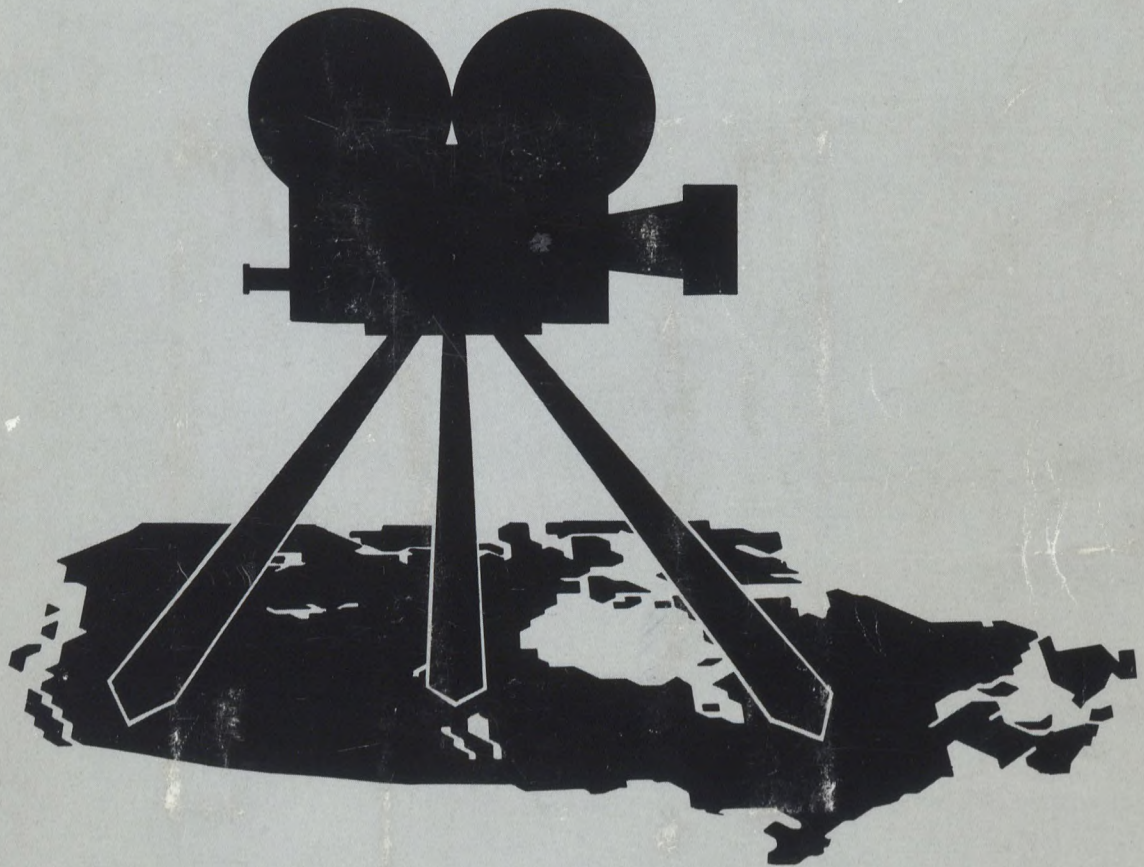


LE CINÉMA AU CANADA sur un bon pied



Rapport du Groupe de travail
sur l'industrie cinématographique
Novembre 1985



Gouvernement
du Canada

Government
of Canada

Canada

**LE CINÉMA CANADIEN
SUR UN BON PIED**

**Rapport du Groupe de travail
sur l'industrie cinématographique
Novembre 1985**

© Ministre des Approvisionnements et Services Canada 1985

N° de cat. Co52-8/1985

ISBN 0-662-54167-7

Le 30 novembre 1985

L'honorable Marcel Masse
Ministre des Communications
Tour Journal nord
300, rue Slater
Ottawa (Ontario),
K1A 0C8

Monsieur le Ministre,

Nous avons l'honneur de vous présenter le Rapport du Groupe de travail sur l'industrie cinématographique. Durant les quelques brèves semaines qu'a duré notre mandat, nous avons tenté de synthétiser les nombreux mémoires, études et rapports sur le sujet publiés au cours des dernières années. Nous avons identifié trois désordres structurels majeurs et recommandé des moyens d'action pour remédier à cette situation.

Ces trois anomalies structurelles sont fondamentales. Elles constituent des obstacles au développement d'une industrie cinématographique canadienne prospère et bien financée. Leur existence dénie aux Canadiens le pouvoir de contrôler un aspect vital d'expression de leur identité et de leur culture.

Ces problèmes peuvent et doivent être rapidement corrigés par des actions gouvernementales fermes et résolues. Les solutions que nous proposons ne sont pas exhaustives, mais elles sont interdépendantes. Des solutions apportées à l'une ou l'autre seulement des composantes du problème ne sauraient suffire.

Dans l'élaboration de ce rapport, nous avons obtenu le soutien entier du ministère des Communications et la coopération de son personnel. En aucun temps, toutefois, le Ministère n'a tenté de nous imposer son point de vue. Les opinions exprimées dans notre rapport sont celles du Groupe de travail et n'engagent que lui. Nous tenons cependant à remercier le personnel de votre Ministère pour son assistance ainsi que nos rédacteurs, Michel Houle et John Sifton, pour leur expertise.

TABLE DES MATIÈRES

	Page
Introduction	9
Chapitre I - Contrôle canadien sur la distribution	17
Chapitre II - Capitalisation des entreprises et financement des longs métrages canadiens	29
Chapitre III - Concentration et intégration verticale	47
Conclusion	55
Bibliographie	

INTRODUCTION

Le mandat confié le 5 septembre dernier au Groupe de travail sur l'industrie cinématographique l'invitait à analyser les problèmes structurels de cette industrie et de ses principales composantes : la production, la distribution et l'exploitation.

L'industrie cinématographique canadienne joue un rôle unique dans l'expression de notre culture et la définition de notre identité. C'est une industrie créatrice d'emplois qui a des ramifications et des impacts économiques considérables.

Le Groupe de travail est d'avis que les problèmes qui affectent une telle industrie méritent d'être abordés dans leurs aspects fondamentaux et déterminants. Il estime donc que les termes de son mandat sont particulièrement appropriés.

Notre analyse a identifié trois désordres structurels majeurs qui doivent être corrigés pour que se développe une industrie cinématographique canadienne saine, dynamique, profitable et compétitive.

Ces anomalies sont :

- La domination étrangère sur la distribution des films et vidéos au Canada. Cette domination empêche la production canadienne d'entrer en relation interactive avec son propre marché.
- La sous-capitalisation chronique des entreprises de production et les difficultés de financement des longs métrages. Ces problèmes découlent a) de la dimension limitée du marché canadien; b) de l'absence d'accès des producteurs canadiens aux revenus générés par la distribution des films et vidéos au Canada; c) de l'orientation projet par projet des organismes et programmes gouvernementaux.
- La concentration de propriété des salles et l'intégration verticale distribution-exploitation. La conjugaison de ces facteurs réduit la concurrence dans le domaine de la distribution et de l'exploitation.

Les principales recommandations que nous formulons concernent exclusivement ces problèmes fondamentaux. Comme les pattes d'un trépied, elles sont interdépendantes et indissociables.

1. CONTRÔLE CANADIEN SUR LA DISTRIBUTION

Notre première recommandation :

que la distribution des films et vidéos destinés à tous les marchés au Canada soit assurée par des entreprises dont la propriété et le contrôle sont Canadiens.

La distribution occupe une position stratégique dans l'industrie. Elle alimente les marchés et finance la production. Et partout dans le monde, ce sont les distributeurs nationaux qui contribuent au financement des productions nationales.

Or, au Canada, en 1981 par exemple, 97 p. 100 des bénéficiaires de distribution furent réalisés par des entreprises étrangères, essentiellement américaines. Depuis cette date, les entreprises américaines ont accru leurs activités dans le domaine du film et de la vidéo en acquérant les droits de distribution sur le territoire canadien de nombreuses productions européennes ou indépendantes américaines ou d'autres pays.

En pratique, l'industrie américaine considère le Canada comme son marché domestique et exige, lorsqu'elle acquiert les droits de distribution d'un film pour les Etats-Unis, de les obtenir également pour le Canada.

Cette situation n'existe pas ailleurs dans le monde. Elle porte atteinte à la souveraineté canadienne et freine la croissance de notre industrie ainsi piégée dans une structure industrielle tronquée. Les liens qui devraient exister entre la production nationale et la distribution nationale sont inopérants car notre marché domestique est exploité chez nous par des étrangers.

Conséquences :

- le cinéma canadien occupe seulement 3 à 5 p. 100 du temps-écran et constitue seulement 2 à 4 p. 100 des titres disponibles en vidéocassette au Canada;

- les entreprises canadiennes de distribution sont confinées à des positions marginales sur leur propre marché;
- les spectateurs canadiens financent essentiellement des productions étrangères.

La situation est critique. Les Canadiens ne peuvent décider de leur propre accès aux oeuvres d'imagination et de création; ils n'ont pas voix au chapitre dans la distribution de ces produits culturels à travers le pays. Quant à l'industrie cinématographique canadienne, privée des ressources financières de son propre marché, elle ne peut se développer sainement et fournir aux créateurs des moyens d'expression à la mesure de leur talent et de leurs ambitions.

C'est pourquoi nous recommandons au gouvernement :

d'affirmer dans un énoncé politique clair que la propriété et le contrôle canadiens de la distribution au Canada sont essentiels;

de prendre les mesures législatives et réglementaires appropriées pour réaliser cette politique.

La propriété canadienne que nous demandons en est une de droits de distribution sur le territoire canadien. Ce n'est pas une propriété de biens matériels ou fonciers. Il ne s'agit pas d'exproprier, ni de priver des ayants droit étrangers de leur accès au marché canadien et de leur juste rémunération. Les entreprises canadiennes concurrenceront pleinement pour acquérir ces droits et verseront aux producteurs canadiens et étrangers les redevances prévues selon les pratiques commerciales en usage.

2. CAPITALISATION DES ENTREPRISES ET FINANCEMENT DES LONGS METRAGES CANADIENS

Aucun pays industrialisé disposant d'un marché domestique inférieur à 100 millions d'habitants n'est en mesure de développer le plein potentiel de son industrie cinématographique nationale sans l'aide de l'Etat. L'Australie, le Brésil, le Japon et la quasi-totalité des pays européens ont développé à cet égard des systèmes de soutien complexes et sophistiqués.

Depuis 1968, le Canada s'est engagé lui aussi dans cette voie et nos recommandations visent à adapter son action au niveau actuel de maturité de l'industrie cinématographique canadienne.

Dans un premier temps, le Groupe de travail constate que toutes les mesures gouvernementales adoptées à ce jour sont exclusivement orientées vers la réalisation de films, étudiés cas par cas. Aucune ne vise directement le développement des entreprises cinématographiques.

Cette situation doit aujourd'hui être corrigée. Dans un contexte concurrentiel, la vitalité et le dynamisme d'une industrie culturelle se mesurent à la force des entreprises qui la composent.

C'est pourquoi nous recommandons :

la création d'incitatifs fiscaux, et autres mesures, qui favorisent l'investissement dans les entreprises canadiennes de production, de distribution et d'exportation.

L'objectif est d'établir une infrastructure industrielle forte, dynamique et bien financée. La capitalisation des entreprises est un facteur aussi essentiel à cet égard que la stimulation des projets individuels.

Des mécanismes devraient assurer que ces investissements stimulent la production, la distribution et l'exportation de films canadiens. Ces investissements favoriseront la stabilité des entreprises, la planification financière et stratégique, la prise de risques et les initiatives de développement.

Si les distributeurs canadiens disposent d'un plein accès aux ressources de leur marché, ils contribueront au financement des productions canadiennes. Cette nouvelle situation permettra aussi aux producteurs canadiens de mieux utiliser d'autres instruments de financement existants tels que la déduction pour amortissement et les traités de coproduction.

Mais le marché canadien ne représente que 10 p. 100 du marché américain et 4 p. 100 du marché occidental. C'est une réalité démographique incontournable et des investissements publics déclencheurs sont nécessaires pour financer des longs métrages canadiens de qualité aptes à soutenir la concurrence.

Actuellement, les sommes accessibles à l'industrie par le biais de Téléfilm Canada sont en presque totalité liées au Fonds de développement de la production d'émissions canadiennes (FDPEC). L'objectif de ce fonds est d'assurer la production d'émissions canadiennes de qualité et leur télédiffusion aux heures de grande écoute. Pour avoir accès à ce fonds, les producteurs doivent obtenir au préalable un engagement d'un télédiffuseur et nous sommes entièrement d'accord avec ce principe.

Toutefois, le long métrage ne constitue pas une priorité pour les télédiffuseurs. Le long métrage est destiné prioritairement aux marchés des salles, de la vidéocassette et de la télévision payante, d'où il retire 80 p. 100 de ses revenus. Son financement est tributaire de cette situation et requiert d'être abordé spécifiquement.

C'est pourquoi nous recommandons :

la création d'un fonds de financement de longs métrages canadiens, d'une valeur annuelle de 60 millions de dollars.

Pour accéder à ce fonds, les producteurs devront obtenir un engagement d'un distributeur canadien de façon à établir d'emblée l'indispensable interaction entre production et distribution. Ce fonds devrait être administré par Téléfilm Canada. Il devrait appuyer toutes les étapes de la carrière d'un film : développement, production, distribution domestique et vente à l'étranger. Il devrait donc être accessible aux entreprises canadiennes de production, de distribution et d'exportation.

3. CONCENTRATION ET INTÉGRATION VERTICALE

Actuellement au Canada, il n'y a que deux grands circuits nationaux de salles : Famous Players-Cinémas Unis et Cinéplex-Odéon. À eux deux, ils recueillent 78 p. 100 des revenus de la recette-guichet des neuf plus grands marchés au Canada.

Chacun de ces circuits est intégré verticalement à un distributeur : Famous Players (salles) et Paramount (distribution) sont sous le contrôle du même conglomérat, Gulf + Western; Cinéplex-Odéon (salles) est lié à Pan-Canadian (distribution).

Cette concentration de propriété, conjuguée à l'intégration verticale distribution-exploitation, peut limiter sérieusement la concurrence et fausser les règles du jeu.

Tout distributeur verticalement intégré à un grand circuit d'exploitation de salles ou, dans un proche avenir, à des circuits de vidéo-clubs, peut utiliser ce pouvoir d'accès préférentiel aux points principaux de vente pour acquérir l'ensemble des produits étrangers et domestiques ayant une valeur commerciale, restreignant ainsi l'accès aux grands circuits pour les autres distributeurs canadiens.

En s'assurant la distribution des produits les plus lucratifs, une entreprise intégrée conforte également sa position comme exploitant et se trouve en position pour restreindre la concurrence au niveau de l'exploitation.

Le Groupe de travail n'écarte même pas la possibilité que le duopole actuel se transforme en quasi-monopole.

La concurrence est essentielle dans un marché sain et ordonné, c'est pourquoi nous recommandons au gouvernement :

de prendre les mesures nécessaires pour empêcher toute intégration verticale des activités de distribution et d'exploitation (y compris le commerce au détail des vidéocassettes) qui aurait pour effet de limiter la concurrence et la liberté de commerce au Canada.

4. CONCLUSION

Nos recommandations principales sont étoffées dans les chapitres qui suivent. Elles sont peu nombreuses mais forment un tout; on ne peut les dissocier sans menacer l'équilibre d'ensemble de l'édifice. Elles doivent être appliquées concurremment.

Ces recommandations articulent une stratégie de développement industriel dont seule la mise en oeuvre intégrale peut, selon notre analyse, permettre à l'industrie cinématographique canadienne d'atteindre la stabilité financière, un haut niveau d'excellence et la pleine mesure de l'énorme potentiel créateur et de l'esprit d'entreprise existant dans ce pays.

La vitalité et la prospérité de cette industrie seront les meilleurs instruments d'affirmation de notre identité nationale, d'expression de notre culture, de témoignage de notre réalité et de rayonnement de la créativité canadienne.

CHAPITRE I

CONTRÔLE CANADIEN SUR LA DISTRIBUTION

Recommandation

Que la distribution des films et vidéos destinés à tous les marchés au Canada soit assurée par des entreprises dont la propriété et le contrôle sont Canadiens.

La distribution occupe une position stratégique dans l'industrie : elle alimente les marchés et finance la production. D'où cet adage en vigueur : " qui contrôle la distribution contrôle le cinéma ".

Or, au Canada, la distribution des films et vidéos est sous contrôle étranger. En 1981, environ 97 p. 100 des bénéficiaires de distribution au Canada étaient réalisés par des entreprises étrangères, essentiellement américaines.

Et depuis, cette mainmise étrangère s'est accentuée. Les grands distributeurs américains en place ont augmenté leur volume d'activité, en acquérant les droits de distribution au Canada d'un nombre sans cesse croissant de productions indépendantes américaines, européennes et d'ailleurs. De nouvelles entreprises américaines se sont implantées ou ont annoncé leur intention de le faire.

Dans le secteur nouveau et en rapide développement de la vidéocassette, une étude récente indique que les entreprises américaines contrôlent déjà 90 p. 100 du marché canadien.

La mainmise américaine sur la distribution des films et vidéos au Canada découle de la puissance financière et de l'énorme pouvoir de marché dont disposent les entreprises américaines de distribution. La plupart d'entre elles sont intégrées à de larges et puissants conglomérats et ont accès à un marché intérieur de plus de 250 millions d'habitants.

En pratique, les distributeurs américains considèrent le Canada comme une extension de leur " marché domestique ". Lorsqu'ils acquièrent les droits de distribution d'un film ou d'une vidéo pour les États-Unis, ils exigent d'obtenir aussi les droits pour le Canada. Ils acquièrent de cette façon les droits nord-américains de distribution de la quasi-totalité des films et vidéos rentables.

Les producteurs indépendants américains, les producteurs d'Europe ou d'ailleurs et même les producteurs canadiens, ne peuvent donc négocier librement avec un distributeur canadien les droits de distribution de leurs films au Canada sans risquer de compromettre leur accès au marché américain, le plus large et lucratif des marchés occidentaux.

Cette situation est unique au monde. Tous les pays sont préoccupés de l'influence de la culture américaine. Les films et vidéos américains rejoignent des auditoires importants partout dans le monde et sont appréciés du public. Le Groupe de travail partage ces préoccupations, mais il considère que le libre choix du public canadien est un principe essentiel qui doit être respecté et préservé. Le Groupe de travail ne veut d'aucune façon limiter l'accès aux productions américaines.

Ce qui est en cause, ce n'est pas la présence et l'attrait des productions américaines. C'est la domination d'entreprises dont la propriété et le contrôle sont américains, sur la distribution au Canada des films et vidéos non seulement américains mais de toute origine et provenance. C'est cette situation qui doit être corrigée parce qu'elle freine la croissance de notre industrie piégée dans une structure industrielle tronquée. Notre marché étant exploité chez nous par des étrangers, les liens nécessaires entre production et distribution nationales sont inopérants.

1. LES CONSÉQUENCES DE LA DOMINATION ÉTRANGÈRE

La distribution alimente les marchés, elle détermine qui pourra voir quoi, quand, où et comment. La distribution choisit, par exemple, les films qui seront importés et auxquels le public canadien aura ou non accès. Elle décide de la mise en marché des productions dans les divers médias : salles, vidéocassettes, télévision payante et conventionnelle. Elle détermine l'ampleur de leur diffusion dans les diverses régions du pays. Ces décisions

affectent la vie culturelle de l'ensemble des Canadiens. Il est inacceptable qu'elles soient prises ailleurs qu'au Canada, au nom d'intérêts économiques étrangers.

Tout pays qui entend préserver et affirmer sa souveraineté doit être maître de pareilles décisions. Le cinéma est un moyen de communications puissant et prestigieux. Il dissémine les idées et véhicule les cultures au monde entier. Les Canadiens doivent contrôler leur propre accès aux oeuvres cinématographiques d'imagination et de création de toute provenance et en organiser la circulation à travers le pays.

La distribution est aussi inextricablement liée à la production. La distribution finance la production; et partout dans le monde, ce sont les distributeurs nationaux qui contribuent au financement des productions nationales.

Les Canadiens dépensent annuellement plus d'un milliard de dollars pour voir des films en salles, sur vidéocassettes ou à la télévision payante. Toutefois, une infime partie des bénéfices de distribution découlant de ce marché est réalisée par des entreprises canadiennes et injectée dans la production de films et vidéos canadiens.

La domination des entreprises étrangères confine les distributeurs canadiens à une position extrêmement marginale sur leur propre marché. Les salles de cinéma, les grossistes et détaillants de vidéocassettes ainsi que la télévision payante attendent d'un distributeur qu'il leur offre un large éventail de produits étrangers et canadiens, et seuls les distributeurs américains peuvent offrir ce choix.

Sans accès à une telle abondance et diversité de produits étrangers et canadiens de qualité, les entreprises de distribution canadiennes ne peuvent survivre, concurrencer et satisfaire à la demande du marché. Et elles ne peuvent investir une part significative des revenus de distribution réalisés au Canada dans la production de films et vidéos canadiens, complétant ainsi le cycle normal de toute industrie saine.

Dans son Canada's Cultural Industries, l'Institut canadien de politique économique soulignait :

"Any effort to develop a strong, healthy Canadian film industry will have to address and redress the historical tradition of a production sector divorced from its major home market."

Aucun secteur de production ne peut se développer sainement et profitablement sans l'appui financier d'un secteur national de distribution fort et compétitif.

Le Canada doit maîtriser le développement de son industrie cinématographique s'il veut permettre aux Canadiens d'exprimer leur culture, d'affirmer leur identité et de participer à l'enrichissement de la culture mondiale.

Pour atteindre cet objectif, des oeuvres cinématographiques canadiennes de qualité doivent être financées et produites en nombre suffisant. Elles doivent aussi être largement diffusées et être accessibles au public canadien et étranger.

Et le premier pas, indispensable et décisif, dans cette direction est d'assurer un contrôle canadien sur la distribution des films et vidéos sur tous les marchés au Canada.

Une domination monopolistique

Le contrôle canadien sur la distribution permettra aux entreprises canadiennes de négocier et de concurrencer librement pour l'obtention des droits de distribution au Canada des films et vidéos étrangers. Ces entreprises paieront aux ayants droit américains, canadiens ou autres les redevances auxquelles ils ont droit selon les pratiques commerciales en usage.

Ce contrôle canadien sur la distribution briserait le monopole de fait qu'exercent sur le territoire canadien les distributeurs américains de films et de vidéos. Les premiers sont réunis au sein de l'Association canadienne des distributeurs de films (ACDF), les seconds voient leurs intérêts collectivement représentés par Home Video Board-Canada. Les deux associations sont liées à la Motion Picture Export Association of America (MPEEA), le très puissant cartel américain.

Le fait que les principaux joueurs d'une industrie, réunis en trust, association ou cartel, aient tendance à monopoliser le marché n'est pas nouveau dans l'histoire du cinéma. Aux Etats-Unis, dès 1909, les grands magnats de l'industrie se sont associés autour de la United Film Protective Association of the Film Manufacturing and Importers of the United States (plus simplement appelée la Patents Co. ou Trust Edison) pour contrôler le marché et prévenir l'invasion de producteurs ou distributeurs indépendants américains ou étrangers.

Par un système complexe d'attribution de permis à tous les niveaux de l'industrie, ce trust a réussi à instaurer des barrières infranchissables pour les indépendants. Le gouvernement américain est intervenu et la Cour Suprême des Etats-Unis a démantelé ce combinat en 1915 en vertu de la Loi anti-trust.

Plus tard, c'est grâce à l'intégration verticale production-distribution-exploitation que cinq des grands studios américains ont pu établir une position dominante sur le marché américain. Et là encore, la Cour Suprême est intervenue en 1948 par le biais du Sherman Act pour briser cette tendance au monopole. Ce qui a eu pour effet de permettre aux distributeurs indépendants et aux producteurs-distributeurs non intégrés aux salles d'augmenter leur part du marché, leur niveau d'activité et d'implication financière dans la production.

Ces freins que le pouvoir judiciaire a posés à une trop grande concentration ont contribué au dynamisme du cinéma américain à travers les décennies. En ouvrant systématiquement le marché à leurs distributeurs et producteurs indépendants, les Etats-Unis se sont assurés d'une revitalisation constante de leur industrie.

Aux Etats-Unis, les distributeurs américains doivent se plier aux règles de la concurrence. Au Canada, ils fonctionnent en cartel. Ils relèguent ainsi les producteurs et distributeurs canadiens à des positions marginales sur leur propre marché.

Le bris de ce monopole par le gouvernement canadien s'inspirera des traditions vives et profondes qui ont marqué l'histoire cinématographique américaine. Et il aura pour effet une stimulation de l'industrie et un enrichissement de la culture canadienne.

Il permettra à l'industrie cinématographique, qui est la plus prestigieuse et la plus influente forme de communication de masse, de se développer sainement et profitablement au Canada.

2. UNE SOLUTION DANS LA TRADITION CANADIENNE

Selon un récent sondage, 82 p. 100 des Canadiens considèrent que notre culture est un des éléments qui les rendent fiers de ce pays. La culture joue un rôle unique dans la formation d'une identité nationale, elle est le ciment qui donne sa cohésion à un ensemble politique, économique et social.

Les industries culturelles sont des instruments essentiels d'affirmation et de rayonnement des cultures nationales. Les raisons d'exclure les industries culturelles canadiennes des négociations concernant le libre-échange avec les États-Unis sont nombreuses et évidentes.

Les industries culturelles sous contrôle canadien sont viables, financièrement solides et largement créatrices d'emplois pour les Canadiens. Elles offrent des moyens et des lieux d'expression dynamiques aux artistes et créateurs de chez nous.

La presse écrite, la radio, la télévision rejoignent les Canadiens dans toutes les régions du pays et leur apportent le témoignage, les analyses et opinions, les créations et perceptions de milliers d'autres Canadiens sur l'histoire, l'imaginaire et le devenir du Canada et du monde entier.

Lorsqu'une appropriation de ces secteurs des industries culturelles a été nécessaire, elle a toujours été bénéfique pour l'économie générale du Canada et pour ses citoyens. Par exemple, la révision de la Loi sur la radiodiffusion en 1968 a eu pour effet de faire bénéficier les Canadiens d'une augmentation de 700 p. 100 des revenus de radiodiffusion et de 550 p. 100 des profits avant impôt entre 1968 et 1973. Le nombre d'emplois offerts aux Canadiens a pour sa part doublé.

Inversement, dans les secteurs où la domination étrangère est forte -- le livre et le cinéma -- les oeuvres canadiennes distribuées par des entreprises canadiennes sont confinées à une part minime du marché. Ces entreprises canadiennes sont constamment aux prises avec des problèmes de capitalisation, de stabilité financière, qui les empêchent de remplir les fonctions économiques, sociales et culturelles que les Canadiens attendent d'elles.

Notre recommandation est inscrite en filigrane dans la tradition et dans l'histoire de la politique culturelle de ce pays. Le contrôle canadien sur les moyens de communication est le ferment de la souveraineté culturelle canadienne.

La presse quotidienne : canadienne de tout temps

La presse quotidienne au Canada a toujours été presque entièrement sous contrôle d'entreprises qui sont la propriété de Canadiens. Divers comités ou commissions ont tour à tour exprimé leur détermination à ce que cette situation soit maintenue, la propriété canadienne des entreprises de presse constituant, à leurs yeux, un facteur essentiel à la souveraineté culturelle aussi bien qu'à l'indépendance politique au Canada.

La Commission royale sur les publications (O'Leary, 1961) soutenait d'ailleurs dans son rapport que les communications sont " le fil qui lie ensemble les fibres d'une nation ". Et elle ajoutait : " ...On peut affirmer, sans avoir beaucoup à craindre d'être contredit, que, dans ces fonctions, les techniques de diffusion sont aussi essentielles à la vie d'une nation que ses moyens de défense, et qu'il faudrait leur accorder tout au moins une aussi grande mesure de protection. "

Radiophonie et télédiffusion : maintenant une industrie canadienne

En 1932, le Premier ministre canadien R.B. Bennett, responsable du premier Canadian Radio Broadcasting Act, déclarait :

" Ce pays doit être assuré d'un complet contrôle sur la diffusion en sol canadien, libre de toute interférence ou influence étrangère. Sans un tel contrôle, la radiodiffusion ne pourra jamais devenir un instrument majeur de communication des sujets d'intérêts nationaux, de diffusion des idéaux et de l'esprit de ce pays, et sans ce contrôle, elle ne sera jamais un instrument par lequel la conscience nationale sera soutenue et encouragée, et l'identité canadienne renforcée. "

Le gouvernement Bennett était convaincu que la propriété canadienne était le meilleur garant de la protection de la souveraineté nationale. C'est dans l'esprit de cette conviction que fut écrit le Canadian Broadcasting Act et instituée la Canadian Broadcasting Corporation/Société Radio-Canada en 1936.

Les commissions et comités qui ont successivement étudié la radiodiffusion ont toujours considéré et recommandé que le réseau mixte privé et public institué depuis demeure essentiellement sous contrôle canadien.

Dès 1942, le Comité parlementaire sur la radiodiffusion confiait au ministère des Transports, qui était l'organisme autorisé à délivrer des licences, le mandat d'évaluer, sur une base discrétionnaire, la proportion de propriété étrangère permise dans des cas particuliers. En 1957, la Commission royale d'enquête sur la radiodiffusion, appelée Commission Fowler, indiquait dans son rapport qu'une disposition législative devait être mise en vigueur pour limiter cette participation étrangère à 20 p. 100 dans toute nouvelle entreprise de radiodiffusion.

Malgré ces prises de position fermes, des entreprises étrangères ont maintenu des positions avantageuses dans le système de radiodiffusion canadien. Des droits acquis étaient reconnus aux entreprises déjà implantées; des pouvoirs de dérogation étaient prévus dans les législations; et la câblodistribution échappait à toute réglementation.

En 1966, le Livre blanc sur la radiodiffusion réaffirmait :

" Il a toujours été reconnu que le contrôle des installations de communications au Canada doit appartenir aux Canadiens. Et en 1968, le nouvelle Loi sur la radiodiffusion établissait clairement que le système canadien de radiodiffusion devait " être possédé et contrôlé effectivement par des Canadiens de façon à sauvegarder, enrichir et raffermir la structure culturelle, politique, sociale et économique du Canada. "

Et un ensemble de directives et décrets gouvernementaux vinrent préciser la Loi. Entre 1969 et 1973, les entreprises étrangères se dessaisirent de leurs intérêts dans 55 entreprises de câblodistribution, 13 stations de télévision, 10 stations de radio et une station émettrice sur ondes courtes. Le montant total

des rachats par des Canadiens s'éleva à près de 150 millions de dollars. L'opération profita à l'ensemble de l'économie canadienne et ces entreprises comptent aujourd'hui parmi les plus saines et les plus profitables au pays; elles produisent ou véhiculent des parts importantes de contenu canadien et contribuent au dynamisme et à la vitalité de la culture canadienne.

Le livre et l'édition : un pas décisif vers un contrôle canadien

La Commission royale sur les publications écrivait déjà en 1961 :

" Les obligations propres du Canada, son gouvernement, sa structure constitutionnelle, ses idéaux et ses aspirations, ses souvenirs et les événements marquants de son histoire, même ses discordes, sont des faits de son existence que des organes de diffusion appartenant à un autre pays, ou sous la domination d'un autre pays, même s'il s'agit d'un pays ami, ne pourraient examiner avec compréhension et utilité. "

Le Livre blanc sur la politique québécoise du développement culturel souligne :

" Les industries du livre (édition, distribution, vente) sont un puissant moyen d'expression de la culture d'une collectivité; dans aucun pays, pour aucun peuple, pour aucun groupe national, il n'est tolérable qu'elles soient sous contrôle étranger. "

En Ontario, la Royal Commission on Book Publishing a aussi témoigné de ses préoccupations face à la mainmise étrangère sur l'édition et la distribution de livres au Canada, insistant sur l'importance d'établir une répartition des activités et du marché entre les entreprises canadiennes et étrangères.

Un tel équilibre n'a pu être atteint par le biais du soutien financier à l'édition canadienne, malgré les efforts importants déployés en ce sens par les gouvernements fédéral et provinciaux. En 1985, par exemple, seulement 18 p. 100 des ventes de livres de langue anglaise reviennent à des maisons d'édition sous contrôle canadien. Ces mêmes entreprises canadiennes qui se partagent seulement le cinquième du marché sont pourtant celles qui publient et distribuent 85 p. 100 des oeuvres originales d'auteurs canadiens.

Mesurant les conséquences que ce déséquilibre entraîne sur la possibilité d'expression culturelle des Canadiens, le gouvernement fédéral a récemment annoncé une nouvelle politique sur l'investissement étranger dans l'édition canadienne qui stipule :

" Le gouvernement soutient qu'il existe un lien direct entre la situation de dépendance de l'édition canadienne et le rôle que joue l'investissement non canadien dans ce secteur d'activité. (...) Le gouvernement déclare clairement qu'il considère comme essentiel le contrôle canadien de cette activité. "

Cette politique a reçu l'appui des provinces et des milieux d'affaires.

Un consensus national

Un consensus se dégage nettement de ces rappels historiques : les industries culturelles et moyens de communication de masse doivent être contrôlés par des Canadiens et être la propriété de Canadiens. L'industrie cinématographique doit aussi suivre cette voie.

C'est là une condition essentielle à l'affirmation de notre souveraineté politique et culturelle.

3. RECOMMANDATIONS

Pour que la distribution au Canada des films et vidéos destinés à tous les médias et marchés soit exercée par des entreprises dont la propriété et le contrôle sont canadiens, nous suggérons au gouvernement :

d'affirmer, par un énoncé politique clair, que la propriété et le contrôle canadiens sur la distribution des films et vidéos au Canada sont essentiels.

Le principe d'une propriété et d'un contrôle canadiens des moyens de communication a toujours été sous-jacent à la politique culturelle canadienne. Son application à l'industrie cinématographique est plus que jamais nécessaire. Cet énoncé

complètera harmonieusement l'ensemble des politiques adoptées dans les autres secteurs des communications, politiques qui contribuent à l'affirmation de la souveraineté canadienne. Nous suggérons également :

de prendre en conséquence les mesures appropriées, législatives et réglementaires, pour assurer l'application de cette politique.

Une de ces mesures est d'adresser sans délai une directive à l'organisme Investissement Canada afin qu'aucune nouvelle entreprise étrangère de distribution ne soit autorisée à s'implanter au Canada.

Une décision formelle du Conseil des ministres devrait en outre enjoindre Investissement Canada d'étudier toute acquisition directe ou indirecte de sociétés de distribution existantes -- canadiennes et étrangères -- opérant au Canada.

Pour que la transaction soit autorisée, Investissement Canada devrait exiger des investisseurs étrangers :

- . qu'ils s'engagent à renoncer au contrôle de l'entreprise en faveur de Canadiens, au cours du marché, dans un délai raisonnable;

ou

- . que l'investissement proposé se fasse dans le cadre d'une co-entreprise contrôlée par des Canadiens.

Dans les deux cas, le contrôle effectif de la propriété devrait être exercé par des Canadiens.

Nous aimerions souligner que la propriété dont il s'agit en est une de droits de distribution. Il ne s'agit pas d'exproprier quiconque au sens strict, ni de priver des ayants droit étrangers de leur juste rémunération. Notre recommandation implique que les droits de distribution des films et vidéos sur le territoire canadien soient détenus et exercés par des entreprises possédées et contrôlées par des Canadiens. Ces entreprises concurrenceront pleinement pour acquérir ces droits et verseront aux producteurs étrangers et canadiens les redevances prévues selon les pratiques commerciales en usage.

Investissement Canada doit accorder une attention particulière à " l'examen de certains investissements dans des domaines d'activité commerciale liés au patrimoine culturel et à l'identité nationale "; le gouvernement a ainsi voulu reconnaître l'importance exceptionnelle qu'il accorde à ces secteurs d'activité énumérés à l'article 8, annexe IV, de la réglementation.

Poursuivant cette logique, nous suggérons au gouvernement de confier au ministre des Communications la responsabilité de l'administration de ces dispositions particulières. Ce ministre est responsable devant le Parlement et la population de l'élaboration de la politique culturelle canadienne. Il dispose de l'expertise dans le secteur des industries culturelles et des communications. Il est le mieux en mesure d'évaluer les avantages et désavantages nets des investissements étrangers dans ces deux secteurs d'activité, en regard notamment de la souveraineté culturelle et de l'identité nationale canadiennes.

D'autres mesures devront être envisagées et adoptées par le gouvernement, dans le cadre de sa juridiction ou en concertation avec les provinces, si elles s'avèrent nécessaires pour atteindre l'objectif d'un contrôle canadien sur la distribution.

CHAPITRE II
CAPITALISATION DES ENTREPRISES ET
FINANCEMENT DES LONGS MÉTRAGES CANADIENS

Recommandations

Création d'incitatifs fiscaux pour favoriser l'investissement privé dans les entreprises canadiennes de production, de distribution et d'exportation.

Création d'un fonds de financement de longs métrages canadiens d'une valeur annuelle de 60 millions de dollars.

La sous-capitalisation chronique des entreprises et les difficultés de financement des longs métrages sont deux déficiences majeures que nous avons identifiées.

Elles ont pour causes principales :

- . la domination étrangère sur la distribution au Canada qui confine les entreprises canadiennes à des positions marginales sur leur propre marché.

Ce problème est particulier au Canada. Aucun autre pays n'est considéré comme partie intégrante du " marché domestique " américain. Nul ne subit une domination aussi forte. L'industrie canadienne doit contrôler les ressources de son propre marché. C'est un préalable indispensable.

- . la dimension limitée du marché canadien (25 millions d'habitants) qui ne représente que 10 p. 100 du marché américain et 4 p. 100 du marché occidental.

Ce type de problème préoccupe l'ensemble des pays occidentaux, à l'exception des États-Unis qui disposent d'un marché intérieur de 250 millions d'habitants.

En raison de sa taille même, le marché domestique américain (qui inclut le marché canadien) permet à l'industrie cinématographique américaine un taux élevé d'autofinancement. Par ailleurs, le poids économique et politique des États-Unis favorise l'exportabilité de ses produits culturels.

Ces deux facteurs font la force de l'industrie américaine et garantissent la rentabilité des entreprises qui la composent. C'est l'industrie américaine qui fixe les paramètres financiers, les exigences de qualité et les standards technologiques qui prévalent à l'échelle internationale.

La plupart des autres pays industrialisés disposent de marchés domestiques inférieurs à 100 millions d'habitants. Dans ce contexte, les industries cinématographiques nationales doivent d'une part adapter leur économie, leurs budgets et leurs modes de financement aux dimensions de leur marché intérieur. D'autre part, ces industries doivent fournir des produits culturels compétitifs qui répondent aux attentes des publics et aux standards internationaux en vigueur.

Pour aider leurs industries nationales à relever ce défi, les gouvernements de l'Australie, du Brésil, du Japon et de pratiquement tous les pays européens ont adopté des mesures permanentes de stimulation et de soutien. Car tous reconnaissent que le cinéma est un instrument privilégié d'affirmation des identités nationales et un lieu d'expression culturelle essentiel à notre temps.

Le Canada a lui aussi reconnu l'importance de stimuler la création et la production cinématographiques au pays et a adopté plusieurs mesures à cette fin.

1. LE LONG MÉTRAGE AU CANADA

Le long métrage de fiction est la forme la plus influente et la plus prestigieuse de communication de masse. Le long métrage de fiction est au XX^e siècle ce que le mythe, la tradition orale, la littérature romanesque ont représenté pour les âges antérieurs. C'est la forme de récit la mieux adaptée à notre temps.

Le long métrage traverse aisément les frontières. Il contribue plus que tout autre à la renommée internationale des artistes et réalisateurs. Il représente les défis de création les plus stimulants. La production de longs métrages est un secteur de pointe et de recherche qui conditionne le développement d'ensemble des industries de l'audio-visuel.

La production de longs métrages est une industrie où les risques sont élevés. Un long métrage rejoint toutefois les publics à travers un nombre sans cesse croissant de modes de diffusion : en quelques années à peine, le marché canadien de la vidéocassette s'est développé pour atteindre en 1984 une valeur de 530 millions de dollars. Les Canadiens dépenseront cette année environ 115 millions de dollars en abonnements à la télévision payante et l'exploitation traditionnelle en salles génère des revenus annuels de plus de 400 millions de dollars au Canada.

Le long métrage s'adresse prioritairement à ces trois marchés : salles, vidéocassettes, télévision payante. Il en retire environ 80 p. 100 de ses revenus. Le reste provient de la télévision conventionnelle (réseaux, stations et " syndication ") et de la distribution communautaire. Son financement est tributaire de cette situation.

Plusieurs facteurs influencent le financement du long métrage : qualité du projet, genre et public-cible, intérêt des distributeurs et investisseurs privés, possibilités de coproduction et de ventes à l'étranger, etc.

Pour relever le défi du financement des longs métrages canadiens, tous ces facteurs doivent être considérés.

Expérience passée

Le Canada a adopté le 3 mars 1968 le projet de loi C-204 établissant la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne (SDICC) dont l'objectif principal est d'encourager le développement d'une industrie du long métrage au Canada.

Dans un premier temps, la SDICC exigeait que tout projet soit accompagné d'une lettre d'engagement d'un distributeur. De 1968 à 1974, elle a participé au financement de 119 films : 68 en anglais et 51 en français.

Du côté francophone, l'expérience connut beaucoup de succès. Les producteurs québécois avaient déjà acquis une certaine expérience; les distributeurs étaient nombreux et détenaient des parts du marché plus significatives qu'ailleurs au Canada. Ils se sont donc engagés financièrement et professionnellement davantage.

Résultats : entre 1971 et 1974, le cinéma québécois a occupé en moyenne 9 p. 100 du temps-écran dans la région métropolitaine de Montréal; vingt longs métrages réalisés pendant cette période ont pratiquement remboursé leurs investissements dont huit qui ont réalisé des profits. Et ce, selon une étude réalisée en 1976, avant que certains d'entre eux aient complété leur carrière.

Au Canada anglais, la mainmise étrangère sur la distribution était déjà très forte. Dans son rapport annuel de 1974-1975, la SDICC soulignait que ses efforts, fructueux au niveau de la stimulation de la production, se butaient à des écueils considérables en ce qui a trait à la diffusion des films sur le marché canadien. Ces problèmes de distribution et de mise en marché handicapaient la profitabilité des productions canadiennes et leurs possibilités de financement.

On tenta donc de trouver des sources alternatives de financement. Le gouvernement fédéral créa en 1974 la déduction pour amortissement (DPA), un incitatif fiscal visant à favoriser l'investissement privé dans les productions canadiennes.

La DPA a effectivement attiré des investissements privés considérables dans la production de films canadiens. Le sommet fut atteint en 1979, lorsque 67 films certifiés canadiens, d'une valeur globale de 180 millions de dollars, ont bénéficié d'investissements privés en vertu de la DPA.

Mais le programme eut aussi des effets négatifs principalement parce qu'il a favorisé le divorce entre production et marché. Dans une étude indépendante récente, la firme Stratavision Inc. souligne :

" ...l'avènement de la déduction pour amortissement a significativement diminué l'importance de la participation des distributeurs au stade initial de la production de films. Cela a non seulement réduit le nombre de films auxquels les distributeurs canadiens avaient automatiquement accès : cela a aussi empêché les distributeurs canadiens expérimentés d'influencer la nature des films produits. Ainsi, bien que l'approvisionnement en films canadiens destinés aux salles se soit accru considérablement, plusieurs d'entre eux étaient impossibles à mettre en marché. "

Concurremment à l'instauration de la DPA, la SDICC avait cessé d'exiger la participation d'un distributeur. Ce qui a été subséquemment renforcé par la décision de Revenu Canada de ne pas permettre les revenus garantis. On vit alors apparaître des producteurs-champignons, inexpérimentés et extérieurs à la profession, plus intéressés à " monter un abri fiscal " qu'à produire des films attrayants pour le public. On assista à une inflation des devis de production, établis sans corrélation avec des réalités de marché.

La DPA était conçue pour favoriser l'investissement dans des projets individuels. Les investisseurs devaient donc choisir des films spécifiques, cas par cas, et ne s'impliquaient pas dans le financement des entreprises, ce qui leur aurait permis d'étaler leur risque sur un ensemble de produits.

Ces problèmes spécifiques, conjugués à la récession économique générale, ont entraîné un effondrement des investissements privés au début des années 1980. Coïncidence, c'est à partir de cette même période que les distributeurs américains (les " Majors ") ont accru substantiellement leurs activités de distribution au Canada, en acquérant les droits de distribution d'un nombre sans cesse croissant de productions étrangères et de productions indépendantes américaines.

Au Québec, par exemple, le nombre de films de nationalité autre qu'américaine distribués par les " Majors " a augmenté de 264 p. 100 en 1981 et de 257 p. 100 en 1982 en comparaison de 1980. La part du marché des distributeurs canadiens et québécois s'est donc rétrécie considérablement de même que leur participation à la production.

La chute des investissements privés et l'affaiblissement des distributeurs nationaux ont rendu de plus en plus difficile le financement des longs métrages canadiens, francophones et anglophones.

La SDICC était évidemment impuissante à intervenir sur ces deux facteurs. Et les efforts du gouvernement fédéral pour infléchir la situation qui prévalait dans la distribution se sont avérés vains.

Progressivement, la SDICC a élargi son champ d'action à d'autres types de produits, tendance qui a culminé en 1983 avec la création du Fonds de développement de la production d'émissions canadiennes (FDPEC).

Ce fonds vise à ouvrir le marché de la programmation télévisuelle canadienne aux entreprises indépendantes de production et à leur fournir un stimulant de départ. Il marque un changement de cap majeur et déplace l'accent mis à l'origine sur le long métrage vers les productions destinées à la télévision.

Pour accéder à ce fonds, les producteurs canadiens doivent obtenir au préalable une lettre d'engagement de la part d'un télédiffuseur canadien qui garantit la programmation de l'émission aux heures de grande écoute.

L'expérience a connu un succès considérable. Depuis sa création, le fonds a suscité un volume d'activité de 285 millions de dollars dont plus de la moitié est versée en salaires au personnel technique et de création; et dont plus des deux tiers proviennent d'autres sources que Téléfilm Canada : télédiffuseurs canadiens et étrangers, producteurs et coproducteurs, investisseurs privés, organismes provinciaux, etc.

Plus de mille heures d'émissions canadiennes ont été produites. Ces émissions ont enregistré dès la première année des cotes d'écoute impressionnantes et qui vont en s'accroissant. Elles ont rejoint les Canadiens à travers tout le pays et plusieurs d'entre elles ont connu des succès importants à l'étranger.

Le succès du FDPEC n'a malheureusement contribué que modestement à résoudre les problèmes de financement des longs métrages canadiens qui ne constituent pas une priorité pour les télédiffuseurs.

2. LES ÉLÉMENTS DE SOLUTION

Capitalisation des entreprises

Ces mesures ont stimulé la production d'un nombre important d'émissions et de films canadiens. Mais le Groupe de travail constate que toutes s'adressent prioritairement à la production et que toutes sont exclusivement orientées vers la réalisation de projets qui sont étudiés cas par cas. Aucune ne vise directement la capitalisation et la consolidation des entreprises cinématographiques. Ce qui a limité la capacité des entreprises d'attirer des investisseurs privés qui, dans un marché concurrentiel, souhaitent étaler leurs risques dans le temps.

Le temps est venu de corriger cette carence. L'industrie a atteint un stade de développement qui exige une capitalisation des entreprises à tous les niveaux. De plus en plus, le dynamisme et la santé d'une industrie culturelle se mesurent à la force des entreprises qui la composent. Celles-ci doivent être bien financées, solides et autonomes si elles veulent prendre leur place au pays et sur l'échiquier de l'industrie cinématographique mondiale.

Le Groupe de travail considère qu'il est important d'implanter des mécanismes qui favorisent la capitalisation des entreprises canadiennes de production, de distribution et d'exportation.

La fiscalité demeure un des instruments les mieux appropriés pour atteindre cet objectif. Au Canada, plusieurs incitatifs fiscaux ont réussi à stimuler l'activité économique dans des secteurs variés. Au Québec, le régime enregistré d'épargne-actions a connu un succès inespéré et canalisé des investissements privés considérables dans la petite et moyenne entreprise.

Nous recommandons au gouvernement :

la création d'incitatifs fiscaux, pour encourager l'investissement privé dans les entreprises canadiennes de production, de distribution et d'exportation de films et de vidéos.

Ces entreprises devront être contrôlées et possédées par des Canadiens. Des mécanismes devraient assurer qu'une partie de ces investissements soit consacrée à la production, à la distribution et à l'exportation de films et de coproductions canadiens. Les investissements générés par le programme serviront à la fois la capitalisation de l'industrie et le développement des productions canadiennes.

Ces investissements favoriseront la stabilité des entreprises, la planification financière et stratégique à long terme et les initiatives de développement. De plus, les investisseurs participeront directement à la croissance et au succès de l'industrie.

Une infrastructure industrielle bien financée et viable favorisera de façon significative le financement des longs métrages au Canada.

Contrôle sur la distribution

Nous sommes persuadés que lorsqu'ils auront établi leur accès au marché canadien, tel que recommandé au chapitre I, les distributeurs nationaux consacreront une part significative de leurs revenus au financement des films canadiens. Comme cela se fait partout dans le monde, comme ils l'ont fait au Québec dans les années 1970, comme ils le font encore de façon minime aujourd'hui parce qu'ils ne disposent que de 3 p. 100 des bénéfices de distribution réalisés au Canada avec l'argent des Canadiens.

Compte tenu de la taille du marché canadien, nous estimons que les distributeurs canadiens pourront offrir entre 250 000 \$ et un million de dollars pour acquérir les droits de distribution d'un film canadien anglophone de qualité. Pour un film francophone, la participation s'établira en proportion des dimensions du marché.

Ainsi, une première source appréciable de financement sera acquise pour les longs métrages canadiens. De plus, les producteurs pourront compter sur l'expertise de mise en marché de distributeurs solidement implantés. Et une ère de relation nouvelle entre public et cinéma canadiens pourra s'instaurer.

Ces nouvelles relations distribution-production influenceront également la possibilité de recourir à d'autres sources essentielles de financement : l'investissement privé et la coproduction.

Investissement privé

De 1974 à 1979, la montée en flèche du volume de production attribuable à la DPA a favorisé la formation au Canada d'un large bassin de talents : producteurs, réalisateurs, techniciens, scénographes, comédiens, employés de laboratoire, etc. C'est sur les ressources de ces compétences que repose aujourd'hui l'avenir de l'industrie indépendante de films et d'émissions canadiennes.

Et depuis le début de la relance économique et la création du FDPEC, des producteurs chevronnés et compétents ont restauré la confiance des investisseurs. La DPA fournit aujourd'hui une source de financement privé indispensable pour les productions canadiennes.

Dans un contexte de relation normale entre production et distribution canadiennes, la DPA jouera un rôle accru et bénéfique pour attirer les investissements privés essentiels au financement des longs métrages. Et pour éviter -- comme cela s'est produit dans le passé -- que des productions se réalisent sans relation rationnelle au marché, nous recommandons :

que les longs métrages canadiens destinés aux salles soient accompagnés d'un engagement d'une entreprise canadienne de distribution pour être admissibles à la DPA.

Les coproductions

Depuis le début des années 1960, plusieurs pays, confrontés à l'étroitesse de leurs marchés nationaux, ont entrepris de signer des traités de coproduction cinématographique pour mettre en commun les ressources de leurs marchés respectifs. Les producteurs canadiens, divorcés de la distribution sur leur territoire, étaient défavorisés.

D'ailleurs au Canada, au cours des dernières années, les ententes de coproduction ont surtout stimulé la production télévisuelle où la relation diffuseur-producteur est établie. Depuis la création du FDPEC, près de 90 millions de dollars en investissements étrangers ont été injectés dans la production d'émissions canadiennes, par l'intermédiaire de la coproduction, ce qui équilibre pratiquement dollar pour dollar la participation de Téléfilm Canada.

Ce succès pourra se reproduire dans le secteur du long métrage quand les producteurs canadiens auront accès à leur marché national. La coproduction doit être un facteur de financement important des oeuvres cinématographiques canadiennes.

Ventes à l'étranger

L'industrie cinématographique produit différents types de longs métrages. Les uns sont destinés principalement au marché domestique, où ils connaissent souvent des succès considérables. Ils sont par ailleurs plus modestement diffusés à l'étranger. A titre d'exemple, 45 p. 100 de la production annuelle américaine de longs métrages n'est pas doublée en français et n'est donc pas exploitée sur une large échelle dans les pays francophones. Une cinématographie nationale doit évidemment rejoindre d'abord les attentes du public national.

D'autres produits, réalisés ou non en coproduction, rejoignent des marchés plus nombreux et retirent souvent davantage de revenus de l'exportation que de l'exploitation sur le marché domestique. Les deux types de production sont importants et leur combinaison fait le dynamisme d'une industrie.

Le Groupe de travail constate que ces productions canadiennes, que leur coefficient d'exportabilité soit faible ou très élevé, ne peuvent souvent atteindre leur potentiel en ce qui a trait à la vente à l'étranger. Et ce, faute d'entreprises canadiennes d'exportation fortes, bien financées et aguerries.

L'établissement et le maintien de contacts avec les distributeurs et diffuseurs des principaux pays consommateurs, l'exploration de nouveaux marchés en développement sont des opérations longues, coûteuses et dont la rentabilité ne s'établit qu'à moyen et long termes.

Les entreprises qui s'y engagent doivent disposer de solides ressources financières et d'un large inventaire de produits variés. Une carence évidente existe à ce niveau dans l'industrie canadienne. Et cette carence réduit sévèrement la profitabilité des productions canadiennes, atténuée le rayonnement international que pourraient atteindre les oeuvres cinématographiques réalisées par des Canadiens.

L'industrie canadienne doit jouer son rôle pour redresser cette situation. Elle devra réaliser les regroupements nécessaires et la mise en commun des énergies, actuellement disséminées. Pour réussir, les entreprises canadiennes d'exportation ne doivent pas être nombreuses, mais fortes et avoir accès à un large éventail de produits canadiens.

Mais l'industrie aura besoin de soutien. C'est pourquoi nous recommandons :

que le gouvernement, par ses nombreux programmes d'aide à l'exportation, accorde une priorité au développement d'entreprises canadiennes d'exportation de films et de vidéos.

Ainsi les producteurs canadiens pourront compter sur une source additionnelle importante de revenus pour leurs productions cinématographiques et télévisuelles.

Un fonds de financement des longs métrages canadiens

La capitalisation des entreprises, le contrôle sur la distribution, l'accroissement des investissements privés, des coproductions et des ventes à l'étranger faciliteront le financement des longs métrages canadiens. Toutefois, le Groupe de travail considère qu'en raison de la petite taille de notre marché juxtaposé au marché américain, la participation publique au financement des longs métrages est essentielle.

L'industrie de la production d'émissions canadiennes a connu depuis 1983 un essor considérable. Et ce, parce que se trouvaient réunis les facteurs essentiels à sa croissance. De la même façon, nous croyons que, pour le long métrage de fiction, deux facteurs

permettront l'expression culturelle des Canadiens au moyen du cinéma : l'établissement de liens normaux, interactifs et dynamiques entre production et diffusion, ces dernières sous propriété et contrôle canadiens; et des investissements publics déclencheurs essentiels pour compenser la dimension limitée de notre marché.

C'est pourquoi nous recommandons :

la création d'un fonds de financement des longs métrages canadiens d'une valeur annuelle de 60 millions de dollars.

Ce fonds doit être administré par Téléfilm Canada. Pour accéder au fonds, les producteurs canadiens devront obtenir au préalable un engagement de la part d'une entreprise de distribution possédée et contrôlée par des Canadiens. Ce qui implique une participation financière du distributeur sous forme d'investissement ou d'à-valoir.

Le fonds devra supporter chacune des étapes de la carrière d'un film : développement, production, distribution domestique, vente à l'étranger. La production est une activité à risque élevé, et chaque long métrage exige aujourd'hui des investissements considérables pour être produit. La meilleure façon de rentabiliser ces investissements, c'est d'offrir à ce film les meilleures chances de rejoindre les publics canadiens et étrangers par tous les médias. C'est de la relation au public qu'un long métrage tire sa valeur tant culturelle que commerciale. Le fonds devra donc aussi être accessible aux entreprises canadiennes de distribution et d'exportation.

Pour que le cinéma occupe une part significative du temps-écran dans les salles de cinéma et se retrouve en force sur les présentoirs des vidéo-clubs; pour que la télévision payante puisse satisfaire aux exigences en matière de contenu canadien et tenir ses promesses; il faut que des longs métrages canadiens de qualité soient produits en nombre suffisant.

Le Groupe de travail considère que de 40 à 50 longs métrages de qualité doivent être produits annuellement pour atteindre ces objectifs. Avec des budgets moyens de 4 millions de dollars par film, un fonds de 60 millions de dollars pourrait contribuer au tiers du financement de la production annuelle.

Soixante millions de dollars représentent à peine plus de 5 p. 100 des sommes que les Canadiens dépensent annuellement pour voir des longs métrages au moyen des trois médias suivants : salles, vidéocassettes, télévision payante. C'est un pourcentage minime en regard de ce qui se pratique dans d'autres pays occidentaux qui disposent souvent de marchés domestiques plus importants.

Au Canada, il y a deux langues officielles. Et les Canadiens issus de chacune de ces collectivités linguistiques et culturelles devraient avoir les mêmes possibilités de création. Dans l'administration du fonds, Téléfilm Canada devrait disposer de la souplesse nécessaire pour compenser les inégalités de base découlant de la disproportion importante dans la dimension des marchés auxquels les productions anglaises et françaises ont respectivement accès.

Téléfilm Canada devrait également tenir compte des aspirations régionales et compenser les difficultés inhérentes à l'éloignement des grands centres où se retrouvent généralement les infrastructures de services, les institutions privées ou publiques de financement, les sièges sociaux des grands distributeurs et diffuseurs, la majorité des techniciens et artistes, etc.

C'est pourquoi nous recommandons :

qu'une attention particulière soit accordée aux productions francophones et aux productions régionales et que le niveau de participation et autres modalités soient adaptés aux réalités présentes telles que les dimensions du marché et l'éloignement.

Historiquement, la SDICC puis Téléfilm Canada ont orienté leurs efforts vers les projets étudiés cas par cas, et fondé leur décision d'investissement sur une évaluation de la qualité de ces projets individuels.

Une telle situation, inscrite dans leur loi habilitante, confère beaucoup de pouvoirs discrétionnaires aux organismes gouvernementaux. Elle rend la planification financière et stratégique très difficile pour les entreprises privées et contribue à la sous-capitalisation chronique des entreprises dont nous avons déjà discuté.

Le Groupe de travail considère qu'une part importante du budget du fonds devrait progressivement être dirigée vers les entreprises, être accordée en fonction du succès obtenu par celles-ci, et supporter l'ensemble de leurs activités de production de films canadiens.

Nous voulons ainsi augmenter l'imputabilité et la stabilité des entreprises, les rendre à la fois plus autonomes face à des décisions administratives discrétionnaires et surtout plus dépendantes de leur performance sur le marché.

Le Groupe de travail reconnaît par ailleurs qu'une part du budget de Téléfilm Canada doit continuer à être administrée selon des modalités sélectives pour tenir compte des objectifs en matière de culture, de développement régional, d'action positive ou d'encouragement à l'expérimentation que peut légitimement poursuivre un organisme gouvernemental. Le système doit aussi permettre l'entrée en scène de nouveaux producteurs, une saine émulation et une régénération constante des équipes de création.

Nous recommandons que Téléfilm Canada, dans l'administration des fonds qui lui sont confiés, trouve un juste équilibre entre :

- les programmes visant le financement des activités de production des entreprises et ceux contribuant à la réalisation de projets, cas par cas;
- et entre
- les mécanismes sélectifs basés sur la qualité présumée d'un projet spécifique et les mécanismes automatiques qui reconnaissent les performances d'une entreprise de production.

L'expérience accumulée dans de nombreux pays démontre que c'est grâce à un tel équilibre des modalités de soutien qu'on peut véritablement arriver à l'amélioration qualitative et quantitative de la production, à une relation dynamique entre un cinéma national et son public, au développement d'entreprises saines et prospères.

Pour atteindre ces objectifs, la loi habilitante de Téléfilm Canada -- le projet de loi C-204 -- devra être révisée en profondeur.

Cette révision s'impose d'ailleurs puisque cette loi est devenue vétuste et inadaptée aux pratiques actuelles de Téléfilm Canada. Nous recommandons donc que cette loi soit refondue dans les meilleurs délais de façon à accorder à Téléfilm Canada la souplesse et la latitude nécessaires pour mettre en place les recommandations que nous formulons et adapter constamment son action au niveau de maturité de l'industrie.

Cette révision devrait fournir au gouvernement canadien l'occasion d'établir une véritable Loi canadienne du cinéma qui fixe les objectifs généraux qu'il poursuit en cette matière et pose les assises d'une politique canadienne du film et de la vidéo qui englobe tous les aspects de cette industrie.

3. CONCLUSION

Les stimulants fiscaux et financiers fournis à ce jour par le gouvernement fédéral ont eu des effets largement positifs sur la croissance de l'industrie de la production cinématographique et télévisuelle. Il en a été de même des interventions du Québec, de l'Alberta, du Manitoba et plus récemment de l'Ontario qui seront bientôt imités, nous l'espérons, par d'autres provinces.

En 1968, au moment de la création de la SDICC, la valeur annuelle globale de la production indépendante au Canada s'établissait à 22 millions de dollars; en 1984, elle a dépassé les 300 millions de dollars.

La création du FDPEC a grandement contribué à cet essor. Le fonds a permis aux producteurs canadiens d'utiliser au mieux les ressources d'autres instruments de financement comme la DPA et les traités de coproduction. En 26 mois, 290 millions de dollars en activité économique ont été générés et 90 millions de dollars en investissements étrangers ont été injectés dans la production canadienne.

Ainsi, un des volets de l'industrie canadienne de production a été consolidé : celui de la production d'émissions. L'établissement de mesures similaires dans le domaine du long métrage aura les mêmes effets et consolidera l'autre volet : celui de la production cinématographique.

La production d'émissions est une industrie " de série ". Elle permet des économies d'échelle et assure une continuité de production à moyen et long termes. Ce qui contribue grandement à la stabilité financière des entreprises. La production télévisuelle joue un rôle appréciable de formation et de développement des talents.

La production de longs métrages est une industrie " de prototype ". Elle est plus risquée mais présente des défis administratifs, technologiques et créatifs plus stimulants. Elle contribue au perfectionnement des 25 équipes professionnelles de tournage actuellement disponibles et en mesure de réaliser plus de 70 longs métrages par année.

Ces deux volets sont complémentaires et essentiels, car l'industrie est indivise et ne croît sainement que lorsqu'elle peut s'appuyer sur ces deux assises.

Nous sommes convaincus que les efforts financiers que nous demandons au gouvernement canadien pour établir cet équilibre seront rentables au plan économique, social et culturel.

L'industrie cinématographique dans son ensemble compte actuellement 6 140 employés permanents, 10 193 employés à temps partiel et plus de 10 000 pigistes. Elle est une des plus créatrices d'emplois avec un ratio d'un employé par tranche de 36 000 \$ de revenus annuels bruts. Ce qui se compare avantageusement au ratio d'un employé par 114 000 \$ de revenus annuels bruts établi en moyenne pour les 50 plus importantes industries nord-américaines.

Chaque dollar investi dans la production cinématographique génère trois dollars de retombées économiques dans d'autres secteurs industriels : transport, hôtellerie, communications, restauration, services divers... Et chaque emploi créé dans la production cinématographique génère presque un autre emploi indirect au Canada.

L'industrie attire, via la coproduction, des investissements étrangers importants au Canada. Et les ventes à l'étranger des films et émissions canadiennes contribuent à l'équilibre de la balance des paiements.

Mais il y a plus et, peut-être, plus essentiel. Le cinéma est un formidable moyen d'affirmation des identités nationales et d'expression culturelle. Dans quinze ans, le XXI^e siècle. Si le Canada veut participer au concert des nations, exprimer sa réalité et sa culture au monde entier, il se doit de faire en sorte que des oeuvres cinématographiques canadiennes de qualité soient produites et accessibles aux publics canadiens et étrangers.

CHAPITRE III

CONCENTRATION ET INTÉGRATION VERTICALE

Recommandation

Interdire toute intégration verticale des activités de distribution et d'exploitation qui aurait pour effet de limiter la concurrence et la liberté de commerce dans l'industrie cinématographique au Canada.

L'établissement de relations privilégiées et exclusives entre distribution et exploitation cinématographiques peut réduire la concurrence et instaurer des barrières à l'entrée pour de nouvelles entreprises.

Une concentration importante de la propriété au niveau des salles de cinéma peut également limiter la compétition et entraver l'accès au marché.

La conjugaison de ces deux facteurs -- intégration verticale et concentration de la propriété -- provoque presque inévitablement une réduction sévère de la concurrence. Elle contrevient à la liberté d'entreprise et de commerce et compromet le développement d'une industrie canadienne de production de films et de vidéos.

Ces facteurs d'intégration et de concentration existent actuellement dans les relations distribution-exploitation en salles; ils pourraient prochainement se trouver dans les relations entre distributeurs et chaînes de détaillants vidéo.

1. CANADA, 1930 : UNE PREMIÈRE ENQUÊTE

Dès les années 20, c'est par le biais de relations privilégiées et exclusives entre distributeurs et exploitants que les grands studios américains ont assuré leur contrôle sur le marché canadien.

Rappelons les faits : en 1920 est créée la Famous Players Canadian Corporation, entreprise d'exploitation de salles de cinéma qui est une filiale à 95 p. 100 de Famous Players Lasky, une entreprise américaine de production-distribution-exploitation mieux connue sous son nom actuel de Paramount.

La principale chaîne d'exploitation existant alors au Canada est la Allen's Film Theatres, une entreprise possédée et contrôlée par des Canadiens et reconnue comme une des plus modernes et des plus importantes à l'échelle mondiale.

Le président de Paramount, Adolf Zukor, souhaite étendre ses activités au Canada, de façon à y contrôler la distribution et l'exploitation. Les frères Allen refusent toutefois de prendre Zukor comme partenaire. Les filiales dites " canadiennes " des grands studios américains se réunissent alors en association informelle, baptisée quelques années plus tard Motion Picture Distributors and Exhibitors of Canada. Ce cartel, qui comprend Paramount, décide de confier l'exploitation exclusive de tous ses films à Famous Players. Les résultats de cette association privilégiée ne prennent pas de temps à se faire sentir : en 1922, Famous Players achète à vil prix la Allen's Film Theatres, alors privée de films compétitifs. Puis, suite à de nombreuses transactions, Famous Players acquiert le contrôle de neuf autres circuits de salles canadiens. En 1929, 207 des 299 salles de cinéma appartenant à des circuits (trois salles et plus) sont contrôlées par Famous Players.

En 1930, le ministre canadien du Travail, G.D. Robertson, ordonne une enquête sur les relations privilégiées entre Famous Players et les grands distributeurs en vertu du Combines Investigation Act. Dans son rapport, intitulé Investigation into an alleged Combine in the Motion Picture Industry in Canada, le commissaire, Peter White, en arrive aux conclusions suivantes :

" Une coalition existe dans l'industrie cinématographique au Canada au sens de la Loi relative aux enquêtes sur les coalitions.

Cette coalition existe et a existé au moins depuis l'année 1926.

(...) J'ai découvert que la coalition que j'ai identifiée a fonctionné et continue à fonctionner au détriment ou à l'encontre de l'intérêt du public. "

Le commissaire identifie les participants au combinat comme étant, outre Famous Players, les distributeurs Paramount, Universal, Fox, Columbia, R.K.O., Warner, First National et quelques autres. Il précise dans ses conclusions :

" En raison des ententes, arrangements et autres activités déjà mentionnées, Famous Players a été en mesure d'acquiescer, particulièrement dans les grandes cités et villes au Canada où l'exploitation est la plus lucrative, un contrôle à ce point substantiel qu'il a réduit la concurrence au minimum. Ce qui a rendu extrêmement difficile la survie des cinémas indépendants, et a rendues possibles les ententes de programmation, les pratiques d'acquisition groupée et autres ententes d'exploitation déjà mentionnées. "

La loi canadienne de l'époque offrait toutefois peu de prise pour corriger cette situation.

2. 1948 : UNITED STATES VS PARAMOUNT PICTURES INC. ET AL.

Aux États-Unis, les lois anti-monopoles sont plus sévères et sont appliquées avec plus de vigueur qu'au Canada. La Cour Suprême des États-Unis décida en 1948, en vertu du Sherman Act, qu'il est contraire à l'intérêt public que les grands producteurs-distributeurs américains puissent contrôler directement ou indirectement des réseaux de salles.

Dans son premier jugement, " United States vs Paramount Pictures, Inc. et al. ", la Cour indique que le divorce entre exploitation et production-distribution est essentiel :

" afin d'éliminer la discrimination à l'endroit des autres distributeurs et exploitants, de stimuler substantiellement la compétition entre Paramount Theatres et les exploitants indépendants et d'accroître la concurrence dans le secteur de la distribution et l'exploitation des films de façon générale. "

La Cour Suprême oblige les cinq producteurs-distributeurs-exploitants verticalement intégrés, soit Paramount, Twentieth Century Fox, Loew's (maintenant MGM), R.K.O. et Warner Brothers, à se départir de tout intérêt dans l'exploitation cinématographique.

Pour atténuer la concentration de propriété dans l'exploitation, les cinq circuits " divorcés " de la production-distribution sont en outre requis de se départir d'environ 1 200 des 3 000 salles de cinéma dont ils détenaient le contrôle directement ou indirectement.

Ce jugement, qui concerne à la fois l'intégration verticale et la concentration, a modifié en profondeur la structure de l'industrie américaine du cinéma. Il a eu pour effet d'augmenter la compétition à tous les niveaux aussi bien que les performances de l'industrie.

Malheureusement, cette intervention américaine n'a pas eu d'influence au Canada.

3. CANADA, 1982 : UNE SECONDE ENQUÊTE

La situation de l'exploitation cinématographique avait évolué au Canada avec l'apparition en 1941 d'Odéon, un nouveau circuit de salles lui-même intégré verticalement à la Rank Organisation, le principal producteur-distributeur britannique.

Il y avait maintenant deux circuits majeurs d'exploitation, tous deux sous contrôle étranger jusqu'en 1977, date où Odéon fut racheté par des intérêts canadiens. Au tournant des années 1980, Famous Players possédait environ 400 écrans et Odéon, 300 écrans.

Il était reconnu dans l'industrie que ces deux chaînes entretenaient des relations privilégiées avec les grands distributeurs américains, qui logeaient leur production annuelle en bloc auprès de ces circuits.

Là où Odéon et Famous Players possédaient des écrans, ces circuits obtenaient toujours la première exclusivité des films des grands distributeurs américains. Pour les distributeurs, l'avantage était d'obtenir les meilleures salles et dates de sortie pour tous leurs produits, quelle que soit leur valeur sur le marché.

Ces relations d'intérêt mutuel laissaient peu de chances à l'éclosion de nouveaux circuits canadiens et réduisaient pratiquement à néant la concurrence que pouvaient exercer les propriétaires indépendants de cinémas dans les zones de grande concentration urbaine. Les distributeurs indépendants canadiens, pour leur part, ne pouvaient obtenir que les créneaux laissés pour compte après le passage prioritaire des films des distributeurs américains.

En 1982, Cinéplex Corporation, une chaîne canadienne d'exploitation, logeait une plainte à la Commission sur les pratiques restrictives du commerce, alléguant que sept des grands distributeurs en opération au Canada " ont conclu des contrats à long terme en vertu desquels ils s'engagent à fournir des films aux deux plus grandes chaînes de projection (i.e. Odéon et Famous Players, à l'exclusion de Cinéplex et d'autres entreprises ".

Le directeur des enquêtes et recherches, M. Lawson Hunter, après étude de la plainte, présentait une demande d'ordonnance contre les sept distributeurs incriminés à la Commission sur les pratiques restrictives du commerce, en vertu de l'article 31.2 de la Loi relative aux enquêtes sur les coalitions.

Suite à cette requête, des négociations ont eu lieu et une entente est intervenue entre M. Hunter et les distributeurs américains. Ceux-ci s'engagent à modifier leurs pratiques de distribution de façon à " permettre aux exploitants d'être en concurrence pour chaque film ". C'est le début du système d'offre des films à l'enchère.

En juillet 1984, dans un rapport sur les effets de cet accord, le directeur confirmait que les ententes privilégiées traditionnelles établies entre les deux grands circuits et les distributeurs américains avaient été abandonnées. Toutefois, le Groupe de travail constate que dans une situation de duopole solidement établi, un tel système d'offre des films à l'enchère ne peut avoir que des effets modestes et limités sur l'augmentation de la concurrence entre les exploitants.

Ces effets, même limités, auraient pu favoriser l'émergence d'un troisième circuit majeur d'exploitation. Tel ne fut pas le cas, puisque Cinéplex a de fait acquis Odéon en 1984; la situation traditionnelle de duopole se trouvant par là même perpétuée.

En 1985, il n'existe toujours que deux grands circuits nationaux d'exploitation; Odéon-Cinéplex est le premier en importance avec 472 écrans au Canada. Famous Players possède pour sa part 471 écrans. Ensemble, ils recueillent 60 p. 100 des revenus de recette-guichet au Canada.

Chacun des circuits est intégré verticalement à un distributeur : Famous Players et Paramount appartiennent au même conglomérat, Gulf + Western; Cinéplex-Odéon est lié à Pan-Canadian.

Tout distributeur verticalement intégré à l'un des grands circuits d'exploitation de salles (ou à des circuits de vidéo-clubs) peut utiliser ce pouvoir d'accès aux principaux points de vente pour acquérir l'ensemble des produits étrangers ou domestiques ayant une valeur commerciale; l'accès aux grands circuits, pour les autres distributeurs canadiens devient limité.

En s'assurant de la distribution des produits les plus lucratifs, une entreprise intégrée conforte sa position comme exploitant, et se trouve en position pour restreindre la concurrence et mettre en difficulté les autres circuits, mini-circuits et exploitants indépendants. Ces deux derniers types d'exploitant sont alors vulnérables à des acquisitions et prises de contrôle.

Le Groupe de travail n'écarte même pas la possibilité que le duopole actuel se transforme en quasi-monopole.

4. RECOMMANDATIONS

La concurrence est essentielle dans un marché sain et ordonné.

C'est pourquoi nous recommandons au gouvernement canadien :

de prendre les mesures nécessaires pour prévenir et empêcher toute intégration verticale de la distribution et de l'exploitation (y compris le commerce au détail des vidéocassettes) lorsqu'elle limite la concurrence et la liberté de commerce dans l'industrie cinématographique au Canada.

Les litiges en matière de politique de concurrence concernant les fusions, monopoles et autres questions connexes relèvent actuellement du droit criminel. Les procédures exigées sont complexes et les décisions sont lentes à venir. Nous estimons qu'un tribunal économique quasi judiciaire et spécialisé devrait être constitué pour examiner au civil les affaires en matière de coalition et intervenir dans des délais raisonnables.

Comme on l'a vu précédemment, l'établissement d'ententes privilégiées et exclusives entre distributeur et circuit d'exploitation peuvent avoir les mêmes effets que l'intégration verticale de ces deux activités.

Pour assurer une réelle concurrence, tant au niveau de la distribution que de l'exploitation, nous recommandons donc :

que le système d'offre des films à l'enchère soit applicable à tous les distributeurs de façon à ce que les exploitants puissent concurrencer pour les produits.

La Commission sur les pratiques restrictives du commerce ou toute autre autorité compétente devrait en assurer l'application avec rigueur et sévérité.

Nous recommandons également :

que le gouvernement fédéral, par ses programmes de développement économique régional, soutienne financièrement la rénovation du parc de salles au Canada.

Les exploitants, particulièrement les indépendants, subissent actuellement une vive concurrence de la part d'autres modes de diffusion des longs métrages : la vidéocassette et la télévision payante. Leur viabilité et leur stabilité financière s'en ressentent.

Le succès en salle demeure encore aujourd'hui le meilleur outil de lancement et de promotion des films sur les marchés dérivés, et un réseau canadien de salles de cinéma bien équipées et attrayantes est essentiel.

L'accès des citoyens canadiens à de grands écrans dans les limites de leur municipalité est un élément important d'enrichissement de la vie sociale et culturelle. Tout comme les autres équipements culturels et de loisir, les salles de cinéma sont des facteurs d'amélioration de la qualité de la vie et de stimulation de l'activité économique locale et régionale.

Enfin, les exploitants doivent disposer des délais nécessaires et raisonnables pour exploiter les produits cinématographiques avant leur mise en circulation en vidéocassettes et leur exploitation à la télévision payante.

C'est pourquoi nous suggérons au gouvernement d'instaurer des mécanismes de concertation entre les partenaires, en vue d'un marché séquentiel ordonné au Canada. De cette façon, l'industrie pourra tirer le meilleur profit possible de l'exploitation des films et vidéos dans chacun des segments de ce marché.

CONCLUSION

Des bouleversements majeurs ont affecté l'industrie canadienne de l'audio-visuel depuis quelques années, notamment en ce qui a trait aux modes de diffusion des produits.

En cinq ans à peine, les marchés offerts à la production cinématographique et télévisuelle se sont diversifiés et étendus : multiplication des chaînes conventionnelles de télévision accessibles par câble ou par satellite à des auditoires toujours plus larges; apparition de la télévision payante puis des canaux spécialisés; création d'une troisième station de télévision francophone à Montréal; développement rapide de la magnétoscopie familiale.

Le défi à relever est clair : assurer sur tous les écrans -- grands et petits -- une présence véritable de la culture canadienne.

Dans le secteur de la télédiffusion et de la câblodistribution, le gouvernement a adopté les mesures nécessaires pour assurer cette présence de la culture canadienne. Le CRTC, Téléfilm Canada et le FDPEC ont contribué à stimuler la production d'émissions canadiennes de qualité et leur diffusion à travers tout le pays.

L'industrie canadienne de la production télévisuelle a ainsi pu profiter des nouveaux marchés qui s'ouvraient à elle et a connu un second souffle. Des milliers d'emplois ont été créés, des investissements étrangers ont été attirés au Canada, la confiance a été restaurée chez les courtiers et investisseurs privés. Et des Canadiens ont pu rejoindre d'autres Canadiens, partager leur vision du monde et un imaginaire enraciné dans notre culture et notre réalité.

Malheureusement, l'industrie cinématographique canadienne du long métrage a peu profité des changements survenus dans l'industrie de l'audio-visuel depuis dix ans.

Bien que les revenus d'exploitation des longs métrages en sol canadien aient plus que doublé avec l'apparition des nouveaux marchés, les bénéfices de distribution qui en ont découlé se sont engouffrés dans les caisses d'entreprises étrangères servant surtout à financer des productions étrangères.

Cette domination étrangère sur la distribution des films et vidéos au Canada a maintenu les entreprises canadiennes de distribution dans des positions marginales autant sur les marchés traditionnels que sur les nouveaux. Par ailleurs, le faible niveau de concurrence dans le secteur de l'exploitation a concentré davantage la recette-guichet dans les grands circuits intégrés verticalement, mettant ainsi en difficulté nombre d'exploitants canadiens indépendants.

Les longs métrages canadiens trouvent toujours difficilement leur financement et leur place en tête d'affiche des salles, des vidéo-clubs et de la télévision payante. Les Canadiens ont toujours peu d'occasions de voir des longs métrages conçus et réalisés par d'autres Canadiens.

Les recommandations que nous avons formulées visent à corriger cette situation et à donner une nouvelle énergie à l'industrie cinématographique canadienne. Celle-ci pourra ainsi, dans un cadre ordonné et sainement concurrentiel, contribuer à son tour à l'enrichissement de la culture canadienne, au développement économique et social du pays.

Nous avons besoin d'une nouvelle énergie, de réformes structurelles ! Des réformes qui consolideraient l'industrie du cinéma et de la vidéo, un des états essentiels de la souveraineté culturelle canadienne.

L'importance que le gouvernement du Canada accordera à ces recommandations témoignera de l'importance qu'il accorde à la souveraineté culturelle.

Grâce aux principes fondamentaux qui font l'objet du présent rapport, l'industrie du film et de la vidéo continuerait à se charpenter sur des fondements solides. Et c'est ainsi que sur la base solide d'une souveraineté culturelle raffermie, le Canada pourrait s'engager fièrement et du bon pied vers l'avenir. Vers le XXI^e siècle.

BIBLIOGRAPHIE

Cette bibliographie contient des ouvrages rédigés depuis 1980 dans le domaine de l'industrie cinématographique canadienne.

Divers

Association des producteurs de films du Québec et l'Association of Canadian Film and Television Producers. Mémoire adressé à l'honorable Marcel Masse, ministre des Communications. Novembre 1984.

Association des réalisateurs et réalisatrices de films du Québec. " Pour une politique du long métrage canadien ", mémoire soumis au Groupe de travail sur l'industrie cinématographique. Octobre 1985.

Audley, Paul & Associates. A Report on Film and Video Production, Distribution and exhibition in Manitoba and Recommendations for a Manitoba Government Policy. March 1984.

Audley, Paul. A profile of the cultural industries prepared for the Ontario Ministry of Citizenship and Culture. Toronto, 1982.

Audley, Paul. Canada's Cultural Industries : Broadcasting, Publishing, Records and Films. Toronto, James Laromar and Company, 1983.

Canada. Chambre des communes du Canada. Projet de loi C-15; Loi concernant l'investissement au Canada (avec pochette d'information). Ottawa, 1985.

Canada. Consommation et Corporations Canada et ministère des Communications. De Gutenberg à Télidon - Livre blanc sur le droit d'auteur - Propositions en vue de la révision de la Loi canadienne sur le droit d'auteur. Ottawa, DSS, 1984.

Canada. Consommation et Corporations Canada. Réforme de la politique de concurrence du Canada : un document de consultation. Ottawa, mars 1985.

Canada. Ministère de l'Expansion industrielle régionale. Document de consultation sur la petite et moyenne entreprise. Ottawa, 1983.

Canada. Ministère des Communications. " Structure de l'industrie canadienne du film et de la vidéo ". Ottawa, 1985.

Canada. Ministère des Finances. Le budget, Ottawa, 1e 23 mai 1985.

Canadian Film and Television Association. " Copyright in Film and Television; proposals to the Standing Committee on Communications and Culture and the Revision of Canada's Copyright Act ". Toronto, April 12, 1985.

CBS Inc. Trade Barriers to U.S. Motion Picture and Television Pre-recorded Entertainment, Publishing and Advertising Industries. September 1984.

CPER Management Consulting Inc. Analysis of Capabilities and Needs of Canada's Cultural Industries in Foreign Marketing. Ottawa, 1985.

Comité d'étude de la politique culturelle. Rapport. (Rapport Applebaum-Hébert). Ottawa, DSS, 1982.

Comité d'étude de la politique culturelle fédérale. Compte rendu des mémoires et des audiences publiques. Janvier 1982.

Conseil de l'Europe. Conseil de la coopération culturelle. Projet n° 11. Promotion de la création face au développement des industries culturelles. Mesures des pouvoirs publics vis-à-vis des industries culturelles. Strasbourg, 1985.

Conseil de l'Europe. Le marché du film en Europe face aux nouvelles technologies. Strasbourg, 1985.

Department of Communications. A Report on Components of the Canadian and Australian Film Industries (Draft). Ottawa, 1982.

Foster Advertising Limited. Foster Reports : New Video Technology and its Impact on Commercial Communications. September 1981.

Globerman, S. and Vining A. " Bilateral Cultural Free Trade : the U.S./Canadian Case ". 1985.

Goldfarb Consultants. The Culture of Canada. July, 1983.

Government of India. " Agreement between Motion Picture Export Association of America Inc. and National Film Development Corporation Ltd. ". April 1985.

Office national du film. Dispositions du plan d'exploitation relatif aux stratégies administratives à suivre en matière de production et de distribution à l'Office national du film du Canada. Montréal, juillet 1985.

Ontario Special Committee for the Arts. Report to the Honourable Susan Fish, the Minister of Citizenship and Culture. Toronto, 1984.

Québec. Société de développement des industries de la culture et des communications (SODICC). Action 85 - plan de développement 1985-86.

Québec. Société de développement des industries de la culture et des communications (SODICC). Loi.

Québec. Société de développement des industries de la culture et des communications (SODICC). Politique financière.

Québec. Le cinéma; une question de survie et d'excellence, Rapport de la Commission d'étude sur le cinéma et l'audiovisuel. Québec, 1982.

Québec. Projet de loi 109; Loi sur le cinéma. Québec, Éditeur officiel du Québec, 1983.

Spencer, Michael. " American Influence on Canadian Film Industry 1922-1983 ". 1983.

Production

Association des industries techniques du cinéma et de la télévision inc. "Mémoire sur l'implication de Téléfilm Canada avec l'Office national du film". Septembre 1985.

Association of Canadian and Television Producers. " The Canadian Film and Video Industry Brief on Tax Incentives ". Toronto, 1985.

Bird, R.M. and Bucovetsky, N.W. and Yatchew, A. Tax Incentives for the Canadian Film Industry. Institute for Policy Analysis, University of Toronto, Toronto, December 1981.

Bureau de la statistique du Québec. Étude d'impact économique d'une production de 10 millions de dollars provenant de la production et de la distribution de films au Québec.
Octobre 1984.

Cox, Kirwan. " An analysis of public participation in the Canadian film/television industry ". January 1985.

Grant, Peter. New developments in Canadian Communications law and policy. Toronto, 1980.

Jackson, Robin, (compiler) " Public Authority Measures Affecting the Canadian Cultural Industries ". Ottawa, 1985.

Lyon, Daniel and Trebilcock, Michael. Public Strategy and motion pictures, the choice of instruments to promote the development of the Canadian film production industry. Toronto, Ontario Economic Council, 1982.

McQuillan, Peter E. Investing in Canadian film; evaluating the risks and the rewards. Toronto, CCH Canadian, 1980.

Nova Scotia. Report of the Nova Scotia Task Force on the Film and Video Industry. June 1984.

Téléfilm Canada. " D'un pays à l'autre - un portrait de la coproduction avec le Canada ". Montréal, 1985.

Téléfilm Canada. Le Fonds de développement de la production d'émissions canadiennes. Après deux ans. Montréal, 1985.

Téléfilm Canada. Le Fonds de développement de la production d'émissions canadiennes. Tout sur l'an 1. Montréal, 1984.

Testar, Gerald. Clearing Hurdles; a Task Force Report on the Motion Picture Industry in British Columbia. British Columbia Film and Video Industry Association. Vancouver, 1985.

Distribution

Canada. Ministre du Commerce extérieur. Comment maintenir et renforcer notre accès aux marchés extérieurs. Ottawa, 1985.

Canada. Ministre des Finances. Ministre du Commerce extérieur.
Financement des exportations - Document consultatif.
Ottawa, 1985.

Canada. Task Force on Film Distribution, Exhibition and Marketing.
Task Force Report. Ottawa, 1983.

Econalysis Consulting Services Inc. and Enid Slack Consulting Inc.
" An Incentive Package for the Canadian Film Industry. "
Toronto, 1982.

Filson, Andrew. The Distribution of Films Produced in the
Countries of the Community. Strasbourg, Council of Europe, 1980.

Pendakur, Manjunath. " Canadian Cultural Autonomy in the Film
Industry : Some Policy Solutions ". Evanston, Illinois, 1981.

Pendakur, Manjunath. " Economic Relations Between Selected
Canadian Film Producers and American Major Distributors :
Implications for Canada's National Film Policy ". Canadian Journal
of Communications, Spring 1985.

Pendakur, Manjunath. Market Performance of Selected Canadian
Feature Films in the Chicago Theatrical Markets 1978-1981. A
Report Prepared for the National Film Board. May 1982.

Québec. Régie du cinéma. Audiences publiques sur les règlements
adoptés par la Régie du cinéma en vertu de l'article 168 de la
Loi 109.

Mémoires présentés à la Régie du cinéma par :

1. L'Association des propriétaires de cinémas du Québec
2. Le Réseau indépendant des diffuseurs d'événements artistiques unis
3. Les grands explorateurs
4. L'Association des cinémas parallèles du Québec
5. Ciné-Campus (Trois-Rivières) Inc.
6. L'Association vidéo et cinéma du Québec
7. Ciné-Canada, Vidéo-K-Sept
8. François Macerola, l'Office national du film
9. L'Association des producteurs de films et de vidéos du Québec
10. La Société d'information des normes de la vidéo
11. Cinéplex-Odéon

12. Heenan, Blackie, John, Potvin, Trépanier, Cobbett, avocats
13. L'Association canadienne des distributeurs de films, Home Video Board, la Motion Picture Association of America, Inc. et leurs membres
14. La Société générale du cinéma du Québec
15. L'Institut québécois du cinéma
16. L'Association québécoise des distributeurs et exportateurs de films et de vidéos
17. L'Union des artistes.

Stratavision Inc. The structure and performance of the Canadian film and video distribution sector. Department of Communications. Toronto, October 4, 1985.

Exploitation

Canada. Consommation et Corporations Canada. Le directeur des enquêtes et recherches. Loi relative aux enquêtes sur les coalitions. Rapport présenté à la Commission sur les pratiques restrictives du commerce sur l'exécution des engagements donnés par les six grands distributeurs de films. Ottawa, mars 1984.

Canada. Consommation et Corporations Canada. Le directeur des enquêtes et recherches. Loi relative aux enquêtes sur les coalitions. Rapport final présenté à la Commission sur les pratiques restrictives du commerce sur l'exécution des engagements donnés par les six grands distributeurs de films. Ottawa, le 31 juillet 1984.

Houle, Michel. Le parc d'établissements et l'exploration cinématographique au Québec, 1974-1985. Montréal, Société générale du cinéma, juillet 1985.

Motion Picture Association of America, Inc., "Worldwide Economic Review of 1984, Washington, 1985.

Nordicity Group Ltd. Étude sur la vente au détail des films/ videocassettes. Ottawa, juillet 1985.