

CEGIR

ETUDE SUR LES DELAIS DE DISPONIBILITE
DES VERSIONS FRANCAISES DES PRODUCTIONS AUDIO-VISUELLES
AMERICAINES AU CANADA

Etude réalisée pour le
Ministère des Communications

CEGIR
Mars 1985

QUEEN
P
91
.C655
E893314
1985

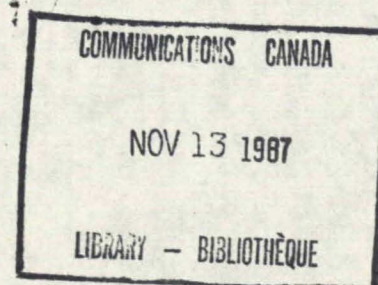
CEGIR

P
91
C655
E8933f
1985

1. / ETUDE SUR LES DELAIS DE DISPONIBILITE
DES VERSIONS FRANCAISES DES PRODUCTIONS AUDIO-VISUELLES
AMERICAINES AU CANADA /

Etude réalisée pour le
Ministère des Communications

CEGIR
Mars 1985



P
91
C655

DD 5657010
DL 7539420

COMMUNICATIONS
E8933f
NOV 1985
LIBRARY - BIRNBOURNE

Cette étude a été réalisée entre le 27 février et le 25 mars 1985, par Hélène Lapointe et Ginette Loiselle sous la direction de Monsieur André Maisonneuve, vice-président de CEGIR.

SOMMAIRE

| | <u>PAGE</u> |
|--|-------------|
| 1. INTRODUCTION ET SYNTHESE | 1 |
| 1.1 Objectif de l'étude | 1 |
| 1.2 Aspects méthodologiques | 1 |
| 1.3 Synthèse | 2 |
| 2. PRESENTATION DES DELAIS DE DISPONIBILITE | 4 |
| 2.1 Evaluation des délais techniques de doublage | 4 |
| 2.2 Evaluation des délais réels de disponibilité | 6 |
| 3. ANALYSE DE LA SITUATION LES FACTEURS INFLUENTS | 8 |
| 4. ANALYSE DES DELAIS POUR CHAQUE TYPE DE PRODUCTION | 13 |
| 4.1 Les longs métrages en salle | 13 |
| 4.2 Les vidéocassettes | 22 |
| 4.3 Les séries à la télévision | 29 |
| 4.4 Les mini-séries à la télévision | 36 |
| 4.5 Les longs métrages à la télévision | 38 |
| 5. CONCLUSIONS | 43 |

CEGIR

ANNEXES

- ANNEXE A - DESCRIPTION DES TERMES DU TABLEAU 1
- ANNEXE B - METHODOLOGIE SE RAPPORTANT A LA MESURE
DES DELAIS
- ANNEXE C - LISTE DES LONGS METRAGES DE L'ECHANTILLON
ET MESURE DES DELAIS
- ANNEXE D - LISTE DES VIDEOCASSETTES DE L'ECHANTILLON
ET MESURE DES DELAIS
- ANNEXE E - LISTE DES SERIES ET MINI-SERIES DE
L'ECHANTILLON ET MESURE DES DELAIS
- ANNEXE F - L'INDUSTRIE QUEBECOISE DU DOUBLAGE
- ANNEXE G - LISTE DES PERSONNES RENCONTREES EN ENTREVUE

1. INTRODUCTION

1.1 Objectif de l'étude

L'objectif principal de cette étude était de déterminer et d'expliquer l'origine des délais de disponibilité entre les versions originales et les versions françaises des produits audio-visuels américains au Canada, et ce, afin d'envisager des options réalistes pouvant réduire ces délais.

Nous entendons par délai de disponibilité, le laps de temps entre l'accessibilité à la version originale et la version française pour le public francophone. Les produits audio-visuels américains considérés dans cette étude sont les longs métrages en salle, les vidéocassettes, les séries et mini-séries télévisuelles ⁽¹⁾. Bien que ne faisant pas partie du mandat, les longs métrages à la télévision ont été considérés à cause de la place qu'ils occupent à l'écran et de l'intérêt que leur portent les téléspectateurs.

1.2 Aspects méthodologiques

La réalisation de l'étude s'est effectuée en 3 étapes:

- 1- Compilation des délais de disponibilité à partir d'un échantillon de titres pour chacun des produits. On retrouvera en annexe la description de la méthodologie utilisée pour cette étape.

(1) L'étude s'est attardée aux versions françaises des produits américains parce qu'ils représentent la très grande majorité des produits doublés en français et présentés au Québec.

- 2- Entrevues réalisées auprès de dirigeants d'entreprises impliquées dans la distribution ou la diffusion de chacun des produits.
- 3- Analyse des informations recueillies.

1.3 Synthèse

Plusieurs types de délais entrent en jeu lorsqu'il s'agit d'évaluer l'écart de temps entre l'apparition d'une version originale et d'une version française d'un même produit américain.

Il y a d'abord un premier délai purement technique inhérent au processus du doublage de chacun de ces produits en version française. Cette première étape est généralement suivie des délais administratifs encourus par l'émission d'un visa d'exploitation de la version française, des délais d'obtention des droits et de commercialisation des productions en version française, la somme de ces délais étant ce que nous avons convenu d'appeler les délais de disponibilité.

De l'analyse de ces délais se dégagent les principales conclusions suivantes:

- 1- Les délais techniques du doublage proprement dit ne sont aucunement responsables de l'ampleur des délais de disponibilité des versions françaises.
- 2- Les délais sont largement liés à des considérations de marché et à la structure de l'industrie du long métrage et de la télévision en Amérique du Nord.

- 3- La France étant, pour les Etats-Unis, le premier client de versions françaises, la disponibilité des versions françaises au Québec dépend presque toujours des caractéristiques et des impératifs du marché français.

- 4- Les délais de disponibilité doivent être expliqués dans ce contexte de double dépendance des marchés américain et français. Par ailleurs, il se dégage plusieurs avenues de développement intéressantes, tant à l'intérieur du potentiel actuel du marché qu'au niveau des nouveaux produits et des nouvelles technologies.

2. PRÉSENTATION DES DÉLAIS DE DISPONIBILITÉ

2.1 Evaluation des délais techniques de doublage

Des entrevues réalisées auprès des dirigeants de trois des cinq plus importants studios de doublage à Montréal ont permis de déterminer le temps nécessaire à la réalisation de chacune des étapes techniques du doublage.⁽¹⁾

Le tableau I décrit le processus technique du doublage, étape par étape, et détermine le délai total moyen pour chacun des produits à l'étude.

Il semble que le doublage effectué au Québec soit comparable au doublage français en terme de qualité et de coût. La qualité de la langue française dans les doublages québécois est fort bonne et de standard parfois plus "international" que le niveau de langage utilisé en France⁽²⁾. Cependant, compte tenu du faible volume de production de doublage au Québec, le renouvellement des compétences des comédiens se fait plus difficilement.

Par ailleurs, les possibilités réalistes de réduire le délai technique sont limitées. Les personnes rencontrées ont proposé la possibilité d'intervenir à l'étape "adaptation/traduction" en augmentant le nombre de scripteurs et à l'étape "enregistrement" en augmentant le nombre d'heures de studio.

-
- (1) Voir annexe F pour une brève description de l'industrie québécoise du doublage.
- (2) Des intervenants ont souligné le fait que le niveau de langage "argot parisien" des films américains doublés est peut-être un facteur explicatif du peu de succès que remportent certains films auprès du public québécois.

TABLEAU I
DÉLAIS TECHNIQUES DE DOUBLAGE

| Produits Étapes | Détection | Adaptation traduction | Calligraphie | Plan de travail et recherche/ comédien | Répétition/ comédien | Enregistre- ment | Montage | Mixage | Copies | Délai total moyen |
|---------------------|--------------------------|----------------------------|--------------|---|---|-----------------------|-------------|------------------------|------------|--|
| Longs métrages | Min. 3 jrs Max. 7 jrs | Min. 1 sem. Max. 3 sem. | 3 jours | 3 à 4 jours | 1 semaine si néces- saire et selon le budget (se fait rare- ment) | 1 semaine | 2 à 4 jours | 1 à 9 jours | 2 ou 3 jrs | 3 à 5 sem. |
| Vidéo- cassettes | 2 à 4 jours | 2 à 5 jours | 1 à 2 jours | 2 à 3 jours | - | 2 jrs 1/2 | 1 à 2 jours | 1/2 jour | 2 ou 3 jrs | Doublage: 3 semaines Transfert: 2 jours |
| Mini-séries | 2 à 4 jours | 2 à 5 jours | 1 à 2 jours | 2 à 3 jours | - | 2 jours/ 2 jrs 1/2 | 1 à 2 jours | 5 h. | 2 ou 3 jrs | 2 mois pour une mini- série de 8 heures |
| Séries | 1 à 2 jours | 1 à 3 jours | 1/2 à 1 jr | 1 à 3 jours | - | 1/2 à 1 jr | 1/2 à 1 jr | 2 1/2 h. à 3 1/2 h. | 2 ou 3 jrs | 4-5 mois pour 39 demi-heures |

Source: Entrevues
Voir annexe A pour la description des termes.

Pratiquement, ces solutions ne sont pas vraiment envisageables puisqu'elles provoqueraient une augmentation des coûts de production. Notons que les prix pour le doublage d'un long métrage se situent entre 13,000\$ et 30,000\$, la moyenne étant entre 20,000\$ et 25,000\$. Les coûts de doublage d'une cassette sont semblables et varient selon la complexité du doublage à réaliser. Une série coûte en moyenne 5,000\$ la demi-heure.

Par ailleurs, ces solutions auraient un faible impact sur les délais de disponibilité des produits américains puisqu'ils sont majoritairement doublés en France.

2.2 Evaluation des délais réels de disponibilité

Les délais réels de disponibilité, outre les délais de doublage proprement dit, incluent également tout autre délai avant la mise en marché de la version française.

Les résultats des compilations des délais sont illustrés au tableau 2. Ceux qui sont imputables au processus technique ont été reportés dans ce tableau pour fin de comparaison. Ainsi on remarquera que les délais techniques ne représentent qu'une très faible partie des délais réels de disponibilité. **Il apparaît donc que c'est la commercialisation des produits doublés qui entraîne des délais importants.**

Les délais réels entre la version originale et la version française à Montréal sont de beaucoup supérieurs au temps nécessaire pour réaliser le doublage des produits. C'est dans le cas des séries à la télévision que l'écart entre le délai technique de doublage et le délai réel de disponibilité est le plus considérable. Pour le long métrage le délai réel varie entre 3 et 11 mois pour 88% des titres. Alors que pour les vidéocassettes et les mini-séries, le délai réel moyen est d'environ 6 mois.

TABLEAU 2

LES DÉLAIS DE DISPONIBILITÉ: DÉLAIS TECHNIQUES ET DÉLAIS RÉELS

| | Délais techniques de doublage ou de transfert | Délais réels entre VO et VF à Montréal |
|---------------|---|--|
| Long métrage | 3 à 5 semaines | 3 mois et plus pour 88% des films |
| Vidéocassette | 2 jours pour transférer sur "master" | Environ 6 mois |
| Mini-série | 2 mois (pour 8 hres) | Environ de 6 mois à 1 an |
| Série | 4 à 5 mois (pour 39 demi-heures) | Environ 3 ans |

Sources: Entrevues et compilation spéciale CEGIR.

3. ANALYSE DE LA SITUATION: LES FACTEURS INFLUENTS

La commercialisation des produits audio-visuels américains s'inscrit dans un contexte particulier propre au Québec de par sa situation géographique, linguistique et culturelle distincte. Ainsi toute une série de facteurs liés au contexte québécois ont une influence sur la commercialisation des produits audiovisuels américains et en définissent même, dans une certaine mesure, les règles du jeu.

C'est à la lumière de ces facteurs qu'il faut comprendre les délais de disponibilité puisque ceux-ci sont reliés de façon importante à la commercialisation plutôt qu'à des opérations techniques. Ces facteurs ne sont pas d'influence égale ou n'agissent pas tous en même temps. Cependant, chacun d'eux a une importance relative qu'il convient de décrire.

a. Facteurs économiques

Le Canada fait partie du marché domestique des Etats-Unis, pour les distributeurs américains. Ces compagnies dites "Majors" contrôlent donc, presque entièrement, la distribution et le marketing des produits américains au Canada. Economiquement, il s'agit d'un marché important pour les Etats-Unis puisque le Canada était, en 1983, le deuxième marché en importance⁽¹⁾ et en 1982, le premier. Pour la France, en 1983, le Canada se classe au septième rang des marchés pour l'exportation des longs métrages français⁽²⁾. Les six premiers étant, en ordre d'importance: la R.F.A. (incluant la R.D.A. et l'Autriche), les Etats-Unis, la Suisse, l'Italie, la Belgique et le Japon.

(1) Il s'agit des dernières statistiques disponibles (Motion Picture Export Association of America). En 1983, le Canada représentait pour les distributeurs américains des recettes de \$94,2 millions et c'est le Japon qui arrivait au premier rang.

(2) Dernières statistiques disponibles (Centre National de la Cinématographie).

Par ailleurs, le marché québécois de la version française est un marché restreint pour les Etats-Unis, et fort différent de l'ensemble du marché nord-américain. De plus, s'y attaquer représente pour les compagnies américaines, des coûts supplémentaires pour les lancements des produits en version française.

b. Facteurs légaux

En France, l'article 18 du décret du 18 janvier 1961 stipule que les films présentés en France doivent avoir été doublés sur le territoire de la Communauté Economique Européenne.

Cette loi protectionniste française est, de ce fait, restrictive à l'égard des films doublés au Québec et elle contraint les Américains à faire doubler leur produit en France pour s'assurer l'accès à ce marché. Cette loi rend le Québec dépendant de la France quant à la disponibilité des versions françaises.⁽¹⁾

De plus, en 1977, les syndicats français de "doubleurs" ont obtenu que les télédiffuseurs français ne présentent que des séries doublées en France. Cette restriction a eu des impacts très négatifs sur l'industrie québécoise du doublage et les représentants de cette industrie ont affirmé récemment leur intention de faire pression sur le CRTC, pour qu'il établisse une réglementation plus stricte pour les télédiffuseurs nationaux, au niveau du doublage canadien. L'Union des Artistes abonde aussi dans le sens d'une réglementation plus sévère qui ferait augmenter le nombre de produits télévisuels doublés au Canada.

(1) Depuis plusieurs années, des autorités canadiennes et québécoises ont engagé des négociations avec les responsables français, mais aucune entente n'a été conclue.

Par ailleurs, au Québec, l'article 83 de la loi 109 détermine que tout distributeur réclamant un visa pour une version autre que française doit assurer la Régie du Cinéma qu'une version française de ce même film sera disponible dans un délai raisonnable, sans quoi il se verra attribuer un visa temporaire de 60 jours pour l'exploitation de sa version originale.

Cet article pourrait avoir un impact positif quant à la réduction des délais de disponibilité des versions françaises mais, les dispositions de cette loi ne seront en vigueur que lorsque la Régie aura écrit les règlements s'y rapportant. Aucun indice ne nous permet de prévoir la publication de ces règlements à brève échéance.

D'autre part, certains articles de la loi 101 semblent pouvoir s'appliquer aux titres des versions françaises des films. Un litige récent entre un distributeur américain et l'Office de la langue française s'est conclu par le refus du distributeur à présenter sa version française sous le titre déterminé par l'Office.

Cette situation ne semble pas se produire régulièrement, mais il convient de la citer à titre d'exemple où la loi 101 peut avoir de l'impact sur la disponibilité des versions françaises.

c. Facteurs sociaux

Le Québec fait partie d'un environnement anglophone qui détermine les goûts et les habitudes de consommation de la population en matière de divertissement culturel. La demande pour les produits en version française est directement reliée à ce facteur.

d. Facteurs culturels

Au Québec la cinématographie nationale ne représente qu'une faible partie des films présentés. Par exemple en 1984, 5% des films présentés en primeur à Montréal étaient canadiens contre 95% de films étrangers (dont 47% étaient des films américains). Cette faiblesse de la cinématographie nationale laisse donc les portes grandes ouvertes aux produits étrangers.

Cette situation fait du Québec un marché qui a fortement besoin de versions françaises de produits étrangers, contrairement à la France qui en réclame beaucoup moins (le cinéma national en France représente 50% du box office). Le Québec, à la remorque du doublage français, est donc dépendant des besoins du marché français en matière de versions françaises de produits étrangers.

e. Facteurs politiques

- au plan provincial, la préservation et la défense du fait français se reflète dans le contexte légal;
- au plan international, il semble que les traditionnels rapports cordiaux d'échanges culturels avec la France soient difficiles à se matérialiser sur le plan économique. Par ailleurs, le Québec ne jouit pas d'un grand pouvoir de négociation avec les Etats-Unis. De ce fait, les pratiques commerciales traditionnelles des distributeurs américains dans le marché canadien sont difficiles à remettre en question.

f. Facteurs liés aux habitudes de consommation

Les grandes caractéristiques de la demande des consommateurs francophones pour les produits audio-visuels sont les suivantes:

- forte demande du produit américain déterminée en outre par la force de la publicité et de la promotion faites sur l'ensemble de l'Amérique du Nord;
- forte demande pour les produits récents;
- très forte demande pour la vidéocassette;
- très faible demande pour les produits audio-visuels sous-titrés.

4. ANALYSE DES DÉLAIS POUR CHAQUE TYPE DE PRODUCTION

4.1 Les longs métrages en salles

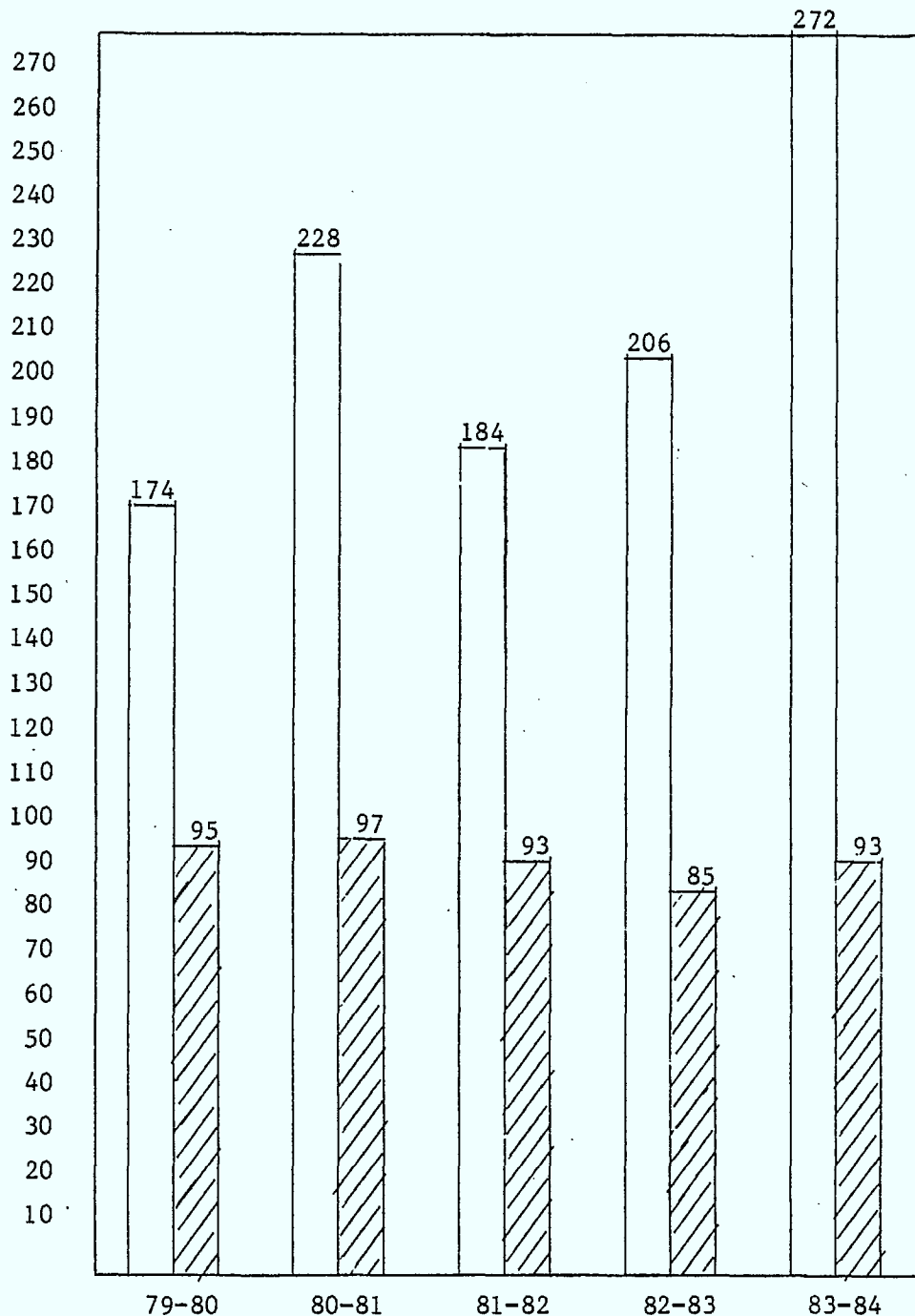
a) La place des longs métrages américains doublés en français dans les salles au Québec

Le Rapport annuel 1983-1984 du Bureau de surveillance du cinéma indiquait que 93 versions françaises de films américains avaient été visées⁽¹⁾ durant cette période alors que le nombre de versions originales américaines visées étaient de 272 (voir tableau 3). Depuis 5 ans, il semble que le nombre de versions françaises visées soit à peu près constant, autour de 90, alors que le nombre de versions originales visées oscille entre 174 et 272. Une forte proportion des films américains ne connaît donc pas d'exploitation en version française au Québec.

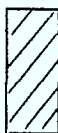
(1) L'expression "film visé" signifie que le film a reçu un visa d'exploitation. Tous les films doivent donc être visés avant leur exploitation en salle.

TABLEAU 3

FIMLS AMÉRICAINS VISÉS PAR
LE BUREAU DE SURVEILLANCE DU CINÉMA DU QUÉBEC
DE 1979 À 1984



VO = Version originale (en anglais)



VF = Version française (film doublé)

Source: Rapports annuels du BSCQ
 1979-80 à 1983-84

b) Les facteurs explicatifs des délais de disponibilité des versions françaises des longs métrages

Le tableau 4 montre que le délai entre la sortie de la version originale à Montréal et celle de la version française à Paris est plus long que le délai entre la sortie de la version française à Paris et celle de la version française à Montréal: 52% des versions françaises mettent entre 3 à 6 mois pour être disponibles en France alors que 48% sont disponibles à Montréal en même temps qu'à Paris⁽¹⁾.

Ce délai entre la disponibilité de la version originale et la sortie à Paris de la version française s'explique à partir de 4 facteurs:

- Le système de distribution des longs métrages en version française au Québec:

Les compagnies Majors américaines⁽²⁾ contrôlent la distribution de leurs films au Canada par l'entremise de leurs filiales canadiennes. Ces compagnies distribuent au Canada les versions originales et les versions françaises des films qu'ils ont produits (à part entière ou en participation avec un producteur indépendant) et des films pour lesquels ils ont les droits nord-américains (films australiens, anglais ou autres). La très grande majorité des films américains en version française au Québec sont distribués par ces compagnies. Les autres versions françaises de films américains, qui ne sont pas distribués ici par les Majors, sont des films qui appartiennent à des distributeurs

(1) Certains films sont présentés à Montréal avant Paris. Ces films ont été comptabilisés dans la catégorie "aucun délai".

(2) Paramount, Warner Brothers, Twentieth Century Fox, MGM United Artists et Universal sont de loin les plus importantes mais il existe aussi Orion.

DÉLAIS RÉELS DE DISPONIBILITÉ
DES VERSIONS FRANÇAISES DES FILMS AMÉRICAINS

(Base: 48 films)

De janvier 1983 à décembre 1984

| | <u>VO Montréal → VF Paris</u> | <u>VF Paris → VF Montréal</u> | <u>VO Montréal → VF Montréal</u> |
|--------------|-------------------------------|-------------------------------|----------------------------------|
| Aucun délai | 4% | 48% | 0 |
| 1 à 2 mois | 19% | 25% | 12% |
| 3 à 6 mois | 52% | 21% | 50% |
| 7 à 10 mois | 23% | 6% | 25% |
| 11 mois et + | 2% | 0 | 13% |
| | <hr/> 100% | <hr/> 100% | <hr/> 100% |

Source: La liste des longs métrages de l'échantillon et la mesure des délais de disponibilité figure à l'annexe C.

nationaux américains (ex.: New World) et ils sont distribués ici par les distributeurs locaux (ex.: Les Films René Malo Inc.).

En France, les Majors distribuent les films qu'ils ont produits à part entière seulement. Les films qu'ils produisent en collaboration avec un producteur indépendant (et pour lesquels ils ont les droits nord-américains) sont distribués en France par des distributeurs nationaux français.

Cette structure du système de distribution a un impact sur les délais de disponibilité des versions françaises de deux manières:

- 1- Les Majors qui distribuent ici les versions françaises de leurs films prévoient les films qui seront doublés en fonction du marché français et les font doubler en France. Le Québec est donc dépendant de la planification que les Majors font en fonction du marché français.
- 2- Les Majors qui distribuent ici les versions françaises des films qu'ils ont produits en collaboration avec des producteurs indépendants et pour lesquels ils ont les droits nord-américains, ne distribuent pas ces films en France. Le doublage de ces films est donc la responsabilité du distributeur national français et les Majors négocient avec lui "l'accès à la version française" pour la distribuer au Québec. Le distributeur national français décidant du lancement et du doublage de ces films, les Majors doivent attendre que la version française soit disponible pour l'exploiter au Québec.

- La force du cinéma national français: la présence d'un cinéma national fort en France rend ce marché moins dépendant des versions françaises de films étrangers que le Québec. La demande des versions françaises y est donc moins forte et ne suit pas nécessairement dans le temps l'offre des versions originales.

- La disponibilité des circuits de salles: compte tenu de la force du cinéma national en France, les versions françaises des films américains, bien que prisées par le public français, doivent attendre qu'un circuit de salle soit disponible. On ne délogera, en aucun cas, un grand succès commercial français pour mettre à l'affiche un film américain.

- Le timing commercial: les bonnes périodes de l'année pour lancer un film en France ne correspondent pas toujours aux périodes américaines. Ainsi une version française d'un film américain "pour tous" est un bon produit à lancer au Québec pendant l'été alors qu'en France, pendant cette saison, le cinéma n'est pas une activité privilégiée par les Français. Le doublage d'un film peut donc être retardé en fonction de la date prévue du lancement.

Quant aux délais entre la sortie des versions françaises en France et à Montréal, ils peuvent être expliqués par les 4 facteurs suivants:

- Le peu d'emphase sur la commercialisation de la version française au Québec: le marché québécois de la version française n'est pas un marché de première importance pour les Majors américains. Le lancement de ce type de produit nécessite des frais supplémentaires contrairement au lancement de la version originale qui, elle, bénéficie de la publicité et de la promotion faites à l'échelle nord-américaine.

Certaines opinions dans le milieu de la distribution au Québec prétendent que les Majors préfèrent laisser la version originale le plus longtemps possible à l'affiche avant de sortir la version française afin de ne pas diluer la commercialisation des productions.

- La dépendance envers la France pour le doublage: à cause de la loi française sur le doublage il ne serait pas rentable de doubler des films au Québec puisque ces films ne pourraient pas entrer sur le marché français et que le marché québécois seul ne permettrait pas de rentabiliser les coûts. Le Québec est donc contraint à attendre qu'à la lumière des caractéristiques et des impératifs du marché français, les distributeurs aient déterminé quels films seront doublés et quand ils le seront.

- La disponibilité des circuits de salles: à Montréal aussi une version française d'un film américain doit faire face à cette contrainte. Il existe une certaine spécialisation des salles. Certaines d'entre elles sont prévues d'abord pour les produits originaux français, d'autres pour les versions originales américaines etc.

- Le timing commercial: comme mentionné précédemment, la saison propice au lancement d'une version française à Montréal n'est pas nécessairement la même qu'en France. Ainsi les mois de septembre et octobre sont habituellement propices à la sortie des films européens (suite au Festival des Films du Monde). Il n'est donc pas bon commercialement de sortir une version française de film américain à cette période: de plus, les salles sont réservées pour les films européens. Une version française, bien que disponible à cette période de l'année pourra être reportée à plus tard. Notons que ce facteur peut jouer également dans le sens d'un raccourcissement des délais.

c) Les avenues de développement

Compte tenu du fait que le délai le plus long se situe entre la disponibilité de la version originale et la sortie de la version française à Paris (délai qui se répercute ensuite sur Montréal) la marge d'intervention possible pour réduire ce délai est très limitée. Ce délai, comme nous l'avons vu, est conditionné par la demande de la France pour les versions françaises.

Par ailleurs, considérant que 73% des versions françaises sortent à Montréal en moins de 2 mois après Paris, dont 48% qui sortent sans aucun délai, il ne semble pas opportun de mettre beaucoup d'emphase sur la réduction de ces délais qui sont déjà très courts et qui sont dus en partie à des questions de timing commercial (facteurs saisonniers).

La seule avenue intéressante est peut-être celle qui tenterait d'évaluer la possibilité et la rentabilité de doubler au Québec des films qui ne sont jamais doublés en France⁽¹⁾. Certains films peuvent être considérés comme non valables pour le marché français⁽²⁾ alors qu'ils représenteraient pour le Québec de bons succès commerciaux. En prenant l'exemple d'un film qui générerait 200,000 entrées aux guichets, on peut estimer un revenu de distribution d'entre 150,000\$ et 200,000\$ une fois les droits minimum garantis et les royalties payés. Cette exemple représenterait des revenus de 120,000\$ à 170,000\$ après avoir assumé un coût de doublage de 30,000\$. En supposant des droits minimum garantis et des royalties plus élevés (pour un film plus prestigieux) les revenus de distribution, après les frais de doublage, pourraient être de l'ordre de 30,000 à 70,000\$. Dépendant des coûts d'opération de l'entreprise, les profits nets seraient moins intéressants dans le deuxième cas.

Une étude plus poussée permettrait d'évaluer la potentialité de ce marché "de films américains non-doublés en France".

(1) Voir tableau 3.

(2) Certaines hypothèses intéressantes ont été formulées à l'effet que les longs métrages mettant en vedette des comédiens américains de la télévision sont en faible demande en France alors que le marché québécois serait beaucoup plus sensible à ces productions.

4.2 La vidéocassette

a) La place de la vidéocassette en version française sur le marché

Selon une étude récente⁽¹⁾ les vidéocassettes en versions françaises représenteraient seulement 10% de l'ensemble des titres disponibles sur le marché. Les titres français (versions françaises originales + versions françaises doublées) représenteraient au total, 18% de l'ensemble des titres disponibles sur le marché. La vidéocassette en français ne correspond donc qu'à une très faible partie de l'offre totale.

b) Facteurs explicatifs des délais de disponibilité des versions françaises en vidéocassette⁽²⁾

Les délais entre la version originale et la version française en vidéocassette varient énormément. L'industrie de la vidéocassette, encore jeune, tente de s'adapter et de réagir selon les impératifs du marché. Il semble que les règles de mise en marché soient liées de très près à des objectifs de rentabilité. Ainsi la sortie d'une vidéocassette en version française peut dépendre à la fois du succès en salle de la version française du film, du succès commercial de la version originale de la vidéocassette et de la demande du marché. La demande a fortement déterminé l'offre jusqu'à présent. Les entreprises ont littéralement inondé le marché, ces dernières années, pour répondre à une demande très forte. Il semble qu'une certaine stabilisation du marché freinera ce rythme et qu'à l'avenir les lancements seront planifiés plus stratégiquement.

(1) Etude sur l'industrie québécoise de la vidéocassette, Gouvernement du Québec, 1984.

(2) L'annexe D fournit la liste des vidéocassettes de l'échantillon et la mesure des délais de disponibilité.

Présentement, la version française d'une vidéocassette sort entre 6 et 15 mois après la version anglaise⁽¹⁾.

Ces délais ne sont pas attribuables à des raisons techniques puisque généralement la version française d'une vidéocassette est faite à partir de la version française du film et que ce transfert sur cassette nécessite environ 2 jours d'opération.

Les facteurs pouvant expliquer les délais entre la version originale et sa version française d'une vidéocassette sont les suivants:

- Système de distribution des vidéocassettes au Québec:

La vidéocassette étant un produit dérivé du long métrage, les Majors contrôlent en grande partie la distribution en vidéocassette de leur film. Cependant, contrairement aux longs métrages, la distribution de la version française de la vidéocassette est faite par un distributeur québécois⁽²⁾.

Bien que les distributeurs québécois obtiennent les droits de distribution, ils n'ont pas les droits sur le "produit", c'est-à-dire qu'ils ne sont pas "éditeurs" de la vidéocassette en version française. Ils ne sont réellement que des grossistes ou des fournisseurs.

(1) Ceci est surtout valable pour les films récents. Dans le cas de films anciens, les deux versions peuvent sortir en même temps ou avec très peu de délai.

(2) Sauf pour les versions françaises de Warner Brothers qui sont distribuées par sa filiale de distribution de disques.

Etant donné que les Majors contrôlent directement les trois premières formes d'exploitation du produit - long métrage en version originale, long métrage en version française et vidéocassette en version originale - et indirectement la quatrième forme - vidéocassette en version française puisqu'ils en demeurent "l'éditeur" - le distributeur québécois a finalement peu de pouvoir quant à une intervention pour réduire les délais de disponibilité. Car, même si, en principe, le distributeur québécois peut décider de la sortie de la version française de la vidéocasste, il doit tenir compte des intérêts des compagnies "Majors" dont il a obtenu les droits, s'il veut préserver ses ententes commerciales avec elles.

- Le succès en salle du film: La sortie d'une vidéocassette sur le marché est déterminée par le succès en salle du film (autant pour les versions originales que pour les versions françaises). La sortie d'une vidéocassette en version française se fera donc après que l'exploitation en salle du film soit terminée. Etant donné que le film en version française accuse déjà un délai de parution par rapport à la version originale du film, ce délai se répercute sur la version française de la vidéocassette.

- La commercialisation de la version originale en vidéocassette: Le prix de revient unitaire d'une vidéocassette en version française est beaucoup plus élevé que celui de la version anglaise, compte tenu du nombre de copies nécessaires pour couvrir le marché. Les éditeurs de vidéocassettes voient donc dans leur intérêt de maximiser les ventes de la version originale avant de lancer la version française en vidéocassette sur le marché en tentant d'assurer un délai "d'exclusivité" pour la cassette en version originale. Le profit ainsi enregistré sur la version originale permet de couvrir plus facilement l'investissement nécessaire à la sortie de la version française en vidéocassette.

- L'exploitation de la version originale en vidéocassette est plus rentable que la version française du long métrage en salle: Il ne semble pas nécessaire que l'exploitation en salle de la version française du film soit terminée (ou même commencée) avant de lancer la version originale cassette sur le marché. Etant donné que les compagnies Majors détiennent les droits pour les versions originales et françaises des longs-métrages et pour la version originale de la vidéocassette, ils ne craignent pas d'abrégier la carrière en salle d'une version française en lançant la version originale vidéocassette du même film puisque cette dernière est commercialement plus rentable que l'autre.

Le schéma suivant résume le processus de commercialisation de la vidéocassette.

| | VO Version originale | VF / Version française |
|-----------|--------------------------|---------------------------|
| Janvier | | |
| Février | Film VO en salle | |
| Mars | | |
| Avril | | |
| Mai | | |
| Juin | VO Vidéo- cassette | Film VF en salle |
| Juillet | | |
| Août | | |
| Septembre | | |
| Octobre | | |
| Novembre | | VF Vidéo- cassette |
| Décembre | | |

-----début du
marché de la
vidéocassette

Ce schéma, qui utilise des dates fictives, illustre la situation la plus courante. On y remarque que la version française en salle sort 4 mois après la première sortie de la version originale en salle. La version originale en vidéocassette sort 6 mois après la première sortie en salle de la version originale. Et la version française en vidéocassette sort 6 mois après la première sortie en salle de la version française.

On note que la diffusion de la version française en salle et la version originale en vidéocassette se chevauchent dans le temps et que la version française en vidéocassette est plus éloignée de sa version film correspondante. Ceci s'exprime du fait que, d'une part, l'exploitation d'une version française en salle est relativement courte et que, d'autre part, on tenterait d'accorder un "délai d'exclusivité" à la version originale cassette sur le marché de la vidéocassette.

c) Les avenues de développement

Les avenues de développement pour raccourcir les délais de disponibilité semblent limitées, d'une part, parce que la mise en marché est fortement liée à des objectifs de rentabilité et, d'autre part, parce que les Majors contrôlent presque toute la structure de la distribution. Même si en principe le distributeur québécois est autonome quant à la sortie de la version française en vidéocassette, il est préférable pour lui de ne pas aller à l'encontre des intérêts des Majors (qui ont les droits sur les autres versions) s'il veut conserver des ententes commerciales avec ceux-ci.

Une avenue possible serait donc de doubler sur vidéocassette les versions originales des films qui ne connaissent pas de version française en film parce qu'ils n'ont pas été retenus pour le marché français. Il faudrait dans ce cas évaluer le coût de ce doublage, la possibilité de rentabilisation sur le marché québécois et les possibilités d'exportation, non seulement en salle mais aussi en vidéocassette. (Voir page 21 pour cette possibilité au niveau des longs métrages.)

D'autre part, il existe actuellement aux Etats-Unis une production faite uniquement pour la vidéocassette. Cette production est présentement axée surtout sur les films de "know how" mais tente de se développer aussi vers des contenus de fiction, notamment pour enfants.

Un éditeur-distributeur montréalais de vidéocassette a récemment acheté ce genre de produits avec l'intention de le faire doubler au Québec. Selon ses prévisions, il semble que la rentabilisation soit possible mais notons que deux éléments jouent en sa faveur: il s'agit de dessins animés pour enfants donc d'un produit qui connaît une demande substantielle et qui est peu coûteux à doubler.

Il serait intéressant d'évaluer la possibilité de doubler au Québec cette production "made for home video", sa rentabilisation sur le marché québécois et son accessibilité à d'autres marchés. En principe, l'article 18 du décret français 61/62 ne comporte pas de clause restrictive à l'égard de la vidéocassette. L'accès au marché français de cette production "made for home-video" doublée au Québec, suppose qu'aucun amendement ne sera apporté à ce décret afin d'y inclure la vidéocassette. Sans quoi, ce nouveau produit connaîtra le même sort que le long métrage.

4.3 Les sériesa) La place des émissions doublées à la télévision francophone

Les émissions doublées occupent une place relativement importante à l'horaire des stations de télévision de langue française au Québec. L'Association Québécoise des Industries Techniques du Cinéma et de la Télévision notait en effet que, durant la saison 1983-1984, les trois stations francophones de Montréal diffusaient 3,923 heures d'émissions doublées (séries, mini-séries, longs métrages, documentaires, téléfilms). (Tableau 6). Ceci représenterait entre 15% et 20% de l'ensemble de la programmation⁽¹⁾ de CBFT et CIVM et près de 40% des heures de diffusion de CFTM. Par ailleurs, seulement 544 de ces heures (soit 14% des émissions doublées) auraient fait l'objet d'un doublage canadien durant cette période.

TABLEAU 6

NOMBRE D'HEURES D'ÉMISSION DOUBLÉES PRÉSENTÉES
À LA TÉLÉVISION DE LANGUE FRANÇAISE
Saison 1983-1984, Montréal

| | <u>CBFT</u> | <u>CFTM</u> | <u>CIVM</u> | <u>Total</u> |
|-------------------|-------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Doublage canadien | 182 (20%) | 172 (8%) | 190 (21%) | 544 (14%) |
| Doublage étranger | 739 (80%) | 1910 (92%) | 731 (79%) | 3379 (86%) |
| TOTAL: | 921 (100%) | 2082 (100%) | 9212 (100%) | 3923 (100%) |

Source: Association Québécoise des Industries Techniques du Cinéma et de la Télévision Inc.

(1) Calculé sur une moyenne de 14 heures (pour CIVM) et de 16 heures (pour CBFT et CFTM) de diffusion par jour.

b) Les facteurs explicatifs des délais

Alors qu'il faut prévoir entre 4 et 5 mois pour doubler une série de 39 demi-heures, le public francophone canadien doit généralement attendre entre 2 et 5 ans, pour voir les versions françaises des séries américaines. Les séries sont souvent disponibles bien avant en France puisqu'elles sont diffusées à Paris entre 1 et 2 ans après qu'elles le soient en version originale sur le marché nord-américain⁽¹⁾.

L'envergure des délais de disponibilité des versions françaises à Montréal s'explique principalement par les facteurs suivants:

- Le système de distribution nord-américain

L'American Actors Equity Association permet au producteur/distributeur de vendre les droits de 2 passes pour le marché domestique et 2 passes pour le marché étranger. L'ensemble du Canada est inclus dans le marché domestique américain alors que la France fait partie du marché étranger.

Cela explique le fait que, dans environ 90% des cas, les télédiffuseurs canadiens, anglophones et francophones, achètent d'un distributeur américain les droits de diffusion des séries. La vente se fait généralement de la succursale des "Majors" à Toronto, un seul distributeur américain ayant un représentant à Montréal⁽²⁾.

(1) La liste des séries, dont les délais ont été mesurés, figure à l'annexe E du présent rapport.

(2) Il s'agit de Fox, qui est associé à Astral Bellevue Pathé. MGM et Columbia ont récemment fermé leur bureau à Montréal.

Au Canada, les droits pour les 2 premières passes sont généralement achetés par l'un ou l'autre des réseaux ou stations de langue anglaise. La raison en est simple: à cause de la taille supérieure de leur marché, les diffuseurs anglophones consentent un niveau de coûts bien supérieur et deviennent presque automatiquement le diffuseur le plus offrant⁽¹⁾. L'achat des 2 premières passes permet aux stations canadiennes de langue anglaise la diffusion simultanée avec les grands réseaux américains.

Les réseaux de langue française sont par conséquent relégués au marché américain de la "syndication", attendant ainsi que les 3e et 4e passes soient mises en marché. Cela prend généralement un minimum de 2 ans. Par ailleurs, le distributeur attend souvent d'être en mesure d'offrir un nombre suffisant d'émissions (50 et plus) pour le marché de la "syndication". Ceci s'ajoute au délai de 2 ans, qui peut s'étendre à 5 ans si la série connaît un succès particulier. Dans ce cas, il se trouvera souvent un diffuseur anglophone prêt à payer davantage que le diffuseur francophone. On prétend généralement que ce dernier devient compétitif après 2 ans pour les séries à succès moyen et après 4 ou 5 ans pour les séries à grand succès. La série américaine DALLAS est un exemple éloquent de cette situation puisqu'il a fallu attendre près de 6 ans avant qu'elle ne soit disponible en version française au Canada.

(1) Pour le marché de Montréal, les achats de séries de CFCF se font généralement par l'entremise du réseau CTV.

- Les restrictions sur le doublage en France

Bien que l'article 18 du décret français no 61/62 du 18 janvier 1961 ne contienne aucune clause pour la télévision, on note l'important protectionnisme de la France à l'égard des émissions doublées dans les limites de la Communauté Economique Européenne. Les restrictions françaises pour les autres doublages déterminent par conséquent la prédilection du distributeur américain pour les doublages européens et exclut presque automatiquement la possibilité de doubler au Canada.

En conséquence, les diffuseurs canadiens de langue française sont souvent tributaires des choix français quant aux séries à doubler en même temps qu'ils dépendent de leur rapidité à acheter ces séries.

- Politique nationale d'achat à Radio-Canada

La Société Radio-Canada achète traditionnellement les séries pour l'ensemble du réseau français. Ceci implique que les droits doivent être disponibles pour chacun des marchés couverts par le réseau. Notons qu'à quelques reprises, les achats ont été réalisés de façon spécifique pour le Québec au cours des dernières années.

c) Les avenues de développement

Comme pour le long métrage en salle, les délais de disponibilité des séries en version française sont largement tributaires du système de distribution américain ainsi que des restrictions du marché français. Malgré ces contraintes qui dépassent souvent la marge de manoeuvre des intervenants canadiens, nous avons identifié certains secteurs où une action pourrait être envisagée de façon réaliste:

- Examiner la possibilité d'acheter les droits anglophones et francophones en consortium: il s'agirait d'explorer la possibilité qu'une seule entité corporative fasse l'achat des droits anglophones et francophones et de prévoir diverses possibilités de diffusion des versions originales et françaises à l'intérieur de l'entente traditionnelle avec le distributeur américain⁽¹⁾: 2 passes avec diffusion simultanée anglais-français ou 1ère passe en diffusion originale, 2e passe en diffusion française...

Il faudrait également considérer les conséquences d'une telle pratique commerciale, en particulier examiner l'impact sur l'écoute des stations anglophones et sur les coûts supplémentaires de programmation pour les diffuseurs de langue française.

(1) A noter que le distributeur américain procède souvent par des représentants différents pour la vente des droits "version originale" et des droits "version française".

- Evaluer les avantages à diffuser des séries moins populaires mais dont les délais de disponibilité sont moins grands.

On note en effet que l'écart entre la disponibilité de la version originale et celle de la version française s'accroît avec la popularité des séries. Certaines séries ont connu une cote comparativement peu élevée aux Etats-Unis et en France et pour cette raison, ne semblent pas vouées à une carrière à la télévision canadienne de langue française. Par contre, il serait intéressant de comparer la performance, en termes de cotes d'écoute, d'une série moins populaire mais plus récente avec une série dont la première diffusion a connu un énorme succès mais dont les premiers épisodes datent déjà de 5 à 6 ans.

- L'achat marché par marché

La télévision de langue anglaise, particulièrement les stations indépendantes canadiennes, connaît cette pratique commerciale, bien que des regroupements de stations se forment souvent au niveau de l'achat des droits de diffusion des séries américaines.

La télévision de langue française n'a pas souvent expérimenté l'achat marché par marché puisque l'intérêt était plutôt mis sur la diffusion réseau que sur la diminution des délais de disponibilité des séries. Certains cas isolés ont par ailleurs permis de mettre en évidence la possibilité d'acheter les droits pour un ou des marchés spécifiques, mêmes réduits.

- Evaluer la rentabilité de doubler et de diffuser, au Canada seulement, les séries américaines non achetées par la France. (Voir les pages 21 et 27 en ce qui concerne cette possibilité au niveau des longs métrages et des vidéocassettes.)

Pour ce faire, il faudrait considérer le fait que les délais seraient probablement déjà très grands au moment où le distributeur américain consentira cette vente au Canada tout en se fermant l'accès au marché français à cause du doublage réalisé à l'extérieur de la CEE.

4.4 Les mini-séries

a) Les délais

Les délais de disponibilité des mini-séries sont de beaucoup inférieurs à ceux des séries.

D'une part, cela prend deux fois moins de temps pour doubler une mini-série de 8 heures, soit 2 mois contre 4 pour une série de 39 demi-heures.

D'autre part, les délais réels oscillent généralement entre 6 mois et 1 an, et cela, indépendamment du succès de la version originale. On trouvera en Annexe E la liste des mini-séries dont les délais ont été mesurés.

b) Les facteurs explicatifs des délais

Les délais s'expliquent généralement pour les mini-séries de la même façon que pour les séries télévisées, soit:

1- Le système de distribution nord-américain qui incluent le Canada dans le marché domestique et pour qui le Canada francophone devient un marché de "syndication".

2- Les restrictions françaises sur le doublage.

3- La politique nationale d'achat à Radio-Canada.

(Voir page 32)

Ces facteurs ont été décrits de façon détaillée dans la section portant sur les séries. Nous nous attacherons ici à décrire en quoi les mini-séries sont différentes des séries au niveau des délais et comment elles sont disponibles à la télévision francophone dans des délais aussi brefs:

- Les droits des mini-séries sont généralement vendus pour une passe seulement alors que les séries le sont pour 2 passes.
- Le type même de production qu'est la mini-série fait qu'à l'intérieur d'une semaine ou d'un mois, la diffusion de l'ensemble de la production est complétée: (4 soirées de 2 heures). Il faut généralement toute une saison pour diffuser les 39 épisodes d'une série.

c) Les avenues de développement

Les délais de disponibilité étant de beaucoup réduits dans le cas des mini-séries, la marge d'intervention pour réduire ces délais semble ici relativement mince.

D'une part, il faudra toujours compter un intervalle minimum de 2 mois pour le doublage en France, ce qui rend problématique la possibilité technique de diffuser de façon simultanée les versions anglaises et françaises.

Par ailleurs, l'achat en consortium des droits de diffusion anglophone et francophone pourrait réduire ces délais. Cela pourrait les éliminer complètement dans les cas de co-productions réalisées en "double-shooting" anglais et français (exemple: Bonheur d'Occasion).

4.5 Les délais de disponibilité des version françaises des longs métrages à la télévision

a) La spécificité des délais

Contrairement aux séries et mini-séries, les longs métrages ont ceci de particulier qu'ils ne sont pas doublés spécifiquement pour la télévision, à moins d'avoir été produits pour ce média. Il s'ensuit par conséquent qu'au moment⁽¹⁾ de la diffusion de ces productions sur les réseaux de télévision anglophones canadiens, la version française est disponible⁽²⁾. Cela signifie qu'il n'y a aucun délai technique de doublage associé aux délais de disponibilité des longs métrages, sauf pour les téléfilms qui sont produits spécifiquement pour la télévision. Dans ce cas, les délais sont de 4 à 5 semaines pour le doublage.

Or, il faut généralement compter au moins 6 mois de délai entre la diffusion des longs métrages, version originale et version française, sur les réseaux canadiens de télévision.

b) Les facteurs explicatifs des délais

Il semblerait qu'au premier coup d'oeil, rien, dans la structure de distribution, n'empêcherait la diffusion des versions françaises dans des délais très brefs après la diffusion des versions originales. Les facteurs expliquant ces délais de disponibilité se résumeraient à ceci:

(1) Au moins 18 mois après l'exploitation en salle.

(2) Ceci est vrai dans les cas où les films ont déjà été doublés en France pour l'exploitation en salle.

- La rétention des droits de diffusion

Tout porte à croire que les distributeurs américains vendent souvent aux réseaux anglophones canadiens les droits de diffusion avec garantie de ne pas rendre accessible l'achat de ces droits pour une période définie, généralement 6 mois après diffusion⁽¹⁾. Ceci expliquerait la majorité des délais de diffusion observés par les télédiffuseurs francophones de Montréal.

- Les facteurs reliés à l'exploitation antérieure de ces productions

D'après certains intervenants, il y aurait un lien direct entre les délais d'exploitation des deux versions en salle, et par la suite sur vidéocassettes, et les délais de diffusion à la télévision.

Le long métrage télévisé est un produit dérivé du long métrage exploité en salle. Le fait que la version originale soit disponible avant la version française au cinéma détermine un écart ultérieur de disponibilité entre les 2 versions sur vidéocassette et finalement à la télévision.

(1) Dans le langage courant, on dit qu'ils vendent la "fenêtre télévision".

Le schéma suivant décrit les différentes "fenêtres" du long métrage et de ses dérivés:

| | | VO Version originale | / | VF Version française |
|------|-----------|--------------------------|---|--------------------------|
| An 1 | Janvier | Film VO en salle | / | |
| | Février | | | |
| | Mars | | | |
| | Avril | | | |
| | Mai | | | |
| | Juin | Film VF en salle | | |
| | Juillet | | | |
| | Août | VO Vidéo- cassette | | |
| | Septembre | | | |
| | Octobre | | | |
| | Novembre | | | |
| | Décembre | | | |
| An 2 | Janvier | - | - | VF Vidéo- cassette |
| | Février | | | |
| | Mars | | | |
| | Avril | | | |
| | Mai | | | |
| | Juin | | | |
| | Juillet | | | VO télé |
| | Août | | | |
| | Septembre | | | |
| | Octobre | | | |
| | Novembre | | | |
| | Décembre | | | VF télé |

Les facteurs explicatifs décrits précédemment expliquent les délais entre les deux versions pour les films récents ou à très gros succès. Pour les longs métrages qui datent de quelques années, les délais sont relatifs à la demande des diffuseurs de langue française pour ces produits.

c) Les avenues de développement

- Examiner la légitimité du distributeur à retenir les droits de diffusion

Plusieurs intervenants rencontrés ont manifesté leurs doutes quant à la légalité de ces pratiques commerciales qui pénalisent le diffuseur de langue française; on parle de pratiques illicites, d'atteinte à la liberté et au droit des consommateurs.

Il faudrait examiner ce phénomène plus en profondeur tout en observant si ces pratiques se retrouvent également ailleurs au Canada anglais. Il s'agirait dans ce cas de la rétention des droits avant toute diffusion ultérieure de la version originale. Il y a fort à parier que les stations indépendantes au Canada vivent une situation analogue.

- Evaluer la possibilité d'acheter les droits des deux versions en consortium

Comme pour les séries et mini-séries, l'achat en consortium présenterait l'avantage de pouvoir acquérir les droits francophones dans des délais très brefs et donc de diffuser rapidement les productions américaines sur les réseaux français. Dans l'évaluation de cette option, il faudrait tenir compte des facteurs suivants:

- que techniquement, rien ne s'oppose à la diffusion simultanée, puisque les deux versions sont prêtes;
- que le diffuseur anglophone perdra un avantage certain, si diffusion simultanée il y a. Rappelons le succès que connaissent auprès des francophones les "World Premiere" de certains longs métrages présentés à la station anglophone CFCF de Montréal;
- que le diffuseur francophone y gagnerait d'autant; on peut par ailleurs se demander si, à lui seul, il pourrait défrayer le coût de cet avantage, compte tenu de la taille de son marché.

5. CONCLUSIONS

Après analyse des délais de disponibilité des versions françaises des productions américaines, force est de constater que le doublage ne peut en aucune cas être tenu responsable de l'envergure de ces délais. Ce n'est donc pas de ce côté qu'il faut espérer trouver des solutions efficaces et réalistes.

L'étude a révélé que les délais actuels étaient étroitement liés aux facteurs influents⁽¹⁾ et particulièrement à ceux de nature économique qui détermine la structure du marché nord-américain de distribution des longs métrages et des produits pour la télévision.

Nous croyons que c'est à ce niveau que les avenues de développement doivent être recherchées.

Par ailleurs, encore là, il faut distinguer les variables sur lesquelles il serait réaliste d'intervenir et, les autres:

5.1 Les limites des interventions

- Il existe une imposante tradition dans l'industrie américaine du long métrage et de la télévision. Toute solution qui viserait à changer ce système ou un de ses éléments apparaît utopique. On n'a qu'à se rapporter aux débats soulevés lors de la commission parlementaire sur le projet de loi 109. Par exemple, exercer des pressions pour que le marché francophone soit considéré comme un marché étranger, faire diminuer le nombre de passes accordées par le syndicat américain pour la télévision, ou tenter de faire changer le décret français sur le doublage⁽²⁾, autant d'avenues qui nous apparaissent peu prometteuses.

(1) Ces facteurs influents ont été analysés au point 3 du présent rapport.
(2) En 1977, une délégation québécoise se rendait en France pour négocier sur ce point avec les autorités françaises. Cette démarche a provoqué en France un tollé de protestations qui a conduit à une grève des comédiens et techniciens français. Plusieurs autres démarches ont été tentées depuis, sans plus de résultat.

- Il serait préférable de chercher des solutions canadiennes, par opposition à espérer un changement à l'extérieur du Canada, que ce soit aux Etats-Unis ou en France.

- Les limites des interventions possibles seront souvent reliées à la taille du marché canadien, francophone de surcroît, par rapport au marché américain. Toute solution qui ne tiendrait pas compte de l'envergure des marchés serait compromise à plus ou moins long terme.

5.2 Les avenues de développement

L'analyse des délais de disponibilité pour les cinq produits spécifiques auxquels cette étude s'intéresse a permis de dégager quelques secteurs où une intervention pourrait être envisagée. Dans ce contexte, nous avons vu que les avenues concernant l'amélioration des délais des longs métrages, et leurs produits dérivés (vidéocassettes, cinéma télévisé) diffèrent souvent de celles se rapportant aux séries et mini-séries. Elles sont ici regroupées à l'intérieur des grands thèmes suivants:

- Exploiter le plein potentiel du marché traditionnel

Dans le domaine du long métrage, il serait fort intéressant d'évaluer l'intérêt de doubler au Québec certaines des nombreuses productions américaines qui n'ont jamais été doublées et exploitées en France. Il pourrait s'agir de cinéma de répertoire ou de films plus récents. Les deux éléments à vérifier seraient, d'une part, la rentabilité de telles opérations compte tenu de la taille du marché et, d'autre part, la demande réelle pour ces productions.

Dans le domaine des produits conçus spécialement pour la télévision, les avenues menant à une centralisation plus grande des achats de droits anglophones et francophones nous semblent prometteuses. Que ce soit à l'intérieur d'un consortium, d'un organisme corporatif unifié comme Radio-Canada (réseaux anglais et français) ou de réseaux "ad hoc", la place de la télévision francophone s'en trouverait renforcée dans un marché nord-américain à forte prédominance anglophone. Dans un souci de chercher des solutions réalistes, l'élaboration et l'évaluation de ces options devraient tenir compte des avantages et inconvénients de ces possibilités pour les télédiffuseurs, anglophones et francophones.

- Se positionner avec vigueur dans les nouveaux marchés

Le marché de la vidéocassette n'a pas encore de tradition établie quant à la distribution et au doublage. Les longs métrages sur vidéocassettes suivront probablement le même développement que les longs métrages en salle puisque ce sont les mêmes distributeurs qui, généralement, commercialisent les deux produits.

Par contre, il nous semble important d'analyser et d'explorer plus en profondeur le marché des productions américaines conçues spécifiquement pour la vidéo; ce sont souvent des documentaires et des productions de type éducatif-divertissant ("know how"). Les restrictions françaises sur le doublage vis-à-vis le Québec ne concernent pas encore la vidéocassette; un débouché intéressant pourrait éventuellement être exploité de ce côté.

Notons que ce type de production est moins onéreux à doubler puisqu'il s'agit dans presque tous les cas d'une seule voix, sans intervention artistique importante. Encore là, il faudrait vérifier si cette économie dans les coûts de doublage pourrait permettre au distributeur de rentabiliser la version française sur le seul marché québécois.

- Réévaluer la problématique de ces délais en fonction des nouvelles technologies de la télévision⁽¹⁾

A l'heure où nous évaluons la possibilité de réduire les délais de disponibilité des versions françaises des produits américains, de nouveaux appareils de télévision à canaux multiples⁽²⁾ sont déjà sur le marché des Etats-Unis. Ces appareils, en plus d'offrir une qualité de son très supérieure (stéréophonie), permettent au téléspectateur de choisir entre deux langues de diffusion pour une même émission.

Dans le contexte du marché canadien, ceci impliquerait que dans certains cas, la mise en marché des deux versions, anglophone et francophone, pourrait techniquement se faire de façon simultanée, par un diffuseur canadien, ou possiblement par un diffuseur américain, via le câble.

(1) Voir l'article de John Terry: Canada looks at stereo TV, Revue Broadcaster. Août 1984.

(2) MTS: multi-channel sound.

Pour le moment, il semble que les diffuseurs canadiens ne soient pas prêts à faire face aux coûts de conversion pour diffusion stéréophonique⁽¹⁾. Conséquemment, les producteurs américains (Zénith) et japonais (Hitachi, Panasonic, Sanyo) adopteraient actuellement une attitude de "wait and see" avant de mettre en marché ces appareils ou adapteurs au Canada.

Par ailleurs, la diffusion stéréophonique est exploitée commercialement aux Etats-Unis depuis l'été dernier. Le Canada tirera certainement un grand profit et beaucoup d'intérêt à observer certaines réalisations américaines, comme celle de la station KTLA Los Angeles qui utilise deux possibilités de diffusion, soit l'anglais et l'espagnol, pour le bénéfice de l'importante communauté hispanique de cette région. Les trois grands réseaux sont encore au stade de développement de projets qui devraient, pour ABC et NBC, se concrétiser d'ici deux ans.

Le Ministère des Communications devra tenir compte de ces importants développements dans la recherche de solutions réalistes et efficaces pour réduire les délais de disponibilité des émissions de télévision doublées. Il devra évaluer la faisabilité économique de la "télévision stéréophonique" au Canada, identifier et analyser les implications au niveau des politiques de radiodiffusion.

(1) CTV estime qu'il lui en coûterait entre \$3 et \$4 millions.

Il devra également tenir compte de l'intérêt de ces technologies pour les téléspectateurs canadiens, que ce soit pour permettre une utilisation optimale des magnétoscopes ou pour permettre l'accès simultané aux versions françaises de leurs émissions américaines préférées.

CEGIR

ANNEXES

ANNEXE A

Description des termes du tableau 1

DESCRIPTION DES TERMES DU TABLEAU I

Détection:

Un spécialiste de la détection phonétique repère toutes les labiales sur la bande originale.

Adaptation/Traduction:

Un traducteur et un adaptateur (ou une même personne pour les deux fonctions) traduisent le texte et adaptent la traduction aux personnages, aux situations, aux mouvements de lèvres, etc.

Calligraphie:

Le texte traduit est écrit en lettres cursives sur une "bande rythme" qui défilera en bas de l'écran pour que les comédiens puissent lire en regardant les mouvements des acteurs à l'écran. Cette écriture cursive doit, dans sa représentation graphique, indiquer l'intonation des mots et des phrases (exemple: écriture serrée pour une phrase qui doit être dite rapidement et écriture étendue pour une phrase dite lentement).

Plan de travail et recherche de comédiens:

Travail du directeur de plateau.

Répétition avec comédiens:

Peu fréquente. Les comédiens doivent avoir l'habilité et la rapidité de s'adapter tout de suite au texte et à la situation.

Enregistrement:

La version originale défile plan par plan sur un écran avec la "bande rythme". Les comédiens "jouent" le texte qui est enregistré sur le champ. Si nécessaire on reprend la prise après chaque plan.

Montage:

Etape où l'on met bout à bout les enregistrements de la version française.

Mixage:

Mixage de la piste-texte avec la piste-son (effet sonore, bruitage et ambiance) et la piste-musique.

Copies:

Tirage de copies de la version française finale.

ANNEXE B

Méthodologie se rapportant à la mesure des délais

METHODOLOGIE

Afin de mesurer les délais de disponibilité entre la version originale et la version française, nous avons établi un échantillon de titres pour chaque type de produit(1).

Les longs métrages: Une compilation spéciale a été réalisée sur un échantillonnage de 48 films américains visés par le BSCQ (Bureau de surveillance du cinéma du Québec) en 1983 et 1984. Pour chaque film doublé en français ont été extraites les informations suivantes:

- a) Date de l'émission du visa d'exploitation émis par le Bureau de surveillance du cinéma du Québec pour la version originale.
Source: liste des films visés, Bureau de surveillance du cinéma du Québec 1983-1984.
- b) Date de la première sortie en salle à Paris de la version française.
Source: Le Film Français.
- c) Date de l'émission du visa sur la version française.
Source: liste des films visés, Bureau de surveillance du cinéma du Québec 1983-1984.

(1) Sauf pour les longs métrages à la télévision qui auraient nécessité une recherche particulièrement longue.

Cette compilation a permis de déterminer les délais entre la disponibilité de la version originale à Montréal, la sortie de la version française à Paris et la disponibilité de la version française à Montréal⁽¹⁾.

Les vidéo-cassettes: 20 titres parmi l'échantillon des longs métrages ont été repris afin de déterminer le délai entre la sortie de la cassette en version originale et en version française.

Sources: service du marketing de MPA Vidéo.

Les séries: Les titres de 8 séries ont été sélectionnés afin de mesurer les délais entre la première diffusion en version originale et la première diffusion en version française à Montréal. Nous savons par ailleurs que toutes ces séries étaient diffusées en France au moment de l'étude, soit à l'hiver 1985.

Sources: entrevues auprès des télédiffuseurs.

Les mini-séries: 9 mini-séries ont été retenues dans le même but. Nous n'avons pu obtenir aucun renseignement concernant la France pour ces titres.

Sources: entrevues auprès des télédiffuseurs.

(1) Il s'agit "d'indicateurs" de l'ampleur des délais puisque les données ont été recueillies à partir des dates de délivrance des visas et non à partir des dates de sortie des films à Montréal. Cependant, les résultats restent assez proches de la réalité. On trouvera à l'annexe C la liste des films de l'échantillon ainsi que les dates d'émission de visa et de sortie en salle à Paris.

ANNEXE C

Liste des longs métrages de l'échantillon
et mesure des délais

LONGS METRAGES (U.S.A.)

| TITRES | PRODUCTEURS | VISA VO/MONTREAL | TITRES FRANCAIS | SORTIE VF/PARIS | VISA VF/MONTREAL |
|--------------------|-------------|---------------------|---------------------------------------|--------------------|---------------------|
| SOPHIE'S CHOICE | Universal | Janvier 83 | LE CHOIX DE SOPHIE | Mars 83 | Avril 83 |
| THE HUNGER | U.A. | Janvier 83 | LES PREDATEURS | Juin 83 | Novembre 83 |
| COMEBACK | Fox | Janvier 83 | LES EVADES DU TRIANGLE D'OR | Juin 84 | Août 83 |
| HIGH ROAD TO CHINA | Warner | Février 83 | AVENTURIERS DU BOUT DU MONDE (LES) | Mai 83 | Juin 83 |
| FRANCES | Universal | Février 83 | FRANCES | Sept. 83 | Novembre 83 |
| THE OUTSIDERS | Warner | Mars 83 | LES INADAPTES | Sept. 84 | Mars 84 |
| THE KING OF COMEDY | Fox | Mars 83 | VALSE DES PATINS (LA) | Mai 83 | Juillet 83 |
| BLUE THUNDER | Columbia | Mars 83 | TONNERRE DE FEU | Août 83 | Juin 83 |
| MAN, WOMAN & CHILD | Paramount | Mars 83 | UN HOMME, UNE FEMME, UN ENFANT | Sept. 83 | Décembre 83 |
| SPRING BREAK | Columbia | Mars 83 | | | Avril 84 |
| EXPOSED | U.A. | Mars 83 | SUREXPOSE | Nov. 83 | - |
| FLASHDANCE | Paramount | Avril 83 | LE FEU DE LA DANSE | Sept. 83 | Décembre 83 |
| PSYCHO II | Universal | Avril 83 | PSYCHO II | | Août 83 |

| TITRES | PRODUCTEURS | VISA VO/MONTREAL | TITRES FRANCAIS | SORTIE VF/PARIS | VISA VF/MONTREAL |
|-----------------------------|-------------|---------------------|-------------------------|--------------------|---------------------|
| OCTOPUSSY | U.A. | Mai 83 | OCTOPUSSY | Octobre 83 | Juillet 83 |
| RETURN OF THE JEDI | Fox | Mai 83 | RETOUR DE JEDI (LE) | Octobre 83 | Juin 83 |
| SPACE HUNTER | Columbia | Mai 83 | GUERRIER DE L'ESPACE | Sept. 83 | |
| TENDER MERCIES | Universal | Mai 83 | TENDER MERCIES | Octobre 83 | |
| BREATHLESS | Orion | Mai 83 | A BOUT DE SOUFFLE | Juin 83 | Août 83 |
| WARGAMES | U.A. | Mai 83 | JEUX DE GUERRE | Déc. 83 | Février 84 |
| SUPERMAN III | Warner | Juin 83 | SUPERMAN III | Août 83 | Août 83 |
| THE SURVIVORS | Columbia | Juin 83 | LES RESCAPES | | Janvier 84 |
| TRADING PLACES | Paramount | Juin 83 | UN FAUTEUIL POUR DEUX | Nov. 83 | Nov. 83 |
| TWILIGHT ZONE | Warner | Juin 83 | LA QUATRIEME DIMENSION | Février 84 | Février 84 |
| MR. MOM | Fox | Juillet 83 | MONSIEUR MAMAN | Mai 84 | Novembre 83 |
| NATIONAL LAMPOON'S VACATION | Warner | Juillet 83 | BONJOUR LES VACANCES | Juin 84 | Juillet 84 |
| STAYING ALIVE | Paramount | Juillet 83 | STAYING ALIVE | Octobre 83 | Octobre 83 |
| CLASS | Orion | Juillet 83 | UN COLLEGE DE CLASSE | Nov. 83 | Janvier 84 |
| JAW III | Universal | Juillet 83 | LES DENTS DE LA MER III | Déc. 83 | Décembre 83 |

LONGS METRAGES (U.S.A.) - Suite

| TITRES | PRODUCTEURS | VISA VO/MONTREAL | TITRES FRANCAIS | SORTIE VF/PARIS | VISA VF/MONTREAL |
|-----------------------|-------------|---------------------|----------------------|--------------------|---------------------|
| STRANGE BREW | Universal | Août 83 | | | |
| THE BIG CHILL | Columbia | Août 83 | LES COPAINS D'ABORD | Mars 84 | Mars 84 |
| RISKY BUSINESS | Warner | Août 83 | QUELLE AFFAIRE | Mars 84 | Mai 84 |
| ZELIG | Warner | Août 83 | ZELIG | Sept. 83 | Juillet 84 |
| DANIEL | Paramount | Sept. 83 | | Mars 84 | |
| EDDIE AND THE CRUISER | R. Malo | Sept. 83 | | | |
| NIGHTMARES | Universal | Sept. 83 | | | |
| BRAINSTORM | U.A. | Sept. 83 | LE PROJET BRAINSTORM | Février 84 | Août 84 |
| BEYOND THE LIMIT | Paramount | Sept. 83 | | | |
| THE RIGHT STUFF | Warner | Octobre 83 | L'ETOFFE DES HEROS | Mai 84 | Juillet 84 |
| NEVER SAY NEVER AGAIN | Warner | Octobre 83 | JAMAIS PLUS JAMAIS | Nov. 83 | Décembre 83 |
| RUMBLE FISH | Universal | Octobre 83 | RUSTY JAMES | Février 84 | Sept. 84 |
| UNDER FIRE | Orion | Octobre 83 | UNDER FIRE | Juin 84 | |

LONGS METRAGES (U.S.A.) - Suite

| TITRES | PRODUCTEURS | VISA VO/MONTREAL | TITRES FRANCAIS | SORTIE VF/PARIS | VISA VF/MONTREAL |
|---------------------|-------------|---------------------|----------------------------|--------------------|---------------------|
| YENTL | U.A. | Novembre 83 | YENTL | Avril 84 | Mars 84 |
| ANGELO MY LOVE | Pan-Can | Novembre 83 | | | |
| GORKY PARK | Orion | Novembre 83 | GORKY PARK | Février 84 | Juillet 84 |
| TERMS OF ENDEARMENT | Paramount | Novembre 83 | TENDRES PASSIONS | Avril 84 | Mars 84 |
| SILKWOOD | Fox | Décembre 83 | LE MYSTERE SILKWOOD | Avril 84 | Sept. 84 |
| SCARFACE | Universal | Décembre 83 | LE BALAFRE | Mars 84 | Mars 84 |
| TO BE OR NOT TO BE | Fox | Décembre 83 | ETRE OU NE PAS ETRE | Février 84 | Février 84 |
| CRISTINE | Columbia | Décembre 83 | CHRISTINE | Janvier 84 | Janvier 84 |
| BROADWAY DANY ROSE | Orion | Janvier 84 | | Octobre 84 | |
| UNFAITHFULLY YOURS | Fox | Janvier 84 | FAUT PAS EN FAIRE UN DRAME | Avril 84 | Avril 84 |
| STAR 80 | Warner | Février 84 | STAR 80 | Février 84 | Août 84 |
| FOOT LOOSE | Paramount | Février 84 | FOOTLOOSE | Mai 84 | |
| HARRY & SON | Orion | Février 84 | L'AFFRONTMENT | Mars 84 | Août 84 |

LONGS METRAGES (U.S.A.) - Suite

| | | | | | |
|-----------------------------|------------|------------|-------------------------------|-------------|-------------|
| SPLASH | Paramount | Mars 84 | SPLASH | Octobre 84 | Août 84 |
| POLICE ACADEMY | Warner | Mars 84 | ACADEMIE DE POLICE | Sept. 84 | Août 84 |
| THE HOTEL NEW HAMPSHIRE | Orion | Mars 84 | L'HOTEL NEW HAMPSHIRE | Sept. 84 | Avril 85 |
| SCANDALOUS | Orion | Mars 84 | | | |
| PURPLE HEARTS | Warner | Mars 84 | | | |
| SWING SHIFT | Warner | Avril 84 | | | |
| THIS IS SPINAL TAP | Pan-Can | Avril 84 | | | |
| MOSCOW ON THE HUDSON | Columbia | Avril 84 | MOSCOU A NEW YORK | Novembre 84 | Octobre 84 |
| THE NATURAL | Columbia | Mai 84 | LE MEILLEUR | | Octobre 84 |
| STARTREK III | Paramount | Mai 84 | | | |
| BREAKIN' | U.A. | Mai 84 | BREAK, LES DANSEURS DE RUE | | Octobre 84 |
| GREMLINS | Warner | Mai 84 | GREMLINS | Décembre 84 | Novembre 84 |
| INDIANA JONES | Paramount | Mai 84 | INDIANA JONES | Sept. 84 | Sept. 84 |
| ONCE UPON A TIME IN AMERICA | L.N. Films | Mai 84 | IL ETAIT UNE FOIS EN AMERIQUE | Juillet 84 | Sept. 84 |
| POPE OF GREENWICH VILLAGE | U.A. | Juin 84 | PAPE DE GREENWICH VILLAGE | Janvier 85 | |
| PURPLE RAIN | Warner | Juillet 84 | PURPLE RAIN | Février 85 | Octobre 84 |

| TITRES | PRODUCTEURS | VISA VO/MONTREAL | TITRES FRANCAIS | SORTIE VF/PARIS | VISA VF/MONTREAL |
|---------------------------------------|---------------|---------------------|-----------------------------------|--------------------|---------------------|
| GANDHI | Columbia/GB | Janvier 83 | GANDHI | Mars 83 | Mars 83 |
| YEAR OF LIVING DANGEROUSLY | U.A. / AUS. | Janvier 83 | L'ANNEE DE TOUS LES DANGERS | Juin 83 | Octobre 83 |
| THE PIRATES OF PENZANCE | Universal/GB | Février 83 | | | |
| BETRAYAL | Fox / GB | Mars 83 | TRAHISON CONJUGALE | Janvier 84 | |
| MONTY PYTHON'S THE MEANING OF LIFE | Universal/GB | Mars 83 | MONTY PYTHON LE SENS DE LA VIE | Juin 83 | Sept. 83 |
| LOCAL HERO | Warner / GB | Mars 83 | | Mars 84 | |
| GREGORY'S GIRL | Astral / GB | Avril 83 | UNE FILLE POUR GREGORY | Juin 84 | Sept. 84 |
| MERRY CHRISTMAS MR.LAWRENCE | Malo/GB-JAPON | Juillet 83 | FURYO | Juin 83 | Août 83 |
| STARSTRUCK | Pan-Can/AUS. | Juillet 83 | | | |
| EDUCATING RITA | Columbia/GB | Sept. 83 | L'EDUCATION DE RITA | Janvier 84 | Février 84 |
| LONELY HEARTS | Astral / AUS. | Janvier 84 | | | |
| THE DRESSER | Columbia/GB | Janvier 84 | L'HABILLEUR | Avril 84 | Avril 84 |

LONGS METRAGES (AUTRES) - Suite

| TITRES | PRODUCTEURS | VISA VO/MONTREAL | TITRES FRANCAIS | SORTIE VF/PARIS | VISA VF/MONTREAL |
|----------------------------|--------------|---------------------|-----------------|--------------------|---------------------|
| GREYSTOKE LEGEND OF TARZAN | Warner / GB | Mars 84 | GREYSTOKE | Octobre 84 | Octobre 84 |
| COUNTRYMAN | Pan-Can / GB | Mars 84 | | | |
| CHAMPIONS | Pan-Can /GB | Avril 84 | | | |

ANNEXE D

Liste des vidéocassettes de l'échantillon
et mesure des délais

VIDEOCASSETTES

SORTIE VO

SORTIE VF

| | | |
|-----------------------------|----------------|-------------------|
| High Road to China | 15 juin 1983 | Automne 1983 |
| Frances | Février 1984 | Août 1984 |
| The Outsiders | Août 1983 | Eté 1984 |
| Psycho II | Octobre 1983 | Juillet 1984 |
| Tender Mercies | Eté 1983 | Automne 1984 |
| Twilight Zone | Décembre 1983 | Eté 1984 |
| Jaw III | Décembre 1983 | Automne 1984 |
| Terms of Endearment | Juin 1984 | Octobre 1984 |
| Unfaithfully Yours | Août 1984 | Octobre 1984 |
| Footloose | Août 1984 | Décembre 1984 |
| Star 80 | Mars 1984 | Fin 84 - Début 85 |
| Once Upon a Time in America | Février 1985 | Février 1985 |
| The Big Chill | Août 1984 | Pas encore sortie |
| Never Say Never Again | Février 1984 | Pas encore sortie |
| The Right Stuff | Juin 1984 | Pas encore sortie |
| Yentl | Septembre 1984 | Pas encore sortie |
| Silkwood | Juin 1984 | Pas encore sortie |
| Scarface | Juin 1984 | Pas encore sortie |
| Broadway Dany Rose | Juillet 1984 | Pas encore sortie |
| Splash | Septembre 1984 | Pas encore sortie |

ANNEXE E

Listes des séries et mini-séries de l'échantillon
et mesure des délais

SÉRIES
(PREMIÈRE DIFFUSION)

| TITRE | VERSION ORIGINALE | VERSION FRANÇAISE |
|-------------------|---------------------|---------------------|
| SOAP | Automne 1982 | Pas encore diffusée |
| HILL STREET BLUES | Automne 1982 | Pas encore diffusée |
| STARSKY & HUTCH | Pas encore diffusée | Automne 1984 |
| LOTTERY | Pas encore diffusée | Pas encore diffusée |
| MAGNUM PI | Automne 1981 | Automne 1984 |
| DALLAS | Hiver 1978 | Automne 1984 |
| FAME | Pas encore diffusée | Pas encore diffusée |
| EIGHT IS ENOUGH | Automne 1981 | Automne 1983 |

MINI SÉRIES

| TITRE | VERSION ORIGINALE | VERSION FRANÇAISE |
|----------------------|--------------------------|------------------------|
| THORN BIRDS | Saison 82-83 | Saison 83-84 |
| A.D. ANNO DOMINI | Saison 84-85 (hiver) | Saison 85-86 (automne) |
| WOMAN OF SUBSISTANCE | Saison 84-85 | Saison 85-86 |
| ELLIS ISLAND | Saison 84-85 (automne) | Saison 85-86 (automne) |
| MASTER OF THE GAME | Saison 83-84 (printemps) | Saison 84-85 (automne) |
| PRINCESS DAISY | Saison 83-84 (automne) | Saison 84-85 (automne) |
| SCRUPLE | Saison 1983 | Saison 84-85 |
| PIRATE | Saison 82-83 | Saison 84-85 |
| A WOMAN NAMED GOLDA | Saison 1982 | Saison 84-85 |

CEGIR

ANNEXE F

L'industrie québécoise du doublage

L'INDUSTRIE QUEBÉCOISE DU DOUBLAGE

Les studios de doublage et les laboratoires qui y sont associés représentent un actif de 20\$ millions et un chiffre d'affaires annuel de 2,500,000\$. Les sociétés québécoises de doublage procurent de l'emploi à plus de 500 professionnels et techniciens sur une base permanente ou contractuelle et versent annuellement des salaires ou cachets pour une valeur de 1,900,000\$.

Sur un total de 4,000 heures d'émissions ou de séries étrangères - incluant les reprises - présentées durant la saison 1983-84 à Radio-Canada, Radio-Québec et Télé-Métropole, moins de 20% ont été doublées au Canada. Si 60% de ces heures avaient été doublées au pays, les représentants des studios estiment que l'industrie aurait eu un chiffre d'affaires cinq fois plus élevé et aurait versé de 9 à 10 millions de salaires et de cachets.

Source: L'Association Québécoise des industries techniques du cinéma et de la télévision inc. Extrait du mémoire remis au CRTC.

ANNEXE G

Liste des personnes rencontrées en entrevue

LISTE DES PERSONNES RENCONTREES EN ENTREVUE

André Séguin, délégué à l'acquisition et à la programmation-séries et téléfilms. Direction des programmes, Radio-Canada.

André Mongeon, délégué à l'acquisition et à la programmation-cinéma. Direction des programmes, Radio-Canada.

Claude Blain, président directeur général, Réseau TVA.

Pierre Aumais, directeur du Service du film, Télé-Métropole.

Bernard Montigny, conseiller juridique, Télé-Métropole.

Don Shapiro, directeur marketing, MPA Vidéo.

Gilles Bériault, directeur général, Vidéoglobe (et président de l'Association des distributeurs de films du Québec jusqu'en octobre 1984).

Jean-Claude Grunler, président, Vidéogram.

Robert Meunier, directeur à la diffusion et à la promotion, Société Générale du Cinéma.

Hélène Lauzon, directrice générale, Sonolab.

Yordan Nicolov, directeur général et président, Cinélume.

Christiane Bélanger, directrice générale, Bellevue-Pathé.

QUEEN P 91 .C655 E893314 198
Lapointe, Hélène
Étude sur les délais de di



CACC / CCAC
85120

ETUDE SUR LES DELAIS DE DIS-
PONIBILITE DES VERSIONS FRAN-
CAISES DES PRODUCTIONS AUDIO-
VISUELLES...

P
91
C655
E8933f
1985

DUE DATE

| | | | |
|--|--|--|--|
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |

201-6503

Printed
in USA

