

Bulletin de service

Distribution de films cinématographiques et de vidéos



2006

Faits saillants

- Les distributeurs de films et de vidéos au Canada ont déclaré des revenus d'exploitation totaux de 1,7 milliard de dollars en 2006, en légère baisse par rapport à 2005. Toutefois, les entreprises ont réussi à réduire de 9 % leurs dépenses d'exploitation, lesquelles sont passées à 1,2 milliard de dollars. Par conséquent, la marge bénéficiaire d'exploitation a augmenté pour atteindre 25 % en 2006, comparativement à 19 % en 2005.
- Le plus important poste de dépenses déclaré par les entreprises sondées a été le coût des ventes, qui ont représenté 45 % des dépenses totales. Les redevances, les droits, les contrats de licence et les redevances de franchisage ont représenté 23 % des dépenses, et la publicité, le marketing et les promotions, 12 %.
- En 2006, les entreprises de l'Ontario se sont classées en tête de la distribution canadienne, ayant généré 83 % des revenus d'exploitation totaux, tandis que les entreprises du Québec ont été à l'origine de 14 % des revenus.

Les revenus tirés de la distribution sur le marché intérieur compensent la baisse des exportations

Les données analysées dans le reste du présent communiqué portent sur les établissements dont les revenus combinés représentent environ 95 % du total des revenus de l'industrie.

Les deux principales sources de revenus de l'industrie ont été la distribution de films et de vidéos et la vente en gros de vidéos préenregistrées. En 2006, les revenus tirés de la distribution de films et de vidéos ont représenté 71 % des recettes nationales totales, tandis que les revenus provenant de la vente en gros ont constitué 28 % de ces recettes.

Les revenus tirés de la distribution sur le marché de l'exportation ont baissé sensiblement par rapport à 2005. Les ventes à l'étranger ont généré des revenus de seulement 32,8 millions de dollars en 2006, contre 90,2 millions de dollars l'année précédente.

Cette baisse des exportations a été toutefois compensée par une augmentation des revenus provenant du marché intérieur.

Les distributeurs de films et de vidéos ont augmenté leurs revenus tirés de la distribution dans quatre marchés clés, soit les cinémas, la télévision payante et spécialisée, la télévision générale et la vidéo domestique.

Les revenus provenant des marchés de la télévision payante et spécialisée (+11,1 %) et de la télévision générale (+17,9 %) ont affiché les plus fortes augmentations. Les revenus combinés du marché du cinéma et du marché de la vidéo domestique ont progressé de 2,6 % par rapport à l'année précédente.

Les distributeurs de films et de vidéos tirent la plupart de leurs revenus de la distribution de productions cinématographiques et vidéo. Toutefois, ils font aussi des profits grâce à la vente en gros de ces vidéos. Les entreprises qui ont fait de la vente en gros (en guise d'activité secondaire) ont vu leurs revenus légèrement baisser de 0,6 % par rapport à l'année précédente.

Note aux lecteurs

Les données de 2006 pour l'industrie de la distribution de films et de vidéos ne doivent pas être comparées avec les données publiées antérieures à 2005, car des modifications importantes ont été apportées à l'enquête. Les données sont maintenant recueillies au moyen d'un échantillon d'entreprises qui représentent 95 % des revenus totaux de l'industrie. Des données administratives sont utilisées pour les entreprises les plus petites.

Les données pour cette publication proviennent de toutes les provinces. Toutefois, les données provinciales sont offertes seulement pour les entreprises en Ontario et au Québec afin de protéger la confidentialité des répondants à l'enquête.

Les distributeurs de films sont des entreprises dont l'activité principale est la distribution de productions cinématographiques et vidéo à une variété de marchés, dont les cinémas, les stations de télévision et les exploitants commerciaux. Ils agissent à titre d'intermédiaires au sein de l'industrie cinématographique, assurant la liaison entre les réalisateurs et les exploitants. Les distributeurs obtiennent les droits de commercialisation et de distribution des productions cinématographiques et vidéo.

Les données pour 2005 ont été révisées.

Les quatre entreprises en tête augmentent leur part des revenus

Les quatre entreprises en tête, classées en fonction des revenus, ont continué de dominer l'industrie en 2006. Ces entreprises ont représenté environ 73 % des recettes nationales totales, contre 71 % en 2005.

Les dépenses de ces quatre entreprises ont reculé de 2 % au cours de la période de deux ans étudiée, ce qui s'est traduit par une hausse des bénéfices, lesquels sont passés de 284 millions de dollars à 322 millions de dollars en 2006.

Les quatre entreprises en tête ont enregistré une marge bénéficiaire de 27 %, tandis que le reste de l'industrie a affiché une marge bénéficiaire de 20 %.

Les sources des revenus tirées de la distribution pour les quatre entreprises en tête diffèrent de celles du reste de l'industrie. Dans le cas des quatre entreprises en tête, près de 70 % de leurs revenus tirées de la distribution provenaient des marchés de la vidéo domestique et de la télévision générale, tandis que pour le reste de l'industrie, près de 65 % des revenus provenaient de la distribution au marché de la télévision générale et à celui du cinéma.

Le marché de la télévision générale contribue à l'augmentation de la part de marché des produits à contenu canadien

Les revenus tirés de la distribution de productions canadiennes se sont accrus en 2006, particulièrement dans le marché de la télévision générale. Dans ce marché, les produits à contenu canadien ont représenté 13,1 % des revenus totaux, en hausse par rapport aux 4,9 % inscrits en 2005.

Par conséquent, les recettes tirées de la distribution de productions canadiennes ont constitué 11,2 % des revenus totaux tirés de la distribution sur le marché intérieur, contre 8,1 % en 2005.

Sur le marché de la télévision payante et spécialisée, les produits à contenu canadien ont représenté 40 % des revenus totaux, soit une proportion inchangée par rapport à l'année précédente. Il en était de même dans les cinémas, où les produits à contenu canadien ont maintenu leur part de 3 % du marché.

Tableaux statistiques

Tableau 1

Statistiques sommaires pour l'industrie de distribution de productions cinématographiques et vidéo¹, par province, 2005 et 2006

	Revenus d'exploitation	Dépenses d'exploitation	Salaires, traitements et avantages sociaux	Marge bénéficiaire d'exploitation
	milliers de dollars			pourcentage
2006				
Canada	1 651 519	1 237 456	73 118	25,1
Québec	235 578	166 944	13 264	29,1
Ontario	1 363 557	1 054 163	58 299	22,7
2005				
Canada	1 664 496	1 353 702	76 641	18,7
Québec	291 149	223 409	14 726	23,3
Ontario	1 308 482	1 110 234	59 613	15,2

1. Les données pour ce tableau proviennent de toutes les provinces. Toutefois, les données provinciales sont offertes seulement pour les entreprises en Ontario et au Québec afin de protéger la confidentialité des répondants à l'enquête.

Note(s) : Selon le système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN 512120). Voir la section « Source de données, définitions et méthodologie » à la fin des tableaux pour la définition des termes. Les chiffres ayant été arrondis, les totaux peuvent ne pas correspondre.

Tableau 2
Revenus provenant de l'industrie de distribution de productions cinématographiques et vidéo¹, productions canadiennes et non canadiennes, marchés primaires, Canada, 2005 et 2006

	2005 ^r	2006
	milliers de dollars	
Revenus de la distribution de productions canadiennes selon le marché intérieur		
Marché du cinéma	11 123	11 558
Marché de la télévision payante	47 607	52 702
Marché de la télévision conventionnelle	12 335	38 719
Marché du vidéo domestique	x	x
Autres marchés	x	x
Sous-total des revenus provenant de la distribution intérieure de productions canadiennes	84 305	124 795
Revenus tirés de l'exportation de productions canadiennes	79 504	27 645
Total des revenus de la distribution de productions canadiennes	163 810	152 438
Revenus de la distribution de productions non canadiennes selon marché intérieur		
Marché du cinéma	314 401	326 750
Marché de la télévision payante	71 490	79 659
Marché de la télévision conventionnelle	237 808	256 217
Marché du vidéo domestique	x	x
Autres marchés	x	x
Sous-total des revenus provenant de la distribution intérieure de productions non canadiennes	952 490	989 927
Distribution de productions non canadiennes à l'étranger	10 740	5 187
Total des revenus de la distribution de productions non canadiennes	963 229	995 114
	pourcentage	
Pourcentage des parts du marché intérieur		
Marché du cinéma ²	3,4	3,4
Tous les marchés ³	8,1	11,2

1. Les estimations des activités économiques sont fondées d'après un échantillon pondéré et ces estimations sont augmentées en se servant des données administratives pour les établissements dont les revenus sont inférieurs à un certain seuil et qui ne sont pas compris dans le plan d'échantillonnage. La partie couverte par l'enquête inclut seulement les données pour les établissements visés par l'enquête et sont pondérés parce que certaines unités de l'échantillon représentent un certain nombre d'autres établissements qui n'ont pas été sélectionnés dans l'échantillon. La partie couverte par l'enquête représente environ 95 % du total des revenus de l'industrie. Les chiffres ayant été arrondis, les totaux peuvent ne pas correspondre.
2. Revenus provenant de la distribution des productions canadiennes au marché du cinéma (pourcentage du total des revenus provenant de la distribution des productions du cinéma)
3. Revenus du marché intérieur des productions canadiennes (pourcentage du total des revenus du marché intérieur des productions canadiennes)

Tableau 3
Profil de l'industrie de la distribution de productions cinématographiques et vidéo¹, Canada, 2005 et 2006

	2005 ¹	2006
milliers de dollars		
Revenus d'exploitation		
Total des revenus de la distribution de productions cinématographiques et vidéo	1 127 039	1 147 554
Distribution en gros de vidéos préenregistrés ²	449 702	447 037
Tout autres revenus d'exploitation ³	47 295	22 613
Total des revenus d'exploitation	1 624 036	1 617 204
Dépenses d'exploitation		
Salaires, traitements et avantages sociaux	71 494	65 267
Contrats de licence (droits, redevances et autres frais)	238 402	271 217
Coût des biens vendus	590 271	541 128
Publicité, marketing et promotions	167 350	140 272
Toutes autres dépenses d'exploitation ⁴	249 649	187 137
Total des dépenses d'exploitation	1 317 166	1 205 021
pourcentage		
Marge bénéficiaire d'exploitation (pourcentage du revenu total)	18,9	25,5
nombre		
Emplois		
Employés à temps plein	1 259	1 003
Employés à temps partiel	50	110
Travailleurs contractuels	x	x

1. Les estimations des activités économiques sont fondées d'après un échantillon pondéré et ces estimations sont augmentées en se servant des données administratives pour les établissements dont les revenus sont inférieurs à un certain seuil et qui ne sont pas compris dans le plan d'échantillonnage. La partie couverte par l'enquête inclut seulement les données pour les établissements visés par l'enquête et sont pondérés parce que certaines unités de l'échantillon représentent un certain nombre d'autres établissements qui n'ont pas été sélectionnés dans l'échantillon. La partie couverte par l'enquête représente environ 95 % du total des revenus de l'industrie. Les chiffres ayant été arrondis, les totaux peuvent ne pas correspondre.
2. Les données de la distribution en gros apparaissant dans ce tableau proviennent des établissements de productions cinématographiques classées dans le SCIAN 512120. La vente de la distribution en gros des vidéos préenregistrés est indiquée comme source de revenu secondaire. Les établissements qui font de la distribution en gros des vidéos préenregistrés sont classés sous le SCIAN 414450.
3. Tous les autres revenus incluent les ventes de production de film et de vidéos, les subventions et autres revenus.
4. Toutes les autres dépenses d'exploitation comprennent les commissions payées aux non-salariés, les honoraires professionnels et autres frais de service, les paiements pour les services offerts par les sièges sociaux, les fournitures de bureau, la location ou la location à bail, la réparation et l'entretien, les assurances, de repas et de représentation, l'eau et l'énergie, le téléphone et les télécommunications, les taxes foncières et d'affaires, les licences et les permis, les redevances, les droits, les frais de livraison, les frais d'entreposage, les frais de services postaux et de messagerie, les frais bancaires, les dons de bienfaisance, les créances irrécouvrables et toutes autres dépenses.

Sources de données, définitions et méthodologie

Ce document renferme des renseignements permettant de bien comprendre les concepts de base qui sont mesurés, les méthodes qui sous-tendent l'enquête (la façon de mesurer les concepts) et les aspects clés de la qualité des données. Ces renseignements aideront à mieux comprendre les points forts et les limites des données, ainsi que la façon appropriée de les utiliser et de les analyser. Les renseignements pourront être particulièrement utiles au moment de comparer les données avec celles d'autres enquêtes ou sources d'information et de tirer des conclusions au sujet des changements survenus au fil des ans.

Aperçu

Cette enquête sert à recueillir les données financières et opérationnelles nécessaires pour produire des statistiques sur l'industrie de distribution de films cinématographiques et de vidéos au Canada. Ces données sont regroupées avec l'information provenant d'autres sources, et ce, afin de produire des estimations officielles concernant la production économique nationale et provinciale de l'ensemble de l'industrie de distribution de films cinématographiques et de vidéos au Canada. Les données sur cette industrie et les autres industries contribueront ensemble à la mesure précise des économies nationales et provinciales.

Population cible

La population cible est constituée de tous les établissements statistiques (parfois appelés entreprises ou unités) considérés comme faisant partie de l'industrie de distribution de films cinématographiques et de vidéos (SCIAN 512120) selon le Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN) au cours de l'année de référence. Cette classe comprend les établissements dont l'activité principale est l'acquisition des droits de distribution et la distribution de films cinématographiques et de vidéos aux cinémas, aux réseaux et stations de télévision et à d'autres exploitants.

Échantillonnage

Il s'agit d'une enquête transversale par échantillon.

La base de sondage est la liste des établissements dont la partie admissible à l'échantillonnage est déterminée et fait l'objet d'un prélèvement. La base fournit des renseignements fondamentaux sur chaque entreprise, notamment : adresse, classification industrielle et renseignements provenant des sources de données administratives. La base de sondage est tenue dans le Registre des entreprises de Statistique Canada et mise à jour à l'aide des données administratives.

L'objectif de l'enquête consiste principalement à produire des estimations pour l'ensemble de la branche d'activité - entreprises constituées et non constituées. Les estimations sont calculées à partir de deux sources de données : une enquête par sondage auprès des entreprises dont le revenu brut d'entreprise est supérieur ou égal à un certain seuil (nota : le seuil varie selon les enquêtes et parfois selon les industries et les provinces d'une même enquête) et pour lesquelles on peut utiliser les données d'enquête ou les données administratives; et les données administratives pour les entreprises dont le revenu est inférieur au seuil donné. En ce qui a trait aux données provenant des fichiers administratifs, il est à noter que seuls des renseignements financiers peuvent être obtenus de cette source tels que les revenus, les dépenses, l'amortissement et les salaires, traitements et avantages sociaux. Des caractéristiques détaillées ne peuvent être obtenues que pour les établissements participant à la collecte des données.

Avant le tirage d'un échantillon aléatoire, les établissements sont classés en groupes homogènes (c.-à-d. des groupes portant les mêmes codes SCIAN, se trouvant dans la même province ou le même territoire). Des exigences de qualité sont établies, puis chaque groupe est réparti en sous-groupes appelés strates : tirage obligatoire et tirage partiel. La strate à tirage complet englobe les principales sociétés sur le plan du rendement sectoriel (selon les revenus).

La strate à tirage obligatoire est constituée d'unités prélevées en fonction des caractéristiques d'une structure complexe (entreprises à plusieurs établissements, à plusieurs entités juridiques, ayant plusieurs codes SCIAN ou se trouvant dans plusieurs provinces). Toutes les unités des strates à tirage complet et à tirage obligatoire font partie de l'échantillon. Les unités appartenant aux strates à tirage partiel font l'objet d'un tirage aléatoire simple.

La taille réelle de l'échantillon de l'année de référence 2006 s'est établie à 52 entités de collecte.

Définitions

- Le **revenu d'exploitation** exclut les revenus de placements, les gains en capital, les gains extraordinaires et les autres montants qui ne sont pas de nature répétitive.
- Les **dépenses d'exploitation** excluent les valeurs non encaissables, les pertes en capital, les pertes extraordinaires, l'intérêt sur les emprunts et les autres montants qui ne sont pas de nature répétitive.
- La **marge bénéficiaire d'exploitation** est calculée comme suit : le revenu d'exploitation moins les dépenses d'exploitation, le tout exprimé en pourcentage du revenu d'exploitation. Cette donnée dérivée ne comprend pas l'impôt sur le revenu des corporations payé par les entreprises constituées en société et l'impôt sur le revenu des particuliers payé par les entreprises non constituées en société. Pour les entreprises non constituées en société, la marge bénéficiaire d'exploitation comprend la rémunération non payée aux associés et aux propriétaires qui n'est pas enregistrée comme salaires, traitements et avantages sociaux. C'est pourquoi l'estimation des bénéfices sera plus élevée dans les industries où les entreprises non constituées en société sont les contributeurs importants.
- La catégorie **salaires, traitements et avantages sociaux** comprend les payes de vacances et les commissions de tous les employés pour qui un feuillet T4 a été rempli. Cette catégorie comprend aussi, entre autres, la part des avantages sociaux versée par l'employeur pour le Régime de pensions du Canada/Régime des rentes du Québec et les cotisations d'assurance-emploi. Les salaires et les traitements ne comprennent pas les dividendes versés aux propriétaires actifs et ne comprennent pas la rémunération des propriétaires des entreprises non constituées en société : c'est pourquoi le niveau relatif des salaires, traitements et avantages sociaux sera moins élevé dans les industries où les entreprises non constituées en société sont des contributeurs importants.
- Un **établissement statistique** actif est l'entité de production ou le plus petit groupe d'entités de production qui produit un ensemble de biens et/ou de services homogènes, dont les activités ne débordent pas les frontières provinciales et qui est en mesure de fournir des données sur la valeur de la production ainsi que le coût des principaux produits intermédiaires utilisés et sur le coût et l'importance de la main-d'oeuvre affectée à la production.

Qualité des données

Malgré les efforts déployés pour que les opérations de collecte et de dépouillement se déroulent en fonction de normes rigoureuses, les estimations qui en résultent comportent inévitablement des erreurs. Celles-ci sont classées en deux grandes catégories : les erreurs d'échantillonnage et les erreurs non dues à l'échantillonnage.

Les **erreurs non dues à l'échantillonnage** ne sont pas liées à l'échantillonnage et peuvent survenir pour de nombreuses raisons. Par exemple, la non réponse est une source importante d'erreurs non dues à l'échantillonnage. La couverture de la population, les écarts dans l'interprétation des questions, les mauvaises réponses des répondants et les erreurs de consignation, de codage et de traitement des données représentent d'autres exemples d'erreurs non liées à l'échantillonnage.

Les **erreurs d'échantillonnage** se produisent parce que les estimations proviennent d'un échantillon de la population plutôt que de la population entière. Ces erreurs dépendent de divers facteurs, notamment la taille de l'échantillon, le plan d'échantillonnage et la méthode d'estimation. Une des propriétés importantes de l'échantillonnage probabiliste tient au fait que les erreurs d'échantillonnage peuvent être calculées à partir de l'échantillon à l'aide d'une mesure statistique appelée coefficient de variation (c.v.). Pour des enquêtes menées à plusieurs reprises, l'écart relatif entre l'estimation d'un échantillon et l'estimation qu'on aurait obtenue d'un dénombrement de toutes les unités serait inférieur à deux fois le coefficient de variation, 95 fois sur 100. L'éventail des données acceptables d'un échantillon s'appelle intervalle de confiance. Les intervalles de confiance peuvent être calculés autour des estimations en utilisant les c.v. Nous calculons l'erreur type en multipliant l'estimation d'un échantillon par le c.v. L'estimation d'un échantillon, plus ou moins deux fois l'erreur type, est ce qu'on appelle un intervalle de confiance de 95 %.

Le c.v. pour cette enquête pour l'année de référence 2006 était « Excellent » (moins de 5 %) pour les variables du total des revenus d'exploitation, des dépenses d'exploitation et des salaires, traitements et avantages sociaux des employés.

Évaluation de la qualité

Avant d'être publiés, les résultats combinés de l'enquête sont analysés pour fins de comparabilité. En général, cette opération consiste à examiner en détail les réponses individuelles (surtout celles des grandes sociétés), à revoir la conjoncture générale et les tendances historiques et enfin à comparer ces résultats avec les données provenant de d'autres sources.

Contrôle de la divulgation

La Loi interdit à Statistique Canada de rendre publique toute donnée susceptible de révéler de l'information obtenue en vertu de la Loi sur la statistique et se rapportant à toute personne, entreprise ou organisation reconnaissable sans que cette personne, entreprise ou organisation le sache ou y consente par écrit. Diverses règles de confidentialité s'appliquent à toutes les données diffusées ou publiées afin d'empêcher la publication ou la divulgation de toute information jugée confidentielle. Au besoin, des données sont supprimées pour empêcher la divulgation directe ou par recoupement de données reconnaissables.

Exactitude des données

Des unités échantillonnées qui ont contribué à l'estimé final, le taux de réponse pondéré était de 94,9 %. Les CV ont été calculés pour chaque estimation produite. On peut obtenir ces CV sur demande.

Date de parution : Décembre 2008

Signes conventionnels

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

.	indisponible pour toute période de référence
..	indisponible pour une période de référence précise
...	n'ayant pas lieu de figurer
0	zéro absolu ou valeur arrondie à zéro
0 ^s	valeur arrondie à 0 (zéro) là où il y a une distinction importante entre le zéro absolu et la valeur arrondie
P	provisoire
r	révisé
x	confidentiel en vertu des dispositions de la <i>Loi sur la statistique</i>
E	à utiliser avec prudence
F	trop peu fiable pour être publié

Comment accéder à ce produit

Le produit n° 87F0010X au catalogue est disponible gratuitement sous format électronique. Pour obtenir un exemplaire, il suffit de visiter notre site Web à www.statcan.gc.ca et de choisir la rubrique « Publications » > « Publications Internet gratuites ».

Périodicité : annuelle / ISSN 1918-3135

Pour obtenir des informations sur l'ensemble des données de Statistique Canada, veuillez composer le numéro national sans frais 1-800-263-1136.

This publication is available in English upon request (Catalogue no. 87F0010X).

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada. © Ministre de l'Industrie, 2008. Tous droits réservés. Le contenu de la présente publication électronique peut être reproduit en tout ou en partie, et par quelque moyen que ce soit, sans autre permission de Statistique Canada, sous réserve que la reproduction soit effectuée uniquement à des fins d'étude privée, de recherche, de critique, de compte rendu ou en vue d'en préparer un résumé destiné aux journaux et/ou à des fins non commerciales. Statistique Canada doit être cité comme suit : Source (ou « Adapté de », s'il y a lieu) : Statistique Canada, année de publication, nom du produit, numéro au catalogue, volume et numéro, période de référence et page(s). Autrement, il est interdit de reproduire le contenu de la présente publication, ou de l'emmagasiner dans un système d'extraction, ou de le transmettre sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, reproduction électronique, mécanique, photographique, pour quelque fin que ce soit, sans l'autorisation écrite préalable des Services d'octroi de licences, Division des services à la clientèle, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Normes de service à la clientèle

Statistique Canada s'engage à fournir à ses clients des services rapides, fiables et courtois. À cet égard, notre organisme s'est doté de *normes de service à la clientèle* que les employés observent.

Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec Statistique Canada au numéro sans frais 1-800-263-1136. Les normes de service sont aussi publiées sur le site www.statcan.gc.ca sous « À propos de nous » > « Offrir des services aux Canadiens ».

Note de reconnaissance

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