

**Mémoire présenté par**  
**L'Association des propriétaires de cinémas du Québec**



**LES ÉCRANS DU QUÉBEC  
FIERS PARTENAIRES  
DE LA RÉUSSITE  
DE NOTRE CINÉMA**

**au**  
**Comité-conseil sur**  
**le renouvellement de la politique culturelle du Québec**

**Montréal**  
**12 avril 2016**

Les membres de l'Association des propriétaires de cinémas du Québec veulent souligner la démarche entreprise par le Ministère de la Culture et des Communications pour le renouvellement de la politique culturelle québécoise. Nous vous remercions de l'opportunité qui nous est donnée de partager notre vision de l'industrie avec le Comité-Conseil mis sur pied par le ministère.

Fondée le 1<sup>er</sup> juin 1932, l'Association des propriétaires de cinémas du Québec existe depuis 84 ans. L'Association des propriétaires de cinémas du Québec regroupe 288 écrans dans 45 cinémas à travers 40 villes et sont tous de propriété entièrement québécoise.

L'Association est le principal diffuseur du cinéma québécois. Son rôle comme diffuseur est primordial pour le rayonnement du cinéma d'ici. Son apport économique est indispensable au maintien et à la croissance de l'industrie cinématographique nationale. La synergie entre le cinéma québécois, ses artisans, l'industrie culturelle qui en découle et les propriétaires de salles constitue une chaîne où chaque élément est indissociable les uns des autres.

**Nous sommes des entrepreneurs.** Notre métier est d'organiser des séances publiques et payantes pour présenter du cinéma. Et nous le faisons dans le respect de l'Article 4 de la Loi sur le Cinéma «en respectant... la liberté de choix du public» et en exploitant des «entreprises québécoises et indépendantes et financièrement autonomes». Tous les cinémas membres de notre association appartiennent à des indépendants et sont entièrement de propriété québécoise.

L'Association des propriétaires de cinémas du Québec exprime le souhait que soit pleinement reconnu leur rôle essentiel d'entrepreneurs responsables d'offrir à tous les québécois les productions cinématographiques québécoises et internationales.

## LIBERTÉ DE CHOIX DU PUBLIC

Notre industrie est basée sur un système économique commercial fragile. Nous n'avons aucun contrôle sur la production des films et de ce fait, sommes soumis aux variations du marché selon l'offre plus que la demande.

Les fenêtres d'exploitation salles, vidéo, télévision ont fragmenté les revenus des exploitants. La chaîne d'exploitation est contrôlée par les distributeurs qui nous ont infligé les réductions de plus en plus contraignantes du temps qui nous était alloué pour proposer les films au public. Et cela, tout en nous imposant des conditions (augmentation de la redevance versée) plus importantes.

En réduisant le temps qui nous était imparti, cela a créé un besoin de consommation immédiate. Le public doit s'y retrouver dans les repères des fenêtres pour garder une industrie forte. La salle est et demeure la locomotive sur laquelle repose le succès – ou le revers, d'un film. **La fenêtre d'exploitation exclusive de 90 à 101 jours est essentielle et vitale** pour les salles de cinéma. Les distributeurs désirant se prévaloir d'une sortie simultanée salle et vidéo sur demande devront très vite oublier la salle et se contenter du marché vidéo et télévision. Cette position est prônée par les tous exploitants à travers le monde.

## L'EXPLOITATION D'UNE SALLE DE CINÉMA

On fait état d'une « augmentation significative du prix des billets de cinéma » qui serait imputable à la transition numérique. Vrai que l'indice des prix à la consommation a augmenté de 12% de 2006 à 2012 et que le prix du billet a augmenté de 21% ce qui est au-dessus de la moyenne. Cette augmentation est principalement causée par la surcharge exigée pour les projections 3D et IMAX. Mais pendant la même période, le salaire minimum a augmenté de 28% et le prix de l'essence de 38%.

Dans le secteur divertissement, le cinéma demeure la dépense la moins chère et la plus accessible en comparaison d'un billet de spectacle ou celui d'un billet de hockey.

## CINÉMA EN RÉGION ET DISPONIBILITÉ DES COPIES

Bien que nous ne l'acceptons pas toujours, nous pouvons comprendre que parfois, il n'était pas rentable pour un distributeur de payer pour une copie 35mm d'un film pour une salle en région. La méthode choisie était de limiter le nombre des copies et de les faire tourner, d'une salle à l'autre, sur une longue période. Qu'on ne blâme pas les propriétaires de salles de ne pas offrir ou de n'avoir pas développé le goût des films « différents » aux cinéphiles des régions. Les copies de films n'étaient tout simplement pas disponibles!

Aujourd'hui, avec le support numérique, il est beaucoup plus simple et économique d'avoir un grand nombre de copies. Certes, il y a la contribution numérique appelée VPF qu'il faut prendre en considération pour plusieurs cinémas. Mais ce VPF représente un coût inférieur par rapport au coût d'une copie 35mm neuve. Nous sommes dans une période de transition : les ententes avec les intégrateurs se termineront le jour où les cinémas auront récupéré entre 65% et 75% de leurs coûts à la conversion au numérique. Nous parlons ici d'un maximum de 10 ans.

Mais pour une question de rentabilité, le distributeur choisit souvent de limiter le nombre des copies à la sortie sur la seule base que le paiement de la contribution numérique (VPF) ne justifie pas les recettes générées par plusieurs cinémas. Les décisions des distributeurs sont basées sur la feuille de route des salles mais comment pourront-elles se bâtir une réputation si on ne leur en donne pas la chance?

<sup>1</sup> **FCV** : frais copie virtuelle // **VPF** : Virtual print fee

Certains distributeurs croient qu'il faut espacer la sortie entre les grands centres tels Montréal et Québec et les régions pour laisser le temps au «bouche à oreille». Aujourd'hui avec les médias sociaux, ça n'existe plus. Le public réagit instantanément sur les médias sociaux.

La réception et la critique de tous les films sont connus immédiatement même si le film n'a connu qu'une sortie en salle à Montréal. Si le film connaît un mauvais départ à Montréal et que l'on misait sur le bouche à oreille pour ajouter des cinémas au fil des semaines, la stratégie s'avère nulle. Il n'y aura tout simplement pas d'ajout de salles.

Nous recommandons que le volet 1.3 du Programme d'aide à la promotion et à la diffusion soit élargie pour comprendre toutes les copies des films, sans égard à un nombre minimal ou maximal ni à la région où les films sont présentés. La contribution numérique devrait être un frais admissible et versée directement aux cinémas. Le montant maximal de la subvention devrait être augmenté à 50 000\$ pour les films québécois et demeurer à 25 000\$ pour les autres cinématographies.

Nous sommes aussi d'avis qu'en plus de rendre les films disponibles plus rapidement partout sur l'ensemble du territoire québécois, il faudrait qu'une aide particulière soit accordée directement aux propriétaires de salles pour la promotion. Soulignons ici que le projet pilote mis sur pied il y a deux ans est maintenant intégré dans les programmes offerts à la SODEC.

## **CONTRIBUTION NUMÉRIQUE**

Il nous apparaît important de préciser ici ce qu'est la contribution numérique<sup>1</sup> qui est exigée auprès des distributeurs. La révolution numérique nous a été imposée par les distributeurs, tous tant qu'ils sont. Les économies créées par le numérique étaient à 100% du côté de la distribution – coûts d'entreposage, de transport, de manutention, de copies, etc. C'est une mutation à l'échelle mondiale.

Sans vouloir revenir sur le passé, nous ne pouvons passer sous silence la position des distributeurs québécois. Tous, tant qu'ils sont, ont regardé la parade passer.

Alors que de nombreuses discussions avaient lieu, rien n'a été fait par personne pour trouver une solution acceptable pour tous et adapté à notre marché. Comme s'ils attendaient une intervention providentielle (de l'État). Entre-temps, la transformation des équipements de projection devenait de plus en plus essentielle à la poursuite des affaires. Les salles du Québec sont maintenant numérisées à 100%. C'est donc près de **80 millions de dollars** qui ont été investis dans le parc de salles du Québec.

Aucun intégrateur n'a financé les équipements au Québec. Les exploitants se sont tournés vers leurs institutions bancaires pour le financement de l'équipement numérique. Le rôle de l'intégrateur se limite à celui d'intermédiaire entre le distributeur et l'exploitant de salle.

Un nouveau modèle d'affaires a donc dû être mis en place pour insérer dans la chaîne ce nouveau joueur. L'intégrateur récupère auprès des distributeurs les VPF qui sont payables et les remet à l'exploitant moins 10% en frais d'administration. C'est ainsi que les salles de cinémas pourront récupérer jusqu'à 75% de leurs coûts liés à la conversion au cinéma numérique. Cette récupération se fera sur une période maximale de 10 ans. Par contre, les emprunts faits auprès de nos institutions bancaires devront être amortis sur une période de 3 à 4 ans, créant ainsi un problème au niveau des liquidités pour plusieurs exploitants. Pour les cinémas qui n'ont pas signé d'entente avec un intégrateur, leur situation actuelle est des plus précaires.

Tant que nous aurons une dette et que nous serons liés avec un intégrateur, lequel nous aide à la récupération de nos investissements en numérique, nous devons respecter les ententes avec les intégrateurs et cela implique de faire payer la contribution numérique (VPF) pour tous les films présentés sur nos écrans. **TOUS**, sans exception. Les distributeurs qui souhaitent présenter leurs films sur nos écrans doivent donc respecter les règles du jeu.

Certains petits distributeurs refusent de payer un VPF ou limitent leurs sorties à 3 copies destinées pour Montréal et Québec. Leurs films seront diffusés par la suite via Réseau Plus n'ayant pas de VPF à payer.

Ces mêmes distributeurs demandent l'aide financière de la SODEC pour l'acquisition de films mais refusent le paiement d'un VPF et par conséquent de les programmer dans des cinémas où le VPF est requis. Quand on est distributeur, on se doit d'être un joueur actif et à part entière dans l'industrie. Oui pour la diversité mais quel sera le prix de cette soi-disant diversité dans le produit?

## **CO-EXISTENCE DE LA SALLE DE CINÉMA AVEC RÉSEAU PLUS**

Il nous est difficile de ne pas commenter l'existence de Réseau Plus dans le cadre de ce mémoire. La mission, la raison d'être de l'Association des cinémas parallèles du Québec et de Réseau Plus est de promouvoir auprès des Québécois la culture cinématographique dite de qualité ainsi que l'éducation cinématographique. Qu'entendons-nous par cinéma de qualité? N'est-il pas très subjectif d'utiliser un tel qualificatif et est-ce vraiment le rôle du gouvernement, par ses subventions, de décider ce qui est de qualité?

Réseau Plus est présent dans une cinquantaine de villes au Québec et diffuse un ou deux soirs par semaine dans des centres culturels, salles de spectacles, auditoriums. Une salle de cinéma a pignon sur rue dans la majorité des villes couvertes par Réseau Plus et où nous y présentons un Ciné Répertoire.

Réseau Plus a sa raison d'être dans les villes ou une région où il n'y a pas de cinéma. Nous ne contestons pas ce fait. Par contre, est-il vraiment nécessaire de subventionner une programmation et des salles pour dédoubler le travail qui est fait par une salle indépendante ayant pignon sur rue dans la dite ville ou région?

Dans les villes où il y a un cinéma mais pas de programmation Ciné Répertoire, pourquoi Réseau Plus ne présenterait sa programmation en collaboration avec le cinéma existant. Ceci éliminerait non seulement une concurrence déloyale mais aurait également l'avantage d'épargner des sommes considérables qui devront être données en subvention pour l'équipement numérique maintenant requis pour les projections.

Les programmes instaurés par les institutions et ministères ne doivent pas créer de concurrence avec le privé. C'est totalement nuisible à la santé économique du secteur de l'exploitation d'agir ainsi. Et c'est au petit entrepreneur propriétaire de cinéma en région qu'on fait le plus souvent mal.

## **MISE EN MARCHÉ DES FILMS QUÉBÉCOIS**

Nous voulons souligner les efforts des distributeurs pour le travail sur la mise en marché des films québécois. Mais par ailleurs, nous déplorons que ce travail soit principalement concentré dans les grands centres.

Tous reconnaissent que le succès des films en salles repose sur les régions. Ce qui fait la différence, c'est le box-office généré dans les salles des plus petites villes. Ce qui caractérise ces petites villes, c'est la proximité de ses habitants. S'il est vrai qu'une publicité sur un grand média national peut rejoindre un plus grand nombre, nous croyons que des offensives ciblées dans les régions peuvent avoir un plus grand impact.

Nous ne demandons pas de nouvel «argent» mais une meilleure répartition des budgets actuels afin d'en maximiser l'efficacité et la rentabilité. Nous souhaitons donc que le Volet 2.1 Aide aux salles parallèles soit également offert à toutes les salles sans restriction et de conserver uniquement l'aide à la construction et la rénovation dans le volet 2.2 du Programme d'aide à la promotion et à la diffusion. Nous souhaitons que les exploitants de salles soient



impliqués plus directement dans la prise de décision et l'aide accordée. Soulignons de nouveau ici l'initiative du projet-pilote, un petit pas dans la bonne direction.

## DIVERSIFICATION DE LA PRODUCTION CINÉMATOGRAPHIQUE

Nous sommes fiers, comme tous les Québécois, lorsqu'un film d'ici se démarque sur la scène internationale. Mais en tant qu'entrepreneurs dont le métier est de présenter un film à sa clientèle, notre grille d'analyse est souvent différente.

Les institutions rappellent que les films québécois font leur marque sur le circuit des festivals internationaux. Par contre, la courbe des recettes en salles est gravement en baisse. L'année 2012 s'est terminée avec une part de marché famélique de 4,2%. Les années 2013, 2014 et 2015 ont, par chance, connu de meilleures années avec une part de marché respective de 5,6%, 5,9% et 7,2%. Selon un ancien président de la SODEC, le rayonnement de nos films à l'étranger pallie à la situation domestique. Nous sommes en désaccord avec cet énoncé. La place occupée par les films nationaux dans l'exploitation locale est souvent considérée et **avec raison** comme **un indicateur de la santé de l'industrie cinématographique nationale**, sinon comme une justification des investissements importants qu'y consacre l'État.

Il est illusoire de penser qu'un film dit d'auteur gagnerait un plus large public en le diffusant sur un grand nombre d'écrans. Un film qui a de la difficulté à attirer un public dans les grands centres comme Montréal et Québec n'a aucune chance de percer en région. La présidente de la SODEC, Monique Simard, met de l'avant le concept des fenêtres coulissantes. Croire que rendre disponible en même temps les différentes fenêtres de diffusion augmentera le nombre de spectateurs est bien illusoire. Au cours des dernières années, un grand nombre de films québécois n'ont tout simplement pas trouvé leur public. Ce n'est pas un jugement de valeur sur la qualité des films, c'est tout simplement un non intérêt du public envers ce genre de films.

Les films de Denis Côté ont la cote auprès des festivals mais ignorés par le public québécois : 1 538 spectateurs pour son dernier film, *Boris sans Béatrice*. Plusieurs autres films peinent également à trouver leur public. On parle d'assistance inférieure à 1 000 personnes.

Nous, les propriétaires de cinémas, sommes ceux qui sont le plus proche du public. Nous côtoyons chaque jour des milliers de québécois et nous les entendons. Ce que vous lisez dans les sondages publiés dans les médias – que le public veut plus de comédies populaires, nous l'entendons chaque jour. Quand nos clients se plaignent parce que ce qu'on leur propose est trop souvent d'un « minimalisme torturé » comme l'a déjà mentionné un critique de cinéma québécois, nous ne l'inventons pas. Ça ressemble très souvent à une thérapie sur grand écran.

Sans vouloir imposer aux créateurs un moule unique à suivre, nous souhaitons qu'il y ait une plus grande diversité des genres et des styles. Nous voulons plus de films pour enfants, plus de films de genre, plus de comédies, de drame, de fresque historique. **Mais d'abord et avant tout, plus de films que le public voudra voir. Un bon film, c'est un bon film, même s'il est populaire.**

Le cinéma québécois a produit *C.R.A.Z.Y.*, *La grande séduction*, *De père en flic*, *Piché : entre ciel et terre*, *Incendies*, *Starbuck*, *Le sens de l'humour*, *Monsieur Lazhar*, *Lance et compte*, *Dédé à travers les brumes*, *Gerry*, *Polytechnique*, *Café de Flore*, *Les doigts croches*, *Horloge biologique*, *1981*, *1987* et plus récemment, *Mommy*, *La passion d'Augustine*, *Le mirage*, *Paul à Québec* et *La guerre des tuques 3D*.

Le succès d'un film repose avant tout sur un bon scénario. Le cinéma québécois doit reconquérir le public d'ici et revenir à la cote d'amour qu'il mérite.

La perception du milieu est simple : les cinéastes font de l'art et les exploitants font du commerce. On rétorque généralement que la culture n'est pas une marchandise. Faux! La

culture est une marchandise comme une autre. Dire cela ne revient pas à identifier culture= marchandise comme on dit  $A = A$ . La culture ne se réduit pas à une marchandise mais c'est aussi une marchandise.

Une création culturelle est produite par l'artiste. Matérielle ou non, elle peut être appropriée ou diffusée en vertu d'une logique commerciale. Exprimer l'humanité par son travail n'est pas un privilège inhérent aux seuls artistes. Ainsi reconnaître que l'objet culturel est – entre autres choses – une marchandise, ce n'est nullement attenter à son authentique dignité.

Un monde sépare les bien-pensants et les entrepreneurs, propriétaires et dirigeants de cinémas. D'un côté on a que du respect pour les "créatifs" et on élaborera de beaux programmes pour les soutenir dans leurs démarches de création.

Mais il faut aussi penser qu'après avoir créer une œuvre, un artiste voudra qu'elle soit vue. Un écrivain voudra être publié pour être lu, un comédien voudra faire partie d'une compagnie de théâtre qui présentera sa pièce dans un théâtre, un chanteur voudra enregistrer ses chansons pour vendre des disques et présenter ses spectacles dans une salle, un peintre voudra voir ses œuvres accrochées dans un musée... La liste est longue!

Tous les intervenants des autres milieux artistiques bénéficient de l'aide financière, parfois très généreuse de l'État.

Alors pourquoi, quand on parle de cinéma, TOUTE l'aide est-elle accordée en amont et pas en aval du produit fini? On nous sert généreusement l'argument qu'en investissant dans plus de bons films, les salles de cinéma bénéficieront indirectement de cette aide. Et qui nous aide quand vient le temps de prendre des risques? Personne! Peut-être serait-il temps qu'on pense à vraiment faire des salles de cinéma un maillon essentiel au succès de notre industrie et d'avoir droit au chapitre dans le choix des productions retenues par nos institutions.

Nous aimerions terminer ce mémoire en mettant de l'avant les points suivants :

1. **Oui** pour une diversité dans les genres mais **non** à une concentration de films destinés à un public limité.
2. **Oui** à un rayonnement international mais **non** à des productions qui n'ont qu'essentiellement les festivals comme diffusion et marché.
3. **Oui** à la fenêtre d'exclusivité de 90 à 101 jours pour les salles de cinéma et **non** à des sorties simultanées avec d'autres médias.
4. **Oui** pour inciter Réseau Plus à présenter leur programmation dans un cinéma existant dans la ville ou région où ils opèrent.

Association des propriétaires de cinémas du Québec

2116 Av. De La Salle, Montréal, Québec H1V 2K8

514 493-9898 1 877 540-1900

[info@apcq.ca](mailto:info@apcq.ca) [www.apcq.ca](http://www.apcq.ca)