

Les cinémas, 2020

Diffusé à 8 h 30, heure de l'Est dans *Le Quotidien*, le lundi 4 octobre 2021

Malgré les nouvelles pratiques commerciales établies pendant la pandémie de COVID-19, l'industrie de la présentation de films et de vidéos a connu une année difficile en 2020. En raison de la structure de coûts de l'industrie et d'une forte diminution des ventes, la pandémie a rapidement fait passer la marge bénéficiaire d'exploitation de l'industrie d'une moyenne positive de 14,6 %, depuis 2014, à une marge bénéficiaire d'exploitation négative de 42,3 % en 2020.

L'industrie de la présentation de films et de vidéos comprend les établissements dont l'activité principale est la présentation de films, ce qui englobe les cinémas, les ciné-parcs et les festivals du film.

Les cinémas ayant été fermés pendant la pandémie en raison des mesures de confinement périodiques imposées partout au pays, les revenus d'exploitation de l'industrie de la présentation de films et de vidéos ont reculé de près des trois quarts (-70,6 %) en 2020 par rapport à 2018, pour se chiffrer à un total de 552,9 millions de dollars. Les baisses des revenus d'exploitation ont été importantes dans toutes les provinces. Compte tenu des restrictions imposées aux services non essentiels, les gouvernements provinciaux et territoriaux ont imposé la fermeture des salles de cinéma à divers moments au cours de la première année de la pandémie, y compris durant une partie de l'été, la saison habituelle des superproductions, et de la période des Fêtes, qui revêt une grande importance pour la présentation de films. De même, les sorties en salle de plusieurs superproductions initialement prévues en 2020 ont été reportées à 2021 ou au-delà. La part des ventes totales attribuée au commerce électronique a diminué pour s'établir à 15,8 % en 2020, comparativement à 18,0 % en 2018.

De 2018 à 2020, la diminution des dépenses d'exploitation n'a pas été aussi forte (-50,0 %), en partie en raison des coûts fixes comme la location et la location à bail, la réparation et l'entretien, ainsi que l'amortissement et la dépréciation. Les dépenses d'exploitation ont atteint 786,8 millions de dollars en 2020. Quant aux salaires, traitements, commissions et avantages sociaux, ils se sont chiffrés à 144,6 millions de dollars en 2020, ce qui représente une diminution de 46,0 % par rapport à 2018. Un certain nombre de subventions salariales et de programmes de soutien offerts par le gouvernement en réponse à la pandémie ont permis de financer une partie de la masse salariale des employés en 2020.

Les redevances, les redevances de franchisage et les droits d'adhésion constituent habituellement la plus grande proportion des dépenses d'exploitation totales et représentaient 30,6 % de ces dernières en 2018. Toutefois, en raison de la baisse du nombre de sorties en salle, cette proportion est passée à 10,6 % en 2020. En revanche, les frais de location et de location à bail ont représenté 23,5 % des dépenses d'exploitation totales en 2020, en hausse par rapport à 15,0 % en 2018. Malgré une diminution de 123,3 millions de dollars des salaires, traitements, commissions et avantages sociaux de 2018 à 2020, la proportion de ceux-ci a légèrement augmenté : elle est passée de 17,0 % à 18,4 % des dépenses d'exploitation totales pendant cette période.

Regard vers l'avant : à quelle vitesse les recettes au guichet se redresseront-elles?

Dans le contexte de l'assouplissement des restrictions relatives aux rassemblements publics dans la plupart des provinces, la sortie en salle d'un certain nombre de superproductions très médiatisées est prévue en 2021. Cependant, certains des enjeux auxquels l'industrie de la présentation de films et de vidéos était confrontée avant la pandémie influenceront sur le rythme de la reprise. Ces enjeux sont la concurrence croissante des options de divertissement à domicile ces dernières années et l'achalandage qui n'a pas augmenté depuis 2014. Par ailleurs, il n'est toujours pas clair dans quelle mesure les habitudes et les activités des consommateurs changeront à la suite de la pandémie, et de quelle façon le public réagira au retour des films sur grand écran.

En ce qui concerne l'offre, de plus en plus de films destinés aux cinémas ne sont offerts que par l'entremise des services de diffusion en continu. Bien que les enjeux soient nombreux, sur une note positive, la fréquentation des salles de cinéma a tout de même affiché un rebond dans d'autres importants marchés étrangers une fois les restrictions levées. L'industrie continuera également de tirer parti des tendances relatives aux expériences cinématographiques spécialisées observées avant la pandémie qui ont contribué à la croissance des revenus



d'exploitation au Canada. Par exemple, avant la pandémie, plusieurs cinémas offraient aux consommateurs une plus grande variété de comptoirs de vente d'aliments, dont certains proposaient des repas complets et des boissons alcoolisées, et offraient des options de sièges et de visionnement améliorées.

Note aux lecteurs

Les données de 2016 et 2018 ont été révisées.

Tableaux disponibles : [21-10-0178-01](#) à [21-10-0181-01](#) , [21-10-0220-01](#) et [21-10-0242-01](#).

Définitions, source de données et méthodes : numéro d'enquête [2416](#).

Pour obtenir de plus amples 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), ou communiquez avec les Relations avec les médias au 613-951-4636 (STATCAN.mediahotline-ligneinfomedias.STATCAN@canada.ca).