

Des propriétaires canadiens

Pour enrichir le tissu social, politique et culturel du Canada

Document de discussion
sur les règles régissant la propriété étrangère
en radiodiffusion
par la Conférence canadienne des arts

octobre 2003

La CCA est le principal organisme de défense des intérêts de la communauté culturelle canadienne depuis sa fondation en 1945, à l'aube du développement de la culture et de la politique culturelle canadienne. Elle est le forum national de la communauté artistique et culturelle du Canada; un chef de file, qui donne une voix aux artistes du Canada; une autorité, qui offre recherches, analyses et consultation sur la politique artistique et culturelle du gouvernement; et un catalyseur de débats éclairés et d'action collective. Dans sa vision de la société canadienne, les artistes sont valorisés pour le rôle essentiel qu'ils jouent et pour leur contribution fondamentale à une société créative, dynamique et civile.

Depuis quelques années, la CCA s'intéresse activement aux questions de politique commerciale qui influencent la capacité du Canada à mettre en œuvre des politiques culturelles nationales. Elle a élargi son mandat international et héberge le Réseau international pour la diversité culturelle, un réseau mondial d'artistes et de groupes culturels qui travaillent à contrer les effets homogénéisateurs de la mondialisation sur la culture. Le conseil d'administration de la CCA, un organe élu dont les membres ont une vaste expertise dans tous les aspects des arts et des industries culturelles, est résolu à améliorer et à renforcer les politiques culturelles du Canada.

Conférence canadienne des arts

804 - 130, rue Albert, Ottawa, Ontario K1P 5G4
(613) 238 3561; tlc. (613) 238 4849

www.ccarts.ca





Introduction

La politique du gouvernement du Canada sur les industries culturelles a toujours eu comme fondement, dans la mesure du possible, des entreprises culturelles canadiennes appartenant à des Canadiens. L'arrivée de succursales canadiennes d'entreprises étrangères avant l'adoption des politiques sur la propriété canadienne diminue la possibilité d'atteindre ce but. La présence d'entreprises sous contrôle étranger domine les industries de l'édition, du cinéma et du disque depuis longtemps.

Toutefois, en radiodiffusion, grâce à la réglementation technique, la politique de la propriété canadienne s'applique depuis pratiquement la naissance de l'industrie. La Commission Aird, née de la crainte que les nouvelles stations de radio canadiennes ne soient essentiellement que des réémetteurs des chaînes de radio commerciales américaines, a étudié la radiodiffusion dans les années 1920. Elle a conclu, qu'en radiodiffusion, nous avons le choix entre « l'État ou les États-Unis », autrement dit, à moins d'instituer la propriété publique, la propriété et la programmation étrangères allaient l'emporter.

Récemment, le bien-fondé du maintien des règles sur la propriété en radiodiffusion a été publiquement remis en question. Radiodiffuseurs, compagnies de câblodistribution et de télécommunications, groupes de créateurs et de l'industrie de la production ne s'entendent pas. La CCA estime qu'il est prioritaire que l'industrie de la production et les créateurs se prononcent sur cet élément important de politique publique.

Il est insuffisant de dire qu'elles ont toujours existé pour justifier ces règles. Ceci dit, il est aussi difficile d'imaginer ce qui arriverait au Canada si ces règles n'existaient pas, car notre industrie de la radiodiffusion a toujours évolué dans ce contexte. Nous avons donc décidé que la meilleure manière d'analyser cette question était à la lumière de ce que nous connaissons le mieux : les résultats de la propriété étrangère dans d'autres industries culturelles.

Ce document préconise le maintien de la propriété canadienne des médias. Nous sommes convaincus que la politique du gouvernement fédéral en matière culturelle et patrimoniale doit assurer la plus grande diversité possible de voix canadiennes et non pas être simplement axée sur le marché et sur les vedettes. Tout en nous réjouissant du succès national et international de nos grands comédiens, comiques, auteurs, poètes et étoiles de musique rock, pop et jazz, nous croyons qu'une politique culturelle efficace permet aux voix autochtones, françaises, anglaises et multiculturelles de toutes les régions de se faire entendre et rend accessibles les expériences des hommes, des femmes et des enfants, qu'ils soient nés ici ou

La CCA a rédigé ce document pour contribuer à l'élargissement du débat public en offrant un point de vue ancré dans les expériences d'une vaste gamme de créateurs plutôt que sur le bien-être de quelques vedettes ou d'un segment des industries culturelles. À la fin du 20e siècle et dans les premières années du nouveau millénaire, les médias électroniques sont devenus le moyen privilégié pour nous renseigner et pour nous divertir. Ces médias, beaucoup trop importants pour notre souveraineté nationale, méritent que le débat se fonde sur autre chose que les seuls critères de marché.



aient choisi de vivre ici.

Le document critique également les arguments en faveur de l'élimination ou de l'assouplissement des règles. Il examine certaines failles de notre système, les cas où l'intention de la politique gouvernementale n'a pas été bien traduite en moyens d'action et où les gouvernements et leurs organismes n'ont pas bien fait respecter leurs propres politiques.



Pourquoi ce document maintenant?

Trois différents comités du Parlement ont examiné ou examineront bientôt ces règles. En juin 2003, François Macerola a rendu public un rapport préparé pour le ministère du Patrimoine canadien (le rapport Macerola) sur le contenu canadien de la production cinématographique et télévisuelle au 21^e siècle.¹

→ Le Comité permanent de l'industrie, des sciences et de la technologie

Bien que le Comité de l'industrie n'ait pas reçu le mandat d'examiner les règles sur la propriété étrangère des entreprises titulaires de licences de radiodiffusion, il a néanmoins indiqué dans son rapport qu'il est possible de distinguer entre distribution et contenu et donc de traiter les entreprises de distribution de radiodiffusion différemment des entreprises de programmation. Le Comité a également recommandé d'éliminer des règles sur les télécommunications et la distribution de radiodiffusion et a déclaré, dans un communiqué de presse, qu'il n'y avait pas lieu de traiter la radiodiffusion autrement.

« Selon le Comité, la meilleure façon d'atteindre les objectifs du gouvernement exposés dans la Loi sur les télécommunications et la Loi sur la radiodiffusion consiste en une libéralisation complète et symétrique des règles régissant la propriété étrangère, pour tous les diffuseurs de signaux en concurrence sur les mêmes marchés. »²

→ Le Comité permanent du patrimoine canadien

Le Comité du patrimoine recommande plutôt de ne pas apporter de changements aux règles existantes. Il propose une série importantes de modifications des politiques, notamment le renforcement du financement de la programmation canadienne dans son ensemble et de la SRC en particulier.

« Le Comité est d'avis que la radiodiffusion est un gage essentiel de la culture et de l'imagination canadiennes. Par conséquent, il s'oppose à l'élargissement de la propriété étrangère dans l'industrie. En essence, le Comité estime que, si les Canadiens abandonnent la maîtrise sur ce qui correspond à notre souveraineté culturelle, nous ne pourrons jamais la retrouver. »³

→ Le Comité sénatorial des transports et des communications

Ce comité a examiné tous les aspects des médias canadiens. Les règles sur la propriété étrangère seront inévitablement abordées. Son mandat est d'examiner :

« [...] l'état actuel des industries de médias canadiennes; les tendances et les développements émergents au sein de ces industries; le rôle, les droits, et les obligations des médias dans la société canadienne; et les politiques actuelles et futures appropriées par rapport à ces industries. »⁴

→ Le Comité Macerola était responsable d'examiner la définition de contenu canadien dans les pro-

¹ Macerola, François. *Le contenu canadien de la production cinématographique et télévisuelle au 21^e siècle : une question d'identité culturelle*, préparé pour le ministère du Patrimoine canadien, publié en juin 2003.

² *Ouverture sur le monde pour les communications canadiennes*, Rapport du Comité permanent de l'industrie, des sciences et de la technologie, présenté en avril 2003.

³ Clifford Lincoln (député, président), *Notre souveraineté culturelle : Le deuxième siècle de la radiodiffusion canadienne*, Comité permanent du patrimoine canadien, Chambre des communes, Canada, publié en juin 2003.

⁴ *Délibérations du Comité sénatorial permanent des transports et des communications*, Fascicule 6 - Ordre de renvoi, extrait des Journaux du Sénat du mercredi 19 mars 2003.



ductions télévisuelles et cinématographiques relativement à l'accès aux fonds publics. Le comité recommande donc de ne pas changer les stipulations actuelles de propriété et de contrôle canadiens, y compris l'exigence de contrôle de la production. Il recommande aussi que les droits d'auteur soient détenus par des Canadiens et qu'un distributeur sous propriété canadienne assure la distribution.

« Les exigences relatives à la propriété et au contrôle devraient demeurer. Elles permettent d'encourager le développement d'entreprises de production canadiennes et d'assurer que les revenus issus de l'exploitation du contenu canadien sur le marché national et international reviennent au Canada. »⁵

Quelle est l'importance de cette question pour les créateurs?

Le débat public actuel porte essentiellement sur les besoins de ces industries, tant sur le plan culturel que commercial. Aux yeux des entreprises de télécommunications, la question de l'accès au capital est un élément crucial du débat. La concurrence entre les activités de distribution de radiodiffusion des entreprises de télécommunications et les activités de télécommunication des entreprises de câblodistribution a étendu le débat à la distribution de radiodiffusion. La convergence des entreprises de télécommunications, de distribution de radiodiffusion, de radiodiffusion et de production télévisuelle et cinématographique a maintenant engagé la discussion des règles régissant la propriété des entreprises de radiodiffusion.

La convergence continue dans ces industries, autrefois prônée comme moyen de fournir de solides concurrents canadiens aux conglomérats médiatiques internationaux, sert maintenant d'argument pour soutenir le droit des sociétés étrangères d'accroître leur propriété en radiodiffusion canadienne. L'élimination des restrictions à la propriété étrangère ou une hausse notable de la limite équivaut à permettre à des sociétés étrangères de contrôler des stations de radiodiffusion, de télévision, de télévision payante et de télévision spécialisée canadiennes, de même que des entreprises de câblodistribution, des services de distribution multipoints et des services de radiodiffusion directe à domicile par satellite de radiodiffusion directe (SRD). L'ironie du sort a voulu qu'en même temps, ces mêmes entreprises demandent au gouvernement de lutter contre le marché noir et le marché gris des services étrangers de distribution par satellite.

La CCA reconnaît l'importance d'assurer la compétitivité des entreprises canadiennes, mais que cela ne devrait pas être le seul but de notre politique culturelle, ni la préoccupation principale de la politique gouvernementale. Ces outils devraient servir de moyens pour parvenir à une fin qui, selon nous, devrait être d'assurer l'épanouissement de l'expression des créateurs canadiens et de donner aux Canadiens l'accès à des produits culturels reflétant leurs diverses expériences culturelles et permettant l'expression de leurs aspirations et de leur imagination.

La CCA s'inquiète profondément du glissement vers le relâchement, ou pire, l'enlèvement des restrictions à la propriété étrangère dans l'industrie de la radiodiffusion, motivé par les besoins relevés dans le secteur des télécommunications. Le raisonnement semble être le suivant : pour qu'il y ait une concurrence durable en télécommunications, les nouveaux arrivants doivent avoir plus de capital. Parce que ces nouveaux arrivants, dans certains cas, font aussi la distribution de radiodiffusion, ils devront avoir accès au capital pour qu'il y ait aussi concurrence dans ce secteur de l'industrie. Finalement, parce que certains protagonistes font également la programmation de radiodiffusion, il s'ensuit logiquement et inévitablement que les règles de la radiodiffusion devraient être relâchées.

⁵ François Macerola, *Le contenu canadien de la production cinématographique et télévisuelle au 21^e siècle : une question d'identité culturelle*, préparé pour le ministère du Patrimoine canadien, publié en juin 2003.



Nous ne partageons pas ce point de vue.

L'objectif de ce mémoire est de placer cette perspective à l'avant-scène du débat sur la politique publique.



Un peu de contexte

Quels sont les buts culturels du Canada?

Depuis l'examen de la radiodiffusion faite par le Comité Aird dans les années 1920 jusqu'aux lois sur la radiodiffusion de 1958, 1968 et 1991, en passant par le Rapport Lévesque-Massey de 1951 sur les arts, l'expression canadienne est aussi essentielle à la souveraineté nationale et aux buts nationaux que le chemin de fer l'a été dans les premières années de l'existence du Canada. Selon les termes de la *Loi sur la radiodiffusion* (1991), le système canadien de radiodiffusion « offre, par sa programmation, un service public essentiel pour le maintien et la valorisation de l'identité nationale et de la souveraineté culturelle. » La Loi ajoute « le système canadien de radiodiffusion devrait servir à sauvegarder, à enrichir et à renforcer la structure culturelle, politique, sociale et économique du Canada. » Soulignons que lors de l'adoption des différentes lois sur la radiodiffusion, il n'y a jamais eu de vote contre un projet de loi.

Le Parlement a confié la responsabilité de veiller à l'expression de notre culture et à la protection de notre patrimoine au ministère du Patrimoine canadien. Le site web du ministère indique que sa mission est de rendre le Canada plus cohésif et plus créatif et qu'il s'est fixé quatre objectifs stratégiques :

- **Contenu canadien** : Favoriser la création, la diffusion et la préservation de divers œuvres, histoires et symboles culturels canadiens qui reflètent notre passé et qui expriment nos valeurs et nos aspirations.
- **Participation et engagement dans le domaine culturel** : Favoriser l'accès et la participation des Canadiens et des Canadiennes à la vie culturelle nationale.
- **En relation les uns avec les autres** : Multiplier et raffermir les liens entre les Canadiens et les Canadiennes et approfondir la compréhension entre les diverses communautés.
- **Citoyenneté active et participation communautaire** : Promouvoir la compréhension des droits et des responsabilités rattachés à la citoyenneté partagée et favoriser les occasions de participer à la vie en société au Canada.

En résumé, dans le domaine culturel, le Parlement et le gouvernement veulent donner aux Canadiens de tous les milieux l'occasion de s'initier aux expressions culturelles des autres et d'avoir accès au patrimoine culturel du Canada. L'effet visé des politiques culturelles canadiennes est de bâtir un pays plus fort en célébrant la diversité culturelle.

La CCA soutient que le terme diversité devrait être interprété de la façon la plus large possible et englober les deux groupes de langue officielle, les peuples autochtones du Canada et ceux qui sont nés au Canada et ailleurs. Notre richesse culturelle vient d'une multiplicité de sources, telles auteurs, musiciens, artistes visuels, artisans, photographes, cinéastes, vidéastes, documentaristes, et émissions ethniques diffusées sur nos chaînes communautaires et spécialisées. Le thème unificateur : les créateurs de notre richesse culturelle sont tous Canadiens et ont une expérience particulière à offrir.

Quels mécanismes utilise-t-on pour atteindre ces buts?

Les gouvernements canadiens ont utilisé une variété de mesures pour atteindre les buts culturels. Nous pouvons les regrouper comme suit :

- **Énoncés de politique** : Souvent une expression d'intention, ces énoncés ont une fonction non négligeable, car ils expriment la direction de l'action du gouvernement. Pour les créateurs, les producteurs, les industries culturelles et les autres secteurs, les énoncés de politique sont d'importants



indicateurs de l'importance et du poids donnés à divers aspects de la politique culturelle.

→ **Législation** : La législation, entre autres la Loi sur la radiodiffusion, la Loi sur le droit d'auteur, la Loi sur la propriété intellectuelle, la Loi de l'impôt sur le revenu, la Loi sur le statut de l'artiste et bien d'autres, traduit les énoncés de politique en lois, établissant le cadre d'action du gouvernement dans le secteur culturel.

→ **Réglementation** : Le CRTC est un bon exemple de ce mécanisme. La Loi sur la radiodiffusion confère un mandat et des pouvoirs au CRTC pour qu'il mette en pratique les buts visés par cette loi. Par ses processus publics, le CRTC établit le cadre dans lequel les radiodiffuseurs réalisent les buts de politique générale de la Loi. Les règlements sur le contenu canadien, en particulier, ont garanti l'accès des produits des créateurs canadiens aux auditoires canadiens et réservent une place d'honneur aux services canadiens dans notre système de radiodiffusion.

→ **Création d'institutions** : Le gouvernement du Canada et la plupart des gouvernements provinciaux ont créé des d'institutions culturelles gouvernementales, des organismes fournissant une expression culturelle. La SRC, l'Office national du film, le Musée des civilisations et TéléQuébec en sont tous des exemples.

→ **Soutiens fiscaux** : Les gouvernements fédéral et provinciaux apportent de l'aide à l'expression culturelle au moyen, entre autres, de mesures fiscales telle l'offre de crédits d'impôt pour l'élément main-d'œuvre des productions cinématographiques et télévisuelles canadiennes et étrangères réalisées au Canada.

→ **Subsides** : Il existe toute une variété de programmes de subsides, fédéraux et provinciaux, publics et privés, et mixtes. Ils comprennent les subsides versés directement aux créateurs par le Conseil des Arts, le soutien à l'enregistrement sonore offert par la Foundation to Assist Canadian Talent on Records (FACTOR) et Musicaction, les investissements de Téléfilm dans les longs métrages, les investissements et les subventions du Fonds canadien de télévision (FCT) pour la production télévisuelle et les tarifs postaux préférentiels pour les périodiques canadiens.

Ces mécanismes ont connu un succès mitigé auprès des industries culturelles. Le Canada s'est doté d'industries culturelles offrant des produits de calibre mondial dans une variété de genres. Mais dans bien des cas, ces industries ont peu de capital et sont très vulnérables aux variations cycliques. Par exemple, malgré le succès critique et financier de nombreux artistes canadiens de musique pop ou rock, dans les deux langues officielles, l'industrie canadienne indépendante de l'enregistrement sonore reste faible. De même, malgré le succès d'auteurs canadiens tels que Atwood, Shields, Mistry et Vanderhaege, l'industrie canadienne de l'édition est plutôt chancelante, et de nombreux éditeurs ferment leurs portes ou vendent à des multinationales.

Par contre, les entreprises de radiodiffusion du Canada, entre autres Astral Media Inc., CanWest Communications Corp., CHUM Limited, CTV Inc. et le Groupe TVA Inc., prospèrent. Une différence primordiale distingue la radiodiffusion des autres industries culturelles : un système de réglementation privilégiant les œuvres et les services canadiens. Pour être diffusée au Canada, les productions doivent appartenir à des Canadiens qui doivent réellement détenir le pouvoir.

Quelles sont les règles qui régissent la propriété étrangère en radiodiffusion? Pourquoi les a-t-on adoptées?

Les règles qui régissent présentement la propriété étrangère en radiodiffusion se fondent sur un décret du gouverneur en conseil au CRTC. Grosso modo, elles exigent que des Canadiens détiennent la majorité des parts et exercent le pouvoir des entreprises de radiodiffusion canadiennes. La Direction donne les règles générales que le CRTC doit appliquer.

Dans le cas des entreprises titulaires d'une licence de radiodiffusion, des étrangers peuvent détenir jusqu'à 20 % des actions avec droit de vote de l'entreprise, le PDG doit être canadien et jusqu'à 20%



des administrateurs peuvent être des étrangers. Si une société de portefeuille possède des actions d'une entreprise titulaire d'une licence, des non-Canadiens peuvent détenir un maximum d'un tiers des actions avec droit de vote et former un maximum de 20 % des membres de son conseil d'administration. Si le PDG de la société de portefeuille n'est pas canadien, des non-Canadiens détiennent moins des deux tiers des actions ou moins des deux tiers des administrateurs sont des Canadiens, la société de portefeuille ne peut contrôler ou influencer toute décision de programmation prise par l'entreprise titulaire de la licence. De fait, en combinant ces deux règles, une société étrangère peut détenir jusqu'à 46,3 % des actions avec droit de vote d'une entreprise de radiodiffusion canadienne.

Le CRTC examine aussi les conventions des actionnaires et les autres documents d'entreprise pour s'assurer des Canadiens détiennent réellement le pouvoir de l'entreprise. Par exemple, si un important actionnaire étranger minoritaire est également le principal fournisseur de la programmation, le CRTC examine les conventions pour s'assurer que le contrôle de l'entreprise n'est pas entre les mains de la société étrangère.



Les arguments en faveur de la propriété canadienne

En quoi la contribution des entreprises culturelles sous propriété canadienne diffère-t-elle de celle des entreprises étrangères?

Pour avoir une expression culturelle vigoureuse et diversifiée, la CCA estime que nous devons veiller à ce que mille fleurs fleurissent. Ces fleurs doivent non seulement être nombreuses mais aussi montrer la grande biodiversité de notre vie culturelle. Nous avons autant besoin d'auteurs canadiens de science-fiction et de romans d'action que de poètes, d'historiens et de romanciers. Nous avons aussi besoin de manuels qui traitent non seulement de notre propre histoire mais aussi de celle du monde selon notre point de vue. De même, nous avons besoin non seulement de gagnants de Grammy pour la musique pop et rock (et la polka), nous avons besoin de musique folk de Terre-Neuve, de musique de violoneux du Cap-Breton, de musique acadienne et franco-ontarienne, de musique cowboy et folk des Prairies et de la Colombie-Britannique et de musique autochtone du Nord, de musique classique de nos propres orchestres et de jazz de nos propres bistros. Nos émissions de télévision doivent non seulement examiner notre histoire et la vie dans nos rues, elles doivent aussi explorer notre passé, notre présent et notre avenir multiculturels et nos réalisations et nos expériences scientifiques.

Les entreprises culturelles multinationales ont très bien réussi à promouvoir le succès des artistes canadiens les plus viables commercialement, musiciens, écrivains, comédiens ou scénaristes. Bon nombre de ces artistes ont commencé avec une maison de disque, maison d'édition ou compagnie cinématographique canadienne plus modeste. De même, bon nombre des vedettes de la télévision et du cinéma partis à Hollywood ont commencé leur carrière auprès de radio diffuseurs canadiens.

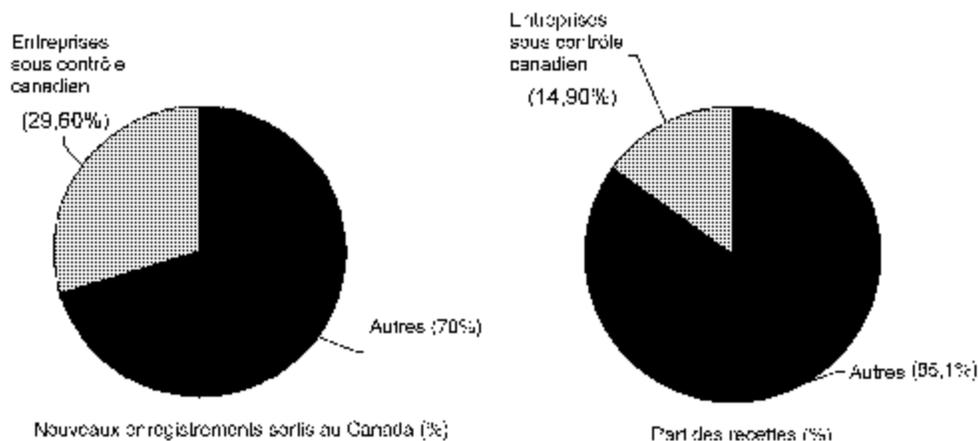
Les prochaines sections présentent des statistiques de trois industries culturelles pour comparer le rôle des entreprises culturelles canadiennes et étrangères.

Enregistrement sonore

Les diagrammes circulaires ci-dessous sont des représentations visuelles de statistiques tirées des rapports de Statistique Canada sur l'industrie canadienne de l'enregistrement sonore. Vous trouverez un tableau plus détaillé montrant les résultats de 1987 à 2002 à l'annexe 1.

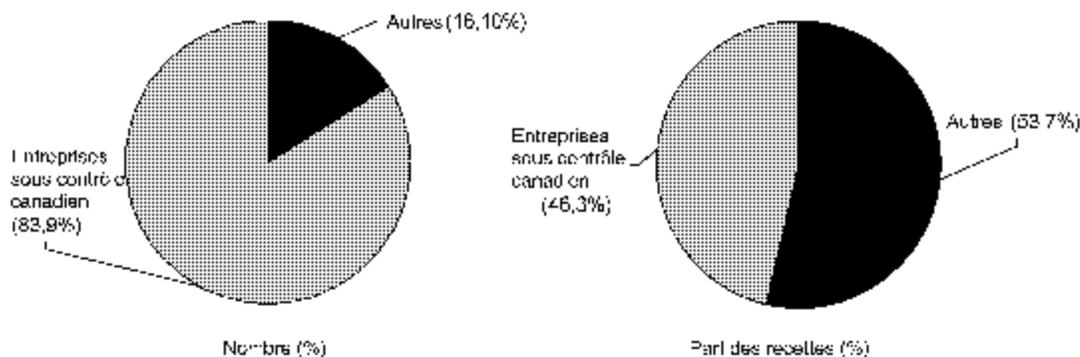
Le tableau 1 montre qu'en 2000, ce sont des entreprises canadiennes qui ont sorti 29,6 % de tous les enregistrements (étrangers et canadiens) mis sur le marché au Canada et que les entreprises canadiennes n'ont touché que 14,9 % de toutes les recettes de la vente d'enregistrements sonores au Canada.

Tableau 1 : Enregistrements au Canada et part des recettes, entreprises sous propriété canadienne, 2000.



Le tableau montre que les entreprises canadiennes ont produit 83,9 % des enregistrements d'artistes canadiens ou à contenu canadien mis sur le marché mais ont touché seulement 46,3 % des recettes produites par les enregistrements d'artistes canadiens cette année-là.

Tableau 2 : Enregistrements par des artistes canadiens : nombre et part des recettes, 2000



Les diagrammes circulaires et le tableau à l'annexe 1 prouvent clairement que, de 1988 à 2000, ce sont des maisons de disques sous contrôle canadien qui ont produit la part du lion des enregistrements à contenu canadien ou d'artistes canadiens. Or, pendant cette même période, les entreprises contrôlées par des non-Canadiens ont recueilli en moyenne un peu plus de la moitié des recettes provenant d'enregistrements à contenu canadien, même si elles n'avaient que moins d'un quart de ces enregistrements. En fait, de 1987-1988 à 2000, le nombre d'enregistrements à contenu canadien et le nombre total d'enregistrements provenant d'entreprises sous contrôle canadien ont augmenté en pourcentage mais leur part des recettes a baissé. Il est clair que l'augmentation du nombre d'enregistrements à contenu canadien portant des étiquettes canadiennes est largement attribuable au soutien de FACTOR et Musicaction et d'autres programmes de Patrimoine canadien.

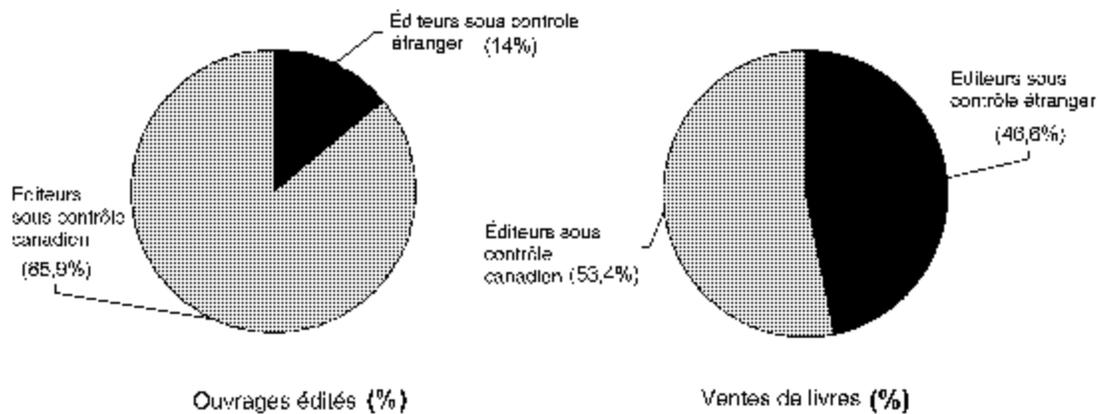
De toute évidence, en ce qui a trait à la vente de disques, les sociétés sous contrôle étranger, généralement verticalement intégrées avec la distribution, ont été capables de mieux choisir, promouvoir et distribuer les artistes canadiens que les sociétés sous contrôle canadien. Bien des sociétés sous propriété canadienne offrent des disques dans des genres importants sur le plan culturel mais qui s'adressent à des publics-créneaux. Ces entreprises sont quand même rentables, mais pas autant que les sociétés sous contrôle étranger. Toutefois, sans leur présence, nous n'aurions pas la même diversité régionale ni la même diversité de genres de musique.

Édition

L'examen des tendances de l'industrie de l'édition montre l'importance d'éditeurs canadiens. Les diagrammes circulaires ci-dessous sont fondés sur des données fournies par Statistique Canada pour 2000-2001. Les données détaillées se présentent sous forme de tableaux à l'annexe 2. Le tableau 3 montre le nombre d'ouvrages imprimés par les éditeurs canadiens et étrangers en 2000-2001.



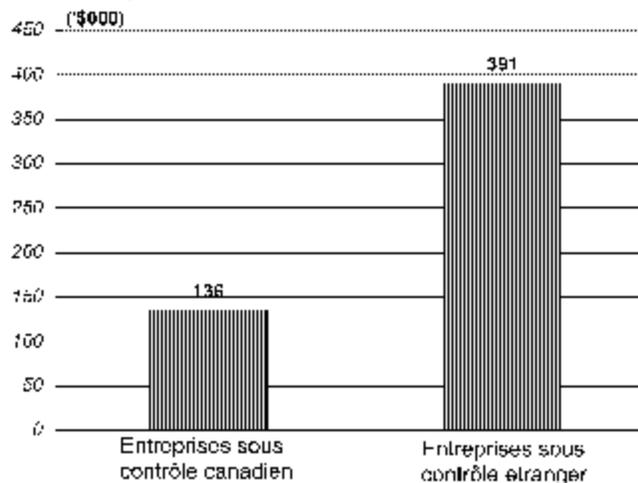
Tableau 3 : Ouvrages imprimés et ventes de livres, éditeurs canadiens et étrangers, 2000-2001.



Les maisons d'édition sous contrôle canadiens ont publié 86 % des ouvrages et on encaissé 53,4 % des ventes de livres au Canada. Cela veut dire qu'une industrie de l'édition en santé est essentielle pour que les Canadiens puissent lire des histoires canadiennes.

Malheureusement, nous n'avons pas les chiffres indiquant les secteurs plus profitables en 2000-2001. Nous avons toutefois un tableau, à l'annexe 2, qui montre les tendances des ventes des divers types de livres de 1993 à 1998. Les diagrammes suivants montrent les statistiques pour 1998. Le tableau 4 montre que, par livre, les ventes moyennes des éditeurs étrangers étaient le triple de celles des éditeurs canadiens.

Tableau 4 : Recettes totales par ouvrage édité (en milliers de dollars), 1998-1999.

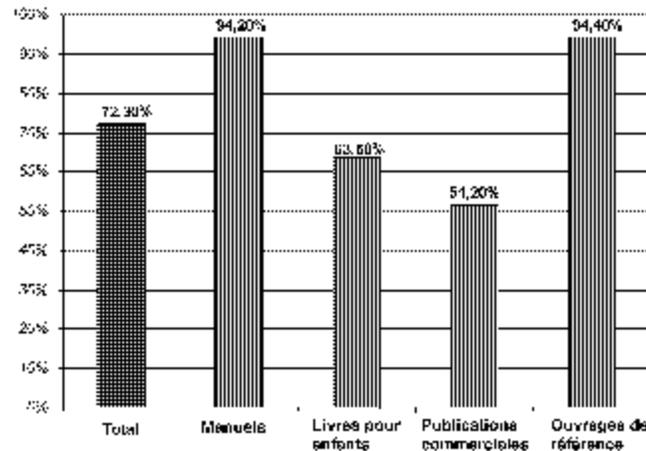


Le tableau 5 montre le nombre d'ouvrages écrits par des Canadiens. Les Canadiens ont écrit 72,3 % de tous les ouvrages et la quasi-totalité des manuels et des ouvrages savants, de référence, des manuels professionnels et techniques et environ deux tiers des livres pour enfants. Cependant, des auteurs étrangers ont écrit un peu plus de la moitié des publications commerciales, dont les



ouvrages de fiction.

Tableau 5 : Proportion des ouvrages écrits par des Canadiens (%), 1998-1999.



Nous concluons qu'une bonne partie des recettes des entreprises étrangères viennent des publications commerciales, tant d'auteurs canadiens qu'étrangers. Ces statistiques montrent aussi clairement que ce sont les éditeurs canadiens qui publient la vaste majorité de la grande diversité d'ouvrages autres que les best-sellers.

Les œuvres canadiennes de fiction se sont taillées une merveilleuse réputation tant au Canada que sur la scène internationale. Des auteurs canadiens ont gagné divers prix nationaux et internationaux. Voici quelques exemples de maisons d'édition sous contrôle étranger adopter un auteur canadien établi:

- Knopf Canada a publié les romans de Wayne Johnston *The Navigator of New York* et *The Colony of Unrequited Dreams* mais une maison d'édition canadienne, Oberon Press, a publié sa première œuvre de fiction.
- Thomas Allen & Son Limited a publié le roman d'Austin Clarke *The Polished Hoe* alors que des maisons d'édition canadiennes, notamment Anansi et McLelland & Stewart, ont publié la plupart de ses œuvres antérieures.
- Random House Canada a publié une bonne partie des livres de fiction de Carol Shields mais ses premières publications parvenaient de Blizzard Press, de Winnipeg.
- la maison d'édition Talon Books, de Vancouver a publié les premiers livres de Timothy Findley mais HarperCollins Canada nous a livré ses derniers best-sellers.

Production télévisuelle et cinématographique

Les entreprises canadiennes ont pris fermement pied dans l'industrie de la production télévisuelle et cinématographique, grâce à la combinaison de règlements, de subsides, de soutiens fiscaux et d'autres mécanismes de politique publique. L'insistance de Téléfilm sur un distributeur canadien pour la distribution interne fut un facteur clé du développement de l'industrie. De plus, contrairement à ce qui passe dans l'industrie de l'enregistrement, pour qu'une émission soit considérée comme étant canadienne et ait droit aux avantages du contenu canadien, elle doit être contrôlée financièrement par des Canadiens. Alors que la réglementation garantit une place aux productions télévisuelles canadiennes, ce n'est pas le cas pour les longs métrages canadiens.

L'industrie canadienne anglophone du cinéma et de la télévision doit composer avec la présence des



produits de Hollywood partout au pays. Les règles de contenu canadien à la télévision ont taillé une place aux produits canadiens, mais 40 % ou plus des émissions demeurent des productions étrangères. La câblodistribution et les satellites fournissent toutes les chaînes américaines et bien d'autres services américains. C'est l'exercice de la politique publique qui fait qu'une proportion importante des émissions offertes aux Canadiens anglais sont des émissions canadiennes.

Ne bénéficiant pas de l'exigence de contenu canadien, l'industrie du long métrage a une proportion beaucoup plus petite des recettes. Alors qu'au Canada français, les longs métrages locaux captent une proportion acceptable des recettes, la situation de l'industrie anglophone est navrante. En 2001, les longs métrages canadiens ont obtenu seulement 0,2 % des recettes, chiffre qui a monté à 1,2 % en 2002 grâce à un seul film, *Men With Brooms*. Lors de l'annonce d'une nouvelle politique et de nouvelles mesures de financement des longs métrages en 2000, le ministère du Patrimoine canadien s'est fixé un objectif fort modeste de 5 % des recettes d'ici 2006.

Par contraste, les émissions de télévision anglophones canadiennes représentent entre 31 et 33 % de la programmation télévisuelle canadienne anglaise. Chez les Canadiens francophones, entre 77 et 79 % de toutes les émissions sont des émissions d'ici.

Des différences importantes existent dans la façon dont cette industrie traite la production étrangère comparativement aux industries du disque et de l'édition :

- L'offre d'incitations fiscales et la faible valeur du dollar canadien ont fait du Canada un bon endroit où filmer pour les producteurs étrangers. Bien que ces produits ne soient pas considérés comme à contenu canadien, ils offrent néanmoins des possibilités professionnelles importantes aux créateurs et aux artisans, assurant la présence d'une communauté de production canadienne vigoureuse.
- Pour avoir un contenu canadien, des Canadiens doivent détenir les fonds d'une émission et des Canadiens doivent détenir les droits d'utilisation future, permettant aux entreprises de se constituer des catalogues et d'exploiter ces droits dans des tranches horaires plus tardives et des différents territoires. Les entreprises peuvent ainsi se constituer une bibliothèque de produits qui peuvent apporter un fonds de roulement pour le financement de productions futures.
- Pour être admissibles aux investissements de Téléfilm, les productions doivent utiliser un distributeur national canadien et, dans la mesure du possible, un distributeur international canadien. Cette mesure a favorisé l'établissement de solides distributeurs canadiens qui font de l'argent de la distribution de productions tant nationales qu'internationales, ce qui leur permet d'investir à leur tour dans la production canadienne.

Nous ne voulons pas suggérer ici que tout est parfait dans le monde de la production canadienne. Bien des sociétés sont sous-financées et ne possèdent pas assez de capital et le rendement des investissements n'est pas spectaculaire. Mais l'industrie a bel et bien connu une croissance au cours des dix dernières années, même si elle reste vulnérable aux changements des politiques de financement du gouvernement et de la réglementation et a subi un ralentissement provoqué par la compression des crédits affectés au Fonds canadien de télévision et par la modification de la politique du CRTC sur la télévision. Elle est en meilleure santé que les industries indépendantes de l'édition et de l'enregistrement sonore.

Les exigences du BCPAC, des bailleurs de fonds privés et du Fonds canadien de télévision, ont poussé les producteurs à faire des émissions de plus en plus canadiennes. L'industrie offre une programmation dans les deux langues officielles et dans des langues autochtones. Les exigences de contenu canadien ont aussi mené à l'offre d'émissions dans d'autres langues tant à la télévision conventionnelle que sur les chaînes spécialisées.



Observations de la CCA sur les trois industries

→ Les entreprises détenues par des Canadiens offrent la plus grande variété d'histoires canadiennes et le plus large éventail de genres de produits. Nous savons intuitivement que ce sont les créateurs canadiens sont les plus sujets à produire des histoires et des intérêts régionaux, des productions autochtones et francophones et des produits culturellement importants. L'examen statistique confirme qu'effectivement, ce sont les producteurs et les éditeurs sous propriété canadienne qui ont le plus tendance à investir dans ces créateurs, surtout au début de leur carrière.

→ Le succès de ces industries est relativement précaire et compte fortement sur une grande variété de mécanismes de soutien canadiens. La présence permanente des plus importantes industries du divertissement du monde à notre frontière menace nos industries. La réussite de nos industries dépend d'un effort concerté de la réglementation, de la distribution par des Canadiens, des subsides et des autres soutiens financiers, et de politique publique.

→ Les entreprises culturelles canadiennes fonctionnent dans un milieu complexe en compagnie de sociétés transnationales bien financées. Quand on autorise la propriété étrangère, les sociétés étrangères saisissent la part du lion ou une proportion disproportionnellement grande du marché.

La CCA tient aussi à souligner la fragilité des entreprises sous propriété canadienne, sauf celles du secteur de la radiodiffusion, dont les marges bénéficiaires sont généralement beaucoup plus basses que celles des entreprises sous contrôle étranger. Nous devons conclure que si le Canada veut avoir une vaste diversité d'expressions culturelles, il peut seulement se fier à ces petits acteurs et qu'une variété de mesures de politique publique, y compris le soutien à la propriété canadienne, doivent être en place.



Les pressions en faveur du changement des règles

Pourquoi les règles qui régissent la propriété étrangère font-elles l'objet d'un réexamen? Qui demande ce réexamen?

La pression en faveur du réexamen des règles qui régissent la propriété étrangère provient de plusieurs sources. En tête du peloton se trouvent les nouveaux concurrents dans le secteur des télécommunications, qui ont énormément de difficulté à concurrencer de façon durable les compagnies de téléphone qui détenaient autrefois le monopole. Ces concurrents affirment qu'ils doivent avoir accès au capital, à l'expertise et aux marques d'autres pays pour être viables. En outre, nombre de sociétés de médias canadiennes ont payé le prix fort pour d'autres formes de médias. Le ralentissement subséquent de l'économie les a placées dans une situation d'endettement qu'elles aimeraient alléger en ayant accès à l'investissement étranger.

Sans une connaissance profonde de l'industrie des télécommunications, la CCA ne peut se prononcer sur le besoin d'accès au capital de cette industrie mais tient toutefois à signaler que les distributeurs de radiodiffusion en concurrence avec les entreprises de télécommunications bien établies le sont par choix. Dans bien des cas, ils ont vu des possibilités d'utiliser leur infrastructure existante pour entrer dans un nouveau marché, que ce soit l'Internet à haute vitesse, les communications longue distance ou les communications locales.

Invoquer maintenant le besoin de capital pour financer leur entrée dans un marché concurrentiel comme raison pour laquelle il faut inévitablement changer les règles qui régissent la distribution de radiodiffusion, c'est forcer la note. Bien que les entreprises de télécommunications et les distributeurs de radiodiffusion se fassent concurrence, ces deux industries fonctionnent dans des circonstances différentes. De plus, le fait que Bell Canada détient une part de CTV Inc. et que Rogers et Shaw sont propriétaires d'entreprises de radiodiffusion ne veut pas dire que la même réglementation, ni les mêmes règles en matière de propriété devraient s'appliquer à ces entreprises.

Si les règles changent pour les entreprises de télécommunications, ne devraient-elles pas aussi changer pour les câblodistributeurs et les sociétés de distribution par satellite?

La concurrence en distribution de radiodiffusion a certes eu un effet sur l'industrie de la câblodistribution, provoquant une baisse des revenus de 1,6 % en 2002 et de 1,3 % l'année d'avant. Cependant, quand on considère tous les services distribués comme un ensemble réglementé, les revenus des entreprises de câblodistribution ont en fait augmenté de 9 % par année en moyenne depuis cinq ans. Selon les statistiques financières publiées chaque année par le CRTC, les marges bénéficiaires d'exploitation ont été de 40 % et les bénéfices d'exploitation ont augmenté de 10 % en moyenne par année depuis cinq ans.

Il est vrai que les profits bruts ont chuté d'environ 50 millions de dollars entre 1998 et 2002 et que les profits avant les impôts ont pratiquement fondu pendant cette période. Il faut examiner ces faits de plus près pour en comprendre les causes. Comme nous l'avons mentionné en aval, les profits d'exploitation ont augmenté pendant cette période; la hausse considérable de l'amortissement, qui a plus que doublé pendant la même période étant la cause principale de la baisse des autres types de profit. Cette hausse a retranché plus d'un demi-milliard de dollars des profits de l'industrie.

Cette hausse de l'amortissement est directement liée à une croissance marquée des dépenses d'immobilisation. Les immobilisations nettes ont augmenté de plus de 2,1 milliards de dollars entre 1998 et 2002, une hausse de 68 %. L'industrie de la câblodistribution a été très franche dans son explica-



tion de cette expansion des coûts en capital : c'est dans le but d'établir une plateforme numérique qui offrira nombre de possibilités :

- Internet à haute vitesse, et la commercialisation du service;
- des regroupements compétitifs d'émissions et de services de distribution directe à domicile par satellite (DTH);
- des recettes plus élevées par abonné grâce à la vente de plus de télévision à la carte et de plus de services, ainsi que l'offre de télévision à haute définition;
- des revenus non réglementés plus élevés grâce à l'accès à Internet à haute vitesse.

Les principaux câblodistributeurs sont des sociétés ouvertes et fortement intégrées verticalement et horizontalement. Par exemple, Rogers Cable appartient en fait à Rogers Communications Inc., une des plus grandes sociétés de médias au Canada, qui exploite un nombre important de stations de radio et deux stations de télévision et a des avoirs dans des services de télévision spécialisée. Rogers est aussi un protagoniste important de l'industrie des périodiques. Quebecor Inc est propriétaire de Vidéotron et est aussi le plus grand télédiffuseur du Québec, TVA, et quelques entreprises de télévision spécialisée. Quebecor exploite une des plus grandes chaînes de journaux, tant au Québec qu'ailleurs au Canada, et a d'autres importants avoirs dans l'imprimerie. Shaw Communications Inc. contrôle non seulement le deuxième câblodistributeur au Canada mais aussi l'entreprise de distribution DTH Star Choice, qui est en fait intégrée à Shaw Cable. Shaw est aussi l'actionnaire majoritaire de Corus Entertainment Inc., une des plus grandes sociétés radiophoniques du Canada, avec de vastes intérêts dans la télévision, la télévision spécialisée et la télévision payante, et l'industrie de la production. Bell Canada Enterprises (BCE) contrôle ExpressVu, le nouvel arrivant sur le marché DTH, et contrôle la plus grande société de téléphone du Canada, Bell Canada, et est l'actionnaire contrôlant de Bell Globemedia, société propriétaire de CTV et de ses nombreux services spécialisés, ainsi que du Globe and Mail. Toutes ces sociétés sont cotées en Bourse et profitent de toutes les synergies du degré d'intégration.

L'industrie de la distribution ne semble pas exploiter le niveau de propriété étrangère permis par les règles existantes.

- Rogers Communications Inc., une société cotée en Bourse dont 0,22 % des actions avec droit de vote sont détenues par des non-Canadiens, contrôle Rogers Cable à 100 %.
- La société ouverte Shaw Communications Inc détient Shaw Cable à 100 %. Des membres canadiens de la famille Shaw détiennent toutes les actions avec droit de vote sauf 23,49 %. Un membre non canadien de la famille détient 4,39 % des actions.
- La troisième entreprise de câblodistribution du Canada, Cogeco Cable, est une société cotée en Bourse. Des non-Canadiens détiennent 1,21 % des actions avec droit de vote. Contrôlée par Cogeco Inc., une autre société cotée en Bourse et des non-Canadiens détiennent 0,85 % des actions avec droit de vote.

De toute évidence, si le besoin est l'accès au capital, ces sociétés pourraient chercher des investissements additionnels sur les marchés financiers étrangers. Bien entendu, le problème est de savoir si les grandes entreprises étrangères ayant de l'expertise et des synergies dans l'industrie peuvent contrôler sous les règles existantes.

Si les règles devaient changer pour la câblodistribution et la distribution par satellite, ne devraient-elles pas aussi changer pour la radio, la télévision et les autres programmeurs?

La CCA n'accepte pas les prétentions de ceux qui veulent changer les règles en distribution de radiodiffusion. Il ressort clairement de l'examen des liens entre les entreprises de distribution et les



entreprises de radiodiffusion que ces liens ne sont pas un argument convaincant en faveur de la modification des règles sur la propriété étrangère pour les distributeurs de radiodiffusion.

Premièrement, les entreprises de programmation ne sont pas toutes associées à des entreprises de distribution. Les plus grandes sociétés de télévision du Canada sont CTV (affiliée indirectement avec Expressvu), CanWest Global (aucune propriété de distribution), TVA (affilié à Vidéotron par Quebecor), CHUM Ltd. (aucune participation à la distribution), Astral Media (aucune participation à la distribution) et Alliance Atlantis Broadcasting (aucune participation à la distribution de radiodiffusion). Les plus petites sociétés de télévision Cogeco et Craig ont pour leur part des liens avec la distribution.

Maintenons notre position actuelle. Pour tirer parti de notre confiance grandissante dans nos propres auteurs, musiciens et vedettes, le Canada doit conserver tous les outils de son coffre à outils culturel, y compris une forte propriété canadienne. Non seulement doit-il conserver ces outils, il doit aussi s'en servir - comme le dit Neil Young, Rust Never Sleeps (la rouille ne dort jamais).

Dans l'industrie de la radio, seuls Rogers Radio et Corus ont des liens avec la distribution. Tous les autres grands radiodiffuseurs - Standard, CHUM, Newcap et Astral - n'ont aucun lien avec la distribution. Parmi le groupe des plus petits radiodiffuseurs, seul Cogeco a ce lien.

Deuxièmement, quand un lien existe avec une entreprise de distribution, une société distincte de la société de distribution détient les licences de l'entreprise de programmation. Quand ces sociétés sont ouvertes, leurs actions sont souvent négociées séparément en Bourse et leurs principaux actionnaires différents. Par exemple, CTV est détenu par Bell Globemedia, une société cotée en Bourse et contrôlée par BCE et dont la famille Thomson est un important actionnaire minoritaire. Corus Entertainment est contrôlé par Shaw mais est constitué en société séparée dont 20 % des actions sont détenues par l'entreprise de radiodiffusion américaine Liberty Media. Les licences de radio et de télévision de Rogers sont détenues par Rogers Media et Quebecor est propriétaire de TVA par l'entremise d'une société constituée distincte dont les actionnaires sont différents. Ces entreprises sont donc clairement des sociétés séparées et la modification des règles qui régissent la distribution ne nécessite pas automatiquement la modification des règles qui régissent la radiodiffusion.

Troisièmement, comme c'est le cas pour la distribution, peu de sociétés de radiodiffusion ont présentement des actionnaires étrangers importants, bien que les règles existantes permettent à des étrangers de détenir jusqu'à 46,3 % des actions avec droit de vote. Si ces sociétés ont besoin d'accès à du capital, elles ont encore beaucoup de jeu sous les règles existantes pour accroître la participation étrangère avec droit de vote.

Certaines entreprises de radiodiffusion, particulièrement les entreprises de télévision conventionnelle, soutiennent qu'elles ont besoin d'avoir accès à des capitaux additionnels pour faire face aux coûts de conversion à la télévision numérique et à haute définition. Encore une fois, nous ne comprenons pas pourquoi ces entreprises ne cherchent pas à se procurer des capitaux additionnels en vendant des actions jusqu'au maximum permis par les règles actuelles, sauf si le problème en est un de contrôle. Si c'est du contrôle de nos entreprises de radiodiffusion par des sociétés étrangères qu'il s'agit, alors la question, encore une fois, est de savoir si le Canada veut vraiment que sa radiodiffusion soit contrôlée par des étrangers.

Un coup d'œil sur les sociétés de radiodiffusion cotées en Bourse semble indiquer que leurs affaires vont plutôt bien. Nous avons décidé de regarder trois compagnies : CanWest, CHUM et Corus. Nous avons étudié les commentaires des chercheurs de RBC Marchés des capitaux sur chacun. Ces commentaires indiquent aux investisseurs éventuels ce que RBC pense de la valeur des actions de ces



sociétés.

- CanWest : Le rapport du 25 avril 2003 de RBC est fort positif pour ce qui est des activités de télévision de CanWest. Malgré des inquiétudes sur la dette de la société et le rendement léthargique de sa division de journaux, RBC estime que le cours des actions pourrait passer de son niveau actuel de 8,05 \$ à 13 \$.
- Corus : Le rapport du 25 avril 2003 indique que Corus dépasse les attentes et devrait continuer de le faire. Ses plus fortes divisions sont la radio et la télévision, son volet production de contenu (Nelvana) étant le seul élément lent de la compagnie.
- CHUM : Le rapport du 25 avril 2003 indique que CHUM aussi dépasse les attentes et devrait continuer de le faire. Le cours des actions est de 61 \$ et on s'attend à ce qu'il monte à 68 \$.

Il ne fait aucun doute que ces compagnies pourraient attirer et attireront des investissements additionnels, s'ils en ont besoin.

Avons-nous besoin de règles sur la propriété étrangère si nous avons des règles sur le contenu canadien?

La réponse de la CCA est un **oui** catégorique. Étant donné que les entreprises de radiodiffusion canadiennes pourraient accroître la propriété étrangère au-delà des niveaux existants, il n'y a vraiment qu'une raison pour laquelle elles ne l'ont pas fait. Un investisseur étranger veut le contrôle en échange de l'achat de 46,3 % ou plus d'une société de radiodiffusion canadienne.

Qui d'autre qu'une société de radiodiffusion étrangère, détenue en grande partie mais pas complètement par des conglomérats transnationaux, achèterait des actions d'une entreprise de radiodiffusion canadienne? Ces conglomérats sont déjà intégrés verticalement et horizontalement. L'élimination des règles qui séparaient la production et la diffusion aux États-Unis pousse souvent les entreprises de télévision à prendre des décisions de programmation fondées sur ce qui est le plus avantageux pour la société mère lorsque la société de radiodiffusion a une relation intégrée avec l'entreprise de production.

Si ces sociétés de radiodiffusion contrôlent les entreprises canadiennes, les bulletins de nouvelles canadiens résulteront-ils à la couverture de la guerre en Iraq faite par CNN ou à l'approche plus équilibrée que nos propres médias d'information ont adoptée? La programmation canadienne choisira-t-elle de refléter les valeurs et les besoins du public canadien ou de faire plaisir au public américain?

Certes, les radiodiffuseurs et les producteurs canadiens ont pris des décisions fondées sur ces mêmes préoccupations. Mais une propriété commune d'un côté et de l'autre de la frontière garantissant la diffusion sur le plus gros marché, combien de temps faudrait-il avant que la plupart des décisions ne soient prises ainsi?

Quel serait l'inconvénient d'accroître le contrôle étranger des industries culturelles du Canada?

Un exemple de la différence que la propriété peut faire est la façon dont le Discovery Channel fonctionne. Au Canada, bien que le radiodiffuseur américain ait un intérêt minoritaire, c'est le radiodiffuseur canadien, CTV, qui contrôle le Discovery Channel canadien. Partout ailleurs dans le monde, la société mère américaine contrôle la famille des stations Discovery.

L'examen de l'horaire des émissions est fort instructif. Nous avons regardé l'horaire d'un lundi, d'un



samedi et d'un dimanche de Discovery Canada, Discovery India et Discovery Middle East. Nous avons choisi le lundi parce que l'horaire est semblable du lundi au vendredi. À la station Discovery canadienne, il y avait 11 heures d'émissions canadiennes le lundi, 12 heures le samedi et 13 heures le dimanche. Sur Discovery Middle East, aucune des émissions n'avait été réalisée au Moyen-Orient; en fait, la vaste majorité des émissions venaient des États-Unis, avec quelques-unes du Canada et du Royaume-Uni et une du Botswana. En Inde, avec son énorme population, nous avons trouvé seulement une émission réalisée en Inde, *Discover India*. Il ressort clairement de la description de l'émission sur le site web que cette émission est la seule chance pour la grande industrie cinématographique de l'Inde de concevoir des émissions.

Étant donné l'intense intérêt du Canada pour la programmation américaine et l'histoire de son accès aux émissions américaines de toutes sortes, nous pouvons nous attendre, après un respect initial des exigences de contenu canadien, qu'à ce que des pressions s'exercent, entre autres, par l'intermédiaire du délégué commercial des États-Unis pour que les stations ressemblent davantage à ce qu'elles sont ailleurs dans le monde. Et nous pouvons nous attendre à cela pour tous les types d'émissions. Avec la SRC et une ou deux autres entreprises publiques de radiodiffusion comme seules oasis d'émissions canadiennes, nous ne tarderions pas à ne plus nous reconnaître sur nos écrans de télévision. De fait, nous pourrions voir beaucoup plus d'émissions d'Hollywood Nord, faites au Canada pour un public américain ou international.

Le Canada atteint-il ses buts culturels? Et si non, pourquoi pas?

Dans un contexte où nos industries culturelles sont soumises en permanence à d'énormes pressions, le Canada a continué de veiller à ce que des expressions culturelles de haute qualité soient offertes dans les deux langues officielles, dans les langues de nos premières nations et, de plus en plus, dans les nombreuses autres langues parlées ici.

Mais nos industries culturelles, sauf la radiodiffusion, demeurent fragiles. C'est particulièrement vrai au Canada anglais. Dans le secteur de l'enregistrement sonore, le nombre de maisons de disque canadiennes indépendantes a diminué et malgré quelques succès notables, bon nombre de chefs de file de l'industrie canadienne d'il y a dix ans n'existent plus.

L'industrie de l'édition anglophone aussi est en crise à cause de la perte du plus grand distributeur canadien, General Publishing, ainsi que de nombreux changements structurels. Selon un sondage de l'industrie de l'édition, publié en mars 2003 par Patrimoine canadien, il y a un réel problème de relève dans l'industrie. Bon nombre des petites maisons privées doivent composer avec la retraite de leurs propriétaires exploitants, sans successeurs immédiats en vue. En outre, l'application inégale de la politique sur la propriété par les fonctionnaires fédéraux, peut-être dans l'effort bien intentionné de faire preuve de flexibilité face à une industrie en crise, a entraîné une perte considérable de propriété canadienne dans l'industrie de l'édition.

Dans l'industrie du cinéma et de la télévision, la compression des fonds affectés au FCT et les changements irréflechis apportés à la politique du CRTC sur la télévision en 1999, combinés avec l'appétit soutenu du public pour les émissions-vérité américaines, a provoqué une chute abrupte de la production de dramatiques, particulièrement de dramatiques indigènes qui expriment un point de vue canadien.⁶

⁶ Trina McQueen propose des solutions pour améliorer la santé des radiodiffuseurs canadiens dans son rapport *Options dramatiques : Un rapport sur les dramatiques canadiennes de langue anglaise*, préparé pour le CRTC et Téléfilm Canada en mai 2003. Un autre point de vue, plus militant, est présenté par la Canadian Coalition of Audio-visual Unions (CCAU) dans son rapport de mars 2003, *The Crisis in Canadian English-Language Drama*.



Malgré ces menaces et celles que pose la dynamique politique commerciale américaine, le Canada continue de rejoindre plusieurs buts culturels. Les auteurs canadiens dominent les listes de best-sellers, les chanteurs canadiens sont en tête des palmarès et nous avons même vu une légère augmentation de la part de marché des films canadiens. La présence d'un gouvernement québécois actif dans le domaine culturel, un fort appui fédéral pour les industries culturelles francophones et des citoyens francophones qui ont envie de produits culturels locaux font que la situation est plus rose au Canada français.

Conclusion

Nous soutenons que c'est grâce au cadre réglementaire qui exige la diffusion d'émissions canadiennes, qui limite l'entrée de services étrangers et qui restreint la propriété étrangère tout en permettant un certain accès au capital étranger, que l'industrie de la radiodiffusion est florissante aujourd'hui. Avec quelques ajustements dans certains domaines pour favoriser le contenu canadien et la conception de formes précises telles les dramatiques, l'industrie pourrait maintenir sa croissance, en dépit de la tendance à la mondialisation. Nous pensons que si nous pouvions refaire le cours de l'histoire et appliquer des règles semblables mais adaptées sur mesure à l'industrie du disque, à l'industrie de l'édition et à des segments de l'industrie du cinéma, celles-ci seraient plus créatives, plus stables financièrement et plus étendues aujourd'hui. Nous affirmons qu'en appliquant les règles que nous avons et en adaptant et modifiant constamment nos politiques culturelles, les Canadiens continueront de récolter les bénéfices culturels et financiers qu'apportent les industries créatrices. Par contre, si nous cédon à la pression de la libéralisation de nos politiques et surtout, en l'occurrence, des restrictions à la propriété étrangère dans l'industrie de la radiodiffusion, le résultat sera indéniablement un déclin spectaculaire du succès de l'industrie avec tous les problèmes qui en découleront.



Annexe 1

Données sur les entreprises d'enregistrement sonore contrôlées par des Canadiens

Le tableau suivant montre le rendement des entreprises d'enregistrement sonore détenues par des Canadiens. Dans la section « Nouveaux enregistrements », la rangée intitulée « Contenu ou artistes canadiens » montre le pourcentage de nouveaux enregistrements d'artistes canadiens ou à contenu canadien produits chaque année par des entreprises appartenant à des Canadiens. L'autre montre le pourcentage d'enregistrements d'artistes étrangers sortis au Canada par des entreprises canadiennes pendant l'année et la rangée « Total » montre le pourcentage du nombre total d'enregistrements sortis au Canada provenant d'entreprises canadiennes. De même, pour ce qui est de la part des recettes, la première rangée montre le pourcentage des recettes venant d'artistes canadiens touchés par les entreprises sous contrôle canadien.

	1987- 1988	1988- 1989	1989- 1990	1990- 1991	1991- 1992	1992- 1993	1993- 1994	1995- 1996	1996- 1997	2000
% de tous les nouveaux enregistrements										
Contenu ou artistes canadiens	74,3	69,5	72,1	71	77,4	75,2	71,7	69,6	60,3	63,3
Autres	25,7	30,5	27,9	29	22,6	24,8	28,3	30,4	39,7	36,7
Total	100	100								
% des recettes										
Ventes d'enregistrements à contenu canadien	57,2	66,7	56,3	57,1	74,7	62	64,6	63,7	51	46,7
Total des ventes	23,3	33,3	43,7	42,9	25,3	38	35,4	36,3	49	53,3
Autres recettes	76,7	33,3	56,3	52,9	74,7	62	35,4	36,3	49	46,7
Total des recettes	100	100								

Source : Statistique Canada, NPD 96-627-001 - Tableau 1.1.1, septembre.

Si on prend l'exemple de 1987-1988, alors que les entreprises sous contrôle canadien ont produit 74,3 % de tous les enregistrements à contenu canadien, elles ont touché seulement 57,2 % des recettes provenant des enregistrements d'artistes canadiens. La même année, alors que ces entreprises ont produit 17,5 % des disques d'artistes étrangers, elles n'ont reçu que 13,3 % des recettes. Et finalement, alors qu'on leur devait 25,8 % de tous les nouveaux enregistrements, leur part des recettes n'a été que de 18,3 %.



Annexe 2

Données sur l'industrie canadienne de l'édition

Les tableaux suivants sont des reproductions de l'information fournie dans le numéro du 26 juin 2003 de la publication *Le Quotidien*, de Statistique Canada.

Profil de l'édition et de la diffusion exclusive de livres au Canada			
	1996-1997	1998-1999	2000-2001
Entreprises			
	Nombre		
Maisons d'édition	498	643	627
Diffuseurs exclusifs	51	57	45
Ouvrages			
Ouvrages édités ¹	11 356	14 439	15 744
Ouvrages réimprimés ¹	7 807	10 262	12 053
Ventes			
	En milliers de dollars		
Ventes au Canada	1 536 044	1 686 691	1 814 696
Propres ouvrages de l'éditeur	672 511	736 799	961 528
Diffusion exclusive	863 533	949 892	853 169
Exportations	120 611	133 177	164 785
Autres ventes à l'étranger	264 645	292 981	313 411
Personnel			
	Nombre		
Employés à temps plein	7 233	7 374	8 635
Employés à temps partiel	1 241	1 296	1 636
	En milliers de dollars		
Total des frais de personnel ²	331 535	352 477	423 106
Total des recettes	2 012 232	2 208 463	2 416 045
Total des frais d'exploitation	1 927 944	2 071 020	2 248 255
Marge bénéficiaire avant impôts	84 288	137 442	167 790
En pourcentage des recettes	4,2 %	6,2 %	6,9 %
% des entreprises ayant déclaré un profit	51	56,4	56,4
¹ Comprend les activités des maisons d'édition seulement.			
² Comprend les activités des maisons d'édition seulement.			



Profil des entreprises sous contrôle étranger au Canada

	1996-1997	1998-1999	2000-2001
Entreprises	Nombre		
Maisons d'édition	20	16	17
Diffuseurs exclusifs	12	16	10
Ouvrages			
Ouvrages édités ¹	1 403	1 613	2 206
Ouvrages réimprimés ¹	1 176	1 316	2 387
Ventes	En milliers de dollars		
Ventes au Canada	673 196	730 796	846 170
Propres ouvrages de l'éditeur	224 426	231 646	406 517
Diffusion exclusive	448 769	499 150	437 653
Exportations	6 466	4 326	8 403
Autres ventes à l'étranger	29	165	171
Personnel	Nombre		
Employés à temps plein	2 373	2 207	2 789
Employés à temps partiel	239	426	610
	En milliers de dollars		
Total des frais de personnel	101 727	100 653	147 656
Total des recettes	690 382	741 143	872 386
Total des frais d'exploitation	653 315	688 545	789 595
Marge bénéficiaire avant impôts	37 066	52 598	82 790
En pourcentage des recettes	5,4 %	7,1 %	9,5 %
% des entreprises ayant déclaré			
Total des frais d'exploitation	653 315	688 545	789 595
Marge bénéficiaire avant impôts	37 066	52 598	82 790
En pourcentage des recettes	5,4 %	7,1 %	9,5 %
% des entreprises ayant déclaré			



Profil des entreprises sous contrôle canadien au Canada

	1996-1997	1998-1999	2000-2001
Entreprises	Nombre		
Maisons d'édition	478	627	610
Diffuseurs exclusifs	39	41	35
Ouvrages			
Ouvrages édités ¹	9 963	12 636	13 536
Ouvrages réimprimés ¹	6 431	8 946	9 666
Ventes	En milliers de dollars		
Ventes au Canada	862 850	955 895	968 527
Propres ouvrages de l'éditeur	448 068	505 153	553 011
Diffusion exclusive	414 764	450 742	415 516
Exportations	115 143	138 851	146 382
Autres ventes à l'étranger	284 616	291 696	313 239
Personnel	Nombre		
Employés à temps plein	4 860	5 167	5 846
Employés à temps partiel	1 002	970	1 029
	En milliers de dollars		
Total des frais de personnel ²	219 808	251 624	276 450
Total des recettes	1 321 850	1 467 320	1 543 657
Total des frais d'exploitation	1 274 630	1 382 475	1 820 135
Marge bénéficiaire avant impôts	47 220	84 845	84 937
En pourcentage des recettes	3,6 %	5,8 %	5,5 %
% des entreprises avant déclaré	1 321 850	1 467 320	1 543 657
Total des frais d'exploitation	1 274 630	1 382 475	1 820 135
Marge bénéficiaire avant impôts	47 220	84 845	84 937
En pourcentage des recettes	3,6 %	5,8 %	5,5 %
% des entreprises avant déclaré			



Industrie canadienne de l'édition : langue des entreprises et origine du contrôle, 1992-1999				
	Entreprises francophones	Entreprises anglophones	Contrôle canadien	Contrôle étranger
Nombre de maisons d'édition	112	123	385	13
Nombre # ouvrages édités	3 152	3 617	9 581	1 769
Personnel à temps plein	1 846	3 312	4 713	2 168
Total des recettes (en millions de dollars)	3,7	1 701	1 360	694
Total des recettes par ouvrage édité (en milliers de dollars)	115	197	136	391

Industrie canadienne de l'édition par catégorie d'ouvrage, 1992-1993 à 1998-1999					
	1992-1993	1993-1994	1994-1995	1996-1997	1998-1999
Nombre d'ouvrages édités	9 711	10 537	10 811	10 546	11 769
Manuels	1 893	2 274	2 468	2 309	2 876
Livres pour enfants	-	-	-	4 857	1 347
Publications commerciales	5 330	6 740	5 533	4 447	5 838
Ouvrages savants, de référence, professionnels et techniques	2 428	2 517	2 810	2 703	2 738
Pourcentage des ouvrages d'auteurs canadiens écrits en propre	74,4 %	72,7 %	73,9 %	74,7 %	72,3 %
Manuels	35,2 %	34,4 %	50,9 %	93,1 %	91,3 %
Livres pour enfants	-	-	-	58,5 %	63,5 %
Publications commerciales	57,5 %	55,3 %	56,6 %	35,4 %	51,2 %
Ouvrages savants, de référence, professionnels et techniques	84,9 %	91,9 %	84,5 %	97,3 %	94,4 %
Ventes d'ouvrages propres à l'édition au Canada, nettes (en millions de dollars)	508	606	666	663	702
Manuels (en millions de dollars)	257	248	282	244	257
Livres pour enfants (en millions de dollars)	-	-	-	53	56
Publications commerciales (en millions de dollars)	150	184	182	169	138
Ouvrages savants, de référence, professionnels et techniques (en millions de dollars)	101	174	217	197	140
Total des exportations (en millions de dollars) (1)	62	102	110	105	104
Manuels (en millions de dollars)	6	10	19	15	15
Livres pour enfants (en millions de dollars)	-	-	-	45	53
Publications commerciales (en millions de dollars)	32	77	61	29	29
Ouvrages savants, de référence, professionnels et techniques (en millions de dollars)	11	15	19	17	17

Source : Bibliothèque Canada, Équipes nationales des auteurs et éditeurs canadiens de livres, 1992-1999

