



LES SALLES DE CINÉMA AU QUÉBEC

## **Pour une meilleure diffusion du cinéma d'ici auprès du grand public québécois**

Mémoire présenté par la Corporation des salles de cinéma du Québec

Consultation publique sur le renouvellement de la politique culturelle du Québec

Avril 2016

# SOMMAIRE

La Corporation des salles de cinéma du Québec (CSCQ) regroupe huit entreprises qui réunissent 379 écrans, soit environ la moitié de l'ensemble (731 écrans) des écrans du Québec, qui génèrent environ 75 % des revenus d'exploitation du cinéma en salle au Québec.

## **L'arrivée des nouvelles plateformes change la donne**

La diffusion des films en salle est fondée sur les principes de la primeur et de l'exclusivité. Les nouveaux modes de diffusion des films, comme les plateformes Web et *Netflix*, par exemple, augmentent l'accès aux films, mais peuvent fragiliser la rentabilité de notre industrie. La bonne synchronisation des fenêtres d'exclusivité demeure indispensable pour assurer la rentabilité et la notoriété du cinéma québécois et les investissements dans les productions futures.

## **Le Québec investit en production de films, mais néglige complètement le chaînon de la diffusion.**

Bien que la diffusion des films constitue un maillon essentiel dans la rentabilité de l'industrie du cinéma, il n'existe pratiquement aucun soutien financier aux salles de cinéma. Depuis 1995, le budget que la SODEC consacre actuellement à l'exploitation en salle n'est que de 150 000 \$ par an.

## **Des pistes de réflexion et de solutions**

### **Soutenir la circulation de films peu diffusés grâce à un soutien de la SODEC**

La Corporation propose l'instauration d'un nouveau programme à la SODEC pour soutenir financièrement certains types de programmation de films dans des complexes cinématographiques à Montréal et en région. Ce programme pourrait assumer une partie des coûts d'opération de salles dédiées à la présentation de films peu diffusés et prévoir pour ceux-ci un temps-écran significatif.

### **Tirer un meilleur parti du réseau et de l'équipement numérique des salles de cinéma**

Les salles de cinéma sont désormais équipées de receveurs satellites qui permettraient d'autres types d'exploitation. En formant un réseau de présentation de contenu alternatif québécois, les salles pourraient retransmettre en temps réel de nombreuses productions culturelles qui rejoindraient un plus vaste public sur l'ensemble du Québec. La SODEC pourrait être la bougie d'allumage d'un tel projet.

# TABLE DES MATIÈRES

1. Présentation de la Corporation des salles de cinéma du Québec .....	4
2. Les préoccupations de la Corporation en matière de diffusion du cinéma québécois .....	4
3. Des pistes de réflexion et de solutions pour assurer une meilleure connaissance et diffusion du cinéma québécois à l'échelle du Québec .....	8
4. En conclusion .....	10

## **1. Présentation de la Corporation des salles de cinéma du Québec**

La Corporation des salles de cinéma du Québec (CSCQ) a été créée en 2013 afin de promouvoir l'expérience du cinéma en salles et la diffusion du cinéma québécois, ainsi que pour représenter les intérêts de ses membres au sein du milieu cinématographique et culturel québécois. Elle regroupe huit entreprises qui réunissent 379 écrans, soit environ la moitié de l'ensemble (731 écrans) des écrans du Québec :

- Cineplex Divertissement LP (21 cinémas, 1 ciné-parc, 259 écrans)
- Les Cinémas Ciné Entreprise (6 cinémas, 44 écrans)
- Les Cinémas RGFМ (4 cinémas, 30 écrans)
- Le Cinéma St-Eustache (1 cinéma, 11 écrans)
- Les Cinémas Carrefour du Nord de St-Jérôme (1 cinéma, 9 écrans)
- Le Cinéma Beloeil (1 cinéma, 10 écrans)
- Le Cinéma 8 (St-Hyacinthe) (1 cinéma, 8 écrans)
- Le Cinéma Pine (Ste-Adèle) (1 cinéma, 8 écrans)

Les salles de cinéma des membres de la Corporation, réparties dans 21 villes, représentent 75 % des revenus des salles de cinémas au Québec. M. Marcel Venne, président des Cinémas RGFМ, est le président de la Corporation.

La Corporation poursuit l'objectif de contribuer aux débats sur l'avenir de l'industrie du cinéma au Québec à l'heure où des changements profonds modifient l'ensemble des moyens de diffusion. La Corporation est convaincue qu'il faut maintenir l'accès aux films sur grand écran, et ce sur l'ensemble du territoire québécois, car c'est le meilleur moyen d'assurer à notre cinéma une vitrine indispensable lui permettant d'obtenir des parts de marché suffisantes pour soutenir une cinématographie nationale performante et de qualité.

## **2. Les préoccupations de la Corporation en matière de diffusion du cinéma québécois**

### **L'arrivée des nouvelles plateformes de diffusion**

L'avènement des technologies numériques a complètement bouleversé les règles de distribution et de consommation des produits audiovisuels. Les propriétaires de salles de cinéma ont dû

s'adapter à ces nouvelles réalités au sein d'un environnement volatil et extrêmement concurrentiel.

Les propriétaires de salles de cinéma évoluent dans le milieu culturel, mais ils sont constamment soumis aux règles d'une économie de marché, où l'offre et la demande commandent en grande partie les modes de fonctionnement. Les salles de cinéma sont soumises à de nombreuses obligations, comme les loyers, les taxes, les frais de fonctionnement et les salaires des employés, sans compter qu'elles participent à la rentabilité de plusieurs fournisseurs, dont les plus importants sont les distributeurs de films. Ceux-ci sont des partenaires essentiels avec lesquels nous entretenons d'excellentes relations dans un marché ouvert.

Les distributeurs ont le loisir d'offrir leurs films à qui ils le veulent et à leurs conditions. Les salles ont aussi le choix d'accepter les films, les dates de diffusion et les conditions qui leur conviennent. Dans ce contexte, il existe des règles non écrites qui régissent notre industrie, dont les trois plus importantes sont : 1) le respect d'une zone franche (distance minimale) entre les cinémas; 2) une fenêtre de 100 jours d'exclusivité; 3) un minimum de 15 jours de projection pour un film présenté en primeur.

Ces règles non écrites sont à la base des ententes conclues entre les distributeurs et les propriétaires de salles de cinéma. Nous croyons que changer ces règles risque de compromettre la survie des salles de cinéma sans offrir de contrepartie aux autres joueurs de l'industrie. La règle des 100 jours d'exclusivité sur grand écran en salles est d'ailleurs largement répandue dans plusieurs pays, dont la France et les États-Unis.

La venue de nouveaux modes de diffusion des films, notamment sur les plateformes Web et via des entreprises d'abonnement comme *Netflix* et *tou.tv*, bénéficie à l'ensemble des cinéphiles : ils ont davantage accès aux films et peuvent les visionner au moment et à l'endroit qui leur conviennent. Ces nouvelles plateformes peuvent toutefois fragiliser la rentabilité de notre industrie et ainsi limiter les investissements dans les productions futures.

Certaines expériences, dont la diffusion du film *Tigre et Dragon 2* simultanément sur *Netflix* et en salle IMAX, ont prouvé que l'abolition des fenêtres d'exclusivité de diffusion a eu des effets négatifs et dévastateurs. L'exemple du décloisonnement entre le DVD et la vidéo sur demande (VSD) est très éloquent. Lorsque la fenêtre qui les séparait a disparu, les revenus de location

DVD n'ont pas été transférés à la VSD, créant ainsi un manque à gagner important. Plus encore, la vidéo par abonnement a vampirisé la VSD, car la fenêtre allouée à *Netflix* et aux autres fournisseurs d'abonnement a été trop courte pour assurer les revenus générés par la VSD.

Une bonne synchronisation des fenêtres d'exclusivité est essentielle au développement et à la survie des divers diffuseurs. Un délai raisonnable doit être alloué à chacun, tout en tenant compte des attentes et des désirs des cinéphiles. La salle de cinéma constitue la véritable rampe de lancement des films qui alimente par la suite les autres plateformes de visionnement. Il existe un temps nécessaire pour qu'un film atteigne sa notoriété, pour que l'ensemble des cinéphiles soient informés, pour que le bouche-à-oreille fasse son travail, sinon le film reste méconnu et termine sa trop courte carrière sur une liste qui ne signifie rien pour les consommateurs. La salle de cinéma ne fait pas que générer des revenus liés à son exploitation, elle s'avère être une vitrine indispensable pour assurer la mise en marché et la rentabilité de toute la chaîne de production et de diffusion cinématographiques. C'est pourquoi nous croyons qu'il est impératif de bien encadrer l'environnement de diffusion afin d'assurer à chaque film le maximum de retombées et de visibilité.

Les fondements de l'exploitation en salles sont et demeurent la primeur et l'exclusivité. Plus un film est populaire au grand écran, plus ses ventes seront élevées sur les autres plateformes. Nous croyons que tenter de modifier ces règles pour accommoder certains films serait improductif.

### **L'absence de soutien à la diffusion en salles du cinéma québécois**

Depuis la création de la Société de développement des entreprises culturelles (SODEC) en 1995, le Québec participe financièrement à l'essor des entreprises d'ici et au rayonnement des œuvres au Québec, au Canada et à l'étranger. Bien que la diffusion des œuvres cinématographiques constitue un maillon essentiel dans la rentabilité de l'industrie du cinéma et représente l'assise sur laquelle s'appuient les producteurs, il n'existe pratiquement aucun soutien financier aux salles de cinéma. Au cours des dernières années, celles-ci ont dû assumer des coûts importants liés à l'arrivée des nouvelles technologies numériques; elles font face aussi à l'érosion du public en salles en raison de la multiplicité des plateformes numériques. Pourtant, le budget que la SODEC consacre actuellement à l'exploitation en salle n'est que de 150 000 \$ par an, et ce,

depuis 1995. Le Québec investit en production de films, mais néglige complètement le chaînon de la diffusion.

Par exemple, au début des années 2010, les salles de cinéma ont dû modifier leurs systèmes de projection afin de passer au mode numérique. Pour ce faire, les propriétaires de salles se sont lourdement endettés et ont vu s'affaiblir leurs capacités de financement. De nombreux investissements visant à actualiser certaines salles et complexes ont dû être reportés. Mentionnons que cette mise à niveau numérique s'est faite sans que les propriétaires de salles de cinéma membres de la Corporation ne bénéficient d'aucune aide financière gouvernementale. Nous entrons dans un cycle d'investissement en capital dans bon nombre de cinémas : il y aurait lieu de faire l'inventaire des besoins et de mettre en place un programme de financement pour faciliter le rajeunissement des salles et inciter ainsi les cinéphiles à fréquenter davantage les salles de cinéma.

En 2013 et 2014, le cinéma en salles a connu une baisse sensible de son taux de fréquentation, mais les chiffres de 2015 dénotent une certaine amélioration. En 2013, les revenus générés par l'exploitation en salles se sont élevés à 172,9 M\$, et à 171,7 \$ en 2014. L'année 2015 a été meilleure avec des revenus de 182,6 M\$. Cette baisse de 2013 et 2014 n'a été constatée qu'ici au Québec, contrairement à ce qui s'est passé en France, aux États-Unis et au Canada. Ces autres marchés n'ont pas connu un tel ralentissement. La France a même connu sa meilleure année en 2014, principalement en raison de la force de sa cinématographie nationale.

Mentionnons toutefois que malgré le ralentissement constaté en 2013 et 2014, les performances du cinéma québécois se sont nettement améliorées en 2015 : on a constaté une augmentation d'environ 7 % des revenus. Les films québécois performant particulièrement bien en région, comparativement à la réalité de la grande région métropolitaine, signe que notre cinématographie nationale bénéficie de la visibilité que lui procurent les salles de cinéma auprès du grand public.

### **Le bon film sur la bonne plateforme**

Notre expérience en exploitation de salles nous indique que ce ne sont pas tous les films qui peuvent bénéficier d'une sortie au grand écran. Le Québec sort de 40 à 50 films par année, ce qui est considérable, compte tenu de la taille modeste de notre marché. Pour les exploitants de

salles de cinéma, il est mathématiquement impossible de tous les présenter, il faut donc faire un choix en fonction des attentes des cinéphiles et des impératifs de rentabilité à respecter. Certains films, qui ne rejoignent qu'environ 1 000 à 2 000 personnes en deux semaines d'exploitation, ne génèrent pas suffisamment de revenus. Les propriétaires de salles doivent équilibrer leurs comptes par des films grand public.

Cette constatation ne représente pas un jugement de qualité sur ces films. En effet, ces derniers s'inscrivent tout simplement mal dans le système actuel d'exploitation. Il y a là un besoin de soutien à la diffusion qui ne peut être comblé que par les seuls propriétaires de salles de cinéma, au détriment de la rentabilité de leur entreprise. Une offre diversifiée et équilibrée d'œuvres cinématographiques doit être encouragée dans une politique culturelle qui correspond aux besoins de l'industrie et aux attentes du grand public.

Plusieurs membres de la Corporation ont mis sur pied des initiatives pour favoriser la diffusion de films moins « grand public ». Mentionnons par exemple la présentation de films de répertoire ou plus intimistes les lundis et mardi soirs dans certaines salles, permettant ainsi aux cinéphiles en région d'avoir accès à un choix plus étendu.

### **3. Des pistes de réflexion et de solutions pour assurer une meilleure connaissance et diffusion du cinéma québécois à l'échelle du Québec**

Le contexte dans lequel s'effectue la diffusion en salles du cinéma québécois exige donc que l'on puisse effectuer des changements porteurs pour l'avenir de notre cinématographie. La Corporation a entamé une réflexion et a élaboré quelques pistes qui vous sont soumises aujourd'hui.

#### **1. Améliorer la circulation de films peu diffusés grâce à un soutien à la présentation de ces films en salles dans l'ensemble des régions du Québec**

La présentation en salles de cinéma demeure la rampe de lancement et la vitrine privilégiée des films, ce qui permet de générer l'intérêt du public et l'exploitation des films sur toutes les autres plateformes. Afin d'améliorer la circulation des films peu diffusés, la Corporation propose l'instauration d'un nouveau programme à la SODEC pour soutenir la diffusion de certains films du cinéma québécois et européen à l'échelle provinciale.



Le programme pourrait soutenir financièrement certains types de programmation de films dans des complexes cinématographiques répartis à Montréal et en région. Ce programme pourrait assumer une partie des coûts d'opération de salles dédiées expressément à la présentation de films peu diffusés et prévoir pour ceux-ci un temps-écran significatif. Toutefois, soulignons que les frais de copies virtuelles (mieux connus sous l'expression anglaise *Virtual Print Fee* -VPF) peuvent être une entrave à la libre circulation des copies en région et plus particulièrement dans les plus petits marchés. Compte tenu des coûts liés aux paiements des VPF, le distributeur peut refuser de céder un film si les perspectives de revenus de ce film lui semblent insuffisantes, et ce, pendant les premières semaines de diffusion. C'est pourquoi nous préconisons que le programme SODEC soit modifié pour inclure l'ensemble des cinémas présentant des films québécois.

## **2. Tirer un meilleur parti du réseau des salles de cinéma et de l'équipement numérique mis en place au cours des dernières années.**

Dans la foulée de la transition effectuée vers la projection numérique des films, les salles de cinéma sont désormais équipées de receveurs satellites, dont le potentiel pourrait donner lieu à d'autres types d'exploitation en salles. Les exploitants de salles pourraient former un réseau de présentation de contenu alternatif québécois, et offrir une nouvelle plateforme de diffusion pour le talent d'ici.

Il existe quantité d'événements culturels déjà captés en temps réel qui pourraient être retransmis à travers le réseau des salles de cinéma. Ces événements, qu'on pense par exemple aux rencontres de Fred Pellerin avec l'Orchestre symphonique de Montréal, pourraient être diffusés en région et en temps réel. Pensons encore au fameux ballet *Casse-Noisette*, repris chaque année durant le temps des Fêtes à la Place des Arts de Montréal. Ce ne sont que des exemples de manifestations culturelles qui pourraient connaître un rayonnement accru grâce à la participation des salles de cinéma. À l'exemple des retransmissions des opéras du *Metropolitan* les weekends en matinée, ces retransmissions pourraient permettre à quantité d'événements et d'œuvres culturels de rejoindre un plus vaste public sur l'ensemble du territoire. Au Québec, les salles de cinéma représentent, depuis plus de cent ans, des lieux culturels rassembleurs et des points de repère importants au sein de leur communauté.

Pourquoi ne pas miser sur une exploitation élargie de ces infrastructures indispensables au Québec? La SODEC pourrait devenir la bougie d'allumage d'un tel projet.

#### **4. En conclusion**

Au cours des 15 dernières années, les nouvelles technologies numériques ont transformé profondément l'environnement dans lequel s'effectue la diffusion des films au Québec et partout ailleurs. Si les nouvelles technologies facilitent indéniablement l'accès à un plus grand nombre d'œuvres cinématographiques, le réseau québécois des salles de cinéma demeure toutefois un actif incontournable pour favoriser l'accès du public au cinéma sur grand écran et vivre cette expérience unique.

Principale vitrine du cinéma québécois, la diffusion en salle des films d'ici demeure la grande oubliée malgré son importance dans notre industrie cinématographique, et plus spécifiquement en région, là où le public est particulièrement réceptif au cinéma québécois.

Toutefois, les nombreux films québécois produits chaque année ne bénéficient pas tous nécessairement d'une sortie sur grand écran, pour de multiples raisons liées aux aspects de rentabilité, d'accessibilité et de commercialisation. Dans la mise en œuvre de sa nouvelle politique culturelle, le Québec gagnerait à soutenir de façon plus active le volet diffusion de sa production cinématographique, car sans une diffusion adéquate, les films québécois peinent à rejoindre leur public. Le réseau des salles de cinéma du Québec représente un actif dont le potentiel est sous-estimé à l'heure actuelle dans les programmes de la SODEC.

Par ce mémoire, nous souhaitons sensibiliser le ministre de la Culture et des Communications et le comité-conseil mis sur pied par le gouvernement du Québec à l'importance et au rôle essentiel de la diffusion sur grand écran. L'appropriation par le public de sa cinématographie nationale est incontournable dans la chaîne de production de l'industrie du cinéma du Québec. Les propriétaires de salles de cinéma souhaitent élargir la diffusion du cinéma québécois et contribuer à son rayonnement. À titre d'acteurs de premier plan, ils peuvent collaborer activement aux solutions qui favoriseront la croissance et la rentabilité de notre cinéma, ici et sur les marchés canadien et étrangers.