Annexe 4.9. Les services du secteur des écrits et œuvres publiées : un retournement de situation

La quantité de services du secteur des écrits et œuvres publiés⁵⁰ importée par le Canada a connu deux phases. De 1996 à 1998, ces importations ont diminué (de 23 millions à 15 millions de dollars) et, de 1998 à 2003, elles ont connu une forte

⁵⁰ Les services reliés à ce secteurs sont les suivants : les droit d'auteurs, les marques de commerces de maison d'édition, les services d'information (agence de presse) et les services aux entreprises (services de cartographie, de traduction ou d'édition).

augmentation (jusqu'à 46 millions pour la dernière année). Le principal facteur d'augmentation des importations dans le secteur des services liés aux œuvres écrites est constitué par les droits d'auteurs. Leur versement est passé 4 à 26 millions, soit une multiplication par 6,5 (cf. graphique 4.30). Par ailleurs, les services divers aux entreprises liés à ce secteur ont fortement augmenté, entre 2000 et 2004, passant de 3 à 13 millions de dollars (une multiplication par 4,3). L'utilisation accrue de services liés aux livres (édition, traduction) localisés à l'étranger est sans doute due à l'appréciation du taux de change qui rend les services étrangers meilleur marché. Quant aux exportations, elles passent de 25 millions à 32 millions de dollars, entre 1996 et 1999, puis redescendent à 22 millions de dollars, en 2003, ce qui correspond à une croissance de 76 % sur la période, ou de 6,5 % par an. En conséquence, après une hausse substantielle de l'excédent commercial, entre 1996 et 1999 (de 0,5 million à 17 millions de dollars), celui-ci a fondu pour se transformer en déficit commercial à partir de 2001, un déficit qui atteint -23 millions de dollars, en 2005.

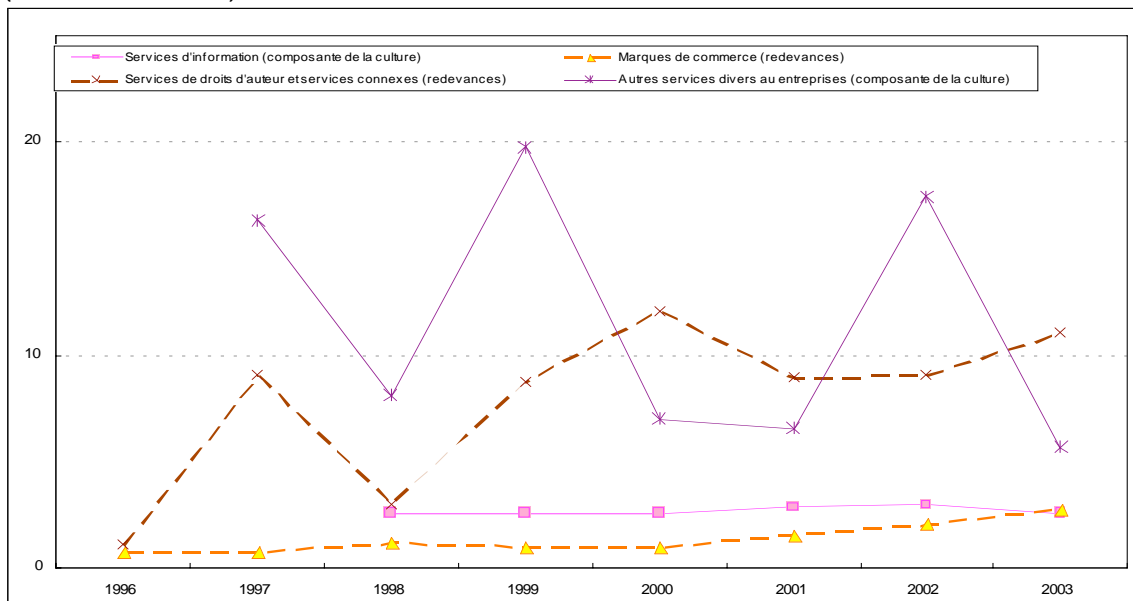
Graphique A4.12. Commerce de services dans le secteur des écrits et des œuvres publiées (millions de dollars)



Source : Statistique Canada, *Commerce de services de la culture - Tableaux de données*, n° 87-213-XWF au catalogue, Édition du 26 mars 2006.

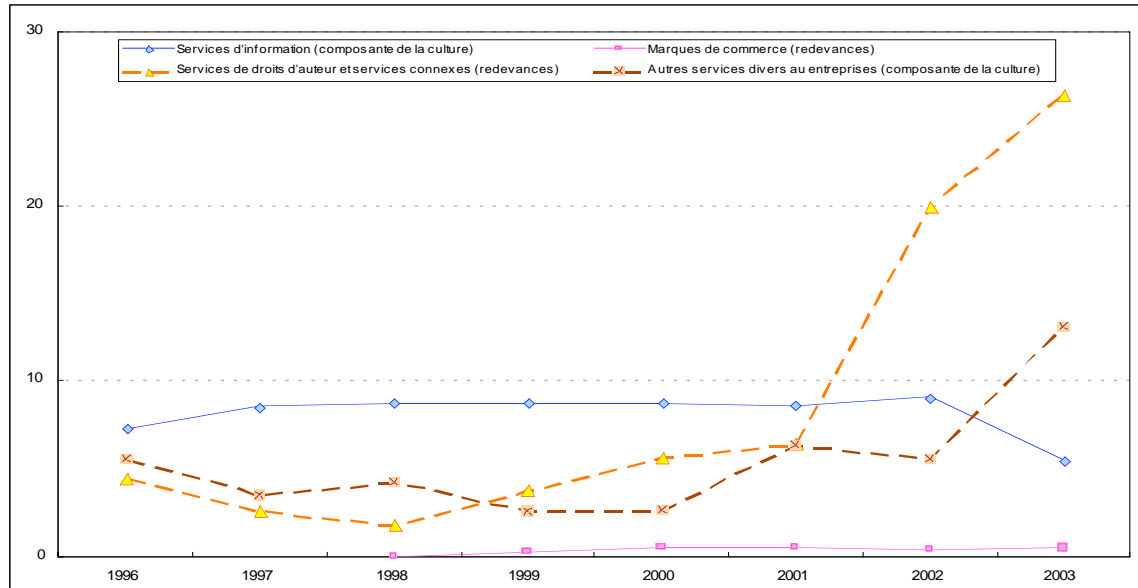
Parmi les facteurs d'accroissement des exportations canadiennes de services du secteur des écrits et œuvres publiées, nous pouvons voir que les recettes liées aux droits d'auteurs sont celles qui ont le plus fortement augmenté, de 1 à 11 millions, entre 1996 et 2003. L'accroissement des ventes de livres québécois à l'étranger a pour corollaire l'augmentation du paiement des services liés à cette industrie et particulièrement les droits d'auteurs. En revanche, les services culturels divers aux entreprises reliés à ce secteur sont le principal facteur d'instabilité du domaine étudié (cf. graphique 4.29). Les services d'édition ne semblent pas fournir de façon permanente des services à l'étranger. De ce fait, quelques contrats suffisent à faire varier assez fortement les recettes tirées de ces services.

Graphique A4.13. Exportations de services dans le secteur des écrits et des œuvres publiées (millions de dollars)



Source : Statistique Canada, *Commerce de services de la culture - Tableaux de données*, n° 87-213-XWF au catalogue, Édition du 26 mars 2006.

Graphique A4.14. Importations de services dans le secteur des écrits et des œuvres publiées (millions de dollars)



Source : Statistique Canada, *Commerce de services de la culture - Tableaux de données*, n° 87-213-XWF au catalogue, Édition du 26 mars 2006.