



## Transition et changements!

Dans La Presse du samedi 15 octobre, Marc-André Lussier écrivait « ...seule la présentation d'un film dans une salle de cinéma pouvait satisfaire à mes exigences. Aujourd'hui, alors que la technologie est implantée depuis quelques années, je dois avouer que je préfère visionner un film en DVD. » La même semaine, l'hebdomadaire Variety affirmait que le DVD était en perte de vitesse pour la première fois depuis son apparition et qu'il fallait blâmer les autres moyens de diffusion des images, en particulier l'Internet.

Montréal a été l'hôte de deux conférences sur le cinéma numérique, les 29 et 30 août, LES CONFÉRENCES INTERNATIONALES SUR LE CINÉMA NUMÉRIQUE et du 21 au 24 septembre, DIGIMART, LES RENCONTRES INTERNATIONALES DE LA DISTRIBUTION NUMÉRIQUE. De nombreux conférenciers sont venus dresser un tableau de la situation actuelle et des possibilités pour le futur.

Le DVD est numérique. Internet est numérique. La radio est en train de devenir numérique. La révolution du cinéma numérique est mondiale et irréversible. Elle est déjà présente dans nos salles par le son. Comme le marché québécois dépend en grande partie du marché américain, il est normal que les propriétaires de cinémas d'ici attendent que cet investissement soit rentable avant d'investir des sommes considérables. La prudence est donc de mise.

On nous sert souvent l'exemple de ce qui se fait ailleurs dans le monde; rappelons que dans tous ces cas, on parle d'installations entièrement subventionnées par les gouvernements locaux. Docuspace, une organisation européenne, distribue présentement des films documentaires en numérique dans 28 salles seulement (pour une population de près de 60 000 000) à travers le Royaume-Uni et ce, en mode E-cinéma<sup>1</sup>. Peut-on imaginer que cela est possible au Québec? Est-ce que la dépense en vaut la peine? Est-ce que la demande justifie l'investissement? La population québécoise est déjà très bien desservie par un réseau de salles modernes.

D'un côté, on menace de réduire la fenêtre d'exploitation du film en salles avec des sorties simultanées en DVD, à la télévision câblée ou par satellite, sur Internet ou même sur votre téléphone portable, et de l'autre on veut présenter des « films » dans des salles improvisées. Oui, nous croyons aussi qu'il y a de la place pour des expériences complémentaires à un film présenté dans une salle de cinéma. Mais rien ne remplacera l'expérience humaine d'être assis confortablement dans une salle de cinéma, entouré par d'autres personnes qui veulent partager cette expérience sensorielle, et de se laisser raconter une belle histoire qui nous fait rire, rêver, pleurer...

L'Association travaille pour ses membres et pour le mieux-être de toute l'industrie. En cette période de transition, nous, exploitants de salles de cinéma, sommes appelés à jouer un rôle encore plus important. Notre Association doit devenir de plus en plus forte. Et elle le sera!

Le président,

Mario Fortin

---

<sup>1</sup> « Electronic-Cinema », une version moins élaborée du « Digital-Cinema ».

# L'ASSOCIATION VOUS INFORME

Par Ré Jean Séguin, directeur général

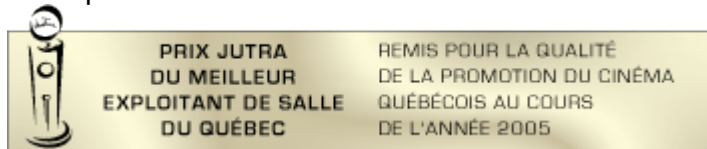
## CURE DE RAJEUNISSEMENT POUR NOTRE SITE WEB

Nous vous invitons à visiter notre nouveau site Web.  
Ce site est un outil de promotion et d'information à votre disposition  
tout en étant accessible au grand public.  
Faites-nous part de vos commentaires.

[www.apccq.com](http://www.apccq.com)

## CINE-QUÉBEC

- Le comité permanent de la Chambre des Communes du ministère du Patrimoine canadien a tenu des audiences à travers le Canada concernant l'implication financière du gouvernement canadien dans l'industrie du cinéma canadien et l'APCCQ y a participé. Après le premier tour de consultation terminé en juin, le comité a décidé de demander un certain nombre de précisions aux intervenants. Encore là, votre Association s'est fait un devoir d'y participer.
- Vous trouverez ci-joint toute l'information vous permettant de participer au concours de la soirée des Jutra qui récompensera l'exploitant de salle ayant fait le plus pour la promotion du film québécois.



- Le dossier du son dans les salles progresse bien. Tous les participants ont convenu de respecter la norme TASA (moyenne de 85 dB) pour les publicités et les bandes-annonces. Nous devons, nous aussi, nous impliquer dans ce dossier afin de diffuser correctement ces publicités et ces bandes-annonces (voir la chronique de Michel Prince).
- Le dossier de la Mutuelle d'assurance est maintenant clos pour cette année. Douze membres et 29 entreprises font maintenant partie de la Mutuelle. Nous reprendrons ce dossier à compter du mois de mars 2006 afin de grossir les rangs en 2007.
- Nous continuons à effectuer des représentations auprès de la SODEC, de la Régie du Cinéma, de Réseau Plus et des distributeurs. Nous vous tiendrons au courant des résultats de ces démarches.

- Notre assemblée générale aura lieu **le jeudi 15 juin 2006 au Château Vaudreuil, à 14 heures.** Elle sera suivie de notre cocktail et souper annuel. Réservez cette date à votre agenda.
- La première édition de Ciné-Québec aura lieu du 31 janvier au 2 février 2005. Pour vous inscrire allez sur le site [ciné-quebec.com](http://ciné-quebec.com)



- L'Association est maintenant composée de 43 membres. Vous trouverez ci-après la liste des nouveaux membres à qui nous souhaitons la bienvenue :
  - M. Claude Rémillard (Baie-Comeau et Sept-Îles)
  - M. Stéphane Labrie (Amos, Macamic, LaSarre, Ville-Marie et Aylmer)
  - M. Aldéric Racine (Rimouski)
  - M. Pierre Gaudreault, (Rouyn-Noranda)
  - M. Guy Simard, (Rivière-du-Loup et Dégelis)
  - Mme Ginette Pradella (Magog)
  - M. Nicolas Lefebvre (Mont-Laurier)
  - Mme Nady Moisan (Saint-Raymond)
  - M. Jacques Desjardins (Matane)
  - M. Bernard Fortier (Lac Mégantic)
  - Mme Julie Bernier (Thetford-Mines)
  - M. Claude Lavoie (La Malbaie)
  - Mme Marie-Josée D'Anjou (La Pocatière)
  - M. Alain Chamberland (Saint-Pacôme)
  - M. Laurent Detraz (Dolbeau-Mistassini)
  - M. Jocelyn Marcoux (Chandler)
  - M. Jean-Paul Gaumont (Sainte-Anne-des-Monts)

## **CHRONIQUE INTERNATIONALE**

**Par Tom Fermanian**

Début juillet, les sept plus importants studios de Hollywood regroupés sous le nom de DCI (Digital Cinema Initiatives), se sont entendus sur un standard unique pour la fabrication d'équipement de cinéma numérique. Il s'agit d'une étape importante mais nous ne sommes pas encore arrivés au bout de ce changement technologique. Il s'agit d'un guide pour les fabricants d'équipements. Toute la question du plan d'affaires est encore en suspens.

Certains pays (notamment l'Irlande) ont accepté de financer entièrement des appareils numériques qui ne correspondent pas nécessairement aux standards DCI. Ces installations doivent en premier lieu servir à présenter la cinématographie nationale et le cinéma plus difficile (documentaire, films étrangers, animation, etc.). Ces appareils sont ensuite utilisés pour diffuser de la publicité, des quiz avant la projection principale et même parfois des concerts ou des manifestations sportives. Ces projecteurs peuvent aussi être utilisés pour des présentations privées qui accompagnent des conférences.

L'idée circule actuellement de sortir simultanément un même film au grand écran, sur DVD, à la télé-payante et sur tous les supports existants. Là où les producteurs-distributeurs ont tenté cette expérience, les propriétaires de salles ont complètement boycotté la diffusion de telle sorte que les films n'ont pas connu de succès. NATO (l'Association américaine des propriétaires de salles) s'est opposée avec vigueur à ces pratiques. Enfin, Disney tente actuellement de mettre sur pied, en collaboration avec la société Christie, un réseau de salles qui aurait des projecteurs numériques 2 K.

Tout au long de cet important changement, votre Association demeurera vigilante et fera tout en son pouvoir pour conserver les acquis de l'industrie.

## **LE SON DU FILM EST-IL TROP FORT?**

**Par Michel Prince, les entreprises Michel Prince inc.**

De nouveau, nous voici à un tournant dans l'industrie du cinéma au Québec. Les grands écarts entre le volume d'un film et l'agressivité sonore des bandes-annonces et publicités sont sur le point de se normaliser. L'APCCQ qui vous représente de même que les autres associations qui représentent les sonorisateurs en studio adopteront les standards sonores de TASA (*Trailer Audio Standards Association*).

Pour votre part, vous devrez avoir une approche différente pour la reproduction en salle de leurs bandes de son. Nous avons l'habitude de reproduire publicité et bandes-annonces (*trailers*) à « 5 » sur nos processeurs Dolby et le film à « 7 ». La normalisation TASA permettra de maintenir le processeur au même niveau pour toute la représentation.

Les gens qui produisent les films, bandes-annonces et publicités sont grandement concernés par notre collaboration pour reproduire leur travail dans nos salles. Nous devons satisfaire le standard de 85 dB à un volume de « 7 » sur nos processeurs Dolby. Une certification de calibrage est présentement à l'étude pour maintenir la qualité sonore offerte à vos clients.

Une visite d'entretien préventif de votre technicien est souhaitable pour s'assurer que vos salles reproduisent le son aux standards ISO 2969 pour la courbe de réponse de fréquence. La pression acoustique recommandée par Dolby et les studios est de 85 dB. La vérification de la lecture analogique et numérique sur le film (A-chain) est importante. Le bon fonctionnement de votre système d'amplification et de haut-parleurs en salle font partie intégrante d'une bonne reproduction sonore. Certaines modifications à vos systèmes d'automatisation ou au « cues » sont à prévoir.

Le respect de la norme TASA est importante à tous les niveaux de la chaîne de représentation cinématographique. Notre industrie est en compétition avec les autres modes de diffusion cinématographique. La présentation en salle doit toujours de qualité exceptionnelle.

# **L'ÉTÉ 2005 DES CINÉ-PARCS AU QUÉBEC: RECU DES RECETTES ET DES PARTS DE MARCHÉ**

**par Simon Beaudry, président, Cinéac**

Malgré un été au temps exceptionnel\*, les ciné-parcs du Québec ont connu durant l'été 2005 leur plus faible part de marché et leur plus modeste box-office depuis l'été 2001. La part de marché des ciné-parcs est passée en 2005 à 4,68 % (contre 5,24 % en 2001 et 5,25 % en 2004). Quant aux recettes, elles ont atteint cette année 4 285 886 \$ (contre 4 310 530 \$ en 2001 et 5 119 408 \$ en 2004). Qui plus est, la chute du box-office des ciné-parcs, comparativement à l'été 2004, a été trois fois plus importante que celle des cinémas (-16,28 % pour les ciné-parcs contre -5,39 % pour les cinémas).

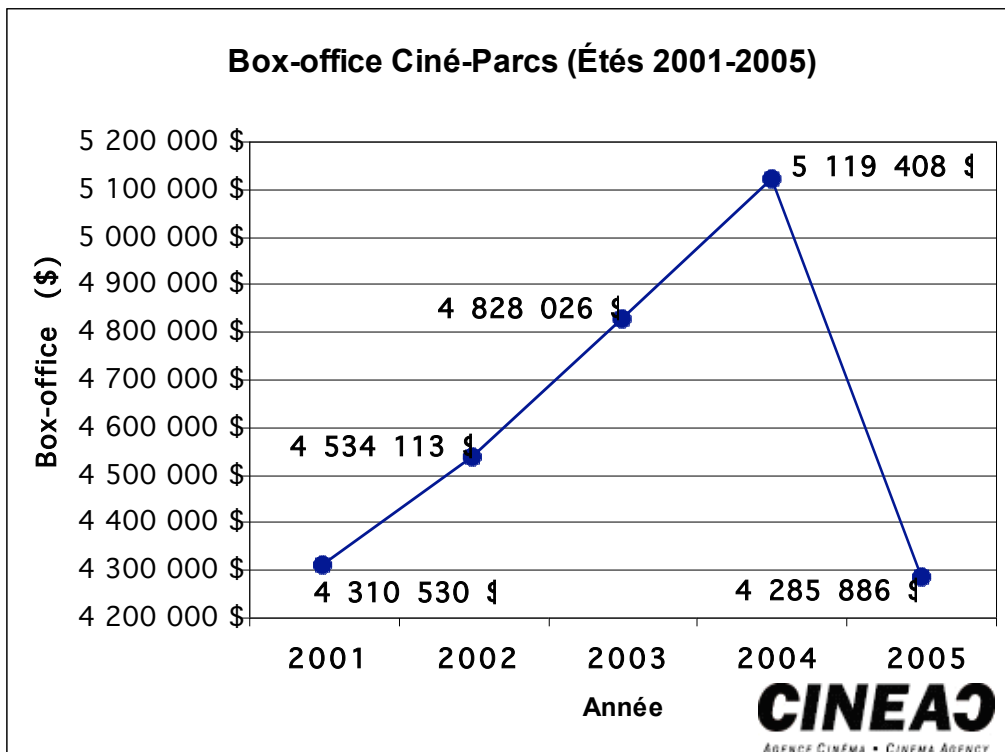
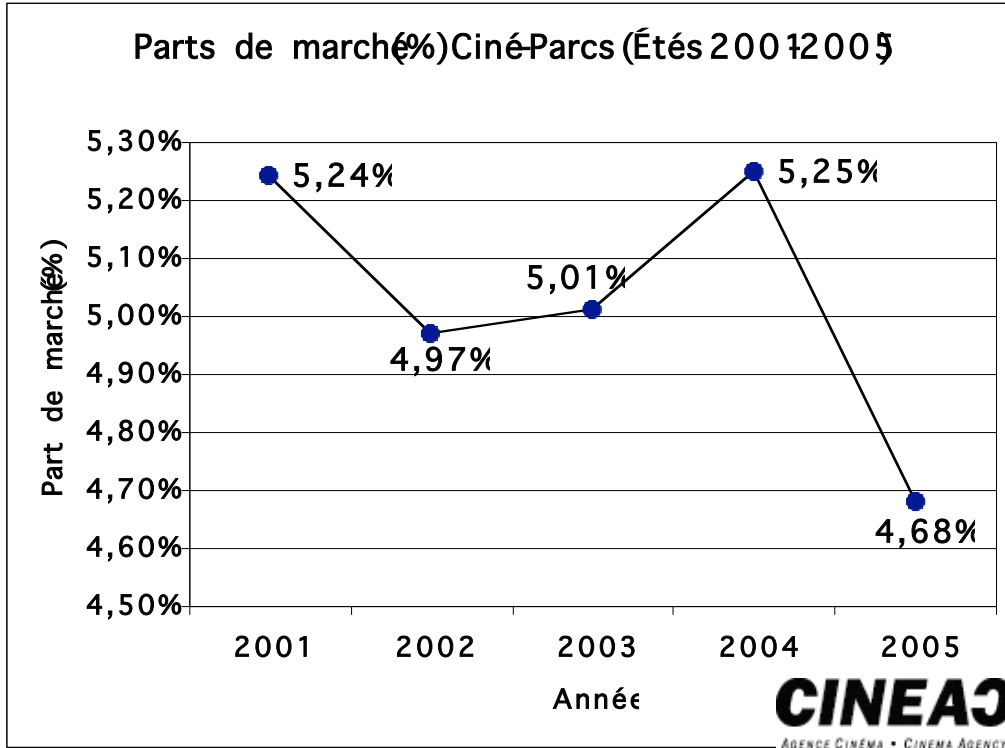
Cette baisse s'inscrit dans le courant nord-américain des dernières années, où l'on observe un plafonnement du public intéressé au cinéma en plein air. Rappelons que le premier ciné-parc (sous le vocable de *World's First Automobile Movie Theater*) a ouvert ses portes à Camden, au New Jersey, en 1933, et qu'il fallut patienter jusqu'à l'été 1970 pour voir apparaître le premier « ciné-parc » du Québec à Boucherville. Le nombre de ciné-parcs en Amérique du Nord a atteint son apogée en 1958, avec 4063 établissements, alors qu'au Québec, c'est en 1984 qu'ils ont accédé à leur nombre le plus élevé, soit 39 établissements. Aujourd'hui, le nombre de ciné-parcs en Amérique du Nord s'établit à 419, dont 17 au Québec.

Il semble que la fermeture cet été de l'un des plus importants établissements, le Ciné-parc Laval (4 écrans et 1886 automobiles) ne s'est pas traduit par le transfert massif de cette clientèle vers d'autres établissements. Une importante partie de la baisse sentie en 2005 peut être attribuée à l'absence de cet important ciné-parc.

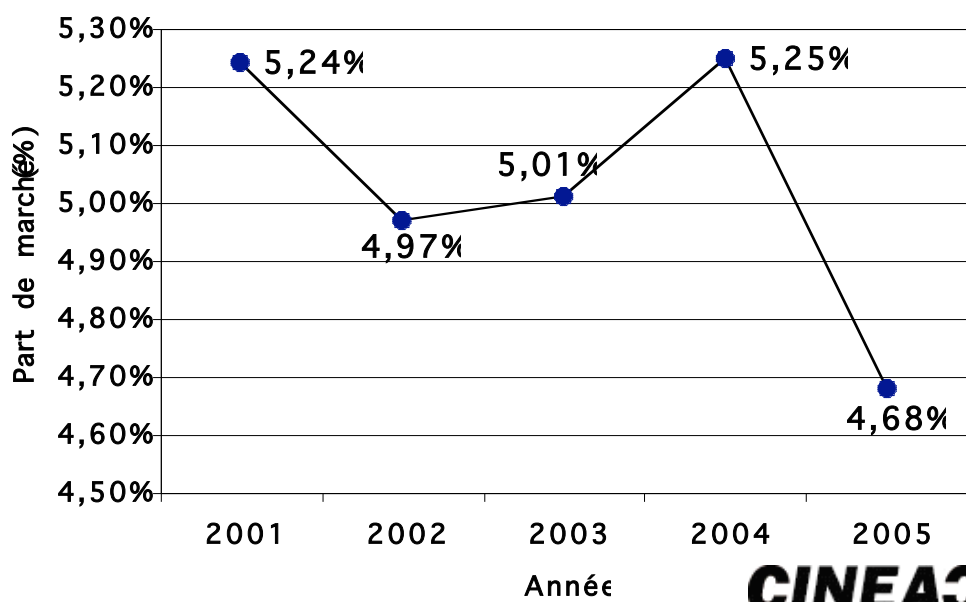
Avec leur politique de sorties de titres en première exploitation et leur promotion, les ciné-parcs du Québec demeurent encore aujourd'hui les plus actifs et les plus dynamiques en Amérique du Nord.

---

\* Selon Environnement Canada, « La température moyenne pour les mois de juin, juillet et août 2005 a été au-dessus de la normale pour toutes les régions du Québec. En général, l'été 2005 se classe parmi les plus chauds et ensoleillés des dernières décennies. »



Parts de marché (%) CinéParcs (Étés 2001 à 2005)



**CINEA3**  
AGENCE CINÉMA • CINEMA AGENCY