

**LE CONTENU CANADIEN ET
LES CINÉMAS INDÉPENDANTS**

Tables rondes

Mai 2021





Table des matières

4

APERÇU DES CINÉMAS INDÉPENDANTS

8

LES DÉFIS DES CINÉMAS INDÉPENDANTS

19

PLEINS FEUX SUR LE CONTENU CANADIEN

19

LE POINT DE VUE DES DISTRIBUTEURS

27

PROCHAINES ÉTAPES

29

PROVENANCE DES PHOTOS

OBJECTIFS

Examiner la situation des cinémas indépendants, tant avant qu'après la pandémie, et ce que Téléfilm peut faire pour aider les exploitants qui se préparent à rouvrir leurs salles.

Examiner les défis liés à la présentation de contenu canadien (du point de vue des propriétaires de cinémas et des distributeurs) et ce qui peut être fait pour encourager les cinémas à en présenter davantage.

MÉTHODOLOGIE

Huit groupes de discussion ont eu lieu sur la plateforme Zoom sur une période de trois soirs avec 32 propriétaires ou hauts dirigeants de cinémas indépendants de sept provinces (Alberta, Colombie-Britannique, Manitoba, Nouveau-Brunswick, Ontario, Québec et Saskatchewan). Trois entretiens en profondeur avec des distributeurs ont également eu lieu sur Zoom dans les semaines suivantes.

COMPOSITION DES GROUPES DE DISCUSSION

Les huit groupes comprenaient des exploitants de cinémas principalement à but lucratif se déclinant dans une variété de lieux et de taille de salles, allant du petit cinéma à écran unique aux grandes chaînes de complexes cinématographiques :

1. Ontario, petits cinémas	5. Autres régions, moyens cinémas
2. Autres régions, petits à moyens cinémas	6. Colombie-Britannique, moyens à grands cinémas
3. Colombie-Britannique, petits cinémas	7. Québec, petits à moyens cinémas
4. Ontario, moyens à grands cinémas	8. Québec, moyens à grands cinémas

DÉROULEMENT DE LA DISCUSSION

Les groupes ont commencé par une discussion de nature générale à propos de la place des cinémas indépendants dans le marché et des défis auxquels ils étaient confrontés avant la pandémie. La discussion a ensuite glissé sur la pandémie et plus précisément sur les stratégies de survie mises en place par les exploitants et leurs préoccupations alors qu'ils se préparent à rouvrir. Ils ont aussi abondamment parlé de la situation actuelle du contenu canadien, de leur besoin d'aide et des mesures que Téléfilm pourrait mettre en œuvre pour les soulager.

Aperçu des cinémas indépendants

DIRECTEUR GÉNÉRAL

COLOMBIE-BRITANNIQUE



« Nous voulons être un lieu qui apporte de grandes idées dans notre communauté et fait rayonner les grandes idées dans le monde. »



Le rôle des cinémas indépendants

Les exploitants de cinémas indépendants voient leurs établissements comme un important carrefour culturel qui dynamise l'activité économique locale et crée bien souvent la dynamique **de** tout un quartier. Qu'ils exploitent une entreprise familiale ou une chaîne de cinémas, ou qu'ils soient simplement des passionnés du septième art, ils ont tous en commun la volonté de bien servir leurs clients, un dévouement pour leurs cinémas et leurs communautés et une détermination inébranlable à surmonter tous les défis.



UNE PARTIE VITALE DE LA COMMUNAUTÉ

« Nous sommes un endroit où
les gens viennent
pour se rassembler avec
leurs voisins. »

– *Propriétaire/Acheteur de films,*
Ontario



UNE EXPÉRIENCE PERSONNALISÉE

« Nous essayons de répondre aux désirs
de notre public; nous présentons
beaucoup de demandes spéciales entre
leurs projections en première. »

– *Directeur général,*
Manitoba



COMMISSAIRES DES ARTS

« Nous nous sommes bâti une
réputation dans notre
communauté, qui apprécie
notre programmation. »

– *Responsable de la programmation,*
Colombie-Britannique

Le rôle des cinémas indépendants



UNE PARTIE VITALE DE LA COMMUNAUTÉ

La plupart des propriétaires et exploitants de cinémas indépendants disent que leurs clients voient leur établissement comme un carrefour communautaire — un lieu pour discuter et tisser des liens, un second chez soi qui est le cœur de leur quartier. Et ce n'est pas le cas seulement dans les petites villes éloignées, c'est aussi vrai dans les quartiers des grandes villes. Dans les petites villes en particulier, ces cinémas apportent une contribution précieuse au tissu social et culturel de la ville, tout en dynamisant l'activité économique locale. En plus de présenter des films commerciaux, de nombreux cinémas indépendants proposent des activités spéciales, comme des événements saisonniers, des projections en présence de cinéastes et talents locaux et des activités non cinématographiques à l'intention des groupes scolaires et communautaires.

« Nous faisons partie intégrante de notre communauté, nous sommes l'histoire, nous sommes un peu de tout... le plus grand lieu de rassemblement. »

—Président, Colombie-Britannique



UNE EXPÉRIENCE PERSONNALISÉE

Les propriétaires et exploitants de cinémas indépendants s'enorgueillissent d'offrir l'hospitalité qui les distingue selon eux des multiplexes. Pour beaucoup d'entre eux, la différence commence dans le mode de gestion : en tant que propriétaires ou exploitants solidement investis dans leurs communautés, ils se sentent connectés à leurs clients, qu'ils connaissent souvent par leurs noms. Ils croient également que leurs établissements sont souvent plus accueillants, avec leurs charmants éléments architecturaux et un personnel local amical. Certains proposent des consommations ou du café, ce qui renforce le sentiment de carrefour communautaire. Certains sont situés dans des bâtiments historiques, qui ajoutent une touche « spéciale » et un sentiment de nostalgie.

« Nous sommes une entreprise familiale et nous la gérons comme une famille. Nous connaissons les gens par leurs noms et nous connaissons leurs familles, c'est ce qui nous différencie. »

—Propriétaire, Colombie-Britannique



COMMISSAIRES DES ARTS

De nombreux propriétaires et exploitants disent s'être bâti la réputation d'être un endroit qui offre aux clients un mélange de films extraordinaires qu'ils ne pourraient pas voir ailleurs, gardant ainsi bien vivant le rituel de la sortie au cinéma.

Au chapitre des sorties hollywoodiennes, les plus petites villes sont plus susceptibles d'obtenir l'exclusivité (dépendamment de leur proximité avec les multiplexes), alors que de nombreux cinémas indépendants des grandes villes, comme Vancouver, Toronto et Montréal, doivent se contenter de la seconde exclusivité.

En plus des films hollywoodiens, la plupart des cinémas indépendants proposent un mélange de films indépendants et de documentaires, aussi bien canadiens qu'étrangers.

« En tant que cinéma indépendant, nous jouons un rôle essentiel dans la communauté. Nous diffusons la culture et avons un certain sens de l'intégrité artistique. »

—Président, Québec

Les défis des cinémas indépendants

VICE-PRÉSIDENT

ALBERTA, COLOMBIE-BRITANNIQUE, SASKATCHEWAN



« Nous pouvons nous propulser jusqu'à la ligne d'arrivée,
mais que se passe-t-il s'il n'y a rien à l'arrivée? »



Les défis des cinémas indépendants

Les discussions avec les propriétaires de cinémas indépendants ont permis de mettre en lumière les défis auxquels ils ont été confrontés avant et pendant la pandémie, et ceux qu'ils entrevoient pour l'avenir. Ces défis sont examinés plus en détail dans les pages qui suivent.



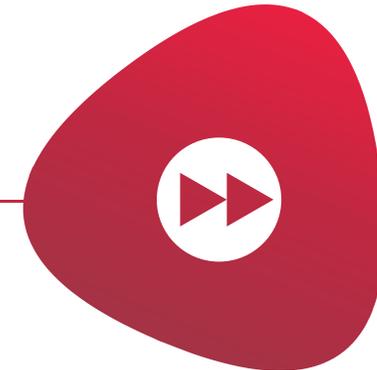
AVANT LA PANDÉMIE

La concurrence, le contenu et la rétention des auditoires étaient leurs principaux sujets de préoccupation avant la pandémie



PENDANT LA PANDÉMIE

Leur plus grande préoccupation est de savoir s'ils vont pouvoir survivre suffisamment longtemps pour voir leurs cinémas rouvrir.



APRÈS LA PANDÉMIE

Bien qu'ils demeurent optimistes, les propriétaires de cinémas s'attendent à ce que la route de la reprise soit semée d'embûches.



*« Les circuits majeurs constituent sans doute le plus grand problème. Ils ont été autorisés à devenir des monopoles et ils contrôlent essentiellement l'ensemble de l'industrie. »
– Directeur général, Ontario*

Les défis avant la pandémie

Le plus grand défi pour nombre de cinémas indépendants avant la pandémie était leur capacité d'assurer un flux constant de contenu attrayant pour leur public, étant donné surtout la forte concurrence exercée par les circuits majeurs et la menace que représentent les services de diffusion en continu :



DES RESTRICTIONS D'EXPLOITATION INJUSTES NUISENT AUX AFFAIRES

Les exploitants ont donné en exemples des situations dans lesquelles un circuit majeur a « injustement » bloqué leur capacité de présenter un film en primeur ou, de leur point de vue, ont gardé la mainmise sur un produit moins rentable pour éviter qu'un compétiteur puisse faire de l'argent avec celui-ci. D'autres restrictions imposées par les distributeurs relativement au nombre de projections exigé pour un film sont particulièrement problématiques pour les exploitants de cinémas ayant seulement quelques écrans, ou qui veulent avoir la latitude nécessaire pour garder du temps pour d'autres films ou événements communautaires.



L'IMPRÉVISIBILITÉ DES DÉLAIS NUIT À LA PROMOTION

Concernant ce qui précède, de nombreux propriétaires de cinémas indépendants disent découvrir certains films et devoir les réserver trop proche de la date de sortie. Ces délais trop serrés les empêchent de faire ce dans quoi ils excellent à leur avis, c'est-à-dire promouvoir les films localement. Très habiles à promouvoir des projections uniques ou des événements spéciaux, ils craignent que cette incapacité de planifier et de promouvoir les films à venir — sans compter le risque toujours bien présent que le film finisse par être réservé ailleurs — nuise tout autant aux films qu'à leur chiffre d'affaires.



LA CONCURRENCE DE LA VSD REND LE NOUVEAU CONTENU ENCORE PLUS VITAL

Beaucoup d'exploitants ont parlé du besoin d'avoir accès à du nouveau contenu pour fidéliser leurs clients réguliers. Ils sentent que leur clientèle diminue et que, pour survivre, ils doivent transformer les clients occasionnels en cinéphiles assidus. Sans un contenu dynamique, ils perdent leur pouvoir d'attraction, considérant surtout la pléthore d'options qui s'offrent aux consommateurs à la maison.

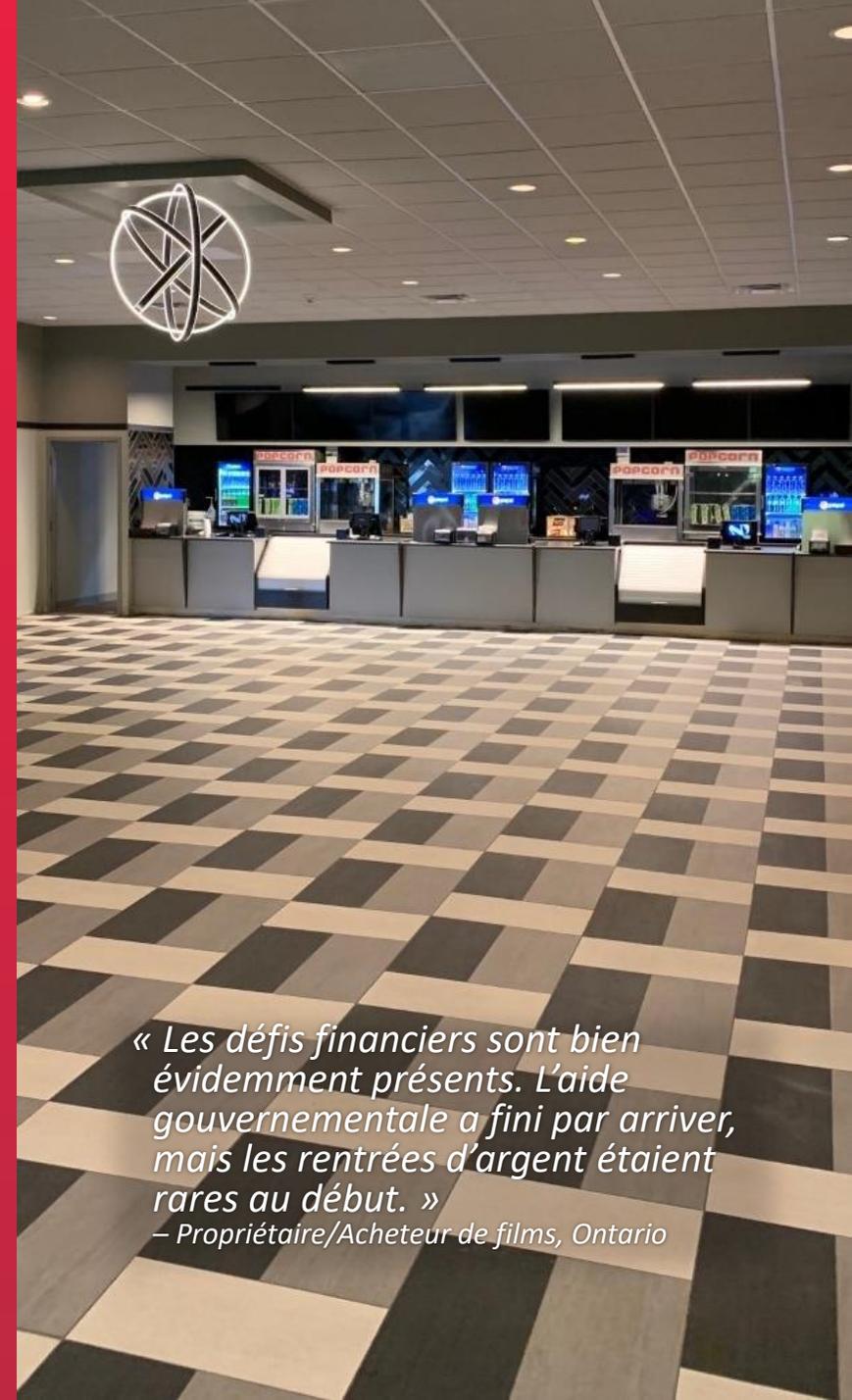
Les défis pendant et après la pandémie

La pandémie a placé les propriétaires de cinémas indépendants dans une situation très précaire. Forcés de fermer pendant 200 à 300 jours au cours de la dernière année, ils se retrouvent devant une myriade de problèmes et ils doivent lutter pour leur survie.



UNE ENTRÉE D'ARGENT INADÉQUATE A CRÉÉ UNE CRISE FINANCIÈRE

Le plus grand défi des cinémas indépendants présentement est le manque de liquidités. Sans revenus ou presque, et avec les factures qui continuent de rentrer, les propriétaires disent que la recherche de fonds pour se maintenir à flot est devenue leur emploi à temps plein. Les subventions gouvernementales, bien qu'utiles, ne couvrent que 30 % à 50 % des dépenses selon les estimations. Bien que la subvention pour le loyer couvre 90 % du montant, il leur reste un 10 % à payer sans revenus pour y pourvoir. De plus, ces subventions ne couvrent pas les frais généraux comme les assurances, les impôts et les services publics, qui continuent de s'accumuler. Ils sont nombreux à avoir été forcés de piger dans les économies de leur entreprise ou leurs économies personnelles, et certains déclarent qu'il ne leur reste plus rien. Le service à l'auto, les ventes des concessions et d'autres solutions créatives ont été la clé pour demeurer « ouverts », mais il y a des limites. Les grands cinémas au Québec (qui ont plus d'écrans et accès aux films québécois) et les cinémas ayant un café ou un restaurant adjacent semblent s'en tirer légèrement mieux. Les cinémas sans but lucratif (qui ont des membres et d'autres sources de financement) ont été les moins touchés financièrement.



« Les défis financiers sont bien évidemment présents. L'aide gouvernementale a fini par arriver, mais les rentrées d'argent étaient rares au début. »

– Propriétaire/Acheteur de films, Ontario



LES FERMETURES IMPRÉVISIBLES EMPÊCHENT LA PLANIFICATION

Pour beaucoup d'exploitants, l'imprévisibilité de la fréquentation des salles est un sérieux défi, car les ouvertures et les fermetures peuvent survenir à tout moment et sans avertissement. Ceux qui ont pu ouvrir durant quelques mois l'an dernier disent avoir eu beaucoup de difficulté en raison de l'absence de contenu, du manque de confiance de la part des consommateurs, de la concurrence exercée par la diffusion en continu et du manque de personnel. Pour nombre d'entre eux, mis à part le fait d'avoir ainsi démontré leur bonne volonté dans la communauté, ce fut un échec au plan financier. Prévoir l'imprévisible est une tâche ardue et, si les clients ne reviennent pas en force, les propriétaires croient que les dividendes seront encore très peu élevés.



LES ARRÊTS ET LES REPRISES ONT ÉRODÉ LA MAIN-D'ŒUVRE

Avec des fonds se rapprochant dangereusement du zéro, beaucoup d'exploitants ont été forcés de laisser aller la plus grande partie, si ce n'est la totalité, de leurs employés à temps plein et à temps partiel. Bien que cela leur ait permis de réaliser des économies à court terme, cela deviendra un sérieux obstacle à la réouverture, car beaucoup d'anciens employés ont soit profité des prestations de chômage ou se sont réorientés dans un autre domaine. Le recrutement, l'embauche et la formation du personnel vont représenter une tâche monumentale quand les cinémas vont rouvrir.



« Lors de la première vague de fermetures, j'ai mis tout le monde à pied sur-le-champ pour sauver certains coûts, mais quand nous avons rouvert en juillet, plus de la moitié des employés avait trouvé un autre emploi. Lorsque nous rouvrirons à nouveau, nous devrons repartir à neuf. Tout le monde est passé à autre chose. »
– Directeur général, Manitoba



LE MANQUE DE CONTENU POUR ATTIRER LE PUBLIC AU CINÉMA

Avec le peu de contenu disponible, les propriétaires de cinémas craignent que l'obtention du feu vert pour rouvrir ne soit pas suffisante pour redémarrer. La sortie de beaucoup de grosses productions est toujours reportée et d'autres films sont susceptibles de sortir en même temps en vidéo sur demande, suscitant chez les propriétaires la crainte de ne pas réussir à attirer suffisamment de clients pour payer les factures.



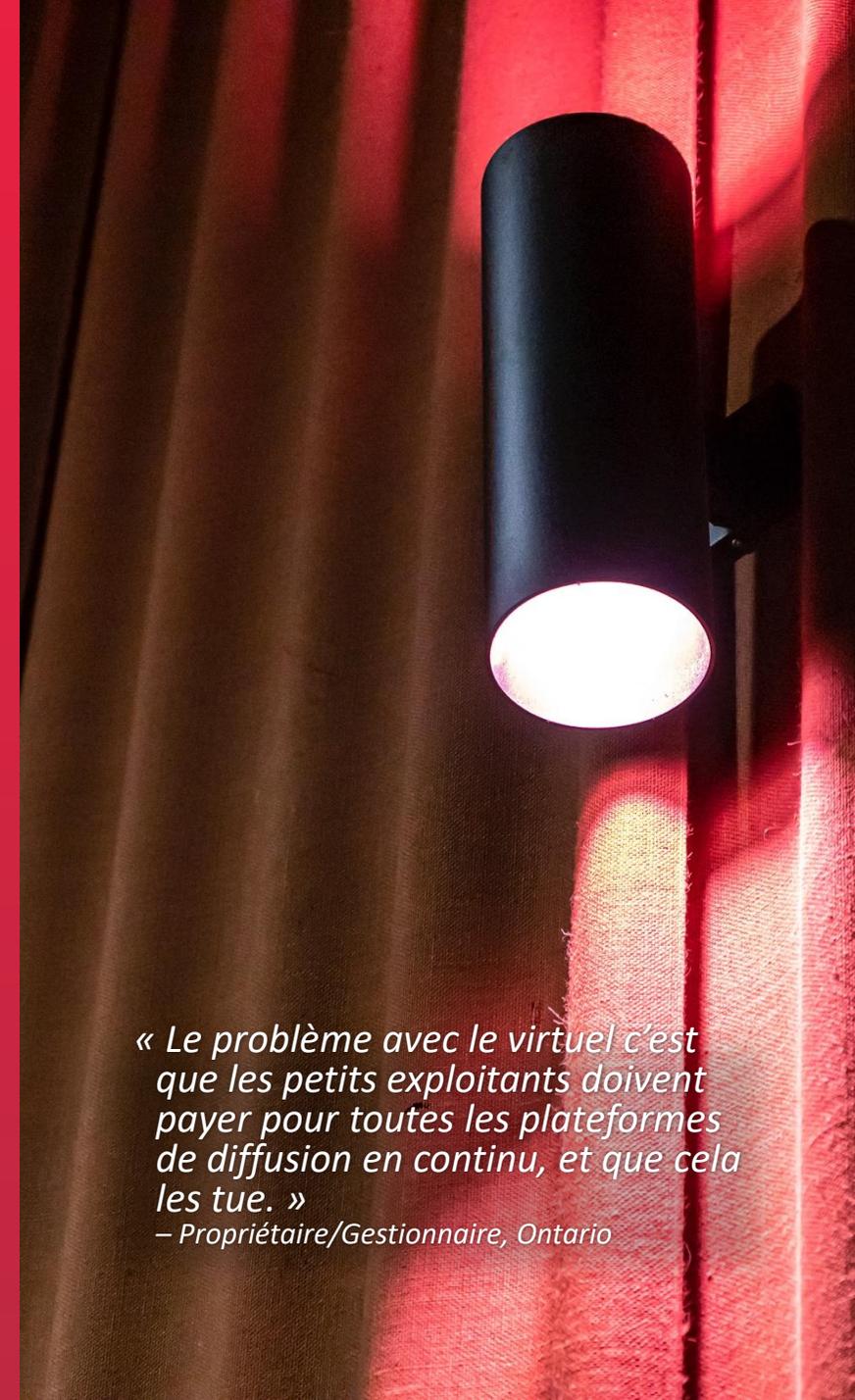
LE CONFORT DE LA DIFFUSION EN CONTINU POUR LES CONSOMMATEURS

Concernant ce qui précède, les habitudes de visionnement se sont lentement transformées durant la dernière décennie, à mesure que la diffusion en continu gagnait en popularité, et les propriétaires de cinémas indépendants ont le sentiment que la pandémie n'a fait qu'accélérer ce changement dans les habitudes de consommation.



LES DÉFAILLANCES DU CINÉMA VIRTUEL

De nombreux exploitants ont tenté d'opérer leur propre « cinéma virtuel » pour rester connectés avec leur clientèle, mais la plupart d'entre eux ont déclaré que les coûts avaient quasiment dépassé les bénéfices en raison du peu de contenu disponible, du coût élevé de l'hébergement sur les plateformes hôtes et des paiements exorbitants demandés par les différents distributeurs. Bien que la plupart admettent que l'offre d'un certain type de cinéma virtuel était nécessaire pendant la pandémie, ils ne veulent pas encourager les visionnements à la maison après la pandémie, car cela serait contreproductif pour eux à long terme. Un des exploitants a comparé cela à « acheter les clous pour clouer son propre cercueil ».



« Le problème avec le virtuel c'est que les petits exploitants doivent payer pour toutes les plateformes de diffusion en continu, et que cela les tue. »

– Propriétaire/Gestionnaire, Ontario



LA CLASSIFICATION « D'ESPACE ÉVÉNEMENTIEL » BARRE LA ROUTE À LA REPRISE

Alors que dans beaucoup de régions, les restaurants et les bars ont reçu l'autorisation du gouvernement d'accueillir les clients à l'intérieur, les cinémas à l'extérieur du Québec n'ont pas eu cette chance, donnant aux consommateurs l'impression que les cinémas ne sont pas aussi sécuritaires que les restaurants. Les propriétaires citent rapidement diverses sources qui « prouvent » qu'il est tout aussi, sinon plus, sécuritaire d'aller au cinéma que de manger au restaurant. Les exploitants dans les zones non urbaines qui ont constamment affiché de faibles taux de COVID sont encore plus incrédules devant ces fermetures qui perdurent, étant donné que leurs régions n'ont jamais été durement touchées par la pandémie et qu'elles sont « remises » depuis longtemps maintenant, et pourtant leurs établissements demeurent fermés.



LA PERTE DE CONFIANCE DES CONSOMMATEURS

Personne ne sait si le public reviendra en force lorsque les cinémas auront le feu vert, mais les exploitants sont d'avis que la position du gouvernement a érodé la confiance des consommateurs. Le plus grand espoir des exploitants est que le gouvernement encouragera les gens à retourner en toute sécurité au cinéma, et que la classification des cinémas à l'extérieur du Québec sera revue pour éviter qu'ils restent fermés plus longtemps que les restaurants et les bars. Certains exploitants craignent que ce ne soit pas la dernière pandémie qu'ils vivront, et insistent pour dire que si la classification ne change pas maintenant, les cinémas vont souffrir à nouveau.



« Comment des bulles de six personnes dans une salle de 500 places peuvent-elles ne pas être sécuritaires, alors qu'elles le sont au restaurant. La classification des cinémas doit être revue. »

– Directeur général, Colombie-Britannique



Réaction générale aux subventions

Les différentes formes de subvention et d'aide financière gouvernementales ont été utiles pour un large éventail de propriétaires de cinémas indépendants, et presque tous les exploitants à qui nous avons parlé ont reçu une forme d'aide. Bien que le niveau d'aide en ait laissé plusieurs sur leur faim, la plupart affirment qu'ils n'auraient pu rester en affaires sans cette aide. Les exceptions les plus notables à cette règle sont les cinémas indépendants sans but lucratif qui ont, pour beaucoup d'entre eux, réussi à maintenir leur santé financière grâce à la contribution de leurs membres, aux dons et aux subventions salariales.



SUBVENTIONS OFFRANT UNE COUVERTURE PARTIELLE

Bien que toute forme d'aide soit appréciée, la plupart considèrent que c'était trop tard et trop peu. Ils estiment que les subventions n'ont couvert que 30 % à 50 % de leurs coûts.

Les **subventions pour le loyer** ont aidé, mais les 10 % restants ont été difficiles à payer et les propriétaires de leur immeuble n'étaient pas admissibles. Les **subventions salariales** ont aidé certains, mais elles ont perdu leur utilité lorsque le personnel a été mis à pied et qu'il ne restait plus comme employés que les membres de la famille. Les **dépenses essentielles** comme les taxes, les services publics, les assurances et les prêts pouvaient être admissibles à des congés de paiement ou des subventions partielles, mais les sommes sont dues et continuent de s'accumuler. Certains se sont résignés à contracter un **prêt bancaire**, malgré une dette déjà élevée.

« Lorsque vous êtes forcé de fermer par le gouvernement, où allez-vous prendre l'argent pour couvrir les 10 % que la subvention ne couvre pas? »

—Propriétaire, Ontario



SOUS-DÉDOMMAGÉS EN COMPARAISON

Par rapport aux restaurants, aux gyms et aux hôtels, beaucoup d'exploitants considèrent qu'ils ont été oubliés par les gouvernements provinciaux et fédéral, et ils n'apprécient pas d'avoir été obligés de fermer sans recevoir une aide financière suffisante. Les 10 % de loyer non couverts sont un exemple d'un manque à gagner qui favorise les propriétaires, et le nonaccès à d'autres prêts ou subventions pour petites entreprises (disponibles pour certaines entreprises, mais pas pour les cinémas) a accentué la perception que les cinémas sont sous-estimés. Les fermetures persistantes sans justification de la part du gouvernement ont fait mal aux entreprises et érodé la confiance des consommateurs.

« Les cinémas ne sont pas admissibles aux subventions pour petites entreprises, alors que les hôtels, les gyms et les restaurants le sont. Pourquoi? »

—Directeur général, Colombie-Britannique



SENTIMENT D'ÊTRE SOUS-ESTIMÉ ET ANXIÉTÉ

Les subventions provinciales et fédérales ont été essentielles pour se maintenir à flot, mais beaucoup d'exploitants de cinémas indépendants trouvent que la lenteur de l'action, les limites liées aux subventions et le manque de plaidoyer en leur faveur donnent l'impression que le gouvernement ne reconnaît pas leur rôle de centre culturel essentiel. Ils sont découragés qu'on ne prenne pas leur défense et consternés que rien n'ait été fait pour trouver un juste milieu, en leur permettant de rouvrir partiellement comme les restaurants l'ont fait, par exemple. Ils s'inquiètent que les subventions disparaissent avant que le public revienne dans les salles, les laissant incapables de survivre.

« Perdre les cinémas des petites villes serait préjudiciable pour la société. Nous sommes plus nécessaires que Cineplex, bien que ce ne soit pas admis. Le gouvernement ne nous soutient pas. »

—Propriétaire, Colombie-Britannique

Les défis des cinémas indépendants : en résumé



AVANT LA PANDÉMIE



PENDANT LA PANDÉMIE



APRÈS LA PANDÉMIE

Contenu	Beaucoup étaient frustrés par la mainmise des circuits majeurs, les pratiques de blocage des grands studios et les réservations de dernière minute.	C'est un peu moins le cas au Québec, mais le nouveau contenu est rare ou déjà disponible en vidéo sur demande.	Les exploitants craignent un possible excès de contenu maintenant, et une pénurie plus tard en raison des délais de production.
Aide gouvernementale	Beaucoup appréciaient les incitatifs de Téléfilm, mais la plupart pensaient qu'ils ne suffisaient pas à couvrir les efforts requis pour montrer du contenu canadien.	Les fermetures persistantes et le fait que les cinémas soient classifiés « espaces événementiels » ont empiré la crise financière.	Beaucoup craignent de ne pas survivre sans une revue de la classification et une aide gouvernementale plus grande.
Clients	Malgré un noyau fidèle, certains s'inquiétaient du vieillissement de l'auditoire et cherchaient à accroître le nombre de leurs cinéphiles réguliers.	Grâce à la vente de popcorn, aux événements spéciaux, au cinéma à l'extérieur, etc., ils essaient de rester connectés à leur clientèle.	Ils craignent que la position du gouvernement ait érodé la confiance des consommateurs et qu'elle retarde leur retour en salle.
Diffusion en continu	La concurrence accrue exercée par la diffusion en continu érodait la base de leurs clients moins assidus.	Le divertissement à la maison est en essor, mais le cinéma virtuel offert par les cinémas ne valait pas le coût et les efforts.	Les exploitants craignent que les clients se soient habitués au divertissement à la maison et qu'ils ne reviennent pas en salle.
Finances	L'accent était mis sur l'entretien, la préservation de la compétitivité ou l'amélioration de l'expérience-client (ajout de sièges, d'écrans).	Malgré les problèmes de trésorerie et de dette, ils demeurent optimistes, mais frustrés par les limites de l'aide gouvernementale.	Beaucoup craignent que les subventions gouvernementales disparaissent avant que les cinéphiles soient prêts à reprendre leurs habitudes.
Dotation en personnel	Les cinémas pouvaient compter sur un personnel fiable et bien formé, dont des étudiants du secondaire qui ont gravi les échelons.	Mis à part les cinémas sans but lucratif, la plupart des exploitants sont incapables de payer les salaires et sont forcés de mettre les employés à pied.	Avec les employés qui se sont réorientés ou qui préfèrent vivre des prestations offertes, le remplacement du personnel est un grand sujet d'inquiétude.

Stratégies de survie et plans d'avenir

Les cinémas étant restés vides une bonne partie de la dernière année, les propriétaires de cinémas indépendants ont épuisé toutes les possibilités de générer des revenus et de rester connectés à leurs clients pour rester en vie en attendant le retour du public. Malgré leur créativité et leur détermination à se maintenir à flot, ils croient que les solutions qu'ils ont trouvées pour assurer leur survie à court terme ne suffiront pas sans une aide supplémentaire.

	Prêts et économies	En plus des subventions gouvernementales, qui n'ont couvert qu'une partie de leurs frais généraux, de nombreux exploitants ont été forcés de contracter des prêts ou de piger dans leurs économies.
	Collecte de fonds et dons	Certains cinémas se sont tournés vers le financement communautaire pour faire un peu d'argent, et certains ont vendu des plaques sur les sièges ou des places pour les avant-premières réservées aux « amis du cinéma ».
	Vente des concessions	La livraison ou la cueillette de popcorn a été une source de revenus populaire pour les cinémas indépendants, dont certains ont pu vendre également d'autres produits des concessions et même de l'alcool.
	Événements privés	Dans les régions où c'était légalement permis, certains exploitants ont expérimenté la location de leurs salles pour des projections privées ou d'autres événements sans lien avec le cinéma.
	Cinéma virtuel	De nombreux exploitants ont offert un certain degré de cinéma virtuel, mais la plupart ont déclaré que l'interface était compliquée et irrégulière et que les bénéfices étaient peu élevés par rapport aux efforts requis.
	Événements communautaires	Bien qu'ils ne soient pas très payants, les exploitants ont trouvé que les événements communautaires les avaient aidés à rester pertinents et enracinés dans leurs communautés tout au long de la pandémie.
	Cinéma extérieur	Pour les cinémas qui avaient l'espace nécessaire, le cinéma extérieur a été une source de revenus populaire qui les a aidés à interagir en personne avec leurs clients, surtout pendant les mois plus chauds.
	Marchandise et cadeaux	Dans une petite proportion, certains cinémas ont fait de l'argent en vendant des cartes-cadeaux et de la marchandise comme des sacs fourre-tout, des t-shirts, des chapeaux, des masques, etc.

Pleins feux sur le contenu canadien

Pleins feux sur le contenu canadien

Au chapitre du contenu canadien, les films du Québec performent bien et ont un public fidèle, mais dans le reste du pays le contenu canadien est éclipsé par l'offre hollywoodienne. Si les exploitants conviennent qu'il y a certainement des avantages à présenter du contenu canadien, et qu'ils essaient de garder l'esprit ouvert, ils mentionnent également que les risques financiers (faible rentabilité, historique de faible visionnement et problèmes de reconnaissance) menacent leur viabilité. La pandémie a amplifié ces préoccupations.

L'ENVIRONNEMENT IDÉAL

Avec le bon mélange de talent local et de sorties en temps opportun, certains films canadiens-anglais peuvent se rapprocher du succès que le Québec a réussi à établir.



RISQUES FINANCIERS

Alors que le Québec jouit d'une industrie cinématographique locale en santé, le contenu canadien-anglais est très risqué d'après les cinémas indépendants.



QUALITÉ ET RECONNAISSANCE

Le contenu canadien est perçu comme offrant moins de fiabilité en matière de qualité et de talent et ne bénéficie pas de la poussée médiatique qui vient avec les films américains.

L'environnement idéal pour le contenu canadien



LE CINÉMA QUÉBÉCOIS EST UNE SOUS-CULTURE FLORISSANTE

Grâce à un héritage établi de production de films de qualité mettant en scène des talents locaux, les films canadiens-français jouissent d'un public fidèle. Non seulement ces films présentent-ils la culture locale d'une façon qui résonne auprès des auditoires, mais ils profitent également de talents locaux qui se font une fierté de produire des films canadiens percutants. Les propriétaires de cinémas disent qu'ils peuvent toujours compter sur une bonne récolte de films québécois chaque année, et que la réputation des cinéastes et vedettes de la province attire un public fiable avide de les soutenir. Bien que les films américains génèrent le plus gros des recettes-guichet, les exploitants disent que le quart de leurs recettes vient des films québécois/de langue française.

« Nous avons été complètement abattus par la pandémie — les films québécois nous ont sauvés l'an dernier. »

—Président, Québec



LES LIENS LOCAUX NOURRISSENT L'INTÉRÊT COMMUNAUTAIRE

Bien que dans une mesure considérablement moindre qu'au Québec, le concept de susciter de l'intérêt pour un film au moyen de liens locaux — que ce soit par rapport aux talents ou aux sujets abordés — peut réussir ailleurs. Les exploitants du pays mentionnent que les auditoires sont attirés par les films qui reflètent leurs communautés et les talents de leurs régions. Ils soulignent également que les projections uniques de titres présentant un intérêt particulier peuvent se révéler très efficaces. Bien que les films nichés peinent à soutenir l'intérêt avec le temps, ce qui peut décourager les exploitants — surtout si leur cinéma n'a qu'un seul écran — de les présenter à répétition, la mise en valeur de l'aspect local peut se révéler un point de départ efficace.

« Il n'est pas nécessaire d'aller aux É.-U. pour voir que les « trucs spéciaux » fonctionnent; il suffit d'aller au Québec. »

—Propriétaire, Ontario



LES ÉVÉNEMENTS SPÉCIAUX RENFORCENT LES LIENS COMMUNAUTAIRES

En mettant à profit l'intérêt du public pour les films pertinents localement, les cinémas indépendants ont une capacité sans pareil de créer un événement autour de certains contenus canadiens. Ils peuvent par exemple organiser des rencontres avec les cinéastes ou autres talents locaux ou faire d'une simple projection une sortie communautaire très courue.

Que ce soit en offrant une projection anticipée, une période de questions-réponses avec les talents, voire même une première de film faite maison, les exploitants conviennent que la création d'un événement à l'intention de la communauté permet d'attirer un public plus vaste et engagé que la simple projection du film.

« On a présenté des films d'horreur avec l'équipe d'un balado et organisé un concours d'habits de Noël. Cela marche très bien »

—Directeur général, Colombie-Britannique

Le point de vue des distributeurs

DISTRIBUTEUR

ONTARIO



« Les films indépendants doivent se faufiler entre les superproductions que les grands studios déversent à un rythme élevé. »



Réflexion sur les défis du contenu canadien

La plupart des distributeurs pensent que la fréquentation des salles rebondira après la pandémie, mais que le problème persistant de diminution des auditoires sera toujours présent. En outre, étant donné le besoin urgent de rattraper les revenus perdus, ils s'attendent à ce que le contenu canadien — qui était déjà difficile à lancer sur le marché avant la pandémie — ne soit pas une grande priorité pour les cinémas. Voici certains des défis qui se poseront :



LES CINÉMAS INDÉPENDANTS N'ONT PAS LES MOYENS DE PRIORISER LES FILMS INDÉPENDANTS

Les distributeurs considèrent que certains cinémas indépendants jouent un rôle essentiel dans la présentation du cinéma d'auteur, y compris des films canadiens, surtout lorsque leurs films sont tenus à l'écart des grands circuits. Bien que les cinémas indépendants offrent un accès flexible et précieux aux films nichés, leur réalité économique exige qu'ils assurent un équilibre entre leur engagement envers le cinéma indépendant et les films plus susceptibles d'attirer les foules. Certains distributeurs se plaignent que les cinémas indépendants ne puissent pas toujours accorder aux films le même temps d'écran qu'un plus grand circuit et qu'ils doivent par conséquent donner la priorité aux films plus viables commercialement plutôt qu'aux films canadiens ou d'auteur souvent moins payants.

« Les cinémas indépendants sont essentiels pour présenter le plus de produits possible... nous avons besoin d'un environnement prospère. »

– Distributeur, Québec



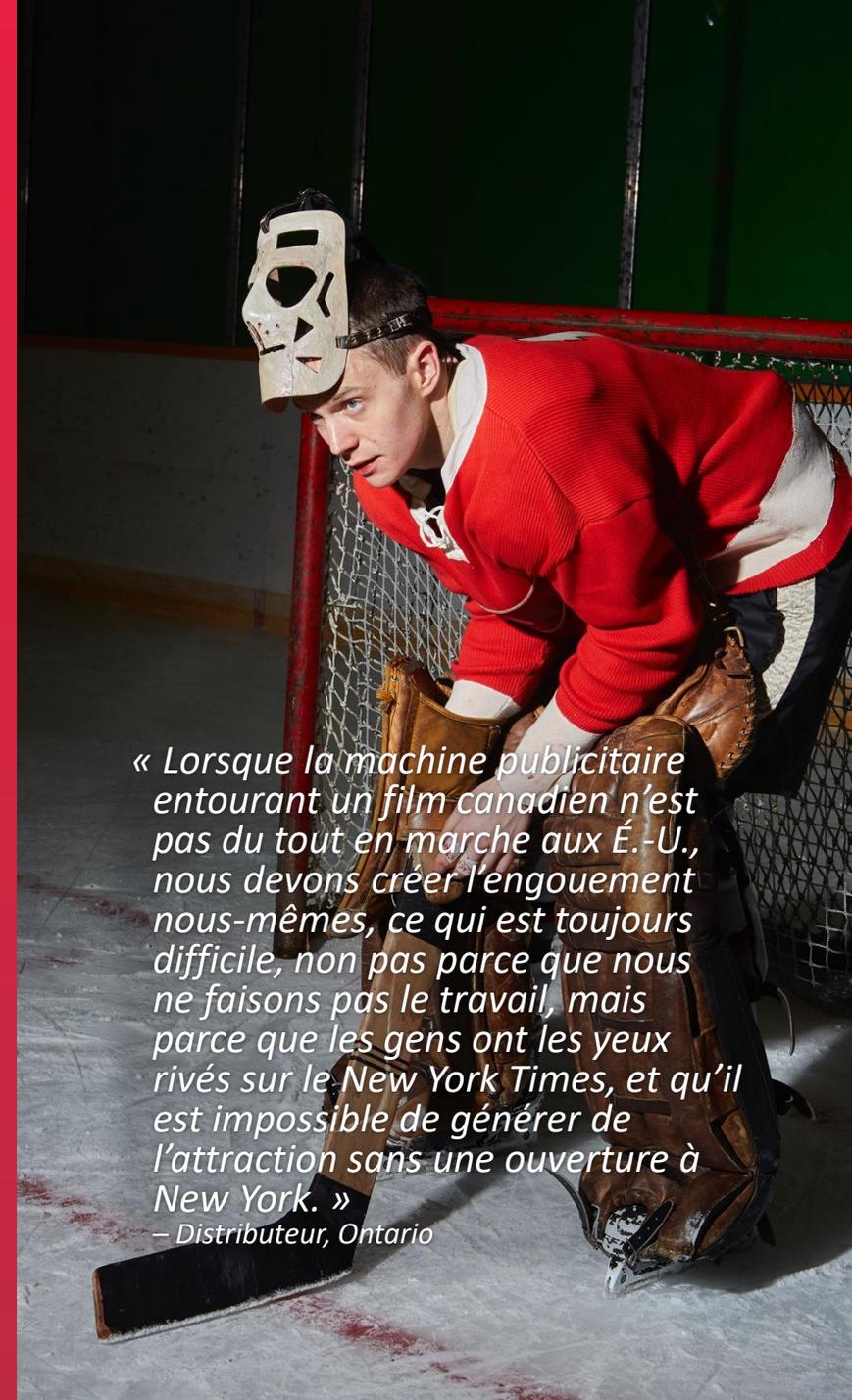
LE CONTENU CANADIEN N'EST PAS AUSSI FACILE À METTRE SUR LE MARCHÉ

Contrairement aux films hollywoodiens, qui peuvent être basés sur la propriété intellectuelle (PI) et soutenus par d'énormes campagnes de promotion, le contenu canadien est beaucoup plus difficile à vendre selon les distributeurs et il nécessite beaucoup plus de travail pour un rendement beaucoup moins élevé comparativement aux films américains. À l'opposé des films américains, qui sont accompagnés de matériel de promotion déjà prêt, les campagnes de promotion des films canadiens doivent être montées de A à Z (et coûtent donc plus cher qu'une campagne clé en main).



LA DIFFICULTÉ DE PLANIFIER ET DE RÉSERVER DES ÉCRANS

Trouver une date de sortie pour les films canadiens est un véritable casse-tête. Les distributeurs doivent attendre que les studios américains, grands et petits, et les distributeurs indépendants américains aient programmé leur contenu avant de pouvoir réserver des dates pour les films canadiens, ce qui laisse dans bien des cas peu de temps pour amener ces films sur le marché.



« Lorsque la machine publicitaire entourant un film canadien n'est pas du tout en marche aux É.-U., nous devons créer l'engouement nous-mêmes, ce qui est toujours difficile, non pas parce que nous ne faisons pas le travail, mais parce que les gens ont les yeux rivés sur le New York Times, et qu'il est impossible de générer de l'attraction sans une ouverture à New York. »

– Distributeur, Ontario



LA DISPONIBILITÉ DES FILMS EN VIDÉO SUR DEMANDE AUX É.-U. NUIT AUX RECETTES GÉNÉRÉES EN SALLE

Un autre sujet de préoccupation soulevé par les distributeurs est la discordance entre les films canadiens qui sont offerts en VSD aux É.-U. alors qu'ils sortent en salle au Canada. Lorsque les cinéphiles canadiens voient qu'un film est offert en VSD au sud de la frontière, ils ont l'impression que ce n'est pas un film « de qualité cinématographique » et qu'ils devraient attendre de le voir « gratuitement » sur leur plateforme de diffusion en continu.



LES INQUIÉTODES QUE SOULÈVE LE PIRATAGE SONT EXACERBÉES PAR LA VIDÉO SUR DEMANDE

Le désastre est encore plus grand lorsque la sortie en VSD aux É.-U. arrive avant même que le film sorte en salle au Canada, incitant certains consommateurs à emprunter la voie illégale pour accéder au contenu. D'une manière ou d'une autre, les sorties en VSD chez notre voisin du sud déprécient la valeur du contenu canadien aux yeux des consommateurs, des exploitants et des distributeurs, qui croient fortement que plus d'efforts devraient être faits pour accorder aux cinémas canadiens l'exclusivité des films avant qu'ils puissent sortir en VSD ailleurs dans le monde.



« Quand HBO Max sort un film aux É.-U., les Canadiens ont l'impression d'être traités injustement en étant obligés de payer pour voir le film en salle — ils ont le sentiment d'avoir le droit [de voir le film sur une plateforme en même temps que dans l'autre pays]. »

— Distributeur, Ontario

Prochaines étapes



Ce que Téléfilm peut faire pour aider : Plaidoyer



RÉTABLIR LA PERCEPTION DU PUBLIC CONCERNANT LA SÉCURITÉ D'ALLER AU CINÉMA

Changer le message entourant le retour en salle est très important pour les propriétaires. Ils s'attendent à ce que Téléfilm plaide en faveur des cinémas indépendants en moussant une campagne qui souligne la sécurité des cinémas et leur pertinence au plan culturel.



MODIFIER LA CLASSIFICATION DES CINÉMAS ET LEVER LES RESTRICTIONS INJUSTES

Au-delà du message, les propriétaires de cinémas à l'extérieur du Québec pensent que Téléfilm doit servir d'intermédiaire avec le gouvernement pour que soit modifiée la classification de leur entreprise. Ils sont frustrés de voir que les restaurants et d'autres entreprises ont pu ouvrir leurs portes, alors qu'eux ne le peuvent pas, et insistent sur cette disparité technique qui freine injustement l'industrie du cinéma.



PLAIDER POUR QUE LES CINÉMAS AIENT UN MEILLEUR CONTRÔLE SUR LES RÉSERVATIONS

Les propriétaires s'attendent à ce que Téléfilm prenne davantage leur défense en communiquant avec les studios, les distributeurs et les autres exploitants concernant les pratiques de réservation restrictives. Les gros exploitants et distributeurs enlèvent actuellement aux petits cinémas la flexibilité de déterminer à quelle fréquence ils doivent présenter un film et à quel moment ils auront accès au film.



RECONNAÎTRE ET RÉCONCILIER LES PROBLÈMES SYSTÉMIQUES

Amener un changement dans les négociations avec les institutions plus puissantes (qu'il s'agisse de négocier avec les grands studios, les exploitants ou d'autres parties concernées) est une priorité absolue. Beaucoup de propriétaires attendent avec impatience un remaniement de l'industrie qui corrigera ce qu'ils considèrent comme une marginalisation injuste des cinémas indépendants de la part des géants de l'industrie.



LA SODEC A ÉTÉ PROACTIVE AU QUÉBEC

Alors que les propriétaires de cinémas indépendants du Canada anglais ressentent un vif besoin qu'on se porte à leur défense, ceux du Québec disent avoir trouvé un bon partenaire en la SODEC qui, selon eux, les a mieux soutenus que Téléfilm durant la pandémie.

Annexe B

Provenance des photos



Provenance des photos

PAGE	COURTOISIE DE
1	ByTowne Cinema
6	Kamloops Film Society / MLAZZ Creative
6	May Theatres
6	Imagine Cinemas, London
11	Kamloops Film Society / MLAZZ Creative
12	May Theatres
13	Tourism South Kootenay for Royal Theatre
14	Kamloops Film Society / MLAZZ Creative
15	The Vogue Theatre
24	<i>The Hummingbird Project</i> / Elevation Pictures
25	<i>Goalie</i> / Mongrel Media
26	<i>Blood Quantum</i> / Elevation Pictures
28	Royal Theatre
30	Countryfest Community Cinema