



Patrimoine
canadien

Canadian
Heritage

Le marché du cinéma et de la télévision à Hong Kong

*préparé par
Pete Read, Fusion Consulting*

Décembre 2005

Le ministère du Patrimoine canadien, par le programme des Routes commerciales, a commandé ce rapport. Les opinions exprimées sont celles de l'auteur et ne reflètent pas nécessairement le point de vue du ministère du Patrimoine canadien.

© Sa Majesté la Reine du Chef du
Canada, 2005
N° de catalogue : CH4-115/1-2006F-PDF
ISBN 0-662-72241-8

Canada

TABLE DES MATIÈRES

1. SURVOL DU MARCHÉ.....	3
1.1 Facteurs clés qui façonnent la croissance du marché	5
1.2 Possibilités pour les entreprises canadiennes	7
1.3 Projets en cours et prévus	8
2. ENVIRONNEMENT CONCURRENTIEL	8
2.1 Capacités locales.....	8
2.2 Liens avec la Chine continentale	9
2.3 Concurrence étrangère.....	10
2.4 Tendances régionales et internationales	11
3. CLIENTÈLE.....	11
3.1 Structure de l'industrie	11
3.2 Liste des entreprises.....	13
3.3 Organisations gouvernementales concernées.....	22
3.4 Émissions achetées en Occident.....	23
4. LOGISTIQUE DU MARCHÉ.....	23
4.1 Canaux de distribution	23
4.2 Facteurs relatifs à l'accès au marché	24
4.3 Pratiques commerciales suggérées.....	24
4.4 Réglementation de l'importation	25
4.5 Normes, certificats ou règlements locaux	25
5. ACTIVITÉS DE PROMOTION.....	26
6. PERSONNES-RESSOURCES GOUVERNEMENTALES.....	26

1. SURVOL DU MARCHÉ

L'industrie cinématographique à Hong Kong est une des plus vibrantes et dynamiques d'Asie. La popularité des productions cinématographiques de Hong Kong a constamment progressé au cours des dernières années et ce, même dans les pays européens et nord-américains non sinophones. L'industrie a connu une période de grande prospérité au début des années 1990, pour atteindre une période de pointe en 1992 en réalisant des recettes sans précédent dans les salles de cinémas de l'ordre de 199 millions de \$US¹; cependant, l'industrie a vécu, durant la deuxième moitié des années 1990, un recul douloureux, en grande partie déclenché par la crise financière asiatique en 1997.

Au cours de cette même période, l'industrie a dû composer avec la grande popularité d'options peu coûteuses de divertissement, notamment le VCD et le DVD. Ces technologies de disque numérique particulièrement propices à la reproduction massive sont devenues très populaires en Asie, en surpassant de loin l'utilisation de son prédécesseur, la technologie VHS.

La baisse d'achalandage dans les salles de cinéma a réduit la valeur totale des capitaux disponibles pour les producteurs de films. Depuis 1993, les capitaux avancés ou de lancement – provenant en général d'investisseurs étrangers – ont diminué d'un pourcentage élevé de coûts de production de 30 % à seulement 5 %. Bon nombre de producteurs indépendants, sans l'appui financier des principales maisons de production, se sont retrouvés en difficulté financière et ils ont finalement mis fin à leurs activités. L'industrie cinématographique de Hong Kong a, par conséquent, connu une période de crise pendant quelques années et elle a, dans un certain sens, perdu son ancienne gloire.

En regardant vers l'avenir, l'industrie cinématographique devrait se rétablir, même lentement, en raison de la reprise continue de la région par suite de la crise financière et d'un solide soutien gouvernemental. L'industrie locale a produit 77 titres en 2003, 2 % du nombre total des titres, ce qui la place parmi les 20 premiers pays au monde. En 2004, les recettes totales des salles de cinéma ont atteint 118 millions de \$US², une augmentation de 6,7 % par rapport à 2003.

La télévision (TV) représente un marché appréciable à Hong Kong, en raison de sa clientèle de base évaluée à 2,2 millions de ménages³ (à un taux de pénétration de la TV de 99 %). Il existe actuellement plus de 200 canaux de télévision locaux et régionaux (principalement des canaux de télévision payante) qui diffusent en cantonnais, en mandarin et en anglais. Le marché de la télédiffusion comprend des fournisseurs de services terrestres, par câble, par satellite et à large bande, mais il est dominé en ce qui a trait à l'ensemble de téléspectateurs par la télévision domestique terrestre, dont le principal acteur est Television Broadcasts Limited (TVB).

¹ Département des statistiques censitaires de Hong Kong, 2004.

² *Ibidem*.

³ Entrevues avec les représentants de l'industrie, 2005.

La télédiffusion de productions cinématographiques est considérée comme la « troisième fenêtre » des producteurs de films et des investisseurs (la « première fenêtre » est la salle de cinéma et la « deuxième fenêtre » est la vente de VCD/DVD). Depuis la fin des années 1990, la câblodiffusion et la vidéo-sur-demande constituent une nouvelle plate-forme intéressante pour l'industrie cinématographique, en plus des stations de télévision terrestres. Les films télévisés attirent un vaste auditoire et ils sont devenus un important outil de marketing pour les exploitants de la télévision terrestre et de la télévision payante.

La numérisation du contenu audiovisuel constitue le plus récent développement dans l'industrie du divertissement médiatique, y compris l'évolution dans l'animation et la convergence du multimédia, autrement dit l'utilisation accrue de nouveaux véhicules tels qu'Internet et le téléphone cellulaire pour distribuer un contenu audiovisuel et pour le personnaliser pour le spectateur. Hong Kong prétend qu'on y trouve les meilleures capacités de design et de réseautage multimédias de la région. Par exemple, la maison d'animation numérique Imagi International de Hong Kong a collaboré avec DreamWorks à la production du film *Shrek 2* et de la série télévisée américaine *Father of the Pride*.

Ces tendances ouvrent la voie à de nouvelles possibilités d'affaires, par exemple les marchés internationaux d'effets spéciaux dans les productions cinématographiques étrangères et, au niveau local, le contenu payé élaboré expressément pour le téléphone cellulaire. Ces possibilités donneront sans doute un bon élan à l'industrie dans un avenir rapproché.

L'économie de Hong Kong a continué de montrer une croissance positive consécutive au cours des deux dernières années, avec un produit intérieur brut (PIB) qui a augmenté de 8,2%⁴ au cours du troisième trimestre de l'année 2005. La croissance est à large assise, poussée par la croissance des exportations, la hausse du pouvoir de dépenser du consommateur déclenché par l'amélioration du marché du travail et le sentiment positif généralisé, ainsi que par l'investissement direct étranger accru. La prévision officielle de la croissance du PIB pour l'année 2005 a été révisée à 7 %⁵. En regardant vers l'avenir, l'économie devrait continuer de croître en 2006, mais à un taux plus durable de 4,0 à 4,5 %⁶, pour mieux correspondre à la croissance réelle projetée quelque peu inférieure en Chine.

En 2004, Hong Kong comptait une population de 6,9 millions d'habitants⁷, dont 95 % sont des Chinois ethniques. Plus de 500 000 étrangers résident à Hong Kong; les trois principales nationalités étrangères sont les Philippins, les Indonésiens et les Américains. Le cantonais est la langue officielle locale parlée par la majorité des habitants. En règle générale, la langue anglaise est comprise, sauf par les groupes dont le statut socioéconomique est bas, mais la langue anglaise est en général moins parlée.

⁴ Département des statistiques censitaires de Hong Kong, 2005.

⁵ *Ibidem*.

⁶ Prévisions de l'Economist Intelligence Unit, 2005.

⁷ Département des statistiques censitaires de Hong Kong, 2005.

1.1 Facteurs clés qui façonnent la croissance du marché

CINÉMA

Soutien gouvernemental : Le gouvernement de Hong Kong soutient activement l'industrie cinématographique et il en fait la promotion depuis 1998, notamment en créant le Film Services Office (FSO) pour faciliter la production cinématographique et le Film Guarantee Fund pour fournir une aide financière aux entreprises de production cinématographique de Hong Kong (une entreprise doit avoir produit deux films au cours des dix dernières années pour être admissible à l'aide financière). Les efforts gouvernementaux seront sans doute poursuivis, car le pays vise à conserver sa réputation de principal centre de production cinématographique d'Asie.

Possibilités en vertu de l'accord CEPA : CEPA est un accord commercial conclu entre la Chine continentale et Hong Kong qui accorde à ce dernier un libre accès au marché chinois. L'accord CEPA a ouvert une toute nouvelle fenêtre de possibilités pour les entreprises de production cinématographique de Hong Kong, y compris la commercialisation et la distribution des films directement en Chine. Par conséquent, les entreprises étrangères, entre autres canadiennes, peuvent désormais également profiter des avantages de l'ouverture du marché chinois en s'associant aux entreprises de Hong Kong pour les productions en langue chinoise et pour la distribution d'un contenu fabriqué à Hong Kong (l'accès demeure restreint pour les films purement étrangers).

Confiance accrue de l'industrie en raison de l'ouverture d'un marché chinois prometteur : Selon une enquête demandée par le Hong Kong Trade Development Council dans le cadre de FILMART 2005 (un événement cinématographique annuel) qui rassemblait des exposants et des visiteurs, plus de 70 % des entreprises⁸ mentionnent que la Chine représente le marché le plus prometteur pour l'industrie cinématographique de Hong Kong; la majorité des entreprises envisagent une expansion à Hong Kong ou en Chine. Cette confiance pourrait vraisemblablement encourager un apport supplémentaire de fonds pour l'industrie cinématographique de Hong Kong.

Meilleure reconnaissance du talent de Hong Kong à l'échelle mondiale : Certains films, réalisateurs et acteurs de Hong Kong sont de plus en plus reconnus sur le plan international en raison de leur créativité et de la qualité des productions. Le film intitulé *Crouching Tiger, Hidden Dragon*, qui a beaucoup utilisé le talent de l'industrie de Hong Kong, a mérité plusieurs oscars, en plus de remporter des succès de salle sans précédent aux É.-U. Cette réussite pourrait engendrer d'autres demandes de films produits à Hong Kong.

Piratage : Même si les perspectives de croissance peuvent sembler prometteuses en raison de divers catalyseurs, le problème de piratage demeure une contrainte clé pour la croissance. Le piratage demeure un problème incontrôlé pour l'industrie du cinéma et de la télévision de Hong Kong et de la région. Pour le cinéma, les VCD et les DVD des plus récents films sont disponibles à bon prix; de plus, comme partout ailleurs sur la

⁸ Hong Kong Trade Development Council, 2005.

planète, les productions cinématographiques et les séries télévisées sont téléchargées illégalement à l'aide de réseaux d'homologues qui utilisent Internet. L'application légale visant à protéger les droits de propriété intellectuelle des films et des émissions télévisées est cruciale pour veiller à ne compromettre qu'au minimum les perspectives de croissance.

TÉLÉVISION

Augmentation des recettes publicitaires : La publicité est une source essentielle de recettes pour l'industrie de la télévision. Le véhicule de télévision terrestre représente plus de 35 % des dépenses totales en publicité de tous les médias; la télévision payante représente 6,6 %. Les dépenses combinées pour la télévision terrestre et la télévision payante ont atteint la somme de 2,1 milliards de \$US en 2004⁹, une augmentation de 9,5 % par rapport à 2003. Même si la publicité sur la télévision terrestre demeure relativement stable, la câblodiffusion a connu une hausse de recettes de publicité de l'ordre de 63 % en raison de l'augmentation du nombre d'abonnés. La perspective de croissance positive dans les dépenses de publicité, tandis que l'économie continue son rétablissement, devrait donner à l'industrie de la télévision un essor au cours des prochaines années.

Commandites des émissions télévisées : Sauf pour les recettes de temps d'antenne générées par la publicité, l'industrie de la télévision locale a exercé de pressions musclées pour augmenter la commandite des émissions télévisées. Le gouvernement de Hong Kong a détendu les restrictions de commandite pour les dramatiques et la publicité financière pour les émissions télévisées en 2004. Cette mesure a généré une croissance robuste et des hausses de recettes autres que celles générées par le temps d'antenne pour les stations de télévision. Les nouvelles dispositions de commandite présentent de nouvelles possibilités d'affaires, des genres d'émissions plus diversifiés et des recettes supplémentaires pour les stations de télévision et ainsi leur permettre de dépenser davantage sur le contenu et le marketing. Cette hausse de recettes et de dépenses devrait élargir la sélection d'émissions qui, à son tour, augmentera le nombre de téléspectateurs.

Possibilités en vertu de l'accord CEPA : L'accord CEPA prévoit l'élimination des restrictions sur la quantité et le temps de diffusion pour les émissions télévisées coproduites par la Chine et Hong Kong.

Piratage : L'utilisation illégale des services de câblodistribution a contribué à une perte de recettes évaluée à 24,3 millions de \$US¹⁰ en 2004.

⁹ Nielsen Media Research, 2005.

¹⁰ Cable and Satellite Broadcasting Association of Asia (CASBAA), 2005.

1.2 Possibilités pour les entreprises canadiennes

CINÉMA

La libéralisation du marché chinois se traduira par une demande accrue de productions cinématographiques. Hong Kong profite de nouvelles possibilités de partenariat commercial avec les entreprises admissibles aux termes de l'accord CEPA. Les entreprises de productions cinématographiques peuvent désormais non seulement accéder au marché de Hong Kong, mais aussi utiliser Hong Kong à titre d'éventuelle passerelle dans le marché chinois. Le gouvernement de Hong Kong favorise plus particulièrement les partenariats étrangers à cet égard et il encourage fortement l'apport de créativité et de talent étranger.

Il est cependant important de préciser que les films américains ou les productions hollywoodiennes demeurent les plus populaires auprès de l'auditoire local. La distribution de productions britanniques, allemandes et françaises à Hong Kong a toujours été difficile en raison d'une plus faible demande. Les consulats allemand et français font davantage la promotion de leurs productions dans un marché à créneaux par l'entremise de festivals de films organisés par le Film Program Office du Leisure and Cultural Services Department.

TÉLÉVISION

Les habitudes des téléspectateurs de Hong Kong semblent orientées vers les émissions locales (en grande partie des émissions en langue cantonaise) et les feuilletons produits dans d'autres pays asiatiques. Les deux principaux diffuseurs terrestres sont tenus, par règlement, d'inclure une station en langue anglaise dans leur grille. La station en langue anglaise n'est cependant pas populaire, car la majorité de la population parle le cantonnais et non l'anglais. Les films télévisés (plus particulièrement les superproductions hollywoodiennes) obtiennent habituellement le meilleur classement parmi les émissions télévisées de langue anglaise.

Les préférences locales et la langue parlée représentent donc deux facteurs primordiaux pour les fournisseurs d'émissions étrangères. Les meilleures perspectives résident peut-être dans la coproduction, l'exportation et l'aide financière.

Le siège social régional de plusieurs émissions mondiales et régionales transmises par télévision payante est basé à Hong Kong, ce qui offre une autre éventuelle voie de possibilité pour les entreprises canadiennes, y compris les chaînes telles que BBC, National Geographic Channel, STAR TV, Turner et Walt Disney/Buena Vista. L'autre principal centre de sièges sociaux asiatiques des entreprises de télévision payante est à Singapour.

1.3 Projets en cours et prévus

Un documentaire télévisé en cinq parties, coproduit par Rogers OMNI Television et le Bureau économique et commercial de Hong Kong, Canada (BECHK), en collaboration avec le Hong Kong Tourism Board, devrait être présenté entre le 28 octobre et le 27 novembre 2005, à 21 h sur OMNI Television (Toronto).

La série intitulée « *The Hong Kong Connection – Canada and the New China* » combine des séquences filmées à Hong Kong, en Chine et au Canada et elle met en évidence les relations économiques et culturelles florissantes entre les trois pays.

Tony Wong, du Toronto Star, présente la version anglaise de ce documentaire télévisé et le présentateur chevronné David Wang traite la version cantonaise. Ce documentaire couvre les sujets suivants :

- ◆ Contributions canadiennes au développement économique de Hong Kong et de la Chine;
- ◆ Position de Hong Kong à titre de centre économique et commercial de premier plan au monde;
- ◆ Commerce du tourisme et du divertissement à Hong Kong;
- ◆ Diverses industries qui prospèrent non seulement au niveau national, mais qui ont également une incidence sur la société canadienne.

2. ENVIRONNEMENT CONCURRENTIEL

2.1 Capacités locales

CINÉMA

Hong Kong a produit 77 films¹¹ en 2003. Durant la période de forte croissance du début des années 1990, Hong Kong a produit jusqu'à 300 films par année.

En matière de volume, les principaux genres de films sont (1) les films d'action/de kung fu; (2) les comédies; (3) les films d'animation et (4) les films dramatiques.

En dépit du ralentissement de l'industrie et de la baisse de production de films des dernières années, les films produits à Hong Kong conservent toujours leur lustre distinctif, leur identité culturelle et leur caractère. De plus en plus de films et de talents locaux profitent de cette réussite commerciale sans précédent sur la scène internationale. Les réalisateurs et les acteurs, notamment Ann Hui, Wong Kar Wai, John Woo, Chow Yun Fat et Jackie Chan sont de plus en plus reconnus.

Le secteur local de l'industrie cinématographique est de nature très fragmentée et entrepreneuriale. Cette situation est perçue comme une force en matière d'innovation et de réalisation, mais elle peut en plus être une faiblesse en matière de pouvoir de marché, de financement et de ressources.

¹¹ Département des statistiques censitaires de Hong Kong, 2004.

TÉLÉVISION

Il existe deux principaux télédiffuseurs de services terrestres gratuits à Hong Kong : Television Broadcasts Limited (TVB) et Asia Television Limited (ATV). TVB domine la production d'émissions locales en langue cantonaise. ATV produit aussi ses émissions en langue cantonaise à l'interne, mais d'une façon moins importante. Les deux diffuseurs présentent divers genres d'émissions (nouvelles télévisées, documentaires, actualités, séries dramatiques, émissions artistiques et culturelles et émissions pour enfants). TVB compte sur environ 70 % de l'auditoire total pour les services terrestres.

Très peu d'entreprises indépendantes produisent des émissions pour la télévision.

2.2 Liens avec la Chine continentale

Hong Kong a signé un Accord de partenariat économique resserré (CEPA) avec la Chine continentale; cet accord est entré en vigueur le 1^{er} janvier 2004. CEPA est un accord de libre échange qui donne à Hong Kong un libre accès au marché chinois pour une variété de produits et de services (y compris audiovisuels) et qui élimine divers anciens systèmes de contingentement pour faire avancer les engagements de la Chine envers l'Organisation mondiale du commerce (OMC).

CEPA a ouvert une toute nouvelle fenêtre de possibilités pour les entreprises cinématographiques de Hong Kong. Deux étapes de mise en œuvre sont déjà terminées (CEPA I et CEPA II); d'autres mesures de libéralisation de l'étape CEPA III devraient être mises en application en janvier 2006. À ce jour, les principaux avantages de CEPA pour l'industrie cinématographique de Hong Kong comprennent les éléments suivants :

- ◆ Les entreprises de Hong Kong pourront désormais commercialiser et distribuer leurs films directement en Chine;
- ◆ Les films en langue chinoise produits à Hong Kong ne sont pas assujettis à un contingent d'importation (un contingentement global de 20 films par année demeure en vigueur pour les autres films produits à l'étranger);
- ◆ Les entreprises de Hong Kong pourront construire leurs propres salles de cinéma en Chine et les rénover (les autres investisseurs étrangers peuvent former des coentreprises pour la construction et la rénovation des salles de cinéma en Chine, mais leur propriété maximale ne peut pas dépasser 49 %);
- ◆ Les films coproduits par Hong Kong et la Chine seront considérés comme étant domestiques, même si les scènes sont filmées à l'extérieur de la Chine;
- ◆ Les productions conjointes ne sont pas tenues de présenter des histoires axées sur la Chine.

De plus, CEPA prévoit l'élimination des restrictions relatives à la quantité et au temps de diffusion des émissions coproduites par la Chine et Hong Kong. Les entreprises de Hong Kong qui exploitent les réseaux de câblodistribution peuvent désormais choisir d'offrir des services techniques professionnels liés au réseau de câblodistribution dans la province de Guangdong, ce qui se traduit par un plus grand nombre de possibilités

d'emploi dans l'industrie de la télévision. Par suite de la mise en œuvre de l'étape CEPA III en 2006, les entreprises d'émissions dramatiques coproduites par la Chine et Hong Kong seront assujetties à des normes semblables (p. ex. sur le nombre d'épisodes) à celles qui sont appliquées pour les émissions dramatiques produites localement en Chine.

TVB vend actuellement ses émissions aux principaux diffuseurs de services terrestres et aux exploitants de la câblodistribution. TVB a également formé une coentreprise en Chine avec China Central Television (CCTV), le réseau de télévision national chinois qui domine l'industrie, pour l'achat, la vente et la distribution d'émissions à l'échelle mondiale et à l'ensemble de la Chine.

En 2002, ATV a obtenu les droits légaux de débarquement pour diffuser deux stations - ATV Home et ATV World - dans la province de Guangdong. ATV dessert désormais neuf grandes villes qui comptent un total de 80 millions de téléspectateurs en Chine.

2.3 Concurrence étrangère

CINÉMA

Les films étrangers importés constituent une importante caractéristique à Hong Kong. Les recettes totales des salles de cinéma pour les films occidentaux importés représentaient presque 54 % des recettes totales des salles de cinéma, c.-à-d. 108 millions de \$US¹² en 2004. En fait, les recettes des salles de cinéma pour les films importés ont surpassé celles des films cantonais produits localement depuis 1997.

Les films américains constituent environ 80 % du nombre total de films étrangers importés¹³ à Hong Kong; ces films sont préférés en raison de l'importance de leurs budgets, l'intrigue captivante de l'histoire, leurs thèmes universels, la réputation de leurs acteurs et réalisateurs et leurs effets audiovisuels avancés. Les superproductions cinématographiques américaines sont très populaires à Hong Kong, car trois des cinq meilleurs succès qui ont fait recette en 2004 étaient des films américains. La Corée du Sud, le Japon et la France sont les autres principales sources de films étrangers importés.

Au cours des dernières années, les films et les émissions dramatiques produits en Corée du Sud sont devenus de plus en plus populaires à Hong Kong et dans la région. Hong Kong importera sans doute plus de productions sud-coréennes dans les prochaines années.

TÉLÉVISION

Même si une importante proportion de la programmation télévisée terrestre est produite localement (principalement par TVB), les fournisseurs de télévision payante importent bon nombre d'émissions étrangères.

¹² Département des statistiques censitaires de Hong Kong, 2005.

¹³ *Ibidem*.

Habituellement, les thèmes d'émissions importées sont les suivants : nouvelles, divertissement, sports et documentaire. La majorité des émissions étrangères en langue anglaise proviennent d'Australie, des États-Unis et du Royaume-Uni. Les productions animées sont en grande partie importées du Japon, mais aussi de Taiwan.

Étant donné que le cantonais est la langue maternelle de la population, certaines émissions importées doivent être doublées en cantonais ou sous-titrées en caractères chinois (version traditionnelle, et non la version simplifiée utilisée en Chine continentale).

2.4 Tendances régionales et internationales

La numérisation du film et de la diffusion représente le plus récent développement dans l'industrie du divertissement médiatique. Cette numérisation aura des répercussions non seulement sur la façon de produire le contenu, mais aussi sur son mode de distribution. La numérisation permet l'enregistrement, l'entreposage et la transmission de l'information sont plus faciles, plus rapides et moins dispendieux.

L'évolution vers la numérisation fait partie des plans du gouvernement de Hong Kong pour faire avancer la position du territoire à titre de plaque tournante médiatique de l'Asie. Le gouvernement a imposé à TVB et à ATV le lancement de la télévision numérique terrestre (DTT) d'ici 2007.

3. CLIENTÈLE

3.1 Structure de l'industrie

CINÉMA

Les principaux acteurs de l'industrie cinématographique sont les producteurs de films, les distributeurs de films et les exploitants des salles de cinéma sont les principaux acteurs de l'industrie cinématographique. Cent cinquante-trois entreprises locales de production de films¹⁴ sont enregistrées auprès du Film Services Office (<http://www.fso-tela.gov.hk/dir/index.cfm>). La majorité des producteurs de films locaux traitent directement avec les chaînes de salles de cinéma pour le visionnement local des films, selon un mode de partage des recettes. De plus, les droits sur d'autres produits comme la bande magnétique, le VCD et le DVD (de même que les droits de télédiffusion) peuvent être vendus aux entreprises de distribution.

Hong Kong compte 57 salles de cinéma pour un total de 198 écrans¹⁵. Actuellement, les films étrangers sont présentés principalement dans les salles de cinéma des réseaux suivants de distribution de films de répertoire : United Artists, Broadway et Panasia Circuit. Les films locaux sont essentiellement distribués par Newport Circuit et Gala Film Distribution. Broadway compte 12 salles de cinéma sur le territoire, ce qui en fait le plus important réseau de distribution de films de Hong Kong.

¹⁴ Hong Kong Film Services Office (FSO), 2005.

¹⁵ *Ibidem*.

Cent douze distributeurs de films de Hong Kong sont enregistrés au Film Services Office.

Les gains des producteurs étrangers générés par la distribution d'un film à Hong Kong varient grandement en fonction du titre et de la popularité d'un film.

TÉLÉVISION

Les producteurs, les distributeurs et les diffuseurs sont les principaux acteurs du marché de la télévision.

Les émissions étrangères sont distribuées par l'entremise d'exploitants d'ensembles de canaux de télévision ou de représentants locaux de marketing et de distribution des entreprises de diffusion des canaux de télévision. STAR TV, propriété de News Corp., est un des plus importants distributeurs d'émissions de la région; il contrôle plus de 25 000 heures de contenu et il offre une variété d'options dans les domaines du divertissement, du sport, du film, de la musique, de l'actualité et du documentaire et ce, dans huit langues.

De plus, les distributeurs de produits vidéo mettent en circulation les films et les émissions télévisées sur VCD et DVD. Ce mode de distribution génère une deuxième source de recettes pour les producteurs de films et d'émissions télévisées.

Pour ce qui est de la diffusion, il existe actuellement quatre catégories de licences de diffuseur de services d'émissions télévisées : (1) service domestique gratuit pour les émissions télévisées qui cible et offre principalement la réception gratuite des canaux dans plus de 5 000 foyers de Hong Kong; (2) service domestique de télévision payante qui cible et offre principalement la réception des canaux dans plus de 5 000 foyers domestiques ou chambres d'hôtel de Hong Kong sur paiement de frais d'abonnement; (3) service non domestique pour les émissions télévisées qui ne se limite pas à Hong Kong, mais qui est requis en vertu des normes minimales locales; (4) autre service non domestique pour les émissions télévisées donnant lieu à une licence.

Une liste de tous les détenteurs de licence de diffusion d'émissions télévisées est présentée sur le site Web de la Broadcasting Authority, à l'adresse suivante : www.hkba.hk/en/.

Les diffuseurs (TVB et ATV) versent habituellement entre 5 000 \$US et 15 000 \$US par épisode pour une série télévisée étrangère comme un documentaire en six parties d'une heure par épisode. Pour une production impartie, les diffuseurs et les créateurs d'émissions versent à la région entre cinq et dix fois ces montants, ou même plus si, par exemple, une animation sophistiquée ou un talent bien connu sont nécessaires.

3.2 Liste des entreprises

Groupes d'entreprises cinématographiques

Trois principales entreprises cinématographiques contrôlent environ 75 % des écrans des salles de cinéma de Hong Kong et elles les exploitent à titre de distributeurs :

1. *United Artists*

Le réseau UA, propriété de Lark International, exploite 9 salles de cinéma pour un total de 63 écrans. De plus, UA exploite des salles de cinéma en Chine.

2. *Broadway*

Exploité par Edko Films Ltd., le réseau Broadway compte 12 salles de cinéma et 57 écrans sur l'ensemble du territoire.

3. *Golden Harvest*

Le réseau Golden Harvest produit et distribue des films, en plus d'exploiter des salles de cinéma. Il compte 6 salles de cinéma et 26 écrans.

Exploitants de salles de cinéma à Hong Kong, 2005	Sites	Écrans
Broadway	12	57
UA Cinemas	9	63
Golden Harvest (Gala Circuit)	6	26
Chinachem	6	16
Newport	10	13
AMC	1	11
Multiplex Cinema Ltd.	4	9
Autres	14	29
Total	57	197

Source : MPIA, Département des statistiques censitaires, 2005

Principales entreprises de production de films

1. *Applause Pictures*

Lancé en 2000, Applause Pictures a produit huit films qui ont porté fruit, notamment *The Eye* (co-produit avec le groupe MediaCorp Raintree Pictures de Singapour) qui a été vendu à 25 pays étrangers.

Personne-ressource : M^{me} Patricia CHENG
 Téléphone : (852) 2366 1622
 Courriel : mail@applausepictures.com
 Site Web : www.applausepictures.com

2. *Cine-Century Company*

L'entreprise créée en 1989 se spécialise dans la production de films et de séries dramatiques télévisées. L'entreprise entretient d'excellentes relations professionnelles avec les principales entreprises de production et de distribution de la Chine continentale en leur fournissant des émissions étrangères.

Personne-ressource : M. Ricky K. K. WONG
 Téléphone : (852) 2345 2983
 Courriel : cinecentury@on-nets.com
 Site Web : www.cinecentury.com.hk

3. *China Star Entertainment*

L'entreprise met l'accent sur les longs métrages, les émissions télévisées, ainsi que sur la production et la distribution de documentaires à l'intention des collectivités chinoises et expatriées d'Asie.

Personnes-ressources : M^{me} Tiffany CHEN
 M^{me} Ann HUNG
 M^{me} Ada LAM
 Téléphone : (852) 2313 1888
 Courriel : movie@chinastar.com.hk
 Site Web : www.chinastar.com.hk

4. *Columbia Pictures Film Production*

Columbia Pictures se spécialise dans la production de films.

Personnes-ressources : M^{me} Zerlina CHIU
 M^{me} Ann HUNG
 M^{me} Ada LAM
 Téléphone : (852) 2105 8888
 Courriel : zerlina_chiu@spe.sony.com
 Site Web : www.corporate.spe.sony.com

5. *Edko Films*

L'entreprise met l'accent sur la production et la distribution de films et sur la production de messages publicitaires; l'entreprise est propriétaire du réseau Broadway Circuit.

Personne-ressource : M^{me} Audrey LEE
 Téléphone : (852) 2529 3898
 Courriel : ekdofilm@hkstar.com

6. *Emperor Multimedia*

Une division de Emperor Group et une société inscrite à la bourse des valeurs mobilières de Hong Kong, l'entreprise produit des longs métrages, des séries télévisées et d'autres émissions qui ciblent les marchés de Hong Kong, d'Asie et internationaux.

Personne-ressource : M. Albert LEE
Téléphone : (852) 2835 6688
Site Web : www.emp-hk.com

7. *Film Power Co. Ltd.*

Créée en 2000, Film Power est une filiale de Shaw Brothers (HK) Ltd. La société est inscrite à la bourse des valeurs mobilières de Hong Kong. Elle est la seule entreprise de production de films de Hong Kong qui possède un studio et des installations internes de post-production qui peuvent être loués.

Personne-ressource : M. Lawrence Ka-hee WONG
Téléphone : (852) 2335 5111
Courriel : distribution@shawbrothers.com.hk

8. *Fortissimo Films*

Créée en 1991, Fortissimo Film Sales est une organisation internationale de vente de films, d'émissions télévisées et de bandes vidéo qui se spécialise dans la production, la présentation, la promotion et la distribution de longs métrages uniques, primés et innovateurs produits par les producteurs indépendants de films d'un peu partout au monde. Le siège social de l'entreprise est à Amsterdam; l'organisation exploite des bureaux à Hong Kong et à Londres, et elle compte des agents à Sydney, New York, Tokyo et Beijing. En août 2005, Fortissimo représentait près de 200 films d'un peu partout au monde, y compris des longs métrages, des longs métrages documentaires, des films d'animation et des courts métrages.

Personnes-ressources : M. Wouter BARENDRECHT (coprésident),
M. Michael Wener (coprésident),
M^{me} Winnie LAU (vice-présidente, ventes
internationales)
Téléphone : (852) 2311 8081
Courriel : info@fortissimo-hk.com
Site Web : www.fortissimofilms.com

9. *IFD Films and Arts Ltd.*

L'entreprise a été créée en 1973. Membre de l'Independent Film & Television Alliance (É.-U.), l'entreprise finance, produit et distribue des films, des séries télévisées et des films d'animation, en plus de se spécialiser dans la distribution mondiale de films d'action et de films d'animation pour enfants avec piste sonore en langue anglaise. IFD Films est propriétaire et producteur de plus de 200 titres de longs métrages, d'émissions télévisées et de films d'animation pour distribution mondiale.

Personne-ressource : M. Joseph LAI (PDG)
Téléphone : (852) 2730 0048
Courriel : ifd@ifdfilms.com
Site Web : www.ifdfilms.com

10. *Media Asia*

Créée en 1994, Media Asia se spécialise dans la production de films et de bandes vidéo et la distribution de productions cinématographiques en langue chinoise. Le groupe a produit ou cofinancé plus de 50 films en langue chinoise et il est propriétaire d'une cinémathèque contenant 20 films en langue chinoise produits à partir de 2001. De plus, l'entreprise distribue un portefeuille de 269 films en langue chinoise qui appartiennent à des tiers, titulaires d'un droit d'auteur. La clientèle des sous-distributeurs et des détenteurs de licence est répartie dans 30 pays.

Personnes-ressources : M. Jerry Wing-Leung LIU (PDG),
M. John Koon Nam CHONG
Téléphone : (852) 2314 4288
Courriel : jerryliu@mediaasia.com
Site Web : www.mediaasia.com

11. *Salon Films*

Salon Films se spécialise dans la production locale et étrangère de films. L'entreprise produit des longs métrages, des messages publicitaires, des vidéos et des films promotionnels et des documentaires.

Personnes-ressources : M. Charles WANG
M. Fred WANG
Téléphone : (852) 2338 0505 / 2338 6311 / 2336 6663
Courriel : salonhq@salonmedia.com
Site Web : www.salonmedia.com

Principaux distributeurs de films

1. Applause Pictures

Personne-ressource : M^{me} Patricia CHENG
Téléphone: (852) 2366 1622
Courriel : mail@applausepictures.com

2. Celestial Pictures

Une filiale d'Astro All Asia Networks plc., Celestial est un exploitant multimédias régional de télévision payante, d'exposition théâtrale, de radiodiffusion, d'édition, de loisirs, d'exploitation par satellite et de télécommunications. Cette entreprise de divertissement diversifié met l'accent sur les films en langues asiatiques, sur la production et la distribution d'émissions télévisées et sur l'exploitation de canaux de télévision. L'entreprise est propriétaire de la cinémathèque Shaw Brothers qui héberge la plus importante collection de films au monde et qui restaure actuellement les films de Shaw Brothers pour distribution mondiale de productions cinématographiques et de bandes vidéo. Celestial Pictures a lancé « Celestial Movies », un canal qui présente sans interruption des films chinois à Hong Kong, en Malaisie, à Singapour, au Brunei, en Indonésie et en Australie.

Personne-ressource : M. William Pfeiffer (PDG)
M. Patrick CHOW
Téléphone : (852) 2927 1111
Courriel : enquiry@celestialpictures.com
Site Web : www.celestialpictures.com

3. Edko Films

Personne-ressource : M^{me} Audrey LEE
Téléphone : (852) 2529 3898
Courriel : ekdofilm@hkstar.com

4. Gala Film Distribution

Une filiale de Golden Harvest Group, Gala est une société inscrite à la bourse des valeurs mobilières de Hong Kong. L'entreprise se spécialise dans la distribution des films chinois dans son réseau de salles de cinéma.

Personne-ressource : M^{me} Belinda TANG
Téléphone : (852) 2352 8222
Courriel : belinda_tang@goldenharvest.com
Site Web : www.goldenharvest.com

5. *Intercontinental Film Distributor*

Créé en 1969, Intercontinental est un des principaux distributeurs de films étrangers de Hong Kong. L'entreprise est le seul agent de distribution des films et des produits vidéo de Disney à Hong Kong. À titre de partenaire du géant du divertissement japonais Kadokawa Holdings, Intercontinental explore la possibilité de coproduire des films dans la région et de participer à des projets en Chine, aux termes de l'accord CEPA. Pour soutenir l'initiative iCinema, Intercontinental distribuerait un film par mois pour les services de téléchargement légitime. La majorité des films disponibles sont des films créneaux qui ne sont pas présentés dans les salles de cinémas commerciales locales.

Personne-ressource : M. Ringo Jesu (directeur général),
M. Perry Tung-leung YUNG, (directeur, développement des affaires),
M^{me} Nan WONG
Téléphone : (852) 2481 6693
Courriel : ifdl@intercontinental.com.hk

6. *Mei Ah Entertainment*

Créé en 1984 et inscrit à la bourse des valeurs mobilières de Hong Kong depuis 1993, Mei Ah est un des principaux distributeurs de bandes vidéo de Hong Kong; Mei Ah a distribué plusieurs milliers de titres sous format VCD et DVD. L'entreprise est un des principaux producteurs de films de Hong Kong avec plus de 100 titres depuis 1997. La cinémathèque de Mei Ah compte plus de 1 000 titres populaires; l'entreprise participe activement à l'octroi de sous-licences aux distributeurs et aux opérateurs de télévision étrangers. Le groupe participe activement à l'exploration de possibilités d'affaires en offrant un contenu IPTV à large bande à Hong Kong, à Taiwan en Chine continentale. L'entreprise fournit actuellement le canal de films MATV pour NOW TV de PCCW. Mei Ah a lancé le projet d'essai M@TV pour le téléchargement légitime et la distribution de films, afin de se disputer la faveur du consommateur dans le marché du divertissement.

Personne-ressource : M. Patrick TONG
Téléphone : (852) 2751 3388
Courriel : meiah@meiah.com
Site Web : www.meiah.com

7. *My Way Film Co. Ltd*

Créé en 1986, My Way Film Co., Ltd. se spécialise dans la production et la distribution des films produits à Hong Kong et à l'étranger. L'entreprise a produit plus de 200 films commerciaux (action et aventure, drames, mélodrames, documents érotiques), ainsi que plus de 200 heures de production de séries télévisées sur des légendes chinoises aux fins de distribution mondiale.

Personne-ressource : M. Jeremy K. CHEUNG
Téléphone : (852) 2397 7632
Courriel : myway@mywayfilm.com.hk
Site Web : www.mywayfilm.com.hk

8. *Panasia Films / Golden Harvest Entertainment Co. Ltd.*

Une filiale du Golden Harvest Group et une société inscrite à la bourse des valeurs mobilières de Hong Kong, l'entreprise se spécialise dans la distribution de films étrangers dans son réseau de salles de cinéma.

Personne-ressource : M^{me} Belinda TANG
Téléphone : (852) 2352 8222
Courriel : belinda_tang@goldenharvest.com
Site Web : www.goldenharvest.com

9. *UIP International Services B V*

UIP se spécialise dans la distribution des films produits par les studios Paramount et Universal à Hong Kong.

Personne-ressource : M^{me} Belinda TANG
Téléphone : (852) 2352 8222
Courriel : belinda_tang@goldenharvest.com
Site Web : www.goldenharvest.com

10. *Warner Bros*

L'entreprise se spécialise dans la distribution des films produits par les studios Warner Brothers à Hong Kong.

Personne-ressource : M^{me} Erlina SUHARJONO
Téléphone : (852) 3128 1200
Site Web : www.warnerbros.com

Deux principales associations représentent l'industrie cinématographique :

La Movie Producers and Distributors Association of Hong Kong Ltd (MPDA)

Personne-ressource : M. Raymong WONG, président
Téléphone : (852) 2710 9377

La Hong Kong, Kowloon & New Territories Motion Picture Industry Association Limited (MPIA).

Personne-ressource : M. Raymond CHOW, président
Téléphone : (852) 2311 2692

Télédiffuseurs de services domestiques gratuits sur les ondes

1. *Television Broadcasts Limited (TVB)*

Propriété privée de Sir Run Run Shaw et du Kerry Group, l'entreprise génère des profits supérieurs à 40 millions de \$US¹⁶ par année. TVB offre un canal en langue cantonaise (TVB Jade) et un canal en langue anglaise (TVB Pearl). De plus, TVB produit ses propres émissions en langue cantonaise. Sa licence de diffusion de services gratuits sur les ondes a été renouvelée jusqu'en 2015.

Personne-ressource : M. Ting Kwan HO (directeur et directeur général du groupe),
M. Shin Keung CHEONG (directeur général, diffusion)
Téléphone : (852) 2335 9123
Courriel : info@tvb.com
Site Web : www.tvb.com

2. *Asia Television Limited (ATV)*

ATV offre un canal en langue cantonaise (ATV Home) et un canal en langue anglaise (ATV World). ATV achète la majorité de ses séries dramatiques à Taiwan, en Corée du Sud et au Japon. Sa licence de diffusion de services gratuits sur les ondes a été renouvelée jusqu'en 2015.

Personne-ressource : Wing Kee CHAN (PDG)
Téléphone : (852) 2992 8888
Courriel : atv@atv.com.hk
Site Web : www.hkatv.com.hk

Exploitants de services domestiques d'émissions de télévision payante

1. *i-Cable Communications*

i-Cable, anciennement connu sous l'appellation Hong Kong Cable Television (HKCTV), est une entreprise de communication intégrée qui possède la seule licence de câblodistribution de Hong Kong. L'entreprise compte actuellement le plus grand nombre d'abonnés, soit 702 000 clients. i-Cable transmet 90 canaux à l'aide de son réseau de fibres coaxiales hybrides. La majorité des émissions diffusées sont importées. Sa licence de service de télévision payante est en vigueur jusqu'en 2017.

Personnes-ressources : M. Stephen Tin-hoiNG (PDG),
M. Siuming Y. M. Tsui (directeur exécutif, services de programmation)
Téléphone : (852) 2112 6868
Site Web : www.i-cablecomm.com

¹⁶ Museum of Broadcast Communications, 2005.

2. *PCCW NOW Broadband TV*

PCCW's NOW Broadband TV fournit à environ 500 000 abonnés un service de télévision multi-canaux sur son réseau téléphonique à l'aide d'une technologie LANA, en plus d'une variété de programmes interactifs et de plans de services de TV à la carte. En août 2004, PCCW a signé un contrat de trois ans avec Star Group pour s'assurer les droits exclusifs des réseaux ESPN et Star Sports. NOW TV a obtenu les droits exclusifs à long terme de STAR pour les canaux de films de genre western tels que Star Movies, HBO et Cinemax. Star devient le plus important fournisseur de contenu en offrant 14 canaux exclusivement à NOW. Comptant plus de 15 canaux de télévision gratuite et 57 canaux de télévision payante, NOW s'appuie sur un fournisseur de contenu étranger avec seulement 30 % d'émissions en langue chinoise. NOW élargit agressivement sa propre production originale de contenu en créant un canal de diffusion ininterrompue de nouvelles financières en langue chinoise. Au cours des 12 prochains mois, NOW offrira, à titre d'essai, la télévision à haute définition, l'enregistreur personnel de vidéos par réseau, la vidéo sur demande, les transactions en ligne et le jeu occasionnel. De plus, NOW TV a annoncé des plans d'exploration de possibilités d'affaires dans les marchés internationaux, par exemple avec l'Espagne par l'entremise de Telefonica.

Personnes-ressources : M. Alexander Anthony ARENA (directeur financier du groupe),
M. Paul BERRIMAN (chef, développement stratégique du marché)
Téléphone : (852) 2888-2888
Site Web : www.nowbroadbandtv.com

3. *Galaxy Satellite Broadcasting Limited*

Nouvel acteur depuis 2004, Galaxy offre 35 canaux transmis par satellite. Galaxy envisage de fournir ses services par réseau à large bande dans un avenir rapproché.

Personne-ressource : M. Danny Ying-chiu CHEUNG (gestionnaire supérieur)
Téléphone : (852) 2352 2461
Courriel : enquiry@gsb.com.hk
Site Web : www.supersun.com.hk

4. *Phoenix Satellite Television Holdings*

Phoenix TV est un diffuseur de services de télévision par satellite basé à Hong Kong et inscrit à la bourse; il offre des canaux de nouvelles, d'information et de divertissement dans la région de la Chine élargie, en Asie du Sud-est, en Australasie, en Europe et aux États-Unis. Phoenix est une coentreprise qui regroupe STAR TV, Today's Asia Ltd. et China Wise International Ltd. L'entreprise atteint 42 millions de ménages et 140 millions de téléspectateurs. Phoenix diffuse en mandarin et cible la population chinoise de la Chine continentale et de la collectivité expatriée à l'échelle mondiale. L'entreprise offre, sur 5 canaux, un mélange d'émissions (nouvelles politiques et économiques, actualités, émissions-débats, mini-séries, musique et films d'origine chinoise et étrangère).

Personnes-ressources : M. Changle LIU (PDG),
M. Keung CHUI (directeur exécutif et adjoint au chef
de direction)
Téléphone : (852) 2621 9888
Courriel : info@phoenixtv.com
Site Web : www.phoenixtv.com

Exploitants de services non domestiques d'émissions télévisées

1. *Starvision Hong Kong Limited (Star TV)*

Starvision offre 4 canaux à Hong Kong à l'aide d'un système d'antenne réceptrice commune par satellite. Starvision est le principal exploitant de services non domestiques d'émissions télévisées de Hong Kong. Il existe actuellement 13 autres exploitants à Hong Kong.

Téléphone : (852) 2621 8888
Courriel : csmail@startv.com

Diffuseurs d'émissions de télévision payante

Les fournisseurs de télévision payante offrent pas moins de 200 canaux à Hong Kong. À la fin de l'année 2004, ils comptaient un total de 987 000 abonnés au service de télévision payante¹⁷.

Les diffuseurs internationaux tels que Bloomberg, BBC Worldwide Ltd., CNN International, China Entertainment Television Broadcasting, CNBC Asia, Discovery Asia, Walt Disney Television International, MTV Asia, National Geographic Channel Asia et Turner ont ouvert des bureaux locaux à Hong Kong, même si certains ont un siège social régional à Singapour.

3.3 Organisations gouvernementales concernées

Hong Kong Television and Entertainment Licensing Authority est l'organisme de réglementation responsable de surveiller les émissions diffusées, de censurer les films et d'approuver les licences.

La Broadcasting Authority (BA) est une commission réglementaire indépendante qui a été créée pour superviser la réglementation de l'industrie de la diffusion à Hong Kong. Le rôle de la BA est d'aider les diffuseurs et les intervenants de l'industrie et de veiller à ce que la collectivité reçoive un vaste éventail d'émissions et de services de qualité qui respectent les normes internationales.

¹⁷ Rapport d'étude des exploitants de Fusion Consulting/Television Asia pay-TV, 2004.

3.4 Émissions achetées en Occident

Pour ce qui est des films, Hong Kong importe en grande partie des films d'action américains; les comédies sont des films populaires.

Pour la télévision, le canal en langue anglaise de TVB (TVB Pearl) achète la majorité des émissions (actualités, drames, films, documentaires et sports) des studios hollywoodiens, des réseaux de télévision américains et de la BBC. Le canal en langue anglaise d'ATV (ATV World) diffuse des émissions-débats, des documentaires, des émissions de sport et de divertissement qui proviennent aussi en grande partie des studios hollywoodiens, des réseaux de télévision américains et de la BBC. La majorité des tranches d'heures de grande écoute de TVB Pearl sont occupées par les émissions vérités, les séries dramatiques et les productions cinématographiques américaines. Par contre, ATV World diffuse plus de documentaires.

4. LOGISTIQUE DU MARCHÉ

4.1 Canaux de distribution

Les films étrangers sont habituellement distribués par l'entremise de petites organisations indépendantes. Ces distributeurs obtiendront les droits exclusifs sur un film et ils approcheront les exploitants de salle de cinéma pour sa présentation commerciale.

Les émissions télévisées sont habituellement vendues directement aux exploitants de services terrestres tels que TVB et aux diffuseurs de service de télévision payante tels que le National Geographic Channel.

Les véhicules conventionnels de distribution de films au consommateur sont les salles de cinéma, la vidéo à domicile (VCD et DVD), la télévision et la câblodiffusion/le satellite. Les émissions télévisées sont principalement distribuées au consommateur par télévision terrestre et par câblodiffusion/satellite.

Conformément aux tendances mondiales, la convergence du multimédia, alimentée par la technologie numérique, crée de nouveaux véhicules de distribution pour les films et les émissions télévisées à Hong Kong. Internet devient un mode de plus en plus populaire de distribution de divertissement, et plus particulièrement pour les films et la musique, en raison d'une augmentation de l'acceptation d'Internet à large bande. NOW Broadband de PCCW est le premier exemple tangible de réussite commerciale dans ce domaine.

La technologie 3G a été lancée à Hong Kong et même si l'acceptation a été plus lente que prévue par l'acteur principal Hutchison (marque « 3 »), la téléphonie cellulaire émerge comme un nouveau véhicule de distribution pour les films et les émissions télévisées. Les télédiffuseurs peuvent transmettre leur émissions populaires à l'aide de la plate-forme mobile pour atteindre une plus grande clientèle.

TVB a déjà annoncé une coentreprise avec Nokia pour diffuser son signal aux combinés Nokia. Bloomberg a accepté d'offrir des nouvelles financières aux abonnés de téléphone cellulaire et CNBC fournit actuellement des nouvelles du monde des affaires et d'autres renseignements.

4.2 Facteurs relatifs à l'accès au marché

Le contenu occidental a été bien reçu à Hong Kong, plus particulièrement les productions cinématographiques hollywoodiennes. Les genres essai et philosophie sont moins populaires auprès des distributeurs et des exploitants de salles de cinéma. Cependant, certains établissements indépendants ont réussi à distribuer ailleurs qu'au grand public plusieurs films primés par les critiques.

Les producteurs de films canadiens devraient envisager la distribution de films à budget relativement peu élevé directement aux stations de télévision qui ont besoin d'un contenu nouveau et diversifié.

À part la vente aux exploitants de salles de cinéma, les producteurs de films canadiens devraient vendre leurs droits de distribution aux agents de Hong Kong pour sous-distribution à Hong Kong et en Asie et ce, pour minimiser l'éventuelle violation des droits d'auteur en limitant le nombre d'échantillons envoyés.

4.3 Pratiques commerciales suggérées

Hong Kong est une ville internationale où les affaires peuvent être concrétisées en langue anglaise, plus particulièrement avec les grandes entreprises. Pour la majorité du contenu étranger, la norme est le contact direct avec les distributeurs ou les stations de télévision.

Les cartes de visite sont échangées à chaque occasion et elles devraient être acceptées et remises à l'aide des deux mains. Sur réception d'une carte de visite, il est important de bien la lire et de la placer sur la table de réunion, plutôt que de la mettre dans une pochette ou un dossier. Les cartes de visite devraient, si possible, être imprimées avec une traduction chinoise au verso (à l'aide de caractères complets avec espaces comme à Taiwan, et non la version simplifiée utilisée en Chine continentale).

Le code vestimentaire à Hong Kong est le complet officiel avec veston et de préférence de couleur foncée.

Les rendez-vous devraient être pris bien à l'avance (plusieurs semaines, si possible) et il est très important d'arriver à l'heure pour une réunion. Tout retard doit être accompagné d'excuses.

À la première rencontre, le nom de famille doit être utilisé, précédé de « Monsieur » ou « Madame ». Les noms chinois commencent par le nom de famille (p. ex. dire « Madame Kwong » si le nom est Kwong Wing Lam). Plusieurs résidents plus jeunes de Hong Kong ont adopté un prénom en langue anglaise. Un certain pourcentage de menus propos est normal avant de parler affaires. L'approche « agressive » est mal reçue à Hong Kong.

D'autres conseils d'étiquette sont présentés à l'adresse suivante : www.executiveplanet.com/business-etiquette/Hong+Kong.html.

4.4 Réglementation de l'importation

Le gouvernement de Hong Kong, une des économies les plus libres de la planète, n'impose à aucun pays des restrictions, un contingentement ou des tarifs d'importation sur les films et les émissions télévisées.

4.5 Normes, certificats ou règlements locaux

Le bureau de révision, formé aux termes d'une Film Censorship Ordinance, est un organisme créé par une loi pour visionner et classer les films. Il existe trois catégories de films :

- ◆ Catégorie I : convenable pour tous les groupes d'âge
- ◆ Catégorie II :
 - IIA : non convenable pour les enfants
 - IIB : non convenable pour les jeunes enfants
- ◆ Catégorie III : réservé aux personnes âgées d'au moins 18 ans

La Broadcasting Authority (BA) est responsable de réglementer les diffuseurs à Hong Kong. Aucune organisation ne peut diffuser sans l'obtention préalable d'une licence délivrée par la BA. Un certain nombre de codes et de lignes directrices ont été établis pour veiller au respect des normes relatives aux émissions et à la publicité (les codes et les lignes directrices détaillés sont présentés à l'adresse suivante : www.hkba.hk/en/).

5. ACTIVITÉS DE PROMOTION

Événement/description	Organisateur
<p>FILMART (Hong Kong International TV and Film Market)</p> <p>Événement annuel présenté en juin Un congrès qui attire plus de 1 000 acheteurs commerciaux provenant de plus de 40 pays et régions aux fins de création de partenariats et de relations d'affaires et de discussion des plus récentes tendances du marché.</p> <p>Hong Kong International Film Festival (HKIFF)</p> <p>Événement annuel présenté à Pâques Un événement d'une durée de 16 jours qui présente des films produits un peu partout dans le monde.</p>	<p>Trade Development Council, Hong Kong Services Promotion Department</p> <p>Adresse postale : 38/F Office Tower, Convention Plaza 1 Harbour Rd, Wanchai, Hong Kong Téléphone : (852) 2584 4242 Télécopieur : (852) 2824 024 Hong Kong International Film Festival Office</p> <p>Adresse postale : 21/F, Sunshine Plaza 353 Lockhart Road, Wan Chai, Hong Kong Téléphone : (852) 2970 3300 Télécopieur : (852) 2970 3011 Courriel : info@hkiff.org.hk</p>

6. PERSONNES-RESSOURCES GOUVERNEMENTALES

<p>Television and Entertainment Licensing Authority</p> <p>Adresse postale : 39/F, Revenue Tower 5 Gloucester Road Wan Chai, Hong Kong Téléphone : (852) 2594 5883 Télécopieur : (852) 2507 3880 Courriel : enquiry@tela.gov.hk</p> <p>Film Services Office (FSO)</p> <p>Adresse postale : 40/F, Revenue Tower 5 Gloucester Road, Wan Chai, Hong Kong Téléphone : (852) 2594 5745 Télécopieur : (852) 2824 0595 Courriel : info@fso-tela.gov.hk</p>	<p>Broadcasting Authority Secretariat a/s de Television and Entertainment Licensing</p> <p>Adresse postale : 39/F, Revenue Tower 5, Gloucester Road, Wanchai, Hong Kong</p> <p>Téléphone : (852) 2507 2219 Télécopieur : (852) 2594 5721</p>
---	---