

# Commerce des produits de la culture et du sport, 2017

*Diffusé à 8 h 30, heure de l'Est dans Le Quotidien, le jeudi 13 juin 2019*

---

En 2017, le Canada a importé l'équivalent de 25,2 milliards de dollars et exporté l'équivalent de 17,5 milliards de dollars en produits de la culture et du sport, ce qui comprend les biens et les services. Même si les importations du pays ont été supérieures aux exportations, la majorité des produits de la culture et du sport au Canada ont été produits au pays (118,8 milliards de dollars en 2017). À titre comparatif, au cours de la même année, le Canada a importé l'équivalent de 714,1 milliards de dollars et exporté l'équivalent de 663,7 milliards de dollars en biens et en services.

## **Les arts visuels et appliqués représentent la part la plus importante des importations et des exportations de produits de la culture**

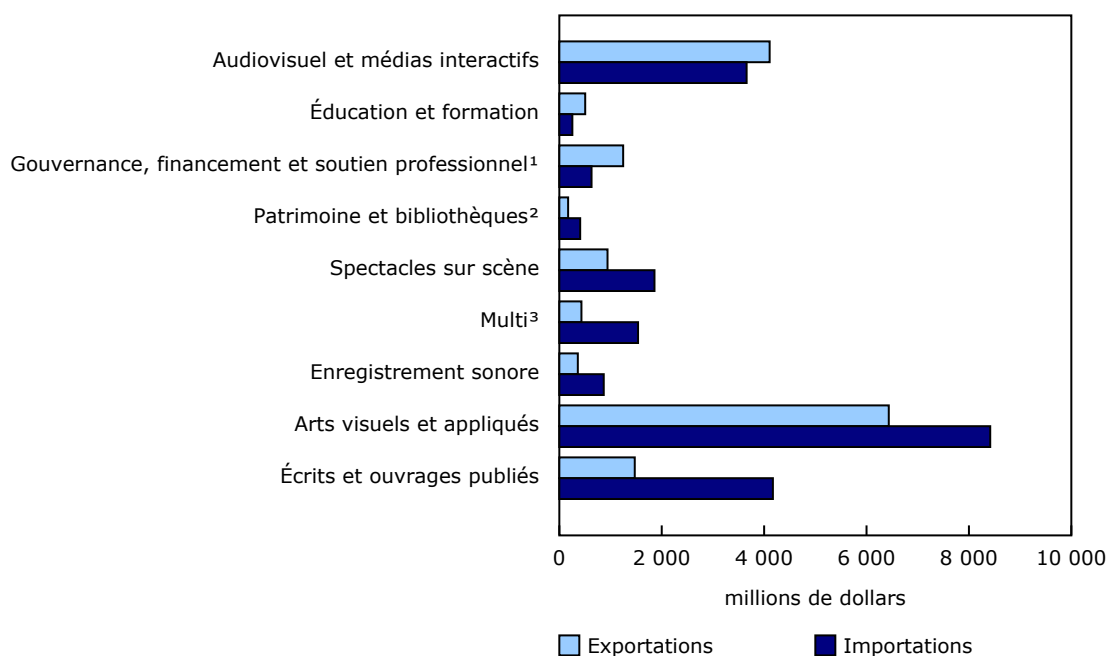
En 2017, les exportations canadiennes de produits de la culture se sont chiffrées à 15,7 milliards de dollars, en baisse de 7,6 % par rapport à l'année précédente. Cette diminution a été principalement attribuable à des baisses observées au chapitre du commerce des produits artisanaux. Parallèlement, les Canadiens ont importé 3,1 % plus de produits de la culture en 2017, ces importations ayant atteint une valeur de 21,8 milliards de dollars. Les produits de la culture ont représenté 2,4 % de l'ensemble des exportations de biens et de services et 3,1 % la totalité des importations.

Le domaine des arts visuels et appliqués, qui comprend l'artisanat et les services de design, a le plus contribué aux exportations et aux importations canadiennes de produits de la culture. En outre, le domaine de l'audiovisuel et des médias interactifs, qui comprend la production de films et de vidéos ainsi que les services de postproduction, a aussi contribué de façon importante au commerce des produits de la culture. Ce domaine, celui de l'éducation et de la formation ainsi que celui de la gouvernance, du financement et du soutien professionnel étaient les seuls domaines de la culture à avoir enregistré un excédent commercial (c.-à-d. des exportations plus élevées que les importations) en 2017.

Le domaine des écrits et des ouvrages publiés ainsi que celui des spectacles sur scène, qui comprend les voyageurs canadiens assistant à des spectacles sur scène dans d'autres pays, ont beaucoup contribué aux importations en 2017.



## Graphique 1 Commerce international de produits de la culture, selon le domaine, 2017



1. Les institutions détenues ou gérées par une administration publique (à l'exception des écoles, des collèges et des universités) font partie du domaine de la gouvernance, du financement et du soutien professionnel même si leur activité relève de l'un des autres sous-domaines. Par exemple, une bibliothèque gérée par une administration publique serait comprise dans le domaine de gouvernance, du financement et du soutien professionnel (culture) et non dans le sous-domaine des bibliothèques.

2. Le domaine du patrimoine et des bibliothèques comprend uniquement des institutions privées. Toutes les institutions détenues ou gérées par une administration publique (fédérale, provinciale ou municipale) sont comprises dans le domaine de la gouvernance, du financement et du soutien professionnel (culture).

3. Le domaine « multi » englobe les industries de la culture qui sont associées à plus d'un domaine de la culture, soit la partie liée à la culture des industries des organisateurs de congrès, de salons et de foires commerciales, la fabrication et la reproduction de supports d'enregistrements, les bailleurs de biens incorporels non financiers ainsi que l'édition et la radiodiffusion par Internet et les portails Web de recherche. Ces industries de la culture sont toutes rattachées à plus d'un domaine de la culture, mais ne peuvent pas être facilement attribuées à un seul domaine, de sorte qu'elles ont été regroupées.

Source(s) : Tableau 12-10-0117-01.

Les États-Unis sont demeurés le principal partenaire commercial du Canada en ce qui a trait aux produits de la culture, ayant contribué à plus de 60 % des exportations et des importations de produits de la culture. Malgré cette relation commerciale prédominante, la part du commerce des produits de la culture avec les États-Unis a diminué depuis 2010. Parmi les autres partenaires commerciaux importants figurent l'Union européenne et la Chine, qui ont respectivement contribué à plus de 11 % et de 4 % du commerce des produits de la culture. Le commerce des produits de la culture avec la Chine a affiché une tendance à la hausse depuis 2010.

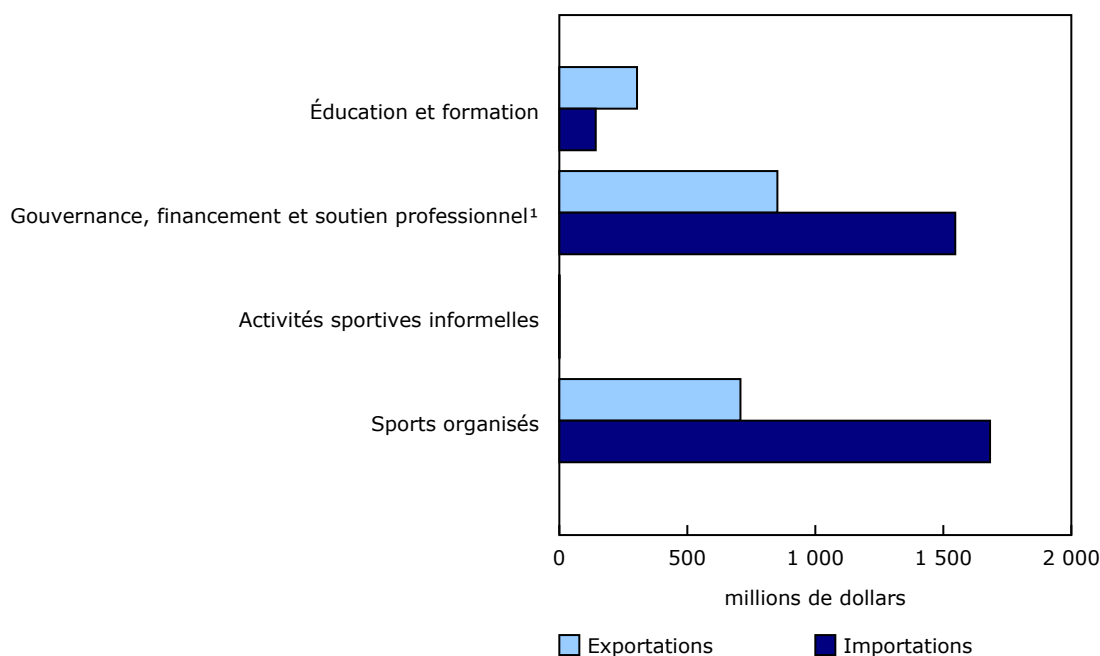
### Les importations de produits du sport représentent près du double des exportations

En 2017, le Canada a exporté l'équivalent de 1,9 milliard de dollars et importé l'équivalent de 3,4 milliards de dollars en produits du sport. Ces derniers ont représenté 0,3 % de l'ensemble des exportations canadiennes ainsi que 0,5 % de toutes les importations de biens et de services.

Le domaine des sports organisés est l'un de ceux qui ont le plus contribué au commerce des produits du sport en 2017. Le commerce lié aux sports organisés comprend les voyageurs canadiens assistant à des événements sportifs dans d'autres pays (importations de produits du sport) et les voyageurs internationaux qui achètent des billets pour des événements se déroulant au Canada (exportations de produits du sport).

Le domaine de la gouvernance, du financement et du soutien professionnel était aussi l'un de ceux ayant contribué le plus au commerce des produits du sport en 2017. Ce domaine comprend les frais pour l'utilisation des installations récréatives et sportives exploitées par les administrations publiques, comme des piscines et des arénas.

## Graphique 2 Commerce international de produits du sport, selon le domaine, 2017



1. Les institutions détenues ou gérées par une administration publique (à l'exception des écoles, des collèges et des universités) font partie du domaine de la gouvernance, du financement et du soutien professionnel même si leur activité relève de l'un des autres domaines. Par exemple, une piscine gérée par une administration publique serait comprise dans le domaine de la gouvernance, du financement et du soutien professionnel (sport) et non dans le domaine des activités sportives informelles.

Source(s) : Tableau 12-10-0117-01.

Environ la moitié de l'ensemble des exportations et des importations de produits du sport en 2017 ont été effectuées avec les États-Unis.

## La radiotélédiffusion a contribué le plus au commerce interprovincial en 2015

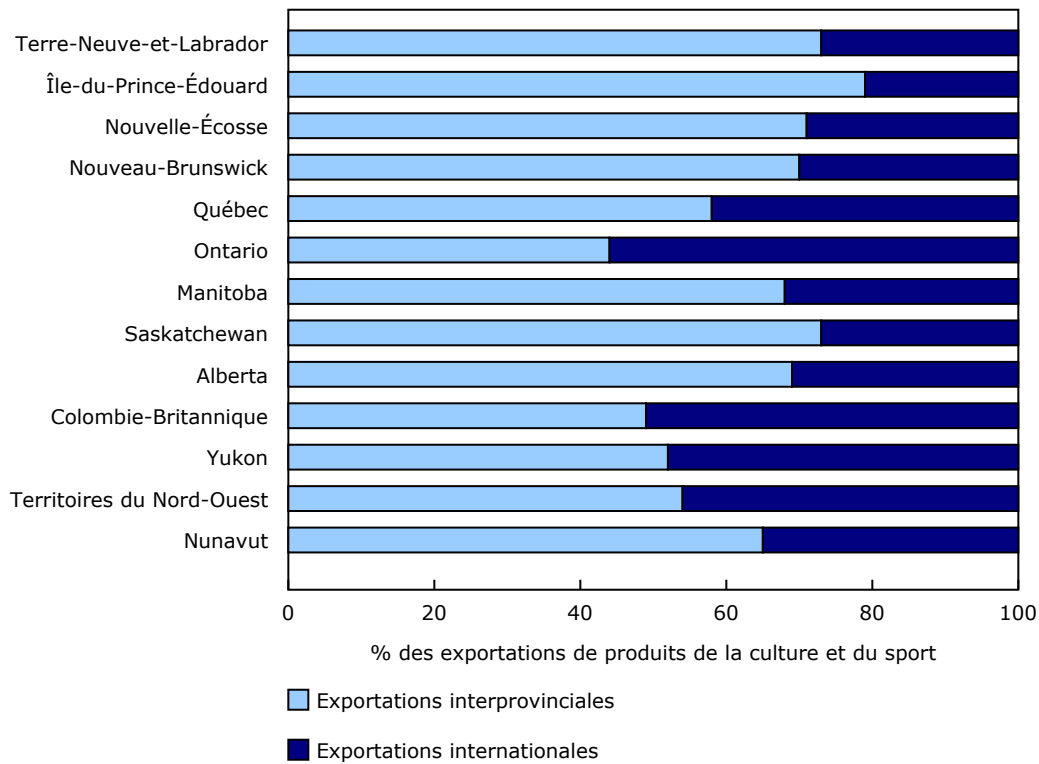
En 2015, le commerce des produits de la culture entre les provinces et les territoires s'est chiffré à 16,9 milliards de dollars, les sous-domaines de la radiotélédiffusion, des films et vidéos ainsi que des médias interactifs y ayant contribué le plus. Les produits de la culture ont représenté 4,6 % de l'ensemble du commerce interprovincial.

Le commerce interprovincial des produits du sport s'est chiffré à 1,5 milliard de dollars, ce qui correspond à 0,4 % du commerce interprovincial total en 2015. Le domaine de la gouvernance, du financement et du soutien professionnel (qui comprend la location d'installations sportives publiques) ainsi que le domaine des sports organisés ont représenté la part la plus importante du commerce interprovincial total des produits du sport.

L'Ontario et la Colombie-Britannique ont été les seules provinces à exporter plus de produits de la culture et du sport vers d'autres pays qu'à l'intérieur du Canada. Les exportations interprovinciales de produits de la culture et du sport de toutes les autres provinces et de tous les autres territoires ont été plus élevées que leurs exportations

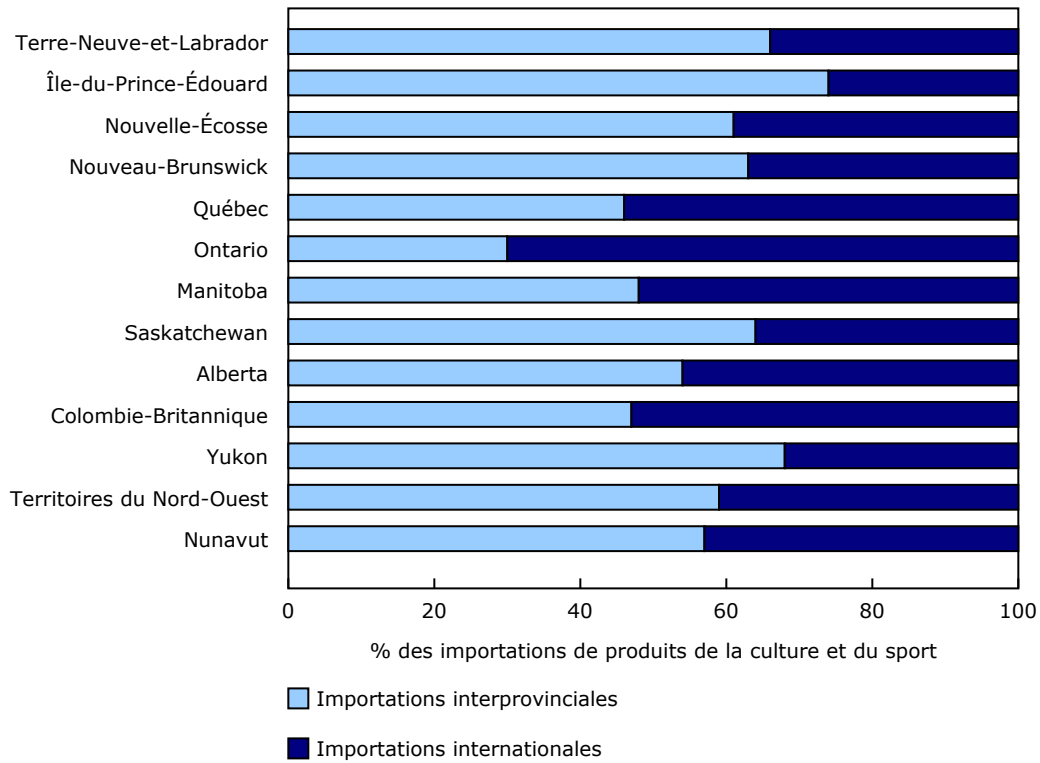
internationales en 2015. Pour ce qui est des importations, quatre provinces, soit le Québec, l'Ontario, le Manitoba et la Colombie-Britannique, ont importé davantage de produits de la culture et du sport d'ailleurs dans le monde qu'en provenance des autres provinces et territoires.

**Graphique 3**  
**Exportations internationales et interprovinciales de produits de la culture et du sport, selon la province et le territoire, 2015**



Source(s) : Tableau 12-10-0116-01.

**Graphique 4**  
**Importations internationales et interprovinciales de produits de la culture et du sport, selon la province et le territoire, 2015**



Source(s) : Tableau 12-10-0116-01.

## **Note aux lecteurs**

*Le Commerce des produits de la culture et du sport (CPCS) fournit des mesures du commerce international et interprovincial des biens et des services associés à la culture et au sport (y compris les arts et le patrimoine).*

*Ces données se veulent un prolongement du Compte satellite de la culture du Canada et des Indicateurs provinciaux et territoriaux de la culture du fait qu'elles fournissent de plus amples renseignements au sujet de la situation de la culture et du sport au Canada, dans les provinces et dans les territoires.*

*Le CPCS est une initiative conjointe de Statistique Canada, d'autres organismes fédéraux, de tous les gouvernements provinciaux et territoriaux ainsi que d'organismes non gouvernementaux.*

*Toutes les estimations du commerce international sont enregistrées en dollars canadiens ou converties après leur collecte en dollars canadiens en fonction des taux de change quotidiens ou mensuels moyens.*

*En raison de la disponibilité des données, les données sur le commerce interprovincial peuvent uniquement être établies jusqu'à 2015.*

*Les produits de la culture sont des biens et services produits dans le cadre d'activités artistiques créatives ou de la préservation du patrimoine.*

*Les produits du sport comprennent les biens et les services relatifs aux sports récréatifs et aux activités physiques, de même qu'aux clubs sportifs professionnels, semi-professionnels et amateurs ainsi qu'aux athlètes indépendants qui se consacrent principalement à la présentation d'événements sportifs devant des spectateurs. Les biens et services qui servent d'intrants pour la production de produits du sport ou la fourniture de services du sport sont exclus. Par exemple, l'équipement sportif est exclu, mais la marchandise vendue lors d'événements sportifs est comprise.*

### **Artisanat**

*Le sous-domaine de l'artisanat comprend divers produits fabriqués dans le cadre d'activités artistiques créatives, comme des bijoux, de la poterie et des couteaux. Toutefois, en raison de contraintes liées à la mesure de ce sous-domaine, les estimations du sous-domaine de l'artisanat pourraient être surévaluées.*

### **Films et vidéos**

*Le sous-domaine des films et des vidéos a fait l'objet d'importantes améliorations depuis l'année de référence 2015. Les sources et les méthodes permettant de produire des estimations pour ce sous-domaine, y compris l'enquête portant sur l'industrie de la production cinématographique, télévisuelle et vidéo, ont été révisées afin d'intégrer des méthodes d'estimation améliorées. La nouvelle méthodologie repose sur un recours accru aux données administratives en combinaison avec les données d'enquête pour établir les estimations. Ces améliorations apportées à la méthodologie ont été appliquées à toutes les variables économiques, y compris le commerce.*

*Par conséquent, les estimations pour le sous-domaine des films et des vidéos à partir de 2015 ne devraient pas être comparées aux estimations historiques, car la nouvelle méthodologie représente une interruption de cette série chronologique.*

*De plus, les utilisateurs devraient utiliser avec prudence toute estimation agrégée qui comprend le sous-domaine des films et vidéos, comme les estimations du domaine de l'audiovisuel et des médias interactifs et l'agrégat total pour la culture. Ces agrégats tiendront également compte de ces améliorations apportées à la méthodologie et, selon l'importance économique du sous-domaine des films et des vidéos, pourraient être considérablement touchés par les améliorations.*

### **Produits numériques de la culture**

*Au cours des dernières années, la technologie a rendu les méthodes traditionnelles de prestation et de consommation de services plus efficaces. Cependant, cela a compliqué la mesure du commerce international des services numériques, qui comprend les produits culturels numériques, comme les services de diffusion en continu en ligne, les abonnements ainsi que les téléchargements faits par les ménages canadiens directement auprès de fournisseurs étrangers.*

**Tableau 1**  
**Commerce international de produits de la culture et du sport, selon la province et le territoire,**  
**2017**

	Exportations internationales de produits de la culture	Importations internationales de produits de la culture	Exportations de produits de la culture en proportion de l'économie totale <sup>1</sup>	Importations de produits de la culture en proportion de l'économie totale <sup>1</sup>	Exportations internationales de produits du sport	Importations internationales de produits du sport	Exportations de produits du sport en proportion de l'économie totale <sup>1</sup>	Importations de produits du sport en proportion de l'économie totale <sup>1</sup>
	millions de dollars		%		millions de dollars		%	
<b>Canada<sup>2</sup></b>	<b>15 673,0</b>	<b>21 798,0</b>	<b>2,4</b>	<b>3,1</b>	<b>1 863,0</b>	<b>3 371,4</b>	<b>0,3</b>	<b>0,5</b>
Terre-Neuve-et- Labrador	48,9	213,3	0,4	2,0	4,9	14,7	0,0	0,1
Île-du-Prince- Édouard	9,3	38,3	0,6	2,5	5,1	7,4	0,3	0,5
Nouvelle-Écosse	121,5	388,2	1,7	3,0	27,0	39,9	0,4	0,3
Nouveau- Brunswick	77,9	320,6	0,6	1,7	16,9	38,3	0,1	0,2
Québec	2 877,9	3 670,9	2,5	2,7	255,7	431,2	0,2	0,3
Ontario	8 917,8	10 456,7	3,1	3,2	965,4	1 774,7	0,3	0,5
Manitoba	329,6	814,1	2,0	3,9	27,2	77,5	0,2	0,4
Saskatchewan	95,8	577,8	0,3	3,1	22,6	83,7	0,1	0,4
Alberta	821,3	2 684,2	0,8	3,2	134,8	297,5	0,1	0,4
Colombie- Britannique	2 353,7	2 499,2	3,5	3,2	393,9	601,4	0,6	0,8
Yukon	6,9	23,8	2,3	3,6	2,8	2,3	0,9	0,4
Territoires du Nord-Ouest	10,2	59,1	0,4	4,7	4,5	2,1	0,2	0,2
Nunavut	2,5	47,0	0,7	5,8	2,2	0,8	0,6	0,1

1. La proportion de l'économie totale est calculée en utilisant les exportations et importations de biens et de services selon le produit intérieur brut en termes de dépenses.
2. Le Canada comprend des enclaves territoriales canadiennes à l'étranger (c.-à-d. les ambassades, les consulats, les bases militaires, les stations scientifiques, les bureaux d'information ou d'immigration, les bureaux des agences d'aide ainsi que les bureaux de représentation de la banque centrale bénéficiant de l'immunité diplomatique).

Source(s) : Tableaux [12-10-0117-01](#), [36-10-0222-01](#) et [12-10-0116-01](#).

**Tableaux disponibles : [12-10-0116-01](#) et [12-10-0117-01](#).**

**Définitions, source de données et méthodes : numéro d'enquête [1902](#).**

La publication *Les nouveautés en matière de comptes économiques canadiens* ([13-605-X](#)) est accessible.

Le *Guide de l'utilisateur : Système canadien des comptes macroéconomiques* ([13-606-G](#)) est accessible.

Le *Guide méthodologique : Système canadien des comptes macroéconomiques* ([13-607-X](#)) est accessible.

Pour obtenir plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec nous au 514-283-8300 ou composez sans frais le 1-800-263-1136 ([STATCAN.infostats-infostats.STATCAN@canada.ca](mailto:STATCAN.infostats-infostats.STATCAN@canada.ca)), ou communiquez avec les Relations avec les médias au 613-951-4636 ([STATCAN.mediahotline-ligneinfomedias.STATCAN@canada.ca](mailto:STATCAN.mediahotline-ligneinfomedias.STATCAN@canada.ca)).