

Le hockey dans les échanges commerciaux du Canada

C'est janvier, il fait un froid de canard et il faut déneiger l'entrée avant de conduire les enfants à leur partie de hockey. Quelle belle saison pour examiner le rôle particulier du hockey dans les échanges internationaux du Canada et comme importante source de devises. Comme cet article le montrera, le hockey est plus qu'un loisir et un divertissement, c'est une « grosse affaire » internationale.

1. Les nombreux visages du commerce

Quand nous entendons l'expression « commerce international », la plupart d'entre nous pensons au plus évident : l'exportation et l'importation de marchandises. Pourtant, le commerce international comprend aussi l'investissement et les ventes de services, dont l'importance ne cesse de grandir d'année en année.

Le magazine *The Economist* donne une définition assez imagée des services : « si c'est quelque chose qui peut faire mal aux orteils en tombant, ce n'est pas un service ». Des services de tous types sont échangés sur les marchés, au même titre que les pièces d'automobiles ou le blé. Les services représentent environ 12 % des exportations canadiennes, soit quelque 60 G USD par année, mais la notion d'exportations de services peut être difficile à saisir. Habituellement, il y a peu de signe concret que quelque chose a quitté le pays. Une meilleure façon de comprendre les exportations de services consiste à examiner les revenus que les sociétés canadiennes tirent de sources étrangères et qui sont ensuite constatés dans les états financiers. Vu sous cet angle, on constate vite que des secteurs aussi variés que le tourisme, la distribution de films et les conseils en gestion procurent des revenus de sources étrangères et contribuent donc à créer de la richesse et des emplois au Canada.

Il ne faut pas oublier non plus le rôle crucial et grandissant de l'investissement international dans la création future d'échanges commerciaux et de richesse. Les obstacles au commerce international et à l'investissement sont beaucoup moins grands de nos jours, et les entreprises comptent de plus en plus sur ce qu'on appelle les chaînes d'approvisionnement mondiales – soit l'utilisation accrue de sources étrangères d'approvisionnement et de distribution – pour devenir les plus efficaces et les plus concurrentielles possible sur les marchés internationaux. Pour établir ces chaînes d'approvisionnement mondiales, elles doivent recourir davantage à l'investissement qui traverse les frontières dans les deux sens, ce qui stimule encore plus le commerce. Le commerce et l'investissement devraient donc être considérés comme des éléments d'un ensemble intégré. Les entreprises créent des revenus et des profits non seulement en exportant et en important des biens et des services, mais aussi en investissant à l'étranger pour devenir plus concurrentielles. Les bénéfices et les dividendes découlant de l'investissement étranger sont transférés entre les pays et réinvestis ensuite pour stimuler davantage le commerce et la croissance économique.

2. Le hockey et le commerce international

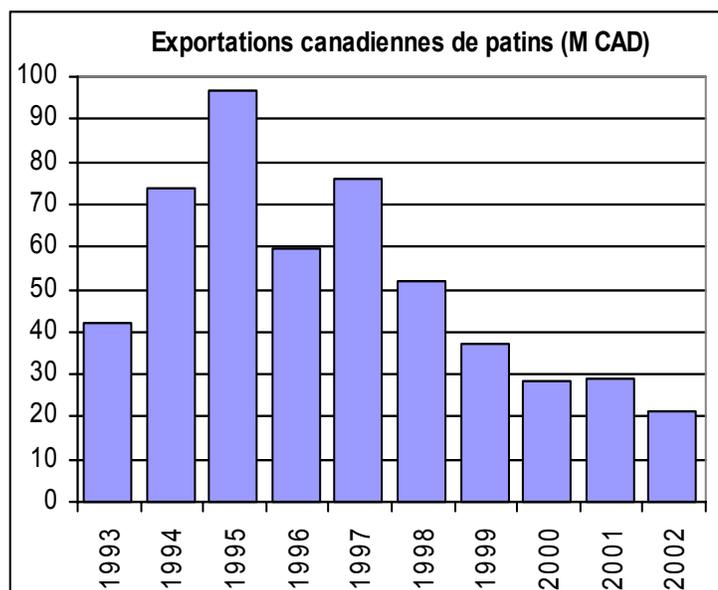
Le hockey n'est pas seulement un loisir; c'est aussi une source diversifiée et importante d'échanges commerciaux pour le Canada. Le Canada est considéré dans le monde comme la « patrie du hockey », ce qui lui donne l'avantage d'une forte identification de marque – un peu comme les papiers mouchoirs Kleenex ou le ketchup Heinz. La propriété ou la domination de la marque signifie qu'une « rente économique » – les profits supplémentaires – peut être tirée du produit, service ou investissement connexe. Par conséquent, les Canadiens ont tout particulièrement intérêt à maintenir et à accroître la popularité du hockey, puisque cela accroît leurs possibilités de tirer des revenus du commerce international lié au hockey.

a. Exportations de marchandises

Comment le hockey contribue-t-il aux échanges commerciaux et à la création de richesse au Canada? Prenons d'abord le commerce traditionnel – l'exportation et l'importation de marchandises. Le Canada a toujours été un exportateur de premier plan d'équipement et de produits de hockey, à cause de la forte demande intérieure et de son image de marque comme patrie du hockey. De l'équipement de hockey de qualité est encore fabriqué au Canada et vendu dans le monde entier. Par exemple, les exportations canadiennes de casques protecteurs se sont établies à 42 M CAD en 2002, en hausse par rapport à 32 M CAD en 1998. Les casques de hockey y contribuent grandement, encore que cette catégorie comprenne aussi les casques de vélo et de moto.

Mais la mondialisation de la production déplace la fabrication en dehors du monde industrialisé. La fabrication d'équipement du hockey ne fait pas exception. On note en effet une augmentation de la sous-traitance de la fabrication à l'étranger d'équipement de hockey et d'autre équipement de sport. Le graphique 1 ci-dessous démontre clairement qu'un modèle de « chaîne d'approvisionnement mondiale » s'applique désormais aux patins. Il montre que les exportations canadiennes de patins ont augmenté rapidement au début des années 1990, passant de 40 M CAD à environ 95 M CAD en 1995, mais qu'elles n'ont cessé de diminuer par la suite, pour se situer à un peu plus de 20 M CAD en 2002.

La hausse et la baisse des exportations canadiennes de patins reflètent l'entrée sur le marché, la consolidation et la restructuration de l'industrie mondiale des patins et un transfert graduel de la production vers des pays où les salaires sont peu élevés, surtout en Asie. Mais la baisse des exportations de patins ne signifie pas nécessairement que les entreprises canadiennes sont en train de « perdre » le marché des patins. Comme d'autres fabricants, ils devront plutôt se spécialiser dans d'autres maillons



Source : Industrie Canada

de la chaîne d'approvisionnement – comme la conception, la fabrication de composantes, le marketing et la distribution. Les entreprises canadiennes d'équipement de hockey peuvent profiter de l'image du Canada comme patrie du hockey, mais elles devront repenser leur modèle d'affaires afin d'accroître leur compétitivité internationale – tout comme de nombreux autres fabricants canadiens.

b. Exportations de services

Examinons maintenant le hockey comme service de divertissement et de loisir qui crée des revenus étrangers pour de nombreuses entreprises de services au Canada, aux États-Unis et dans certains pays d'Europe et d'Asie. Le hockey en tant que service génère des revenus étrangers pour les entreprises canadiennes à de nombreux échelons. La Ligne nationale de hockey (LNH) a la plus grande notoriété et la trésorerie la plus importante, mais des revenus étrangers tirés des services de hockey sont créés à tous les échelons – autres ligues professionnelles en Amérique du Nord et en Europe, hockey junior, et même les ligues pour adultes et le hockey mineur.

Les équipes canadiennes de la LNH, de la Ligue américaine de hockey et d'autres ligues obtiennent des revenus étrangers directement de la diffusion des matchs à l'étranger, de la vente des billets et des ventes connexes aux visiteurs étrangers, ainsi que des droits d'expansion. Les Maple Leafs et les Canadiens, qui faisaient partie des six premières équipes de la LNH, ont tiré des revenus étrangers des diverses expansions de la ligue survenues depuis 1967. Neuf nouvelles franchises sont entrées graduellement dans la Ligue dans les années 1990, chacune d'elles versant des droits qui sont passés progressivement de 50 à 80 M USD. Étant donné que ces droits ont été répartis entre les franchises existantes, la plupart des équipes canadiennes ont touché depuis 1990 des revenus étrangers supplémentaires que nous évaluons de manière conservatrice à 25 M CAD. (L'équipe d'Ottawa est revenue dans la LNH en 1992 et a donc obtenu des revenus d'expansion moins élevés.) En ce qui concerne les revenus de diffusion, le Canada a touché 1,8 G CAD de revenus (d'exportation) liés aux ventes internationales de services audiovisuels en 2000. Les ventes d'émissions de hockey aux étrangers représentent certainement une part importante de ce montant.

Les équipes de hockey américaines de la LNH et d'autres ligues créent des revenus étrangers pour les fournisseurs de services dans de nombreux secteurs de notre économie, lorsqu'elles jouent et s'entraînent au Canada. Elles pourraient dépenser en moyenne 2 M CAD ou plus par année au Canada. Ces équipes achètent une foule de services canadiens – hébergement, transport aérien, transport par autobus, taxis, restaurants, temps de glace dans les arénas – en plus de l'équipement et des autres biens qu'elles achètent au Canada. Certaines équipes américaines tiennent également leurs camps d'entraînement au Canada, ce qui crée d'autres revenus relatifs aux services. En tout, les équipes américaines de la LNH injectent probablement plus de 50 M USD par année dans l'économie canadienne, sans tenir compte des effets indirects de multiplication de la richesse. De même, les équipes américaines d'autres ligues professionnelles et des trois grandes ligues juniors qui viennent jouer au Canada apportent des revenus aux fournisseurs canadiens de services de voyage. Il en va de même aux tournois de hockey mineur de Québec jusqu'à Burnaby. Et le Temple de la renommée du hockey fait partie de l'image de marque du Canada dans le monde du hockey et tire des revenus des visiteurs étrangers.

c. Transferts de revenus étrangers

Il y a une troisième source à long terme de richesse canadienne provenant du hockey – le transfert des salaires touchés à l'étranger, qui sont souvent convertis en investissement et en consommation au Canada. Les joueurs eux-mêmes constituent une source à long terme de richesse obtenue à l'étranger et transférée au Canada. Quelques étoiles de la LNH (comme Wayne Gretzky et Mario Lemieux) se sont établies aux États-Unis, mais de nombreux autres Canadiens qui jouent dans des équipes américaines de la LNH ainsi que dans d'autres ligues professionnelles aux États-Unis et en Europe transfèrent leurs économies au Canada en achetant des biens chez nous – biens immobiliers comme une maison pour les parents, une résidence secondaire de prestige, des entreprises ou d'autres placements. Certains joueurs ont même acheté des équipes de hockey junior canadiennes.

En termes économiques, les joueurs sont un capital humain utilisé aux États-Unis et en Europe, qui transfèrent une partie de leur salaire au Canada. C'est à peu près l'équivalent des entreprises de services canadiennes qui investissent dans un pays étranger afin de servir leurs clients sur ce marché et qui rapatrient ensuite les bénéfices et les dividendes au Canada. Le capital humain des joueurs a également une durée très limitée, de sorte que les joueurs sont fortement incités à économiser une portion importante de leur salaire.

Plus de la moitié des joueurs de la LNH sont encore des Canadiens et de nombreux autres Canadiens jouent dans d'autres ligues professionnelles aux États-Unis et en Europe. Comme la plupart d'entre eux rentrent au Canada l'été et à la fin de leur carrière, il ne fait aucun doute que le Canada a des entrées nettes positives liées aux transferts des joueurs de hockey. Évidemment aussi, un grand nombre d'entraîneurs, de cadres et d'officiels, sans parler des agents qui négocient les salaires faramineux des joueurs, résident à long terme au Canada et dépensent et investissent chez nous les revenus tirés de leurs services.

Il n'y a pas de données distinctes sur les transferts relatifs au hockey, mais si tous les joueurs canadiens des équipes américaines de la LNH transféraient tous les ans 300 000 USD au Canada (ce qui constitue une hypothèse très conservatrice par rapport au salaire moyen actuel de 1,9 M USD), cela représenterait des transferts annuels d'environ 125 M CAD. Des transferts moyens de 500 000 USD par joueur de la LNH porteraient les transferts à 200 M CAD par année. Les transferts des autres joueurs professionnels en Amérique du Nord et en Europe pourraient ajouter de 10 à 15 M CAD de plus. Si ces revenus étrangers sont investis sagement, ils créent de la richesse au Canada pendant de nombreuses années.

Mais comme nous l'avons déjà souligné, le hockey n'est pas à l'abri des forces de la mondialisation. Une chaîne d'approvisionnement mondiale est désormais en place pour l'intrant le plus crucial, les joueurs talentueux. Bien que les Canadiens soient encore majoritaires parmi les joueurs de la LNH, leur part décline lentement depuis des décennies, car les équipes cherchent des joueurs d'élite dans le monde entier. Cette recherche ne se limite plus aux puissances traditionnelles dans le monde du hockey – comme la Russie, la Suède ou la République tchèque; elle s'étend maintenant à de nouvelles sources – la Pologne, la Suisse, voire même le Kazakhstan et un jour, la Chine. Cette mondialisation de l'offre et la réduction prévue des salaires moyens des joueurs dans une convention collective renégociée pourraient limiter les transferts futurs au Canada des revenus étrangers liés au hockey.

d. Investissement étranger

Le Canada a aussi bénéficié de l'investissement direct à l'étranger (IDE) dans le hockey, encore que pas toujours dans des circonstances les plus heureuses. La vente des Jets de Winnipeg et des Nordiques de Québec à des propriétaires américains au milieu des années 1990 et le départ de ces équipes vers Phoenix et Denver a attristé les deux villes canadiennes. Du point de vue financier cependant, ces ventes ont été une source d'investissement étranger pour l'économie canadienne et ces montants ont été réinvesti depuis dans d'autres activités. Les équipes ont été perdues, mais pas la richesse. Récemment, l'acquisition des Canadiens de Montréal et de leur nouvel immeuble par un investisseur américain a entraîné une injection immédiate de capitaux chez l'ancien propriétaire de l'équipe.

Dans tous ces cas, les revenus tirés de la vente à l'étranger n'ont pas disparu, ils ont renforcé le bilan des anciens propriétaires et leur ont permis de rembourser leur dette et d'explorer d'autres possibilités d'investissement et de croissance. Nous ne connaissons pas de résidents canadiens propriétaires de franchises sportives aux États-Unis, mais une franchise étrangère appartenant à des Canadiens pourrait créer des revenus qui seraient rapatriés au Canada sous forme de bénéfices ou de dividendes.

3. Revenus étrangers totaux tirés du hockey

Le montant minimum de tous les revenus étrangers que le Canada tire du hockey tous les ans est évalué de manière très conservatrice à 300 M CAD et il approche probablement plutôt de 400 M CAD. Les revenus canadiens du hockey tirés de sources étrangères ont été beaucoup plus élevés certaines années, à cause de facteurs ponctuels comme les droits d'expansion et le produit de l'acquisition de franchises canadiennes par des intérêts étrangers.

Les revenus étrangers minimaux que le Canada tire tous les ans du hockey sont comparables à ceux d'un secteur comme les services de construction, dont les exportations se sont établies à 300 M CAD en 2001. Personne ne contesterait le fait que les services de construction jouent un rôle important dans les exportations, alors pourquoi ne pas traiter le hockey de la même façon? Le hockey est une grande entreprise internationale pour le Canada.

Conclusion?

Le hockey est fortement associé au Canada et constitue une source importante de revenus étrangers pour le pays – des revenus liés à l'exportation de marchandises, à la vente de services, aux transferts des revenus étrangers et à l'investissement étranger. Le montant des revenus étrangers que le Canada tire tous les ans du hockey est évalué au bas mot à 300 M CAD, d'après les évaluations conservatrices, et il pourrait bien approcher plutôt 400 M CAD. Ces revenus ont été beaucoup plus élevés certaines années, à cause des droits d'expansion et des ventes de franchises.

Bref, le hockey est un bel exemple de l'évolution des échanges commerciaux du Canada. C'est une « grosse affaire » internationale pour notre pays. Il mérite donc d'être préservé pour des raisons d'ordre économique et pas seulement de fierté nationale.

Les opinions exprimées dans ce texte sont celles de l'auteur. Elles ne sont pas nécessairement partagées par Exportation et développement Canada.