

Analyse du soutien public accordé à la radiodiffusion publique et aux autres instruments culturels au Canada

Nordicité

Préparé pour

CBC|Radio-Canada

Avril 2011



À propos de Nordicité

Fondé en 1979, le Groupe Nordicité Ltée (www.nordicity.com) est une société de services-conseils offrant des stratégies adaptées aux secteurs des médias et du divertissement, de la culture et des communications.

Nos experts-conseils travaillent avec les clients tant du secteur privé que public pour les aider à prendre des décisions éclairées et à comprendre les incidences de l'évolution des politiques et des règlements.

Nordicité aide les entreprises à prendre des décisions stratégiques; nous conseillons également des agences, des consortiums et des associations professionnelles en matière de politiques publiques et de réglementation.

Les experts-conseils de Nordicité offrent une gamme de services diversifiés touchant tout un spectre d'activités : planification stratégique, analyse de rentabilisation, évaluation et prévision du marché, analyse économique, modélisation financière, évaluation de programmes, ainsi que d'autres outils pour faciliter la prise de décision stratégique et opérationnelle.

Nordicité possède des bureaux à Toronto, à Ottawa et à Londres (Royaume-Uni), et offre également ses services à l'échelle internationale grâce à des affiliations avec des cabinets de services professionnels présents partout dans le monde,

Table des matières

1.	Introduction	4
2.	Comparaison des radiodiffuseurs publics à l'échelle internationale	4
2.1	Financement public accordé aux radiodiffuseurs publics	4
2.2	Revenus commerciaux	5
2.3	Revenus publicitaires	8
2.4	Financement public par type de régime de financement	12
3.	Avantages potentiels de la radiodiffusion publique	13
4.	Soutien financier de la culture accordé par le gouvernement fédéral	14
	Références et provenance des données	16
	Annexe A – Données statistiques sur les radiodiffuseurs publics	18
	Annexe B – Analyse des avantages potentiels	23
	Annexe C – Estimation de l'incidence annuelle de la substitution de signaux simultanés	29
	Annexe D – Estimation de l'incidence des dispositions du paragraphe 19.1	34
	Annexe E – Évolution statistique des dépenses du gouvernement fédéral	39

1. Introduction

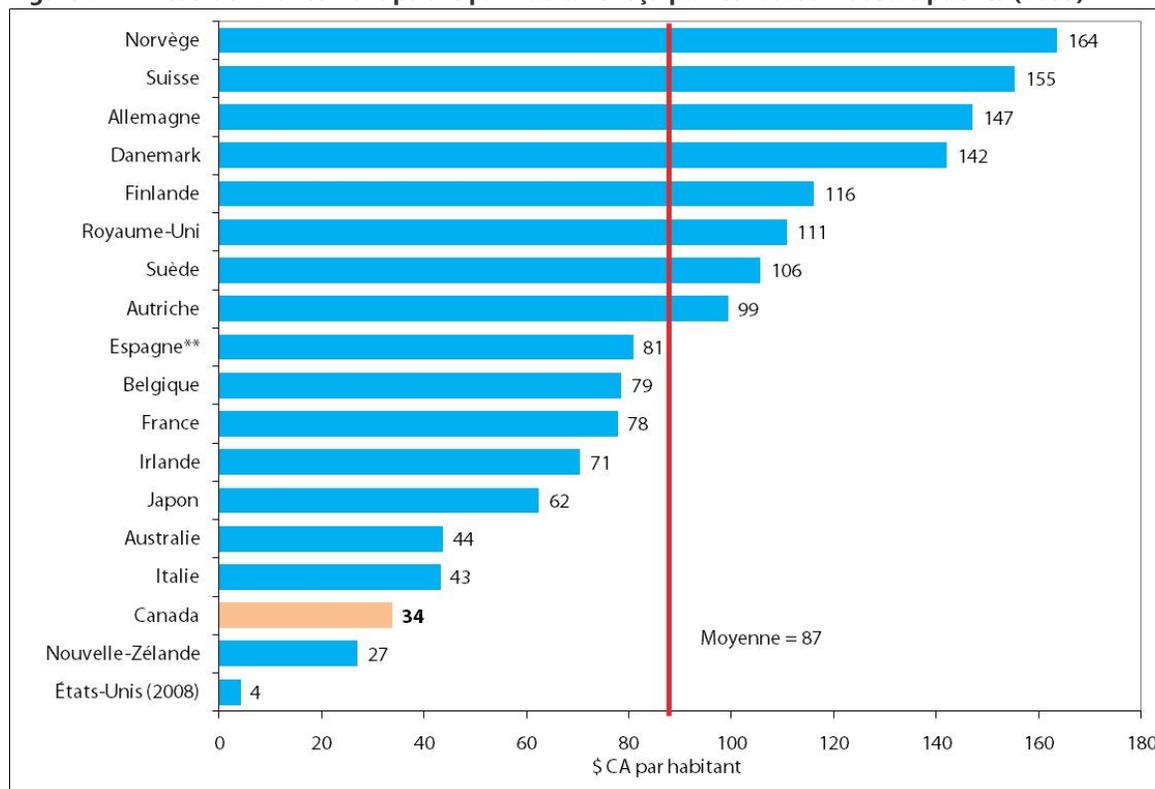
Le présent rapport constitue une mise à jour de l'étude intitulée *Analyse du soutien public accordé à la radiodiffusion publique et aux autres instruments culturels au Canada*, que le Groupe Nordicity a préparée pour la première fois pour CBC/Radio-Canada en juin 2006, puis mise à jour en janvier 2009¹. Il présente également des statistiques et analyses complémentaires sur les revenus commerciaux et publicitaires des radiodiffuseurs publics, sur leurs frais d'exploitation ainsi que sur leurs revenus et dépenses associés aux nouvelles plateformes.

2. Comparaison des radiodiffuseurs publics à l'échelle internationale

2.1 Financement public accordé aux radiodiffuseurs publics

L'analyse comparative des niveaux de financement public par habitant a révélé que, en 2009, le Canada arrivait au seizième rang dans l'échantillon des 18 pays occidentaux étudiés. Fort de ses 34 dollars par habitant (tous les montants sont en dollars canadiens, sauf indication contraire), le Canada devançait seulement la Nouvelle-Zélande et les États-Unis. Le financement de la radiodiffusion publique au Canada n'atteignait même pas les 60 % du niveau moyen obtenu pour l'ensemble des pays analysés, qui s'établissait à 87 dollars. Le niveau du financement canadien correspondait en fait au cinquième de celui de la Norvège, le pays en tête du classement, dont le radiodiffuseur public, NRK, recevait l'équivalent de 164 dollars par habitant en 2009.

Figure 1 – Niveau de financement public par habitant reçu par les radiodiffuseurs publics (2009)*



¹ En raison des variations dans la provenance des données, la méthodologie utilisée et les taux de change en vigueur, les statistiques sur le financement public ne sont pas comparables avec celles de janvier 2009 et de juin 2006 pour certains pays.

Sources : Les sources et d'autres détails sont précisés dans la section *Références et provenance des données* et dans l'Annexe A. Les taux de change utilisés sont ceux de la Banque du Canada, et les données démographiques proviennent du Population Reference Bureau.

* Données de 2009, à moins d'indication contraire.

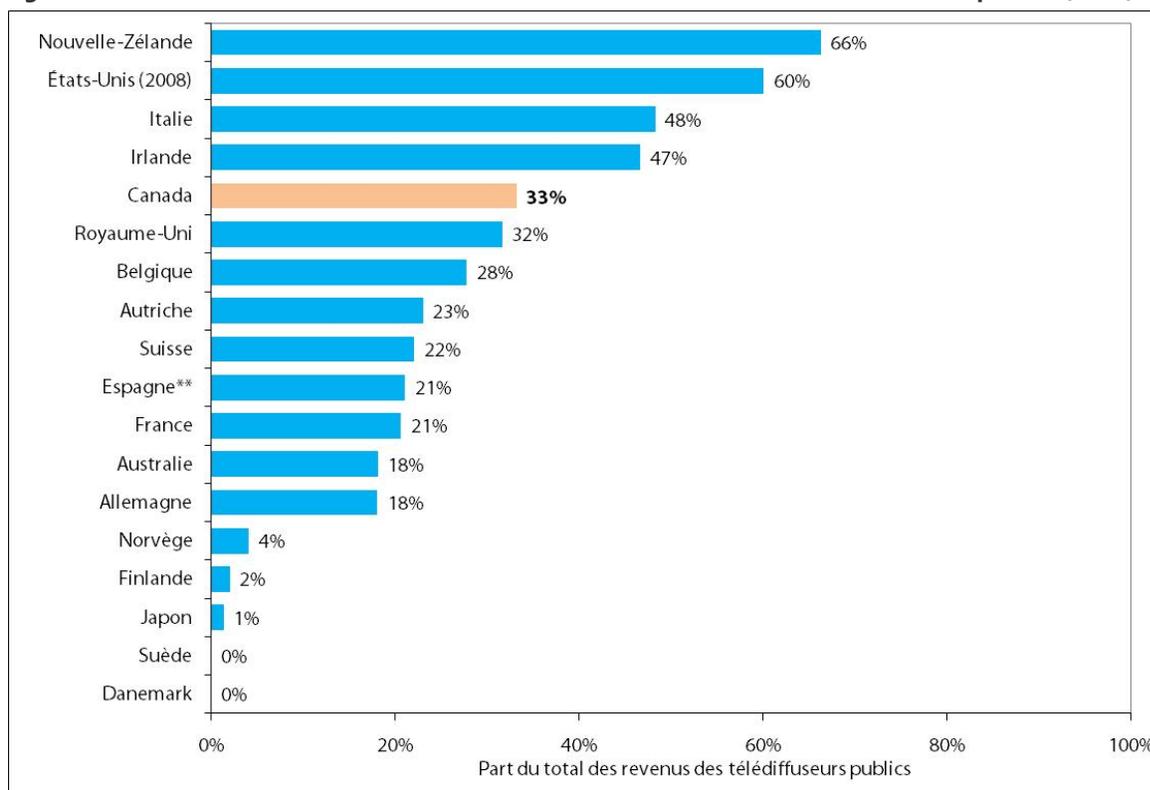
** Les statistiques indiquées pour l'Espagne comprennent une estimation du financement octroyé aux radiodiffuseurs des régions autonomes.

2.2 Revenus commerciaux

La présente section examine la part des revenus commerciaux dans le financement des radiodiffuseurs publics des 18 pays étudiés pour 2009, ce qui comprend les revenus tirés de la vente de temps publicitaire à la radio et à la télévision, la commandite d'émissions de radio ou de télévision, les revenus reçus des autres radiodiffuseurs pour la diffusion d'émissions sous licence, et les ventes de produits de publication ou de marchandises (DVD).

Dans deux des 18 pays étudiés, soit la Suède et le Danemark, les radiodiffuseurs publics n'ont touché aucun revenu commercial en 2009, puisque leurs revenus provenaient intégralement des fonds publics, en l'occurrence les redevances audiovisuelles versées par les ménages et les entreprises. Dans la majorité des pays étudiés, les revenus tirés des activités commerciales représentaient entre 1 % et 33 % des revenus totaux perçus par les radiodiffuseurs publics en 2009. Dans quatre pays – l'Irlande, l'Italie, les États-Unis et la Nouvelle-Zélande – les activités commerciales ont permis de générer entre la moitié et les deux tiers des revenus totaux des radiodiffuseurs publics en 2009.

Figure 2 – Part des revenus commerciaux dans le total des revenus des radiodiffuseurs publics (2009)*

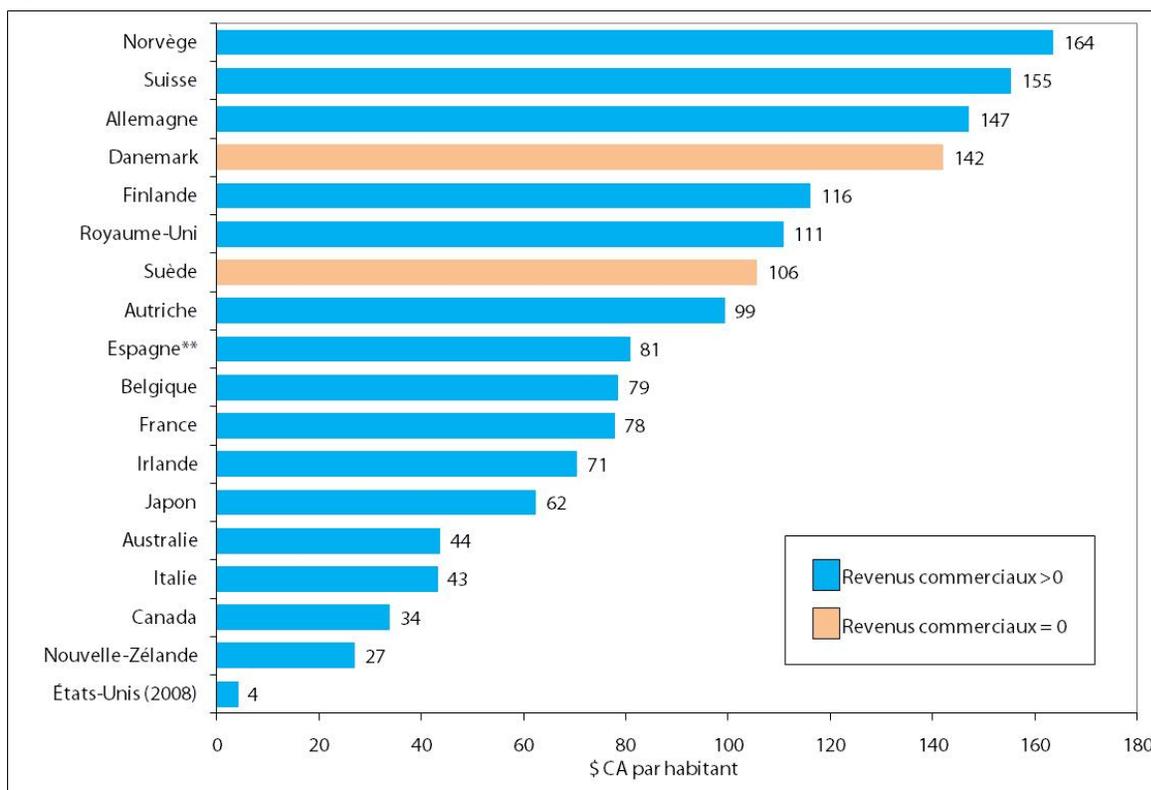


Sources : Analyse des rapports annuels des radiodiffuseurs publics par le Groupe Nordicity. D'autres détails figurent dans la section *Référence et provenance des données* et dans l'Annexe A.

* Données de 2009, à moins d'indication contraire. ** Les statistiques indiquées pour l'Espagne comprennent une estimation du financement octroyé aux radiodiffuseurs des régions autonomes.

Les deux pays dans lesquels les radiodiffuseurs publics n'ont touché aucun revenu commercial en 2009 – soit le Danemark et la Suède – figurent dans la moitié supérieure de la liste des pays où le financement public par habitant est le plus élevé.

Figure 3 – Revenus commerciaux et financement public par habitant (2009)*



Sources : Analyse des rapports annuels des radiodiffuseurs publics par le Groupe Nordicity. D'autres détails figurent dans la section *Référence et provenance des données* et dans l'Annexe A.

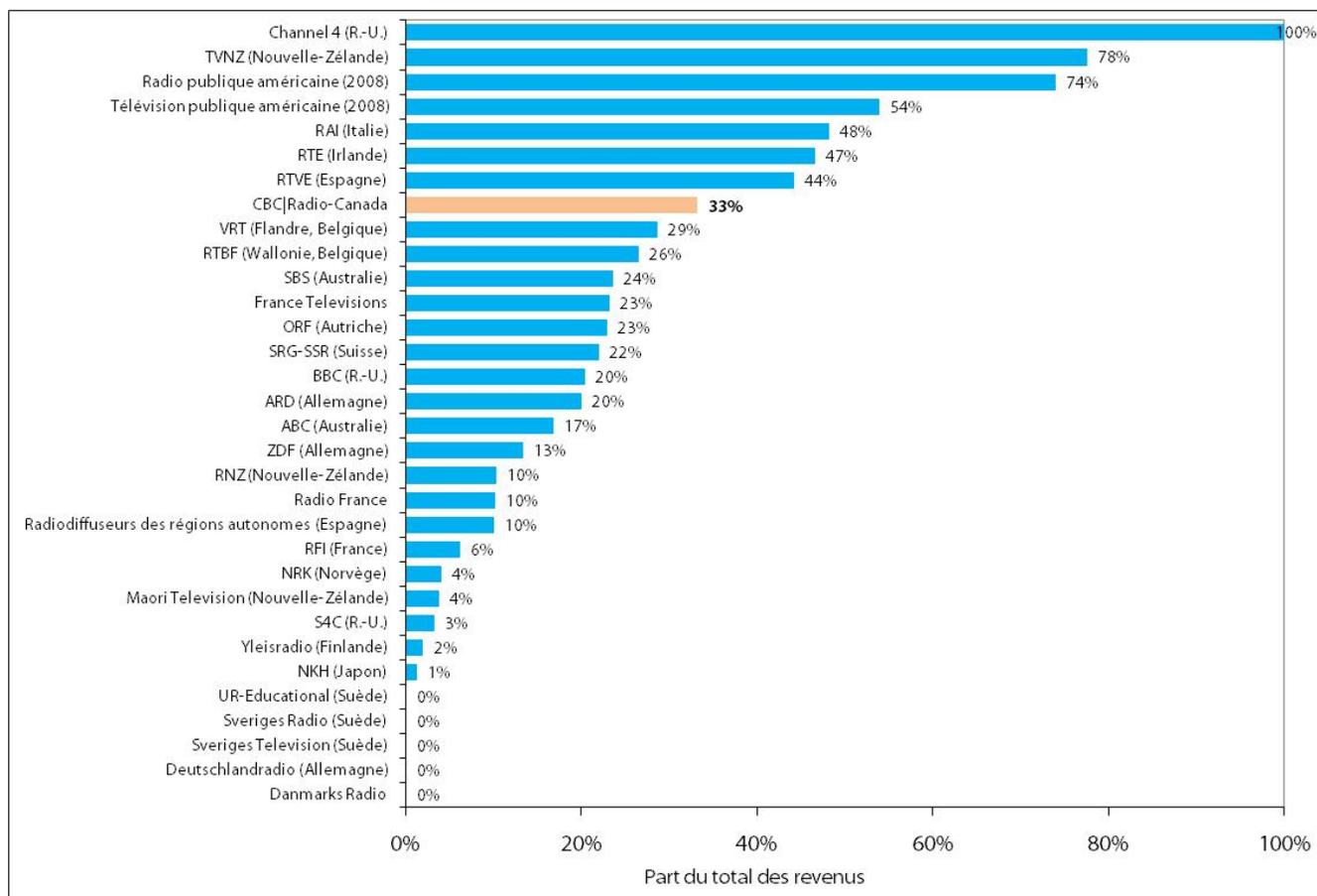
* Données de 2009, à moins d'indication contraire.

** Les statistiques indiquées pour l'Espagne comprennent une estimation du financement octroyé aux radiodiffuseurs des régions autonomes.

Nous avons recueilli des données portant sur 32 radiodiffuseurs publics individuels ou organisations de radiodiffuseurs publics² dans les 18 pays étudiés. Sur une base individuelle, sept de ces radiodiffuseurs publics tiraient 40 % ou plus de leurs revenus de leurs activités commerciales en 2009. Parmi ces sept radiodiffuseurs, on retrouve Channel 4, la station d'État au Royaume-Uni, qui finance ses activités de radiodiffusion uniquement grâce à ses activités publicitaires et commerciales. On retrouve également les télédiffuseurs et radiodiffuseurs publics américains, qui tirent l'essentiel de leurs revenus des dons versés par les particuliers, les entreprises et les institutions, et des commandites d'émissions.

Les revenus provenant des activités commerciales représentaient entre 0 % et 33 % des revenus totaux pour la majeure partie des radiodiffuseurs publics. Au total, 27 radiodiffuseurs publics ont perçu des revenus commerciaux, et parmi les cinq qui n'en ont perçu aucun en 2009 figurent les trois radiodiffuseurs publics suédois.

Figure 4 – Revenus commerciaux par radiodiffuseur public individuel ou par organisation de radiodiffuseurs publics (2009*)



Sources : Analyse des rapports annuels des radiodiffuseurs publics par le Groupe Nordicity. D'autres détails figurent dans la section *Référence et provenance des données* et dans l'Annexe A.

* Données de 2009, à moins d'indication contraire.

² Exemples : groupe de radiodiffuseurs publics des régions autonomes de l'Espagne et système de radiodiffusion public américain, qui comprend les stations locales affiliées à PBS (télévision publique) et à National Public Radio (radio publique).

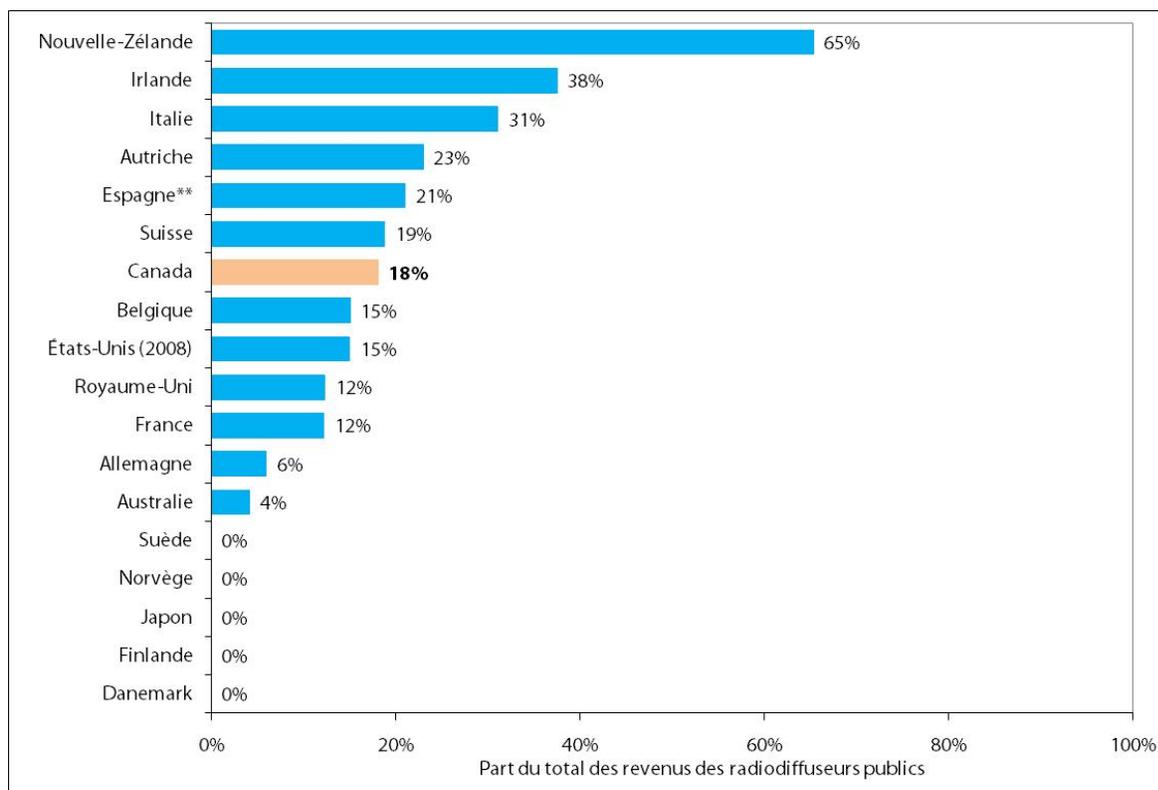
2.3 Revenus publicitaires

La section qui suit porte uniquement sur l'analyse des revenus commerciaux tirés de la publicité et des commandites d'émissions par les télédiffuseurs publics, sans tenir compte des revenus tirés d'autres activités commerciales, comme les licences et les ventes de DVD. Si dans 15 pays sur 18, les télédiffuseurs publics ont perçu des revenus de leurs activités commerciales en 2009, la publicité et les commandites n'ont généré des revenus que dans 13 pays. Il n'y a que dans les pays scandinaves (Suède, Norvège, Finlande et Danemark) et au Japon que les télédiffuseurs publics n'ont touché aucun revenu de la publicité et des commandites en 2009.

Notons toutefois que ces statistiques portent sur l'année 2009, et qu'elles ne tiennent pas compte des restrictions imposées par certains gouvernements sur la vente de publicité par les télédiffuseurs publics depuis les dernières années. En 2009, le gouvernement français a annoncé que France Télévisions ne serait plus autorisée à vendre de la publicité à partir de 2010. En Espagne, les restrictions imposées par le gouvernement central à RTVE en ce qui concerne la vente publicitaire sont entrées en vigueur au troisième trimestre de 2009. Fait intéressant, dans les pays qui comptent plusieurs télédiffuseurs publics, il peut arriver que la publicité soit interdite sur l'un d'eux, et autorisée sur d'autres. Citons comme exemple le Royaume-Uni, où la BBC n'est pas autorisée à diffuser de la publicité, alors que Channel 4, qui est la propriété de l'État, peut le faire.

C'est en Nouvelle-Zélande que les télédiffuseurs publics dépendaient le plus des revenus de la publicité et des commandites en 2009 (soit 65 % de l'ensemble des revenus). Ce type de revenus occupe également une place importante pour les télédiffuseurs publics irlandais et italiens. Dans 10 des 18 pays étudiés, la publicité et les commandites représentaient entre 4 % et 23 % des revenus totaux enregistrés par les télédiffuseurs publics.

Figure 5 – Part des revenus de la publicité et des commandites dans l'ensemble des revenus perçus par les télédiffuseurs publics (2009*)



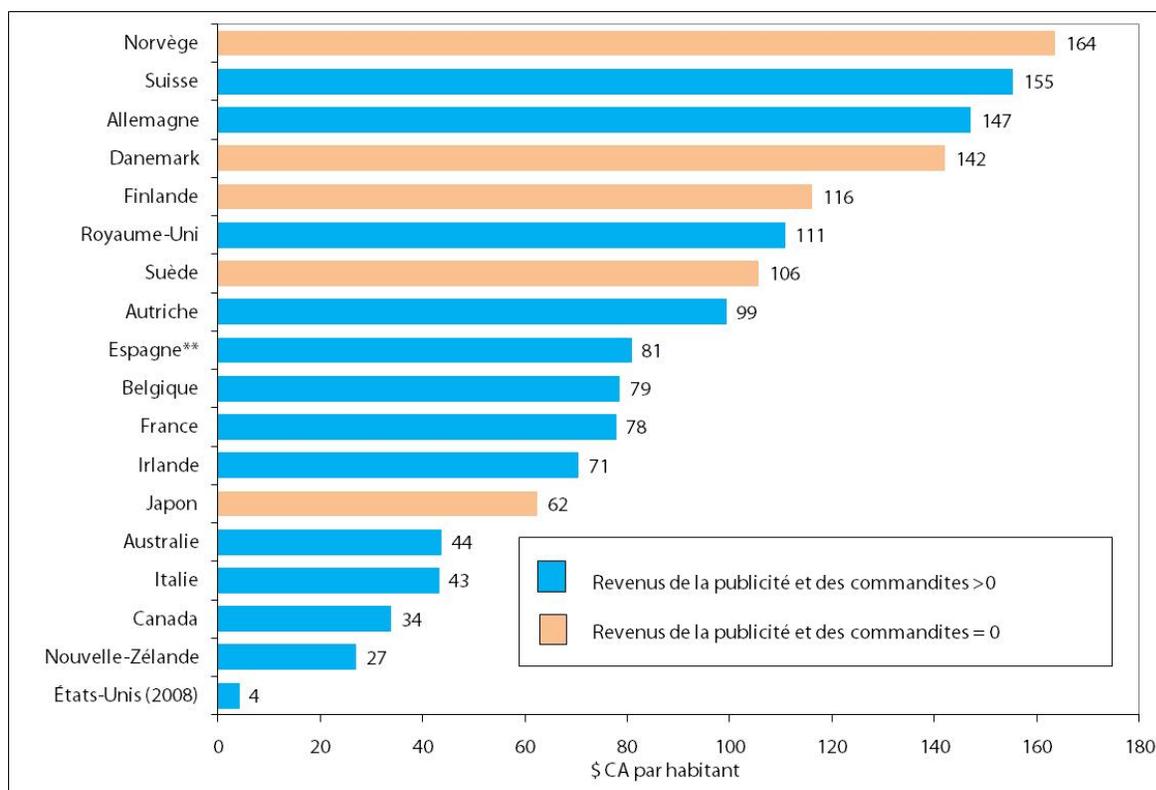
Sources : Analyse des rapports annuels des radiodiffuseurs publics par le Groupe Nordicity. D'autres détails figurent dans la section *Référence et provenance des données* et dans l'Annexe A.

* Données de 2009, à moins d'indication contraire.

** Les statistiques indiquées pour l'Espagne comprennent une estimation du financement octroyé aux radiodiffuseurs des régions autonomes.

Si dans les pays où les télédiffuseurs publics ne tirent aucun revenu de la publicité et des commandites, le taux de financement public par habitant a tendance à être plus élevé, cette corrélation n'est pas systématique. En effet, dans plusieurs pays où le taux de financement public est très élevé, notamment la Suisse, l'Allemagne, le Royaume-Uni et l'Autriche, les télédiffuseurs publics sont autorisés à toucher des revenus publicitaires.

Figure 6 – Revenus de la publicité et des commandites et financement public par habitant (2009*)



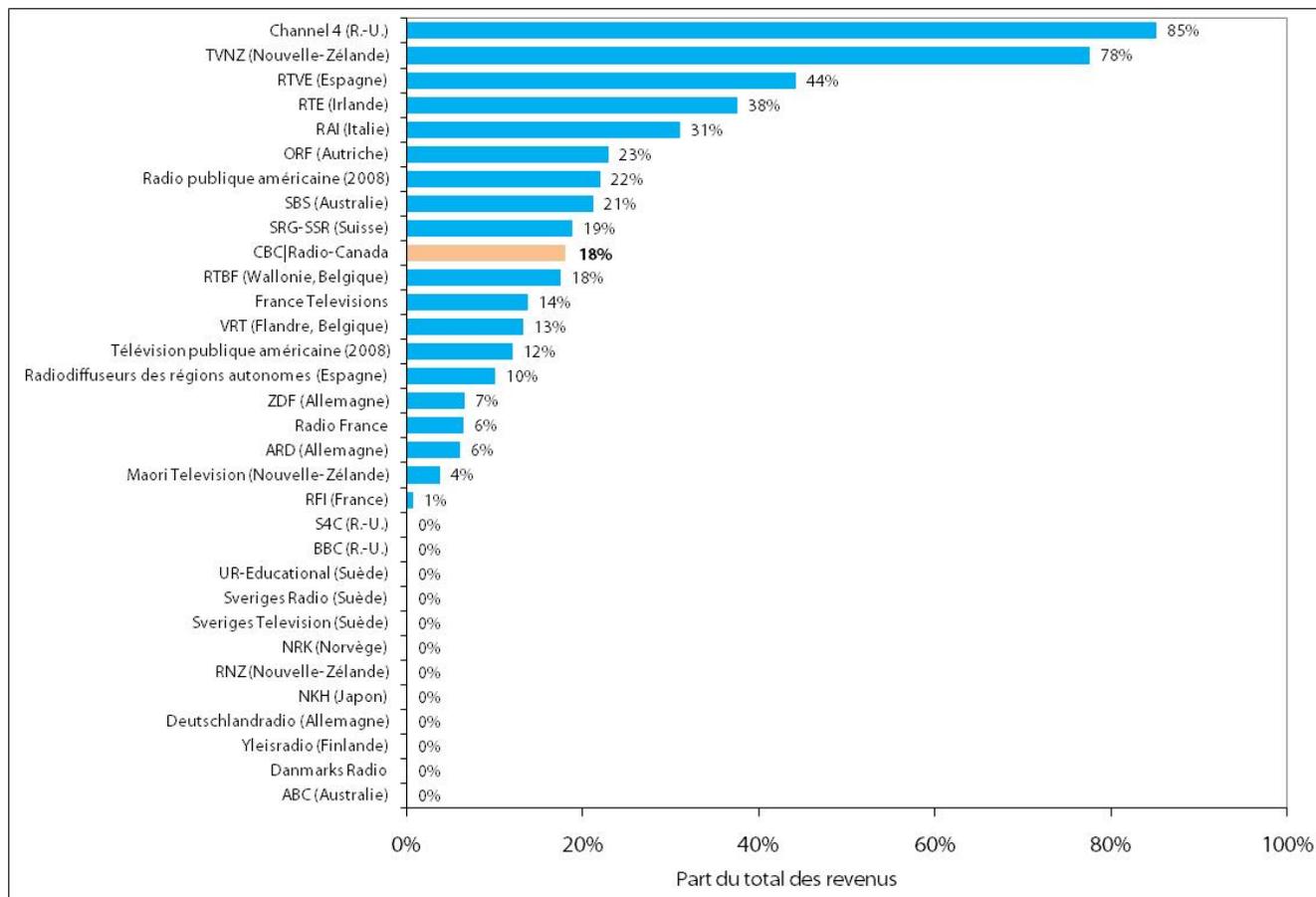
Sources : Analyse des rapports annuels des radiodiffuseurs publics par le Groupe Nordicity. D'autres détails figurent dans la section *Référence et provenance des données* et dans l'Annexe A.

* Données de 2009, à moins d'indication contraire.

** Les statistiques indiquées pour l'Espagne comprennent une estimation du financement octroyé aux radiodiffuseurs des régions autonomes.

Parmi les 32 télédiffuseurs publics de l'échantillon représentant les 18 pays de l'échantillon, 20 d'entre eux ont touché des revenus de la publicité et des commandites en 2009. C'est Channel 4, propriété de l'État au Royaume-Uni, qui arrive en tête avec 85 % des revenus perçus de la publicité et des commandites. Ce type de revenus représente plus de 75 % de l'ensemble des revenus pour TVNZ (Nouvelle-Zélande), plus de 30 % pour RTVE (Espagne), RTE (Irlande) et la RAI (Italie), et entre 1 % et 23 % pour environ la moitié des télédiffuseurs publics.

Figure 7 – Revenus de la publicité et des commandites perçues par les télédiffuseurs publics (2009*)



Sources : Analyse des rapports annuels des radiodiffuseurs publics par le Groupe Nordicity. D'autres détails figurent dans la section *Référence et provenance des données* et dans l'Annexe A.

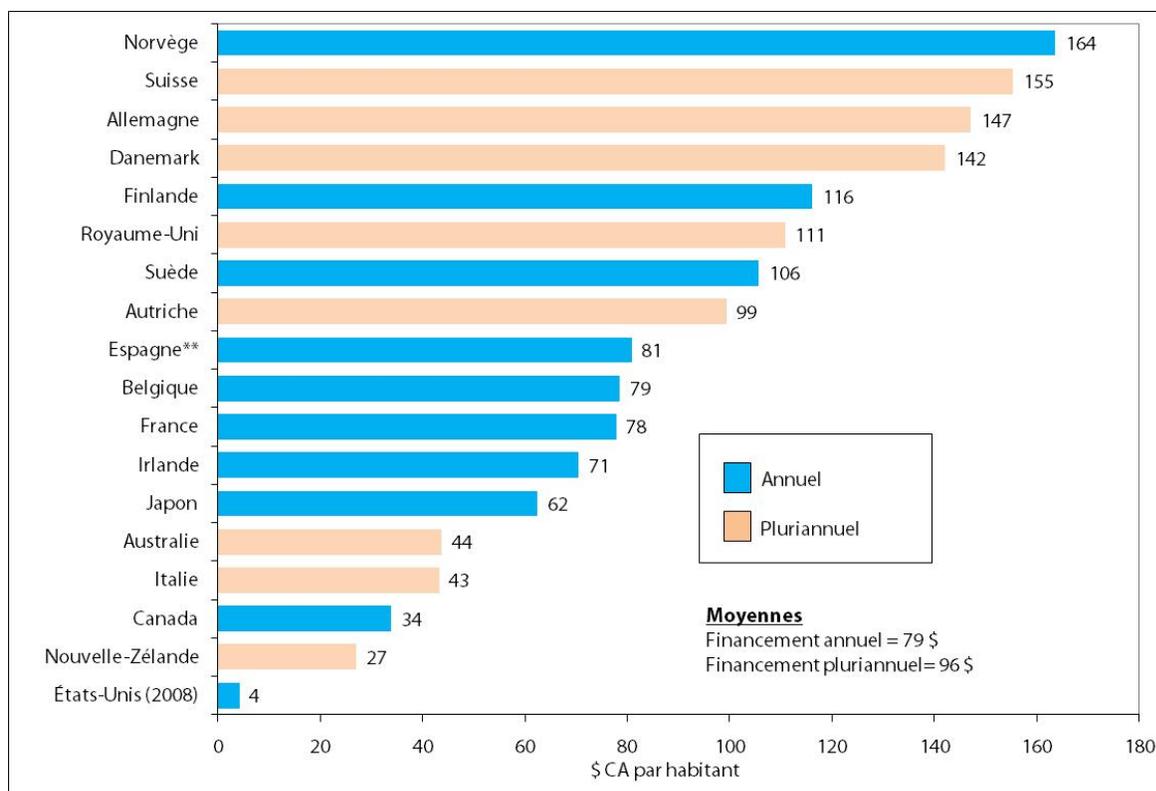
* Données de 2009, à moins d'indication contraire.

2.4 Financement public par type de régime de financement

La section qui suit compare le financement public par habitant octroyé aux radiodiffuseurs publics en fonction de leur régime de financement. Chaque radiodiffuseur public a été classé dans l'une de deux catégories de financement suivantes : annuel ou pluriannuel. On constate que le régime pluriannuel était appliqué dans trois des cinq pays où les radiodiffuseurs publics recevaient le plus de financement public par habitant en 2009. Notons par ailleurs que dans trois des cinq pays figurant au bas de la liste, c'était aussi le régime pluriannuel qui était appliqué en 2009.

Dans l'ensemble, les radiodiffuseurs publics recevaient un financement annuel dans 10 des 18 pays de l'échantillon en 2009, et le financement moyen par habitant pour l'ensemble de ces dix pays s'établissait à 79 \$. Dans les 8 autres pays, c'est le régime pluriannuel qui était appliqué, pour un financement moyen s'établissant à 96 \$ par habitant.

Figure 8 – Financement public par habitant et par type de régime (2009*)



Sources : Les sources et d'autres détails sont précisés dans la section *Références et provenance des données* et dans l'Annexe A. Les taux de change utilisés sont ceux de la Banque du Canada, et les données démographiques proviennent du Population Reference Bureau.

* Données de 2009, à moins d'indication contraire.

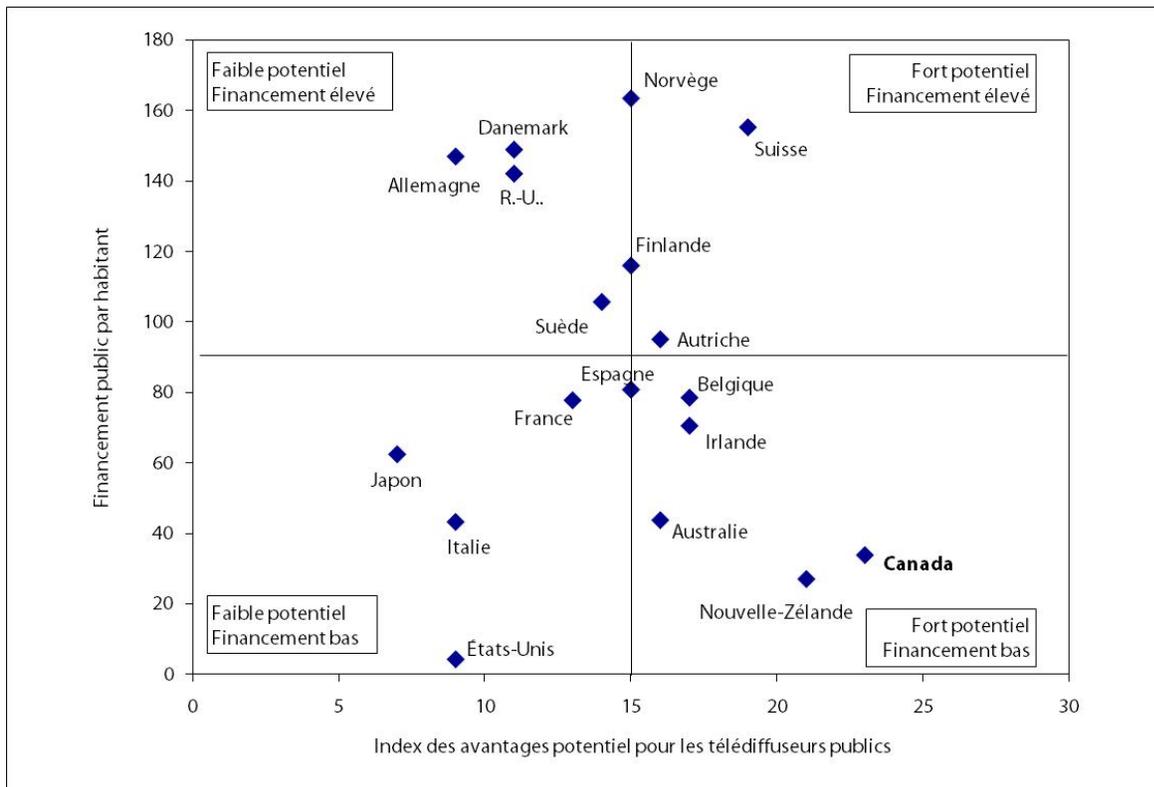
** RTVE uniquement

3. Avantages potentiels de la radiodiffusion publique

Pour approfondir notre étude comparative de portée internationale, nous avons évalué les caractéristiques socioculturelles dans chacun des 18 pays occidentaux analysés et posé comme postulat une liste des avantages potentiels que le radiodiffuseur public d'un pays pouvait lui apporter. Nous avons ensuite classé les 18 pays de notre échantillon en fonction de la valeur de ces avantages pour chacun. Les cotes que nous avons attribuées à ces avantages théoriques associés à la radiodiffusion publique sont présentées à la Figure 9 ci-dessous. La méthodologie utilisée est expliquée plus en détail à l'Annexe B.

Nous avons ensuite opposé le classement respectif de chaque pays au niveau de financement par habitant qu'il accorde à la radiodiffusion publique. Selon le graphique que nous avons obtenu (Figure 9) le Canada est l'un des pays où la radiodiffusion publique est la moins financée par l'État, malgré le fait que l'environnement socioculturel fait en sorte que la radiodiffusion présente un potentiel relativement élevé.

Figure 9 Comparaison des avantages potentiels de la radiodiffusion publique et du financement public



Sources : Analyse effectuée par Nordicity, PRS Group Inc. et EurodataTV.

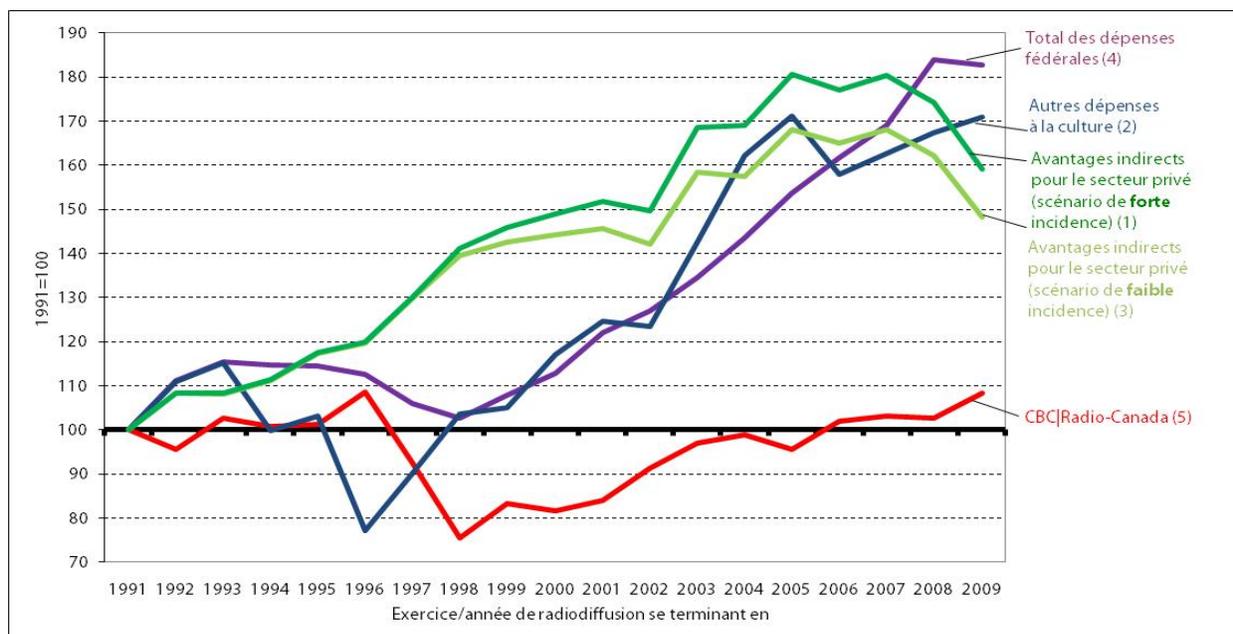
4. Soutien financier de la culture accordé par le gouvernement fédéral

En comparant les tendances dans les dépenses réalisées par le gouvernement fédéral dans les programmes entre 1991³ et 2009 (à l'exclusion des dépenses liées à la défense nationale et au remboursement de la dette) et dans les divers types de soutien à la culture, notamment dans CBC|Radio-Canada, on peut constater les faits suivants :

- Le soutien (direct et indirect) accordé par le gouvernement fédéral à CBC|Radio-Canada a **augmenté de 8 %**.
- Les autres dépenses que le gouvernement fédéral a engagées au titre de la culture (à l'exception du financement de CBC|Radio-Canada) se sont accrues de **71 %**.
- Le budget total des dépenses du gouvernement fédéral (déduction faite du budget de la défense nationale et du remboursement de la dette) a augmenté de **83 %**.
- L'incidence sur les recettes globales du soutien indirect de l'État aux radiodiffuseurs privés, selon le scénario de forte incidence, s'est accrue de **59 %**; selon le scénario de faible incidence, la hausse est de **48 %**.

Notons par ailleurs que la valeur du soutien indirect accordé par le gouvernement aux radiodiffuseurs privés a reculé d'environ 11 % entre 2007 et 2009, l'index étant passé de 180 à 159 selon le scénario de forte incidence. Ce recul est directement attribuable à la diminution de 11 % dans les revenus publicitaires perçus par les télédiffuseurs conventionnels privés de langue anglaise au cours de la période.

Figure 10 – Dépenses du gouvernement fédéral et soutien à la culture (1991 = 100)



Sources : Calculs du Groupe Nordicity fondés sur les données publiées par Statistique Canada (matrice CANSIM 325-0002), le CRTS,

³ Dans cette section, nous avons désigné les exercices en indiquant une seule année (ex. : 1996) pour tenir compte de la différence entre les dates de clôture d'exercice sur lesquelles sont fondées les statistiques des dépenses fédérales et celles ayant trait au secteur de la radiodiffusion. Dans le premier cas, il s'agit du 31 mars et dans le second, du 31 août. L'exercice 1996 renvoie donc aux statistiques des exercices du gouvernement et des radiodiffuseurs qui se sont terminés en 1996.

Donner et Lazar, et CBC|Radio-Canada.

- (1) Évaluation globale de l'incidence de la politique de substitution simultanée et des dispositions du paragraphe 19.1 en vertu scénario de **forte** incidence.
- (2) Les montants indiqués au titre des autres dépenses à la culture comprennent toutes les dépenses fédérales à la culture et à la radiodiffusion, exclusion faite des fonds versés à CBC|Radio-Canada.
- (3) Évaluation globale de l'incidence de la politique de substitution simultanée et des dispositions du paragraphe 19.1 en vertu du scénario de **faible** incidence.
- (4) Total des dépenses fédérales, y compris celles au titre de la défense nationale et du remboursement de la dette.
- (5) Les montants indiqués pour CBC|Radio-Canada comprennent les crédits parlementaires annuels et l'évaluation des avantages indirects du paragraphe 19.1.

Références et provenance des données

Donner, Arthur et Fred Lazar, *An Examination of the Financial Impacts of Canada's 1976 Amendment to Section 19.1 of the Income Tax Act (Bill C-58) on U.S. and Canadian Broadcasters*, ministère des Communications, janvier 1979.

Donner, Arthur et Mel Kilman, *Television Advertising and the Income Tax Act: An Economic Analysis of Bill C-58*, préparé pour le ministère des Communications, novembre 1983.

Donner, Arthur, *An Analysis of the Importance of U.S. Television Spillover, Bill C-58 and Simulcasting Policies for the Revenues of Canadian TV Broadcasters*, Groupe de travail sur la radiodiffusion, février 1986 (polycopié).

Donner, Arthur, *The Financial Impacts of Section 19.1 of the Income Tax Act (Bill C-58) and Simultaneous Substitution*, Sa Majesté la Reine du chef du Canada, représentée par le ministre des Communications, 1990.

Donner, Arthur et Fred Lazar, *Cable, Canadian Program Production and the Information Highway*, document de discussion préparé pour l'ACTC, août 1994.

Donner, Arthur et Fred Lazar, *The Financial Effects of Simulcasting on Canadian TV Broadcasters*, juin 1997.

Tableau 1 – Provenance des données utilisées pour les pays comparés

Pays	Sources
Allemagne	http://www.gez.de/ ZDF, <i>ZDF facts and figures</i> (http://www.zdf.com/index.php?id=181) ZDF, <i>II. Haushaltsplan 2010</i> (http://zdf-jahrbuch.de/2009/finanzen/haushaltsplan_2010.php) ARD, <i>Operations 2009</i> (en anglais)
Australie	Australian Broadcasting Corporation, <i>Annual Report 2010</i> Special Broadcasting Service, <i>Annual Report 2009/10</i> Special Broadcasting Service, Special Broadcasting Service Corporation, <i>Agency resources and planned performance (2008-09)</i> (http://www.abc.gov.au/_data/assets/pdf_file/0009/83691/PBS_2008-09_SBS.pdf) Special Broadcasting Service, données concernant les nouvelles plateformes fournies par Bruce Meagher, Special Broadcasting Service
Autriche	ORF, <i>Geschäftsbericht 2009</i> (http://kundendienst.orf.at/publikationen/gb_2009.html)
Belgique	VRT, <i>Jaarverslag 2009</i> (http://www.vrt.be/en/task) RTBF, <i>Rapport annuel 2009</i> (http://www.rtf.be/entreprise/rtbf-groupe/entreprise_rapport-annuel?id=3485)
Canada	CBC Radio-Canada
Danemark	Calculs de Nordicité d'après les données recueillies dans le site suivant : http://www.dr.dk/OmDR/AboutDR/20061123155622.htm
Espagne	Europa Press, <i>IV Informe Económico sobre la Televisión Pública en España de Deloitte</i> , 15 novembre 2010 (http://www.periodistadigital.com/periodismo/tv/2010/11/15/television-publica-2009-144-euros-hogar.shtml)
États-Unis	Corporation for Public Broadcasting, <i>Public Broadcasting Revenue Fiscal Year 2008</i> , septembre 2009 National Public Radio, <i>Public Radio Finances</i> , (http://www.npr.org/about/aboutnpr/publicradiofinances.html)
Finlande	YLE, <i>YLE's Year 2009</i> (http://avoinyyle.fi/www/en/liitetiedostot/yle_annualreport_2009.pdf) YLE, <i>Financial Statements 08</i> (http://avoinyyle.fi/www/en/liitetiedostot/financialstatements_08ENG.pdf)
France	France Télévisions, <i>Rapport annuel 2009</i>

Pays	Sources
	Radio France, <i>Rapport d'activité 2009</i> Radio France Internationale, <i>Rapport annuel 2009</i> http://www.senat.fr/rap/a08-102-8/a08-102-8.html http://www.ddm.gouv.fr/article.php?id_article=1245 http://www.ddm.gouv.fr/article.php?id_article=1247
Irlande	RTE, <i>Annual Report and Group Financial Statements 2009</i>
Italie	Groupe RAI, <i>Rapports et états financiers 2009</i>
Japon	NHK, <i>Rapport annuel 2009</i> (en japonais uniquement)
Norvège	NRK, <i>Arsregnskap 2009</i>
Nouvelle-Zélande	NZ On Air, <i>Annual Report for year ended 30 June 2010</i> TVNZ, <i>Interim Report Financial Year 2010</i> Radio New Zealand, <i>Annual Report 2009-2010</i> Maori Television, <i>Annual Report of Maori Television for the Year Ended 30 June 2009</i>
Royaume-Uni	BBC, <i>Full Financial and Governance Statements 2009/10</i> Channel 4, <i>Annual Report 2009</i> (http://2009report.channel4.com/) SAC, <i>Annual Report Statement of Accounts 2009</i>
Suède	Sveriges Television, <i>Arsredovisning 2009</i> Sveriges Radio, <i>Verksamhet och Arsredovisning 2009</i> UR, <i>Verksamhet Berattelse 2009</i>
Suisse	SRG SSR, <i>Key figures from the 2009 financial statements</i> (http://www.srgssr.ch/fileadmin/pdfs/Key%20figures%20from%20the%202009%20annual%20financial%20statements.pdf)

Annexe A – Données statistiques sur les radiodiffuseurs publics

Pour pouvoir comparer le financement par habitant dont disposent les radiodiffuseurs publics, nous avons amassé et additionné les données sur le financement public reçu par chacun d'entre eux en 2009 (ou pour l'année la plus récente avant cette date). Nous avons tenu compte de toutes les formes de financement provenant de l'administration publique, dont les redevances de radiotélévision et toutes les formes d'aide directe et de subventions gouvernementales. Tous les montants obtenus ont été convertis en dollars canadiens au taux de change moyen de 2009 et le résultat pour chaque pays a été divisé par la population nationale. Nous avons ainsi obtenu une grille de comparaison du niveau de financement public par habitant pour les radiodiffuseurs des 18 pays de l'échantillon.

Tableau 2 – Calcul du financement public par habitant

	Financement public total dans la devise du pays	Taux de change (en \$ CA)	Financement public total en \$ CA	Population	Financement public par habitant 2009* (en \$)
Allemagne	7 604 200 000 €	1,5855	12 056 459 100	82 000 000	147,03
Australie	1 122 199 000 \$ A	0,8669	972 570 553	21 900 000	44,42
Autriche	503 900 000 €	1,5855	798 933 450	8 400 000	99,36
Belgique	534 969 827 €	1,5855	848 194 661	10 800 000	78,54
Canada (CBC/RC)	1 140 000 000 \$ CA	1,0000	1 140 000 000	33 700 000	33,83
Danemark	3 671 824 825 DKr	0,2129	781 731 505	5 500 000	142,13
Espagne	2 390 400 000 €	1,5855	3 789 979 200	46 900 000	80,81
États-Unis	1 139 249 000 \$ US	1,1420	1 301 022 358	306 800 000	4,24
Finlande	387 977 100 €	1,5855	615 137 692	5 300 000	116,06
France	3 071 860 000 €	1,5855	4 870 434 030	62 600 000	77,80
Irlande	200 217 000 €	1,5855	317 444 054	4 500 000	70,54
Italie	1 645 400 000 €	1,5855	2 608 781 700	60 300 000	43,26
Japon	653 372 443 000 ¥	0,0122	7 971 143 805	127 600 000	62,47
Norvège	4 325 038 000 Nkr	0,1815	784 994 397	4 800 000	163,54
Nouvelle-Zélande	161 473 000 \$ NZ	0,7193	116 147 529	4 300 000	27,01
Royaume-Uni	5 171 969 000 £	1,7800	9 206 104 820	61 800 000	110,78
Suède	6 600 634 000 SKr	0,1493	985 474 656	9 300 000	105,97
Suisse	1 153 200 000 SFr	1,0505	1 211 436 600	7 800 000	155,31
				Moyenne	87,73 \$

Sources : La liste des sources figure dans la section *Références et provenance des données*. Les taux de change utilisés sont ceux de la Banque du Canada, et les données démographiques proviennent du Population Reference Bureau.

* Données de 2009, à moins d'indication contraire.

Notes :

Les montants indiqués pour l'Allemagne comprennent le financement de ZDF, d'ARD, de Deutschlandradio et des autres radiodiffuseurs publics du « länder ».

Les montants indiqués pour l'Australie comprennent le financement d'ABC et de SBS.

Les montants indiqués pour la Belgique comprennent le financement des radiodiffuseurs publics d'expression flamande (VRT) et d'expression française (RTBF).

Les montants indiqués pour l'Espagne comprennent le financement de RTE et les montants estimatifs propres aux radiodiffuseurs publics des régions autonomes.

Les montants indiqués pour le Royaume-Uni comprennent le financement de la BBC et de S4C.

Tableau 3 – Revenus des radiodiffuseurs publics (2009*)

Pays	Radiodiffuseur	Devise du pays	Revenus (dans la devise du pays)			Part du total des revenus	
			Total	Revenus commerciaux	Revenus de la publicité et des commandites	Revenus commerciaux	Revenus de la publicité et des commandites
Allemagne	ZDF	€	2 049 000 000	275 000 000	134 000 000	13 %	7 %
	ARD	€	6 766 625 000	1 353 325 000	405 997 500	20 %	6 %
	Deutschlandradio	€	214 561 782	0	0	0 %	0 %
	Total	€	9 030 186 782	1 628 325 000	539 997 500	18 %	6 %
Australie	ABC	\$ A	1 099 318 000	184 260 000	0	17 %	0 %
	SBS	\$ A	268 135 000	77 842 000	77 842 000	29 %	29 %
	Total	\$ A	1 367 453 000	262 102 000	77 842 000	19 %	6 %
Autriche	ORF	€	950 700 000	222 800 000	222 800 000	23 %	23 %
Belgique	VRT	€	444 318 000	127 200 000	59 022 000	29 %	13 %
	RTBF	€	314 327 650	83 176 154	55 111 000	26 %	18 %
	Total	€	758 645 650	210 376 154	114 133 000	28 %	15 %
Canada	CBC Radio-Canada	\$ CA	1 710 000 000	567 000 000	309 000 000	33 %	18 %
Danemark	Danmarks Radio	DKr	3 671 824 825	0	0	0 %	0 %
Espagne	RTVE	€	1 012 600 000	448 200 000	448 200 000	44 %	44 %
	Radiodiffuseurs régionaux	€	2 124 800 000	212 625 000	212 625 000	10 %	10 %
	Total	€	3 137 400 000	660 825 000	660 825 000	21 %	21 %
États-Unis	Télévision publique américaine (2008)	\$ US	1 881 130 000	1 015 068 000	228 616 000	54 %	12 %
	Radio publique américaine (2008)	\$ US	968 126 000	716 165 000	212 987 720	74 %	22 %
	Total (2008)	\$ US	2 849 256 000	1 710 007 000	441 603 720	60 %	15 %
Finlande	Yleisradio	€	394 263 300	6 286 300	0	2 %	0 %
France	France Télévisions	€	3 118 100 000	723 800 000	430 900 000	23 %	14 %
	Radio France	€	594 483 000	60 541 000	38 425 000	10 %	6 %
	RFI	€	132 770 000	8 206 000	1 000 000	6 %	1 %
	Total	€	3 845 353 000	792 547 000	470 325 000	21 %	12 %
Irlande	RTE	€	374 921 000	174 704 000	140 622 000	47 %	38 %
Italie	RAI	€	3 177 800 000	1 532 400 000	988 500 000	48 %	31 %
Japon	NHK	000 ¥	665 866 661	8 710 641	0	1 %	0 %
Norvège	NRK	NKr	4 499 977 000	174 939 000	0	4 %	0 %
Nouvelle-Zélande	TVNZ	\$ NZ	384 786 000	298 404 000	298 404 000	78 %	78 %
	RNZ	\$ NZ	38 200 000	3 964 000	0	10 %	0 %
	Maori Television	\$ NZ	35 720 000	1 353 000	1 353 000	4 %	4 %
	Total	\$ NZ	458 706 000	303 721 000	299 757 000	66 %	65 %
Royaume-Uni	BBC	£	4 790 400 000	976 500 000	0	20 %	0 %
	Channel 4	£	830 300 000	830 300 000	706 700 000	100 %	85 %
	S4C	£	104 947 000	3 475 000	0	3 %	0 %
	Total	£	5 725 647 000	1 810 275 000	706 700 000	32 %	12 %
Suède	Sveriges Television	SKr	4 006 000 000	0	0	0 %	0 %
	Sveriges Radio	SKr	2 274 800 000	0	0	0 %	0 %
	UR-Educational	SKr	319 834 000	0	0	0 %	0 %
	Total	SKr	6 600 634 000	0	0	0 %	0 %
Suisse	SRG-SSR	SFr	1 563 100 000	344 500 000	294 200 000	22 %	19 %

Sources : La liste des sources figure dans la section *Références et provenance des données*.

* Données de 2009, à moins d'indication contraire.

Tableau 4 – Dépenses d'exploitation des radiodiffuseurs publics (2009*)

Pays	Radiodiffuseur	Devise du pays	Dépenses d'exploitation (dans la devise du pays)			Part du total des dépenses d'exploitation
			Total	Télévision	Radio	Télévision
Allemagne	ZDF	€	1 945 400 000	1 945 400 000	--	100 %
	ARD	€	--	--	--	--
	Deutschlandradio	€	--	--	--	--
	Total	€	--	--	--	--
Australie	ABC	\$ A	1 101 074 000	641 926 142	209 204 060	58 %
	SBS	\$ A	264 650 000	235 538 500	29 111 500	89 %
	Total	\$ A	1 365 724 000	877 464 642	238 315 560	64 %
Autriche	ORF	€	995 000 000	--	--	--
Belgique	VRT	€	444 998 000	270 000 000	96 500 000	61 %
	RTBF	€	310 799 351	--	--	--
	Total	€	755 797 351	--	--	--
Canada	CBC Radio-Canada	\$ CA	1 790 000 000	1 232 000 000	347 000 000	69 %
Danemark	Danmarks Radio	DKr	3 337 900 000	--	--	--
Espagne	RTVE (Espagne)	€	1 012 600 000	--	--	--
	Radiodiffuseurs régionaux	€	2 038 625 000	--	--	--
	Total	€	3 051 225 000	--	--	--
États-Unis	Télévision publique américaine (2008)	\$ US	--	--	--	--
	Radio publique américaine (2008)	\$ US	--	--	--	--
	Total (2008)	\$ US	--	--	--	--
Finlande	Yleisradio	€	414 100 000	165 000 000	68 000 000	40 %
France	France Televisions	€	3 049 400 000	3 049 400 000	0	100 %
	Radio France	€	590 843 000	0	590 843 000	0 %
	RFI	€	--	--	--	--
	Total	€	3 640 243 000	3 049 400 000	590 843 000	84 %
Irlande	RTE	€	385 515 000	227 514 000	67 763 000	59 %
Italie	RAI	€	3 213 300 000	--	--	--
Japon	NHK	000 ¥	--	--	--	--
Norvège	NRK	NKr	4 420 494 000	--	--	--
Nouvelle-Zélande	TVNZ	\$ NZ	374 645 000	374 645 000	0	--
	RNZ	\$ NZ	38 187 000	0	38 187 000	--
	Maori Television	\$ NZ	--	--	--	--
	Total	\$ NZ	412 832 000	374 645 000	38 187 000	91 %
Royaume-Uni	BBC	£	4 509 900 000	2 351 400 000	603 800 000	52 %
	Channel 4	£	826 400 000	778 700 000	0	94 %
	S4C	£	104 663 000	104 663 000	0	100 %
	Total	£	5 440 963 000	3 234 763 000	603 800 000	59 %
Suède	Sveriges Television	SKr	3 794 100 000	3 794 100 000	0	100 %
	Sveriges Radio	SKr	2 283 100 000	0	2 283 100 000	0 %
	UR-Educational	SKr	323 175 000	--	--	--
	Total	SKr	6 400 375 000	--	--	--

Suisse	SRG-SSR	SFr	1 608 900 000	--	--	--
--------	---------	-----	---------------	----	----	----

Sources : La liste des sources figure dans la section *Références et provenance des données*.

* Données de 2009, à moins d'indication contraire.

Le Tableau 5 présente des données sur les revenus et dépenses des radiodiffuseurs publics en ce qui a trait aux nouvelles plateformes. Notons que, comme seulement 12 des 32 radiodiffuseurs de notre échantillon publient ce type d'information, le tableau ne présente que des données partielles, pour seulement 9 des 18 pays représentés dans notre étude. Soulignons également que les radiodiffuseurs ne donnent pas tous le même sens au terme « nouvelles plateformes », et que, par exemple, les revenus et dépenses liés aux services en ligne ou sur Internet ne couvrent pas les mêmes services d'un radiodiffuseur à l'autre. Par conséquent, les statistiques ci-dessous ne sont peut-être pas directement comparables.

Tableau 5 – Revenus et dépenses des radiodiffuseurs publics en matière de nouvelles plateformes (2009*)

Pays	Radiodiffuseur	Devise du pays	Revenus d'exploitation		Dépenses d'exploitation	
			Montant (dans la devise du pays)	Part du total des revenus d'exploitation	Montant (dans la devise du pays)	Part du total des dépenses d'exploitation
Allemagne	ZDF	€	--	--	22 900 000	1,2 %
	ARD	€	--	--	--	--
	Deutschlandradio	€	--	--	--	--
	Total	€	--	--	--	--
Australie	ABC	\$ A	--	--	18 301 160	1,7 %
	SBS	\$ A	1 828 000	0,6 %	2 393 000	0,9 %
	Total	\$ A	--	--	--	--
Autriche	ORF	€	--	--	--	--
Belgique	VRT	€	19 646 000	4,4 %	13 400 000	3,0 %
	RTBF	€	654 000	0,2 %	--	--
	Total	€	--	--	--	--
Canada	CBC Radio-Canada	\$ CA	--	--	--	--
Danemark	Danmarks Radio	DKr	--	--	--	--
Espagne	RTVE (Espagne)	€	--	--	--	--
	Radiodiffuseurs régionaux	€	--	--	--	--
	Total	€	--	--	--	--
États-Unis	Télévision publique américaine (2008)	\$ US	36 000 000	1,9 %	--	--
	Radio publique américaine (2008)	\$ US	--	--	--	--
	Total (2008)	\$ US	--	--	--	--
Finlande	Yleisradio	€	--	--	--	--
France	France Televisions	€	--	--	--	--
	Radio France	€	--	--	--	--
	RFI	€	--	--	--	--
	Total	€	--	--	--	--
Irlande	RTE	€	2 464 000	0,7 %	5 177 000	1,3 %
Italie	RAI	€	15 800 000	0,5 %	14 000 000	0,9 %
Japon	NHK	000 ¥	295 121	0,04 %	--	--
Norvège	NRK	NKr	--	--	--	--
Nouvelle-Zélande	TVNZ	\$ NZ	4 425 000	1,1 %	5 456 000	1,5 %
	RNZ	\$ NZ	--	--	--	--
	Maori Television	\$ NZ	--	--	--	--

	Total	\$ NZ	--	--	--	--
Royaume-Uni	BBC	£	--	--	199 300 000	4,4 %
	Channel 4	£	32 800 000	4,0 %	26 600 000	3,2 %
	S4C	£	--	--	--	--
	Total	£	--	--	--	--
Suède	Sveriges Television	SKr	--	--	--	--
	Sveriges Radio	SKr	--	--	--	--
	UR-Educational	SKr	--	--	--	--
	Total	SKr	--	--	--	--
Suisse	SRG-SSR	SFr	--	--	--	--

Sources : La liste des sources figure dans la section *Références et provenance des données*.

* Données de 2009, à moins d'indication contraire.

Annexe B – Analyse des avantages potentiels

Pour approfondir notre étude comparative de portée internationale, nous avons posé comme postulat une liste des avantages théoriques que le radiodiffuseur public d'un pays pouvait lui apporter et nous avons établi de là un classement des 18 pays analysés en fonction de la valeur relative que ces avantages représentent pour chaque économie nationale. Nous avons ensuite comparé le classement obtenu au niveau de financement public par habitant consenti à la radiodiffusion publique dans chaque pays pour faire ressortir ceux qui sous-financeraient leur radiodiffuseur public, malgré les nombreux avantages sur le plan sociopolitique que celui peut leur procurer.

Pour mesurer la valeur de chacun de ces avantages, nous avons dû procéder à un vaste examen de l'environnement sociopolitique et culturel de chaque pays et analyser la structure du secteur national des médias. Notre étude comparative s'est essentiellement appuyée sur des critères qualitatifs, mais nous avons suivi une démarche systématique. Nous avons utilisé des indicateurs jugés aptes à refléter les conditions sociopolitiques pertinentes de chaque pays. Nous avons établi pour chacun de ces indicateurs une échelle élémentaire comportant cinq échelons (de élevé à faible) permettant de mesurer le poids relatif de l'indicateur pour le pays. Si cette façon de procéder n'excluait pas toute part de subjectivité, elle a néanmoins donné un cadre d'évaluation rigoureux.

Nous avons donc constitué un échantillon de 18 pays pour établir la comparaison avec le Canada et nous avons défini quatre critères d'évaluation ainsi que les indicateurs connexes. Nous avons ensuite collecté des données spécifiques pour chaque indicateur afin de pouvoir établir une échelle de comparaison nous permettant d'évaluer chaque pays.

Critères	Indicateurs
1. Promotion de la culture et des valeurs communes	<ul style="list-style-type: none"> Densité de la population Diversité linguistique des services de radiodiffusion – nombre de langues officiellement desservies par le radiodiffuseur public (Note : La taille des services dans les différentes langues devait s'équivaloir plus ou moins; il n'a donc pas été tenu compte des diffusions occasionnelles dans une langue minoritaire) Enjeux soulevés par la diversité ethnique (évaluation du risque faite par une tierce partie)
2. Taille relative du marché dans chaque langue de diffusion	<ul style="list-style-type: none"> Population du pays ou taille des différents groupes parlant les langues officielles du pays
3. Proximité d'un pays voisin parlant la même langue	<ul style="list-style-type: none"> Pays limitrophes d'une économie plus importante parlant la même langue Pays où la langue maternelle de la population est l'anglais (donc plus exposés à la pression exercée par les émissions américaines, même si ces pays ne jouxtent par les États-Unis)
4. Intérêt de la programmation nationale pour la population du pays	<ul style="list-style-type: none"> Nombre d'émissions nationales figurant dans le palmarès des dix émissions les plus écoutées

À partir de ces quatre critères, nous avons attribué une cote à chaque pays en fonction de six indicateurs évalués selon une échelle de cinq points. Les paramètres du système de pointage ainsi que les données sur lesquelles sont fondées les cotes d'évaluation sont expliqués à l'Annexe B. En résumé, nous avons procédé comme suit :

- Nous avons attribué une note **élevée** et un pointage de **cinq** lorsque la mesure des indicateurs révélait que le radiodiffuseur public national avait le potentiel de procurer des avantages passablement élevés aux citoyens.
- Nous avons attribué une note **moyenne** et un pointage de **trois** lorsque la mesure des indicateurs révélait que le radiodiffuseur public national avait le potentiel de procurer des avantages modérés aux citoyens.
- Nous avons attribué une note **basse** et un pointage de **un** lorsque la mesure des indicateurs révélait que le radiodiffuseur public national avait le potentiel de procurer des avantages modestes aux citoyens.

Des notes de deux et de quatre ont également été attribuées aux pays.

Nous n'avons pas pondéré les indicateurs et les critères en fonction de leur importance relative et nous reconnaissons que ce choix relève d'une décision arbitraire. Néanmoins, notre démarche nous a donné un cadre d'évaluation systématique pour mesurer et comparer entre eux les environnements propres à chaque pays ainsi que les avantages relatifs que le radiodiffuseur public national pouvait apporter à la population.

Pour évaluer les avantages qu'un radiodiffuseur public national pouvait apporter à son pays, nous avons attribué une cote de 1 à 5 en fonction de six indicateurs à chacun des 18 pays occidentaux de notre échantillon. Les tableaux contenus dans la présente annexe expliquent l'échelle de classement, les données sur lesquelles est fondée l'évaluation ainsi que la cote finale de classement attribuée à chaque pays.

Tableau 6 – Échelle d'évaluation de la densité démographique

Avantage potentiel	Cote	Densité démographique Nombre d'habitants au kilomètre carré
Élevé	5	<25
	4	25 à 50
	3	50 à 75
	2	75 à 100
Bas	1	>100

Tableau 7 – Échelle d'évaluation en fonction du nombre de langues de diffusion

Avantage potentiel	Cote	Nombre de langues de diffusion
Élevé	5	3 ou plus
	3	2
Bas	1	1

Tableau 8 – Échelle d'évaluation en fonction des problèmes posés par la diversité ethnique

Avantage potentiel	Cote	Évaluation des tensions ethniques par la société PRS
Élevé	5	1,0 à 1,9
	4	2,0 à 2,9
	3	3,0 à 3,9
	2	4,0 à 4,9
Bas	1	5,0 à 6,0

Note : PRS Group Inc. a attribué à chaque pays une note sur une échelle de six pour évaluer les tensions ethniques au sein du pays. Pour de plus amples informations, veuillez consulter le site <http://www.prsgroup.com>.

Tableau 9 – Échelle d'évaluation en fonction de la taille du marché dans chaque langue de diffusion

Avantage potentiel	Cote	Taille du marché dans la langue de diffusion (hab.)
Élevé	5	< 10 millions
	4	11 millions à 50 millions
	3	51 millions à 100 millions
	2	101 millions à 200 millions
Bas	1	>201 millions

Tableau 10 – Échelle d'évaluation du risque posé par la proximité d'une puissance parlant la même langue ou diffusant des émissions en langue anglaise

Avantage potentiel	Cote	Proximité
Élevé	5	Le pays est limitrophe d'un pays plus important parlant la même langue.
	4	Le pays est limitrophe d'un pays plus important parlant une de ses langues officielles.
	3	Le pays n'est pas limitrophe d'un pays plus important parlant une langue commune, mais ce pays diffuse des émissions en anglais et est donc vulnérable à la concurrence livrée par les émissions américaines importées.
	2	--
Bas	1	Le pays n'est pas limitrophe d'un pays plus important parlant une langue commune.

Tableau 11 – Échelle d'évaluation de l'attrait de la programmation nationale pour la population

Avantage potentiel	Cote	Nombre d'émissions nationales parmi les dix plus populaires
Élevé	5	0 à 2
	4	3 ou 4
	3	5 ou 6
	2	7 ou 8
Bas	1	9 ou 10

Tableau 12 – Données utilisées pour l'analyse des avantages escomptés et le classement

	Densité démographique (nombre d'habitants au kilomètre carré)		Nombre de langues de diffusion		Difficultés posées par la diversité ethnique (2009)	
	Données	Cote	Données	Cote	Données (cote du PRS Group)	Cote
Allemagne	229,7	1	1 langue : allemand	1	4,0	2
Australie	2,8	5	1 langue : anglais	1	4,0	2
Autriche	100,2	2	1 langue : allemand	1	4,0	2
Belgique	353,8	1	2 langues : français et hollandais	3	3,0	3
Canada	3,4	5	2 langues : anglais et français	3	3,5	3
Danemark	127,6	1	1 langue : danois	1	4,0	2
Espagne	92,9	2	3 langues : espagnol, catalan (17 %), galicien (7 %), et basque (2 %)	5	4,0	2
États-Unis	31,9	4	1 langue : anglais	1	5,0	1
Finlande	15,7	5	1 langue : finnois, minorité d'expression suédoise (8 %)	1	6,0	1
France	114,4	1	1 langue : français	1	2,5	4
Irlande	64,0	3	2 langues : anglais et irlandais	3	5,5	1
Italie	200,2	1	1 langue : italien	1	4,5	2
Japon	337,7	1	1 langue : japonais	1	5,5	1
Norvège	14,8	5	1 langue : norvégien (petite minorité laponne)	1	4,5	2
Nouvelle-Zélande	16,0	5	1 langue : anglais	1	3,5	3
Royaume-Uni	252,4	1	1 langue : anglais	1	4,0	2
Suède	20,7	5	1 langue : suédois. (quelques émissions en lapon)	1	5,0	1
Suisse	188,9	1	3 langues : allemand, français et italien	5	4,0	2

Source : Analyse de Nordicity et données de la société PRS Group Inc.

Tableau 13 – Données utilisées pour l'analyse des avantages escomptés et le classement (suite)

	Taille relative du marché dans la langue de diffusion (population)		Risque posé par la proximité d'une puissance parlant la même langue ou diffusant des émissions en langue anglaise		Attrait de la programmation nationale pour la population	
	Données	Cote	Données	Cote	Données	Cote
Allemagne	82 000 000	3	Non.	1	9 sur 10 (1 film américain/britannique)	1
Australie	21 900 000	4	Non. , mais vulnérable à la concurrence des importations de langue anglaise	3	9 sur 10 (1 américaine)	1
Autriche	8 400 000	5	Oui. Allemagne	5	10 sur 10	1
Belgique	10 800 000	5	Oui. France (français); Pays-Bas (hollandais et flamand)	4	Nord de la Belgique : 10/10; Sud de la Belgique : 8/10; Moyenne (50/50) : 9 sur 10	1
Canada	33 700 000	4	Oui. États-Unis	5	Canada anglais : 1/10; Canada français : 10/10; Moyenne (3/4 et 1/4) : 3,3	4
Danemark	5 500 000	5	Non.	1	9 sur 10 (1 sur Eurovision)	1
Espagne	46 900 000	4	Non.	1	9 sur 10 (1 sur Eurovision)	1
États-Unis	306 800 000	1	Non.	1	10 sur 10	1
Finlande	5 300 000	5	Non.	1	8 sur 10 (1 sur Eurovision)	2
France	62 600 000	3	Non.	1	6 sur 10 (3 américaines)	3
Irlande	4 500 000	5	Oui. Angleterre	4	9 sur 10 (1 britannique)	1
Italie	60 300 000	3	Non.	1	10 sur 10	1
Japon	127 600 000	2	Non.	1	10 sur 10	1
Norvège	4 800 000	5	Non.	1	9 sur 10 (1 sur Eurovision)	1
Nouvelle-Zélande	4 300 000	5	Oui. Australie.	5	8 sur 10 (2 australiennes)	2
Royaume-Uni	61 800 000	3	Non.	3	10 sur 10	1
Suède	9 300 000	5	Non.	1	9 sur 10 (1 américaine)	1
Suisse	7 800 000	5	Oui. Allemagne, Italie et France.	5	Germanophone : 10/10; Francophone : 9/10; Italophone : 8/10; Moyenne (1/3,1/3,1/3) : 9/10	1

Source : Analyse de Nordicity.

Tableau 14 – Classement global de l’analyse des avantages potentiels

	Densité de la population	Nombre de langues de diffusion	Difficultés posées par la diversité ethnique	Taille relative du marché de la langue de diffusion	Risque posé par la proximité d’une puissance parlant la même langue ou diffusant des émissions de langue anglaise	Intérêt de la programmation nationale pour la population du pays	Cote globale
Allemagne	1	1	2	3	1	1	9
Australie	5	1	2	4	3	1	16
Autriche	2	1	2	5	5	1	16
Belgique	1	3	3	5	4	1	17
Canada	5	3	3	4	4	4	23
Danemark	1	1	2	5	1	1	11
Espagne	2	5	2	4	1	1	15
États-Unis	4	1	1	1	1	1	9
Finlande	5	1	1	5	1	2	15
France	1	1	4	3	1	3	13
Irlande	3	3	1	5	4	1	17
Italie	1	1	2	3	1	1	9
Japon	1	1	1	2	1	1	7
Norvège	5	1	2	5	1	1	15
Nouvelle-Zélande	5	1	3	5	5	2	21
Royaume-Uni	1	1	2	3	3	1	11
Suède	5	1	1	5	1	1	14
Suisse	1	5	2	5	5	1	19

Source : Analyse de Nordicité.

Annexe C – Estimation de l'incidence annuelle de la substitution de signaux simultanés

Arthur Donner a réalisé en collaboration avec d'autres chercheurs diverses études sur l'impact financier de la substitution simultanée.

- En 1983, Arthur Donner et Mel Kilman ont publié la première étude visant à évaluer l'incidence sur les revenus engendrée par la substitution simultanée. Dans ce rapport, Donner et Kilman ont estimé que la politique s'était traduite par des gains nets de 21,1 millions de dollars en revenus publicitaires pour les stations canadiennes en 1982⁴. Ce montant représente 3,1 % du total des revenus publicitaires réalisés par les radiodiffuseurs privés au cours de l'année.
- En 1986, Donner a publié une mise à jour de son évaluation sur l'incidence de la substitution simultanée sur les revenus. Il a constaté qu'elle avait augmenté pour s'établir à 52,7 millions de dollars en 1984⁵.
- En 1990, le ministère des Communications a confié à Donner le soin de procéder à une autre mise à jour de son évaluation de l'incidence de la substitution simultanée. Donner a conclu que la politique a permis aux radiodiffuseurs canadiens de réaliser 67,3 millions de dollars en revenus publicitaires en 1988⁶.
- En 1994, l'Association canadienne de télévision par câble a commandé une nouvelle étude à Arthur Donner et à Fred Lazar. Les chercheurs ont alors établi que la politique avait généré des gains compris entre 114 et 159 millions de dollars au cours de l'année de radiodiffusion 1992-1993⁷.
- L'étude la plus récente réalisée par Arthur Donner sur ce sujet remonte à 1997. En collaboration avec Fred Lazar, il a estimé à 147,6 millions de dollars les revenus publicitaires réalisés en 1996-1997 par les **télédiffuseurs canadiens de langue anglaise** grâce à la politique de substitution simultanée⁸.

Tableau 15 – Évaluation de l'incidence financière de la substitution de signaux simultanés

	1982	1984	1988	1992-1993	1996-1997
Incidence financière de la politique de substitution de signaux simultanés (en millions de dollars)	21	52,7	67,3	114 à 159	147,6

Sources : Données de 1982 extraites de l'étude de Donner et Kilman publiée en 1983; données de 1984 extraites de l'étude de Donner publiée en 1986; données de 1988 extraites de l'étude de Donner publiée en 1990; données de 1992-1993

⁴ Arthur Donner et Mel Kilman, *Television Advertising and the Income Tax Act: An Economic Analysis of Bill C-58*, préparé pour le ministère des Communications, novembre 1983.

⁵ Arthur Donner, *An Analysis of the Importance of U.S. Television Spillover, Bill C-58 and Simulcasting Policies for the Revenues of Canadian TV Broadcasters*, Groupe de travail sur la radiodiffusion, février 1986 (polycopié).

⁶ Arthur Donner, *The Financial Impacts of Section 19.1 of the Income Tax Act (Bill C-58) and Simultaneous Substitution*, (Sa Majesté la Reine du chef du Canada, représentée par le ministre des Communications, 1990).

⁷ Arthur Donner et Fred Lazar, *Cable, Canadian Program Production and the Information Highway*, document de discussion préparé pour l'ACTC, août 1994.

⁸ Arthur Donner et Fred Lazar, *The Financial Effects of Simulcasting on Canadian TV Broadcasters*, juin 1997.

Dans le cadre de notre étude, nous avons voulu évaluer l'incidence financière de la substitution simultanée pour la période allant de 1990-1991 à 2008-2009⁹ en extrapolant l'évaluation qu'en ont donnée Donner et Lazar pour 1996-1997. Les deux chercheurs ont utilisé une méthode ascendante pour quantifier la part d'écoute récupérée par les radiodiffuseurs canadiens grâce à la politique de substitution et ils ont appliqué à leurs résultats les tarifs publicitaires de l'époque afin d'établir l'incidence financière de la politique. Aux fins de notre évaluation, nous avons plutôt opté pour une démarche que l'on pourrait qualifier de descendante. Nous avons ainsi calculé la part de l'assiette publicitaire globale de la télévision conventionnelle pour l'année 1996-1997 qui pouvait être attribuée à la substitution simultanée et avons extrapolé à partir de ce résultat pour trouver l'équivalent pour les marchés de 1997-1998 à 2006-2007. Nous avons aussi appliqué notre démarche à rebours pour trouver la part de marché correspondant à la période allant de 1990-1991 à 1995-1996.

Nous avons élaboré deux scénarios pour encadrer notre extrapolation. Le premier, baptisé *scénario de la neutralité*, repose sur l'hypothèse que le nombre d'émissions diffusées en simultanée à la télévision canadienne n'a pas varié de 1996-1997 à 2008-2009. Le second scénario, celui de *l'accroissement de la diffusion en simultanée*, suppose que cette activité était plus importante en 2003-2004 qu'elle ne l'était en 1996-1997. Nous avons appliqué le scénario de la neutralité pour réaliser l'évaluation à rebours en prenant pour hypothèse que le nombre d'émissions diffusées en simultanée n'avait pas varié.

En 1996-1997, les revenus publicitaires comptabilisés pour l'ensemble des télédiffuseurs conventionnels privés de langue anglaise se sont chiffrés à 1 333 millions de dollars. La part de ces revenus attribuable à la substitution simultanée s'est établie à 11,1 % du total, soit 147,6 millions de dollars. L'évaluation publiée par Donner et Lazar pour 1996-1997 comprenait les revenus gagnés par CBC|Radio-Canada et ses affiliées, mais les sommes en cause étaient peu élevées, soit 630 000 dollars et 1,5 million de dollars respectivement. En retranchant du total de 1996-1997 la part attribuable à CBC|Radio-Canada, on obtient 147,0 millions de dollars ou environ 11,0 % des recettes publicitaires de la télévision conventionnelle privée de langue anglaise.

Nous avons utilisé une méthode analogue pour procéder à l'évaluation à rebours en fonction du scénario de la neutralité. Nous avons chiffré la valeur annuelle de la substitution simultanée à 11,0 % des recettes publicitaires annuelles de la télévision conventionnelle privée de langue anglaise.

De 1996-1997 à 2006-2007, les revenus publicitaires réalisés sur le marché de la télévision conventionnelle privée de langue anglaise se sont accrus de 28,8 %, pour clore à 1 609 millions de dollars. Pour parvenir à établir l'incidence de la politique en fonction du scénario de la neutralité, nous avons supposé que le pourcentage des revenus découlant de la substitution simultanée s'est maintenu à 11,0 % des ventes du marché publicitaire en cause de 1997-1998 à 2006-2007. Nous avons ainsi obtenu un total de 159 millions de dollars pour 1997-1998 et de 189 millions de dollars en 2006-2007. Dans ce scénario, l'incidence de la politique de substitution a crû au prorata des ventes publicitaires du marché considéré.

Les résultats de ce scénario à la fois simple et très plausible sont toutefois infirmés par les signes démontrant qu'il y avait davantage d'émissions diffusées en simultanée à la télévision canadienne en 2006-2007 qu'il n'y en avait en 1996-1997. Pour preuve, le nombre de télédiffuseurs canadiens pratiquant la substitution simultanée a augmenté au cours de cette période. De 1996-1997 à 2006-2007, CHUM Television, le troisième réseau de télévision privée de langue anglaise du Canada, a commencé à

⁹ Cette extrapolation comprend une évaluation à rebours pour la période 1990-1991 à 1995-1996.



présenter des émissions américaines aux heures de grande écoute, une pratique qui n'était pas aussi développée sur ses stations en 1997. De plus, CH (le deuxième réseau de CanWest MediaWorks Inc.) a également commencé à programmer davantage d'émissions américaines à cette époque.

Pour mesurer et quantifier l'augmentation du recours à la substitution simultanée, nous avons demandé au Service de la recherche de CBC|Radio-Canada de nous fournir des grilles horaires représentatives des mois de novembre 1997 et de novembre 2003. À partir de ces grilles, le Service de la recherche a calculé le nombre d'heures d'émissions américaines diffusées en simultanée dans les deux principaux marchés canadiens de langue anglaise, Toronto et Vancouver, durant une période de quatre semaines en novembre 1997 et 2003.

La comparaison des données obtenues pour les deux marchés montre que le nombre d'heures d'émissions diffusées en simultané a augmenté de 16 % à Toronto et de 19 % à Vancouver. Dans les deux cas, une large part de l'augmentation s'explique par l'arrivée de nouveaux radiodiffuseurs. Depuis 1997, quatre nouveaux diffuseurs sont ainsi entrés en exploitation : SunTV à Toronto et City-TV, A-Channel et Channel M à Vancouver.

Tableau 16 – Comparaison du recours à la substitution simultanée sur les marchés de Toronto et de Vancouver (1997 et 2003)

	Heures d'émissions de télévision américaines diffusées en simultanée au cours de la période de quatre semaines analysée		Écart (%)
	Novembre 1996	Novembre 2003	
Toronto			
Global Television	70,0	62,5	(11 %)
CTV	65,5	62,0	(5 %)
CBLT-CBC	2,0	0,0	(100 %)
City-TV	15,5	20,5	32 %
New VR / A-Channel	20,5	38,0	85 %
CHCH	57,0	60,5	(6 %)
CFMT / Omni2	8,0	10,0	25 %
Sun TV	--	23,0	s. o.
Total	238,5	276,5	16 %
Vancouver			
Global	81,0	65,5	(19 %)
CIVT (VTV / CTV)	46,5	61,5	32 %
CBUT-CBC	2,0	0,0	(100 %)
CHEK / CH Île de Vancouver	35,0	77,5	121 %
City-TV	--	18,0	s. o.
CIVI / A Channel	--	21,0	s. o.
Channel M	--	19,5	s. o.
BCTV	56,5	--	s. o.
Total	221,0	263	19 %
Total général	459,5	539,5	17 %

Source : Service de la recherche de CBC|Radio-Canada.

s. o. : sans objet

Précisons qu'une augmentation de 17 % du nombre d'émissions diffusées en simultanée ne se traduit pas automatiquement par une hausse comparable des revenus publicitaires correspondants. Si elle a pour effet d'accroître l'offre, cette hausse pousse également à la baisse les tarifs moyens de publicité. Pour cette raison, nous avons présumé que les revenus publicitaires découlant de l'augmentation de la substitution simultanée en 2003-2004 se sont accrus d'un facteur de 12 % (environ 70 % du taux de croissance total). Pour quantifier l'augmentation des revenus au cours des années intermédiaires, soit de 1997-1998 à 2002-2003, nous avons pris comme hypothèse que la croissance avait été linéaire. Ainsi, en vertu du scénario d'*accroissement de la diffusion en simultanée*, l'incidence sur les revenus de la substitution simultanée s'est chiffrée à 162 millions de dollars en 1997-1998 et à 199 millions de dollars en 2003-2004. Selon nos calculs, à cette date elle dépassait de 12 % l'évaluation de 177 millions de dollars établie selon le scénario de la neutralité. Nous avons pris comme hypothèse que l'augmentation de la substitution simultanée ne s'était pas poursuivie de 2003-2004 à 2009-2010. Par conséquent, l'incidence de la substitution simultanée sur les revenus annuels a culminé à 212 millions de dollars en 2006-2007, avant de reculer à 188 millions de dollars en 2008-2009 (soit 12,0 % de plus que l'estimation selon le scénario de la neutralité établi pour 2008-2009).

Tableau 17 – Estimation de l'incidence économique de la substitution simultanée sur les revenus

(en millions de dollars)	Évaluation à rebours						Année de base	Extrapolation											
	1990-1991	1991-1992	1992-1993	1993-1994	1994-1995	1995-1996		1996-1997	1997-1998	1998-1999	1999-2000	2000-2001	2001-2002	2002-2003	2003-2004	2004-2005	2005-2006	2006-2007	2007-2008
Total des revenus publicitaires gagnés par les télédiffuseurs conventionnels privés de langue anglaise	1 042	1 129	1 115	1 143	1 203	1 244	1 333	1 445	1 459	1 468	1 493	1 458	1 611	1 614	1 683	1 693	1 717	1 679	1 520
Revenus tirés de la substitution simultanée – Scénario de la neutralité (11 % du total des revenus publicitaires gagnés par les télédiffuseurs conventionnels privés de langue anglaise)	115	125	123	126	133	137	147	159	161	162	165	161	178	178	186	187	189	185	168
Revenus tirés de la substitution simultanée – Scénario d'accroissement de la diffusion en simultanée	115	125	123	126	133	137	147	162	166	170	176	175	196	199	208	209	212	207	188
Écart entre les revenus tirés de la substitution simultanée selon le scénario d'accroissement de la diffusion en simultanée par rapport au scénario de la neutralité	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	1,7 %	3,4 %	5,1 %	6,9 %	8,6 %	10,3 %	12,0 %	12,0 %	12,0 %	12,0 %	12,0 %	12,0 %

Source : Calculs de Nordicity selon la méthodologie de Donner et Lazar et les résultats de ces auteurs pour l'année 1996-1997.

Annexe D – Estimation de l’incidence des dispositions du paragraphe 19.1

Comme la substitution simultanée, l’incidence économique du paragraphe 19.1 de la *Loi de l’impôt sur le revenu* a fait l’objet de plusieurs analyses par Arthur Donner et ses collaborateurs.

- En 1979, Arthur Donner et Fred Lazar ont procédé à la première évaluation de la valeur économique des dispositions du paragraphe 19.1. Dans ce rapport, les auteurs ont conclu que cette mesure fiscale avait eu pour effet d’accroître les revenus publicitaires des télédiffuseurs canadiens de 16,2 millions de dollars en 1977 et de 23,2 millions de dollars en 1978¹⁰.
- En 1983, Arthur Donner et Mel Kilman ont publié une mise à jour de leur première évaluation de la valeur économique des dispositions du paragraphe 19.1. Ils ont conclu que la mesure avait procuré aux télédiffuseurs canadiens entre 28,2 et 32,7 millions de dollars de revenus publicitaires en 1982¹¹.
- En 1986, Donner a procédé à une autre mise à jour selon laquelle l’incidence économique du paragraphe 19.1 se chiffrait entre 35,8 et 41,8 millions de dollars de revenus additionnels en 1984¹².
- L’étude la plus récente de Donner sur le sujet a été réalisée en 1990 à l’instigation du ministère des Communications qui voulait connaître l’incidence économique de la politique de substitution simultanée et des dispositions du paragraphe 19.1. Donner en est venu à la conclusion que la mesure fiscale avait engendré des revenus publicitaires évalués à 67,3 millions de dollars aux télédiffuseurs canadiens en 1988¹³.

Partant des estimations publiées pour 1988, nous avons évalué l’incidence économique des dispositions du paragraphe 19.1 pour les années de radiodiffusion de la fourchette 1990-1991 à 2008-2009, en reprenant la méthodologie suivie par Donner pour chacune de ces années.

Tableau 18 – Évaluation de l’incidence économique du paragraphe 19.1 (2004)

	Part de marché 1975	Hypothèse de croissance des revenus	Part de marché de 10 %	Part de marché de 15 %
Pertes de revenus potentielles des stations américaines et frontalières (en millions de dollars)	115	149	193	241

Source : Évaluations de Nordicity fondées sur la méthodologie de Donner et les statistiques de 2004 publiées par le CRTC.

Pour évaluer l’incidence de 1988, Donner a essentiellement modélisé les revenus des télédiffuseurs américains en 1988 en recourant à quatre scénarios différents fondés sur les revenus publicitaires d’origine canadienne enregistrés par les stations américaines.

1. Les stations américaines ont maintenu la part de marché qu’elles détenaient en 1975 (avant

¹⁰ Donner et Lazar, 1979.

¹¹ Arthur Donner et Mel Kilman, *Television Advertising and the Income Tax Act: An Economic Analysis of Bill C-58*, préparé pour le ministère des Communications, novembre 1983.

¹² Donner, 1986.

¹³ Arthur Donner, *The Financial Impacts of Section 19.1 of the Income Tax Act (Bill C-58) and Simultaneous Substitution*, Sa Majesté la Reine du chef du Canada, représentée par le ministre des Communications, 1990.

l'adoption de la Loi C-58), soit 7,1 % des dépenses publicitaires totales de la télévision conventionnelle.

2. La part de l'assiette publicitaire de la télévision conventionnelle canadienne a augmenté au même rythme que les revenus publicitaires des télédiffuseurs conventionnels privés canadiens.
3. La part de marché des stations américaines au Canada a augmenté pour s'établir à 10 %.
4. La part de marché des stations américaines au Canada a augmenté pour s'établir à 15 %.

Donner a choisi le deuxième et le troisième des quatre scénarios ci-dessus pour déterminer les deux extrémités de sa fourchette de valeurs pour l'année 1988.

En 1975, soit juste avant la mise en œuvre du paragraphe 19.1, 7,1 % du total des dépenses de la publicité diffusée à la télévision conventionnelle de langue anglaise canadienne, ou 16,5 millions de dollars, allaient directement aux stations américaines frontalières.

Les évaluations en vertu de chacun de ces scénarios représentent la perte effective ou potentielle de revenus subie par les stations américaines frontalières en raison de l'adoption du paragraphe 19.1. Toutefois, comme Donner le fait remarquer, une partie des revenus perdus est attribuable à la politique de substitution simultanée et non au paragraphe 19.1. Donner estime qu'environ 20 % de l'incidence de la politique de substitution simultanée correspond au manque à gagner des stations américaines. Les 80 % restants proviennent de la publicité achetée par les annonceurs américains. Il a donc retranché de son évaluation de l'incidence du paragraphe 19.1 la part de 20 % des pertes attribuable à la substitution simultanée afin d'arriver à la valeur des mesures fiscales prévues au paragraphe 19.1.

En reprenant la méthodologie de Donner, nous avons établi que les revenus publicitaires résultant de l'application du paragraphe 19.1 ont représenté entre 88 et 122 millions de dollars pour les télédiffuseurs privés conventionnels de langue anglaise de ce côté-ci de la frontière en 1995-1996. Notre résultat est fondé sur l'application du deuxième et du troisième scénario pour l'année de radiodiffusion 1995-1996, déduction faite de l'incidence de la politique de substitution simultanée. Nous avons appliqué la même méthode pour chacune des années de radiodiffusion comprises dans la période 1990-1991 à 2008-2009. Nous avons ainsi constaté un accroissement de l'incidence économique du paragraphe 19.1, de l'ordre de 88 millions de dollars (scénario 2, soit la croissance des revenus) à 125 millions de dollars (scénario 3, soit une part de marché de 10 %) en 2008-2009.

Le deuxième scénario établi par Donner supposait que les revenus d'origine canadienne enregistrés par les stations américaines frontalières augmenteraient au diapason de la croissance des revenus publicitaires des télédiffuseurs conventionnels privés au Canada. Entre 1975 et 1995-1996, les revenus des télédiffuseurs canadiens se sont accrus d'un facteur de l'ordre de sept, passant de 214 à 1 497 millions de dollars. En 1975, les stations américaines frontalières ont gagné 16,5 millions de dollars en revenus publicitaires d'origine canadienne. En multipliant par sept ce total, on obtient un montant estimatif de 115 millions de dollars pour 1995-1996. L'évaluation de l'incidence en vertu du troisième scénario est simplement l'équivalent de 10 % du total de 1 497 millions de dollars, soit 150 millions de dollars.

Nous avons répété la démarche décrite ci-dessus pour chaque année de radiodiffusion comprise dans la période de 1990-1991 à 2008-2009. En vertu du deuxième scénario, l'incidence des mesures fiscales a augmenté de 97 millions de dollars en 1990-1992 à 139 millions de dollars en 2008-2009. En vertu du troisième scénario, l'incidence sur les revenus publicitaires est passée de 126 millions de dollars en 1990-1991 à 181 millions de dollars en 2008-2009.

L'étape suivante des calculs a consisté à déduire les pertes de revenus subies par les stations américaines

frontalières en raison de la politique de substitution simultanée. Comme nous l'avons expliqué à l'Annexe B, nous avons établi deux évaluations de l'incidence de la politique de substitution. Pour simplifier l'analyse, nous avons multiplié ces deux évaluations par 20 % et utilisé la valeur médiane de la fourchette pour représenter les pertes de revenus subies par les stations américaines frontalières en raison de la politique de substitution. Suivant cette méthode, l'incidence de la substitution simultanée sur les revenus se chiffrait à 23 millions de dollars en 1990-1991 et elle atteignait 36 millions de dollars en 2008-2009.

Dans l'évaluation qu'il a réalisée en 1990 de l'incidence du paragraphe 19.1 sur les revenus publicitaires, Donner n'a pas fait la distinction entre les télédiffuseurs conventionnels privés et CBC|Radio-Canada. Pour cette raison, nous avons dû retraiter les résultats de nos calculs pour tenir compte de la part de l'assiette publicitaire de la télévision conventionnelle de langue anglaise attribuable à CBC|Radio-Canada. En 2008-2009 par exemple, CBC|Radio-Canada a réalisé des revenus publicitaires de 188 millions de dollars, soit l'équivalent de 11 % du total des revenus publicitaires de la télévision conventionnelle de langue anglaise. Pour retrancher la part des revenus correspondant à CBC|Radio-Canada, nous avons soustrait l'équivalent de 11 % de la **perte potentielle totale** subie par les stations américaines frontalières (soit 139 millions de dollars pour le scénario 2 en 2008-2009, et 204 millions de dollars pour le scénario 3 en 2008-2009).

En appliquant la méthodologie de Donner au marché publicitaire de la télévision de 2006-2007, déduction faite de la part attribuable à CBC|Radio-Canada, nous évaluons l'incidence économique du paragraphe 19.1 sur les revenus comme suit :

- En vertu du scénario de croissance des revenus (scénario 2), l'incidence sur les revenus publicitaires a augmenté, passant de 58 millions de dollars en 1990-1991 à 88 millions de dollars en 2008-2009.
- En vertu du scénario de la part de marché de 10 % (scénario 3), l'incidence a aussi augmenté, passant de 81 millions de dollars en 1990-1991 à 125 millions de dollars en 2008-2009.

Tableau 19 – Évaluation de l'incidence économique du paragraphe 19.1

(en millions de dollars)	Évaluation à rebours						Année de base	Extrapolation											
	1990-1991	1991-1992	1992-1993	1993-1994	1994-1995	1995-1996		1996-1997	1997-1998	1998-1999	1999-2000	2000-2001	2001-2002	2002-2003	2003-2004	2004-2005	2005-2006	2006-2007	2007-2008
Scénario de croissance des revenus																			
Total des pertes potentielles de revenus des stations américaines frontalières	97	104	104	106	112	115	123	133	135	136	138	135	149	150	155	156	157	154	139
Pertes de revenus des stations américaines frontalières attribuables à la substitution simultanée [note 1]	23	25	25	25	27	27	29	32	33	33	34	34	37	38	39	40	40	39	36
Pertes estimatives de revenus des stations américaines en raison du paragraphe 19.1	74	80	80	81	85	88	94	101	102	103	104	102	111	112	116	116	117	115	104
Part du marché publicitaire détenue par CBC/Radio-Canada	17	17	16	15	16	19	17	20	17	16	17	17	16	18	11	18	17	20	16
Revenus réalisés par les télédiffuseurs conventionnels privés en raison du paragraphe 19.1	58	63	64	66	70	69	77	81	85	87	87	84	96	94	104	98	101	95	88
Scénario de la part de marché de 10 %																			
Total des pertes potentielles de revenus des stations américaines frontalières	126	136	135	138	145	150	160	173	175	176	179	176	193	194	201	202	204	200	181
Pertes de revenus des stations américaines frontalières	23	25	25	25	27	27	29	32	33	33	34	34	37	38	39	40	40	39	36

attribuables à la substitution simultanée [note 1]																			
Pertes estimatives de revenus des stations américaines en raison du paragraphe 19.1	103	111	111	113	119	122	131	141	142	143	145	142	156	156	162	162	164	161	145
Part du marché publicitaire détenue par CBC Radio-Canada	21	22	21	20	21	24	22	25	22	20	22	23	20	24	15	24	22	26	20
Revenus réalisés par les télédiffuseurs conventionnels privés en raison du paragraphe 19.1	81	89	90	93	98	98	109	115	120	123	122	119	135	133	147	139	142	135	125

Source : Évaluation de Nordicité suivant la méthodologie de Donner (1990) et les statistiques de 2004 publiées par le CRTC et CBC|Radio-Canada.

Note :

(1) Équivaut à 20 % de l'incidence totale de la substitution simultanée (voir l'Annexe C).

Annexe E – Évolution statistique des dépenses du gouvernement fédéral

Tableau 20 – Évolution statistique des dépenses du gouvernement fédéral

Exercice	Dépenses totales du gouvernement fédéral au titre de l'exploitation et des programmes (en milliers de dollars)	Défense nationale (en milliers de dollars)	Remboursement de la dette (en milliers de dollars)	Dépenses totales du gouvernement fédéral (moins les dépenses au titre de la Défense nationale et du remboursement de la dette) (en milliers de dollars)
	A	B	C	=A-(B+C)
1990-1991	158 810 000	12 307 000	42 484 000	104 019 000
1991-1992	168 718 000	11 862 000	41 139 000	115 717 000
1992-1993	171 474 000	11 956 000	39 292 000	120 226 000
1993-1994	169 709 000	12 564 000	37 899 000	119 246 000
1994-1995	173 383 000	12 244 000	41 927 000	119 212 000
1995-1996	175 765 000	11 938 000	46 692 000	117 135 000
1996-1997	166 041 000	10 949 000	44 916 000	110 176 000
1997-1998	160 672 000	10 354 000	43 443 000	106 875 000
1998-1999	166 593 000	10 449 000	43 967 000	112 177 000
1999-2000	173 337 000	11 869 000	44 140 000	117 328 000
2000-2001	184 612 000	11 968 000	45 650 000	126 994 000
2001-2002	184 941 000	12 576 000	40 139 000	132 226 000
2002-2003	189 249 000	12 818 000	36 473 000	139 958 000
2003-2004	197 272 000	13 304 000	34 670 000	149 298 000
2004-2005	207 128 000	14 360 000	32 753 000	160 015 000
2005-2006	215 293 000	15 075 000	32 076 000	168 142 000
2006-2007	223 989 000	16 096 000	32 045 000	175 848 000
2007-2008	240 461 000	17 925 000	31 225 000	191 311 000
2008-2009	236 474 000	17 347 000	28 982 000	190 145 000

Source : Statistique Canada, matrice CANSIM 325-0002.

Tableau 21 – Dépenses du gouvernement fédéral consacrées à la culture

Exercice	Dépenses totales du gouvernement fédéral au titre de la culture et de la radiodiffusion (en milliers de dollars)	Crédits parlementaires de CBC Radio-Canada (en milliers de dollars)	Dépenses du gouvernement fédéral au titre de la culture et de la radiodiffusion, déduction faite des crédits parlementaires de CBC Radio-Canada (en milliers de dollars)
	A	B	=A-B
1990-1991	2 203 000	1 078 430	1 124 570
1991-1992	2 279 000	1 031 037	1 247 963
1992-1993	2 405 000	1 109 746	1 295 254
1993-1994	2 212 000	1 089 746	1 122 254
1994-1995	2 253 000	1 093 852	1 159 148
1995-1996	2 040 000	1 170 689	869 311
1996-1997	2 011 000	997 133	1 013 867
1997-1998	1 973 000	806 485	1 166 515
1998-1999	2 079 000	896 435	1 182 565
1999-2000	2 195 000	879 187	1 315 813
2000-2001	2 303 000	902 074	1 400 926
2001-2002	2 373 000	982 885	1 390 115
2002-2003	2 650 000	1 046 522	1 603 478
2003-2004	2 890 000	1 066 311	1 823 689
2004-2005	2 961 000	1 036 528	1 924 472
2005-2006	2 874 000	1 098 000	1 776 000
2006-2007	2 944 000	1 114 000	1 830 000
2007-2008	2 986 000	1 104 000	1 882 000
2008-2009	3 094 000	1 170 814	1 923 186

Source : Statistique Canada, matrice CANSIM 325-0002 et CBC|Radio-Canada.