



Les finances de la télévision

L'année 2004 a été presque aussi profitable au Québec qu'ailleurs au Canada

Pour la première fois depuis 1996, les entreprises de télévision généraliste du Québec ont dégagé en 2004 une marge de profit comparable à celle des diffuseurs du reste du Canada. Jusqu'alors, les CTV, Global, CHUM et autres affichaient, globalement, une rentabilité de quelques points supérieure à celle des réseaux québécois (graphique 1).

Mais en 2004, la télévision québécoise a connu l'une de ses meilleures années, alors que l'inverse s'est produit au Canada anglais. Cela est attribuable autant aux revenus qu'aux dépenses (graphique 2). Les revenus ont stagné en dehors du Québec, alors qu'ils ont augmenté de près de 3 % ici. Pour leur part, les dépenses ont crû moins rapidement au Québec.

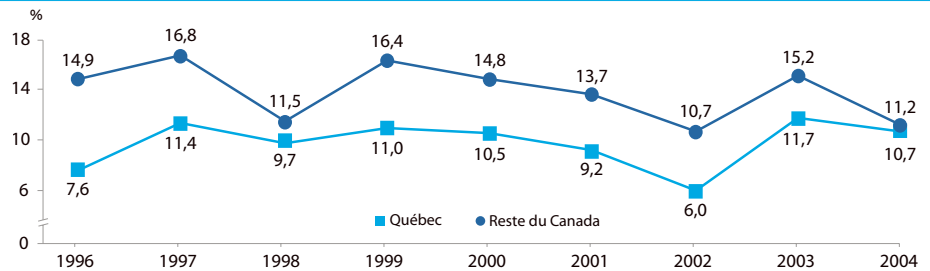
Du côté des dépenses

Toutefois, au cours des cinq dernières années, la croissance des dépenses a été plus accentuée chez les télédiffuseurs québécois. L'ensemble de leurs dépenses d'exploitation ont augmenté de 18,3 % depuis l'année 2000, comparativement à 14,6 % dans le reste du pays. Comme le montre le graphique 3, l'écart concerne autant les sommes liées à la production des émissions que celles découlant des autres activités des diffuseurs que sont les services techniques, les ventes et l'administration.

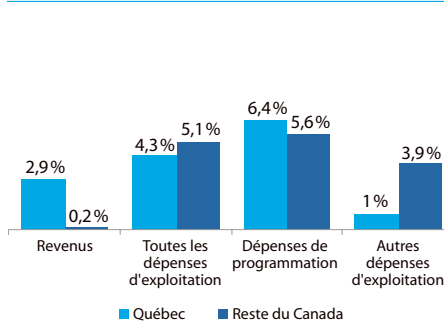
Le graphique 4 apporte des précisions concernant l'évolution récente des principales dépenses de programmation. On peut en tirer les constats suivants :

- Le coût des émissions étrangères a augmenté deux fois plus vite que celui des émissions canadiennes, tant pour les réseaux québécois que pour les autres. Cependant, cela a des répercussions plus importantes au Canada anglais où 57 % des dépenses de programmation vont à l'achat d'émissions étrangères (surtout américaines) comparativement à 20 % au Québec.
- Les réseaux privés québécois ont accru substantiellement leurs investissements dans les émissions dramatiques, contrairement aux réseaux anglais qui ont même restreint de 7 % leurs dépenses pour l'acquisition de dramatiques canadiennes.
- Les budgets affectés à l'information – ils sont presque entièrement consacrés à du contenu

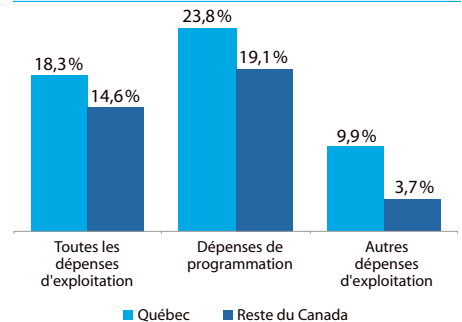
1. Évolution de la marge bénéficiaire (B.A.I.I.) de la télévision privée généraliste au Québec et dans le reste du Canada



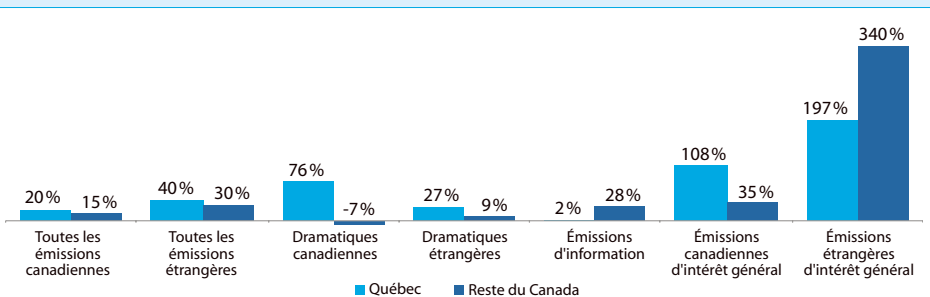
2. Croissance (%) des revenus et des dépenses de la télévision privée généraliste au Québec et dans le reste du Canada de 2003 à 2004



3. Croissance (%) des dépenses de la télévision privée généraliste au Québec et dans le reste du Canada de 2000 à 2004



4. Croissance (%) des principales dépenses de programmation de la télévision privée généraliste au Québec et dans le reste du Canada de 2000 à 2004



canadien – augmentent moins rapidement que l'inflation au Québec (2 % en cinq ans) alors qu'ils ont été majorés de 28 % dans le reste du Canada.

- Les émissions dites d'intérêt général, qui incluent les émissions de télé-réalité, ont connu les hausses les plus substantielles. Ces dépenses ont atteint 56 millions de dollars au Québec en 2004

(dont 49 millions pour des émissions canadiennes) ce qui représente le quart de toutes les dépenses de programmation, et 148 millions chez les autres diffuseurs canadiens (dont seulement 32 millions pour des émissions canadiennes) ce qui équivaut à 16 % de l'ensemble de leurs dépenses de programmation. •

SOURCE : COMPILATIONS DU CEM À PARTIR DE DIVERS NUMÉROS DE LA PUBLICATION DU CRTC TÉLÉVISION, RELEVÉS STATISTIQUES ET FINANCIERS

CRÉÉ EN 1992, LE CENTRE D'ÉTUDES SUR LES MÉDIAS COMPTE DEUX PARTENAIRES UNIVERSITAIRES : L'ÉCOLE DES HAUTES ÉTUDES COMMERCIALES ET L'UNIVERSITÉ LAVAL. RESPONSABLE DE CE NUMÉRO : DANIEL GIROUX. CEM TÉL. : 418 656-3235 TÉLÉC. : 418 656-7807 - COURRIER ÉLECTRONIQUE : CEM@COM.ULVAL.CA ACTUALITÉ-MÉDIAS : HTTP://WWW.CEM.ULVAL.CA