

certaines difficultés financières, le Canada possède une industrie culturelle dynamique qui, avec des tournées à l'étranger couronnées de succès de grandes ou petites troupes artistiques, attire les capitaux des touristes étrangers. Les forces du secteur sont le talent et la compétence de ses membres ainsi que la qualité de ses nombreuses installations locales. La diffusion d'émissions artistiques par les moyens électroniques conventionnels comme la télévision ou par de nouveaux procédés comme le disque vidéo ou la télévision haute définition offre de nombreuses possibilités.

Grâce à un profil précis de la clientèle de ce secteur, profil établi à partir d'une étude faite en 1992, les entreprises disposent maintenant d'un outil de commercialisation qui leur servira à préparer de solides plans d'action à long terme. Parmi les faiblesses du secteur des arts, citons le revenus des artistes professionnels, revenus inférieurs à la moyenne, en particulier ceux des artistes indépendants; les déficits constants d'exploitation; la croissance de la concurrence dans le secteur des loisirs; et l'escalade des coûts de production.

Culture

Les revenus résultant de l'exportation de produits culturels sont importants, atteignant selon les estimations plus de 350 millions de dollars en 1989. Le Canada reconnaît l'importance de ce secteur dont le succès repose sur le développement d'un solide marché intérieur.

La présence d'artistes canadiens devant des auditoires étrangers joue un rôle important dans les relations internationales du Canada, cette présence étant cruciale pour le succès de l'ensemble des objectifs culturels du pays. A ce jour, le Canada a signé des accords de coproduction de films et d'émissions de télévision avec 23 pays, ouvrant les marchés internationaux aux productions cinématographiques canadiennes.

Radiodiffusion

Principal véhicule de la culture au Canada, la radiodiffusion est un élément clé des industries culturelles au pays. La législation, la politique et les règlements fédéraux visent à encourager la production nationale et à assurer la présence d'émissions canadiennes dans le système de radiodiffusion. Parmi eux, citons :

- les règlements sur le contenu canadien qui obligent les radiodiffuseurs à réserver 50 p. 100 de l'ensemble de leurs programmes et 60 p. 100 des programmes des heures de grande écoute à des productions canadiennes;
- les règlements sur la substitution simultanée, en vertu desquels les entreprises canadiennes de câblodistribution doivent substituer des signaux locaux à ceux des chaînes américaines lorsque les mêmes émissions sont diffusées simultanément, et ce, pour maximiser les revenus de publicité des radiodiffuseurs locaux en augmentant le nombre de téléspectateurs de la chaîne canadienne;
- le projet de loi C-58 accordant des allègements fiscaux pour les dépenses de publicité aux seuls annonceurs achetant du temps d'antenne sur les chaînes canadiennes, et ce, pour que les fonds consacrés à la publicité restent au Canada.

Les radiodiffuseurs reconnaissant le succès des émissions canadiennes, succès qui dépasse les frontières et entraîne des ventes à l'étranger, voient le nombre de productions canadiennes augmenter. Il est malgré tout moins cher pour les radiodiffuseurs canadiens d'acquiescer les droits de diffusion d'émissions américaines coûteuses que de produire des émissions canadiennes originales.