

**REGROUPEMENT
DES DISTRIBUTEURS
INDÉPENDANTS
DE FILMS DU
QUÉBEC**

A-Z FILMS - Antoine Zeind
AXIA FILMS DISTRIBUTION- Armand Lafond
DOMINO FILM - Jeanne Ritter
FILMOPTION INTERNATIONAL - Andrew Noble
FUNFILM DISTRIBUTION – Martin Desroches
K-FILMS AMÉRIQUE - Louis Dussault
LES FILMS DU 3 MARS - Anne Paré
LOCOMOTION DISTRIBUTION – Marc S. Grenier

Montréal le 10 janvier 2013

**Projet de financement des distributeurs
indépendants de films du Québec**

Adressé à Monsieur François Macerola, Président SODEC

CONTEXTE

Le RDIFQ et ses activités

Le Regroupement des Distributeurs Indépendants de Films du Québec (RDIFQ) a été fondé en 2008, afin de représenter les intérêts de sociétés de distribution se consacrant principalement à la mise en marché, à la promotion et à la distribution du cinéma d’auteur québécois et étranger. En outre, ces sociétés sont toutes basées au Québec et sont détenues par des actionnaires québécois. Ce sont A-Z Films, Axia Films Distribution, Domino Film, Filmoption International, FunFilm Distribution, K-Films Amérique, Les films du 3 mars et Locomotion Distribution.

Depuis sa constitution, le RDIFQ a effectué des représentations auprès des institutions de financement (Téléfilm Canada et Sodec), des télédiffuseurs (Télé-Québec, Radio-Canada, ARTV et Super Écran) et des médias d’information, afin d’apporter un éclairage sur le contexte de la distribution au Québec. Ces représentations du RDIFQ lui ont également permis de préciser les besoins et priorités de ses membres, ainsi que de faire valoir leurs points de vue quant à la mise en place de certaines politiques publiques, réglementations et orientations stratégiques des institutions mentionnées précédemment. Ainsi, le RDIFQ a accompli un rôle essentiel afin de conscientiser les différentes instances décisionnelles à propos des enjeux et des périls qui se dressent entre les producteurs de films d’auteur et leur public.

Heureusement, la Sodec et Téléfilm Canada ont su prêter une oreille attentive aux suggestions du RDIFQ, ce qui a permis de faire avancer plusieurs dossiers essentiels afin de renforcer la position des distributeurs indépendants et, par le fait même, de contribuer davantage au développement d’une cinématographie nationale diversifiée et en santé. Toutefois, on ne peut pas en dire autant des télédiffuseurs qui boudent de plus en plus le cinéma d’auteur, québécois et étranger, et se montrent plutôt frileux à l’idée d’ouvrir leur programmation à ce type d’œuvres afin d’en favoriser l’essor. Car, comme nous le verrons plus loin, sans l’aide de ces derniers, il va devenir de plus en plus difficile de produire des films d’auteur au Québec et la situation financière des distributeurs indépendants en sera également lourdement hypothéquée.

Situation actuelle

Nous en arrivons donc à la situation actuelle, où la viabilité du cinéma d’auteur est remise en question plus que jamais. Or, il se trouve que c’est ce type de cinéma qui tourne dans les festivals à travers le monde et y remporte des prix. C’est de lui dont on parle dans la presse internationale. C’est lui qui fait connaître notre pays et notre culture à l’étranger. C’est par lui qu’arrivent les idées fraîches et novatrices qui redynamisent l’industrie. Et c’est presque toujours à travers lui que s’exprime la relève. Bref, le cinéma d’auteur québécois est absolument essentiel à la vitalité, au dynamisme et au rayonnement international de notre cinéma. Une cinématographie qui ne reposerait que sur une vision de commerçant serait vouée à l’isolement et, ultimement, à sa perte, au bout d’une lente asphyxie. C’est aussi pourquoi nous avons besoin de voir les films d’auteur des différentes régions du monde, pour nous cultiver, pour confronter nos idées, nos approches et nos méthodes avec celles des autres, bref, pour élever notre esprit et faire progresser l’art cinématographique.

Les institutions de financement sont d'ailleurs bien au fait de l'importance des films d'auteur. Et c'est pourquoi, chaque année, elles investissent dans la production de plusieurs de ces films à travers des programmes qui leur sont spécifiquement destinés. Le problème, par contre, c'est que les distributeurs indépendants, qui jouent un rôle primordial dans la production et la distribution de ces films, sont aux prises avec des difficultés financières non négligeables et que cela se répercute sur l'ensemble de la chaîne. Aussi, les institutions doivent prendre conscience qu'elles ne peuvent négliger indéfiniment ce maillon essentiel.

En effet, il est important de comprendre que les distributeurs indépendants remplissent plusieurs fonctions vitales dans l'écologie du cinéma d'auteur, ils ne sont pas de simples boutiquiers servant d'intermédiaires entre le public et les ayants droits. D'abord et avant tout, ils interviennent en amont de la production. Sans l'engagement d'un distributeur, il est pratiquement impossible de financer un film. La qualité de cet engagement fait d'ailleurs partie des critères d'évaluation des analystes de la Sodec et de Téléfilm Canada et peut même s'avérer déterminante. De plus, l'engagement d'un distributeur (ou d'un télédiffuseur) est requis pour avoir accès aux crédits d'impôt provincial et fédéral.

Cet engagement du distributeur en amont implique différentes actions, en plus de la préparation du contrat. D'abord, il doit investir de son temps dans la rédaction d'un plan de mise en marché étoffé, cohérent et imaginatif (sans même savoir si le film sera financé ou non). Ensuite, il doit déboursier des sommes d'argent importantes sous forme de minimum garanti (i.e. d'avance sur recettes), sommes qui doivent être décaissées en majeure partie lors du tournage et, donc, longtemps avant la sortie du film et la perception de quelque revenu que ce soit. Il en va de même, d'ailleurs, pour les frais de mise en marché (affiches, bande annonces, publicité, relations de presse, etc.), qui doivent être payés en amont de la sortie, bien avant que le distributeur ne puisse espérer toucher le moindre sou. Aussi, comme les sociétés québécoises de distribution indépendantes (que nous définissons comme des sociétés détenues à au moins 90% par des résidents du Québec, non rattachées à un diffuseur ou à une société cotée en bourse) sont des PME ne disposant pas d'une grande capitalisation, elles subissent continuellement la pression financière de ces investissements qui engendrent des coûts significatifs en capital et qui ont un impact majeur sur leur trésorerie (« cash flow »). Par conséquent, les risques assumés par ces entreprises sont plus élevés que ceux encourus par les grands distributeurs commerciaux, car, vu leur faible capitalisation, elles ne disposent que d'une très mince marge de manœuvre.

De plus, les distributeurs indépendants soutiennent des longs métrages québécois dont la rentabilité financière est plus aléatoire. D'abord parce que ces films n'adoptent pas les recettes du cinéma commercial et sortent des sentiers battus, mais aussi parce que l'étroitesse du marché francophone joue contre eux. Les paris des distributeurs indépendants en sont d'autant plus risqués; ils marchent continuellement sur des œufs et doivent jongler sans arrêt avec des problèmes de liquidités, même si leurs frais généraux sont très modestes. Cette situation, difficilement tenable à long terme, les amène à prendre des décisions ardues qui peuvent malheureusement avoir un impact non négligeable sur la qualité de la mise en marché des films. Les distributeurs indépendants n'ont pas accès aux films des grands studios américains et français – et il faut dire que ce n'est pas leur désir – pour contrebalancer et rentabiliser leurs opérations plus risquées avec le cinéma d'auteur.

Mais ces réalisatrices et réalisateurs québécois qui sont acclamés et célébrés à travers le monde, ces Denis Côté, Anne Émond, Xavier Dolan, Catherine Martin, Rafaël Ouellet, Brigitte Poupart, Robert Morin, pour ne nommer qu'eux, il faut bien qu'il y ait un distributeur pour les appuyer dès le départ, déclencher le fond en production et pour les prendre en charge. Sinon, comment pourraient-ils produire et présenter leurs œuvres ? En ce sens, si l'État entend profiter de cette « rentabilité culturelle », qui propage et promeut notre identité, notre créativité et notre langue au Québec, au Canada et autour de la planète, il doit absolument soutenir les distributeurs indépendants.

Soulignons d'ailleurs qu'au cours des cinq dernières années, les distributeurs indépendants ont distribué la plupart des premiers longs métrages et on lancé plus de soixante-quinze longs-métrages, soit une moyenne d'une quinzaine par année.

L'effet de la concentration dans le secteur de la distribution

L'aide de l'État pour soutenir les distributeurs indépendants s'avère d'autant plus nécessaire à la suite de la confirmation de la fusion d'Entertainment One (eOne) et d'Alliance Films, orchestrée par les deux principaux actionnaires d'Alliance, la banque d'affaires américaine Goldman Sachs Capital Partners (61,45%) et Investissement Québec (38,55%). Cette transaction de 228 millions de dollars (dans laquelle Investissement Québec a perdu 29 millions de dollars) vient d'ailleurs d'être autorisée tout récemment (3 janvier 2013) par les agences de réglementation canadiennes, dont le Bureau de la concurrence du Canada.

En effet, cette augmentation de la concentration des entreprises de distribution s'avère de très mauvais augure pour le cinéma québécois. Ces deux entreprises priorisent plutôt les ententes qui les lient à des grands studios américains : eOne distribue sur le territoire canadien les productions de Summit Entertainment, tandis qu'Alliance a un accord qui la lie à Lionsgate et à la Weinstein Company.

Mais, la plus grande menace qui pèse sur notre cinématographie et sur la diversité de l'offre cinématographique demeure le pouvoir de négociation disproportionné dont cette nouvelle compagnie jouira auprès de différents intervenants. Alliance et eOne disposaient déjà d'un avantage formidable sur leurs concurrents. Leur fusion l'accroîtra considérablement. Car, comme l'entreprise fusionnée détiendra les droits d'une grande partie des « blockbusters » américains et français, elle pourra sans ambages imposer sa volonté aux exploitants de salle. Dans les faits, elle sera en mesure de s'accaparer la majorité des écrans disponibles et d'exiger un temps d'exploitation minimum pour ses films, ne laissant que des miettes aux indépendants. Martin Bilodeau s'en inquiétait d'ailleurs récemment : « *Par-dessus tout, quel sera l'impact de ce gros joueur sur les petits distributeurs déjà en mal de créneaux où caser leurs films ? Ceux-ci sont les derniers gardiens de la diversité, une valeur qui a disparu de la politique d'Alliance Vivafilm.* » (Le Devoir, 28 septembre 2012).

Or, cette concentration au niveau de la distribution suit celle qui a eu lieu au niveau de l'exploitation, suite à une succession complexe de fusions-acquisitions qui ont mené ultimement au rachat, en 2005, de Famous Players par Cineplex Galaxy LP, pour former Cineplex Entertainment. Cette consolidation a été enfin couronnée par le rachat de quatre salles d'AMC par Cineplex Entertainment en juillet 2012, dont les multiplexes importants du Forum à Montréal et du Yonge-Dundas Square à Toronto. D'ailleurs, Martin Bilodeau s'inquiétait à nouveau, une semaine plus tard, de ce monopole naissant dans un article intitulé *Cineplex sans partage* : « *L'offre dépend désormais de l'humeur d'un seul gros joueur, et son humeur, de ses actionnaires à l'humeur, comme on le sait, très changeante. Les distributeurs ont intérêt à se tenir droits et à "livrer la marchandise" (c'est-à-dire des films qui marchent tout de suite), les plus petits, à ne pas se faire trop aventureux quand par miracle la porte s'ouvre. Autre possible difficulté à prévoir : la négociation pour le partage des bénéfices risque d'être plus ardue pour les distributeurs confrontés à cet exploitant en position de quasi-monopole — sur les politiques duquel Guzzo, qui règne en périphérie et en banlieue, pourrait aligner les siennes.* » (Le Devoir, 5 octobre 2012)

Et, hélas, on verra – et on voit déjà – l'effet de la concentration dans le secteur de la distribution se répercuter également dans les clubs vidéo, où les grands distributeurs commerciaux sont en mesure de dicter leurs volontés et où les indépendants disposent d'un accès limité – parfois même les grandes chaînes de vidéoclubs refusent carrément de faire affaire avec les plus petits d'entre eux. Et il en va de même pour le marché télévisuel et même pour la publicité dans les médias, où les grands distributeurs peuvent négocier des ententes annuelles très avantageuses, contrairement aux indépendants qui doivent acheter des espaces publicitaires à la pièce.

Bref, si rien n'est fait, la situation va continuer de se détériorer. Les producteurs québécois de films d'auteur n'auront plus beaucoup d'interlocuteurs pour déclencher les aides d'État, tandis que le public verra la diversité de l'offre sur tous les marchés s'amenuiser considérablement et durablement, puisqu'il n'y retrouvera bientôt pratiquement plus que des films des grands studios, la plupart d'origine anglo-saxonne.

L'impact de la numérisation des salles de cinéma

D'autre part, les changements technologiques des dernières années affectent de façon plus négative que positive la rentabilité des distributeurs indépendants – pour l'instant du moins – et, par effet d'entraînement, ont un impact néfaste sur la diversité et la qualité du cinéma qui nous est offert, a fortiori en région. La numérisation des salles de cinéma et l'abandon des projections sous d'autres supports (35mm, HDCam, blu-ray, dvd, etc.) a complètement changé la donne en favorisant, encore davantage, les grands studios américains au détriment du cinéma d'auteur québécois et étranger et, ce, de façon dramatique.

En fait, la plupart des exploitants de salles au Québec et au Canada ont fait financer leurs équipements de cinéma numérique, selon un schéma développé aux États-Unis, par l'entremise d'un intermédiaire prêteur qu'on nomme « intégrateur » ou « tiers investisseur ». Pour récupérer son investissement, celui-ci impose une sorte de « taxe » aux différents distributeurs qui souhaitent présenter des films dans ces salles nouvellement numérisées. Cette « taxe » se nomme, en fait, « frais de copies virtuelles » (FCV) – auxquels on se réfère souvent par leur dénomination anglaise de « Virtual Print Fee » (VPF). Ces FCV sont payables directement aux tiers investisseurs ou encore aux exploitants qui, alors, se chargent de les reverser aux premiers.

Mais, là où le bât blesse surtout, c'est que les exploitants sont liés aux intégrateurs par des contrats qui leur imposent de nombreuses exigences (contrats, il va sans dire, confidentiels). La première de ces exigences, c'est que le tiers investisseur prenne entièrement le contrôle de la programmation de la salle numérisée, sous le prétexte de récupérer au plus vite son investissement. En clair, c'est lui qui décide avec quels distributeurs il veut faire affaire et quels sont les films qu'il autorise. Au Canada, les exploitants de salles ont tous eu recours à des tiers investisseurs américains, exception faite des deux plus grandes chaînes. En effet, Cineplex Entertainment a créé son propre intégrateur avec Empire Theatres. Ainsi, en réalité, la décision finale de la programmation des salles de cinéma au Québec qui ne font pas partie du réseau de Cineplex ou d'Empire est prise par des compagnies étrangères. D'ailleurs, pour s'assurer que les exploitants ne projettent que les films autorisés, les intégrateurs ont recours à un centre des opérations réseau – nommé en anglais « Network Operations Center » (NOC) – qui, à la base, permet de veiller au bon fonctionnement des équipements numériques en temps réel (ou même d'agir comme serveur central à partir duquel les films sont diffusés), mais qui, par le fait même, remplit le rôle de « mouchard » en suivant et en enregistrant dans des journaux (« logs ») toute utilisation de ces équipements. Au Canada, contrairement à ce qui s'est pratiqué en Europe, les tiers investisseurs ont même été jusqu'à exiger des exploitants qu'ils se départissent de tout autre équipement de projection qu'ils n'avaient pas financé, réduisant ainsi à zéro la marge de manœuvre des exploitants. Ces derniers sont donc condamnés à devenir une simple extension des Majors américaines.

Quant aux frais de copies virtuelles, qui se chiffrent en moyenne à environ 800\$, ils sont payables la première semaine d'exploitation d'un film, pour chacune des salles où il est projeté. À ce montant, il faut également ajouter, pour chacune de ces salles, le prix d'un DCP (variant entre 100\$ et 250\$), i.e. une copie de projection sur disque dur (un « Digital Cinema Package »), et le prix d'un ou plusieurs KDM (environ 75\$ chaque), i.e. une clé (« Key Delivery Message ») qui permet de déverrouiller le contenu encrypté du DCP durant une période déterminée et pour des équipements déterminés (selon leur numéro de série), ce qui fait qu'un DCP ne peut être exploité que dans une salle agréée et durant une période autorisée par l'intégrateur.

Ces frais peuvent être facilement absorbés par les distributeurs qui lancent des films commerciaux générant des recettes importantes. D'autant plus que, comme nous l'avons vu précédemment, ceux-ci sont à même de négocier avantageusement avec les exploitants pour obtenir un temps d'écran minimum pour leurs films. Et donc, à ce moment, les frais de la première semaine d'exploitation peuvent être récupérés sur les semaines subséquentes.

Quand il s'agit d'un film d'auteur, le succès au box office est plus aléatoire. Ce type de film bénéficie beaucoup du bouche à oreille ancré dans la durée. À ce moment là, donc, l'ensemble des coûts inhérents à la première semaine d'exploitation devient rédhibitoire et dépasse souvent la marge de bénéfice des distributeurs. La rentabilité des distributeurs indépendants s'en trouve menacée et, de toute évidence, cela a également un impact direct sur la récupération des investissements de mise en marché – et, par rebond, de production – de la Sodec et de Téléfilm Canada.

La situation est encore pire si on prend en considération la diffusion des films en région, au Québec. Bien évidemment, il y a moins de spectateurs potentiels que dans les grands centres urbains, mais les coûts d'exploitation (FCV, DCP et KDM) y sont les mêmes, ce qui rend l'opération d'autant plus déficitaire. Auparavant, les distributeurs pouvaient limiter leurs frais en faisant tourner en alternance six ou sept copies 35mm dans une cinquantaine de salles à travers la province, durant les 100 premiers jours de la sortie. Avec l'arrivée du cinéma numérique les coûts d'exploitation ont littéralement explosés et sont devenus totalement prohibitifs. Aussi, comme l'écrivait le critique belge Sylvain Gressier, « *le système tend donc à exclure en amont et en aval les films plus risqués au profit d'une aseptisation dictée par les poids lourds du cinéma au niveau international.* » (Cinergie.be, mai 2012).

Cet état de fait contribue à dévitaliser les régions, en rendant plus difficile d'accès des œuvres cinématographiques singulières et à haute valeur artistique et culturelle, qu'elles soient québécoises ou étrangères. On peut le constater, l'étau se resserre autour des salles desservies en région par la programmation de l'Association des cinémas parallèles (Réseau Plus) qui programme justement des fictions et des documentaires, québécois et internationaux, dans plus de 50 salles réparties partout au Québec. Au fur et à mesure que les exploitants en région équipent leur salle en numérique et se lient avec des tiers-investisseurs américains, nous voyons la diffusion du cinéma d'auteur québécois disparaître de nos écrans à l'extérieur de Montréal. Des années de fidélisation du public aux œuvres cinématographiques internationales sont en train d'être annihilées par ce système de « *dépossession macro-économique de la liberté de diffusion et d'exploitation.* » (Sylvain Gressier, *ibid.*), aux mains des tiers investisseurs. Aussi, les distributeurs indépendants, qui se voient de facto exclus de la moitié de leur marché intérieur – ou, à tout le moins, qui s'y sentent de moins en moins les bienvenus – souffrent énormément de cette baisse de recettes.

Vidéo domestique

Par ailleurs, un autre changement technologique important est venu changer la donne dans le domaine de la distribution. Avec le développement de réseaux et d'ordinateurs de plus en plus performants, les habitudes de consommation ont changé : les cinéphiles achètent de moins en moins de dvd et de blu-ray et se tournent de plus en plus vers la vidéo sur demande (VSD). Le 3 janvier dernier, Le Devoir rapportait d'ailleurs une baisse de 41% dans l'édition de productions québécoises en dvd et en blu-ray en 2012, par rapport à 2011. Or, les principales plateformes de téléchargement (iTunes, Netflix, etc.) n'offrent pas une place de choix au cinéma d'auteur, qui s'y trouve noyé dans la masse des blockbusters américains. De plus, elles exigent une commission qui gruge les recettes des distributeurs. Aussi, le marché de la vidéo domestique est de moins en moins profitable pour les distributeurs indépendants, qui doivent imaginer et mettre en place des solutions alternatives au plus vite.

Télévision

Enfin, les télédiffuseurs, en particulier les chaînes publiques, n'ont pas facilité la tâche des distributeurs indépendants. Ils ont diminué le nombre de cases horaires dévouées au cinéma d'auteur, québécois et étranger (en particulier français), et ont considérablement abaissé le prix de leurs licences. **Télé-Québec a complètement cessé ses acquisitions de films québécois en préachat.** En fait, il n'y a plus que Radio-Canada et, dans une moindre mesure, Super Écran (qui a lui-même réduit ses préachats), qui effectuent ce genre d'acquisitions absolument cruciales pour le financement des minimums garantis des distributeurs. L'impact sur la production des films d'auteur québécois et sur la viabilité des distributeurs indépendants est dramatique. Car, sans l'appui de ces préachats, ces derniers doivent emprunter le montant du minimum garanti auprès d'une institution financière et, comme les revenus ne seront encaissés qu'après la sortie du film, le coût en intérêts de ce financement est très élevé. Et encore faut-il que le film dégage suffisamment de revenus pour rembourser l'emprunt...

Certes les télévisions publiques ont fait l'objet de nombreuses coupures budgétaires, au fil des ans, mais on ne peut s'empêcher de penser **qu'il s'agit là surtout de décisions éditoriales de programmation, surtout quand on compare, par exemple, la programmation Télé-Québec à celle de la chaîne publique franco-ontarienne TFO,** qui dispose d'un budget beaucoup plus petit que celui de Télé-Québec, mais qui parvient tout de même à offrir une vaste gamme de films d'art et d'essai de partout dans le monde.

SOLUTIONS PROPOSÉES ET EFFETS STRUCTURANTS

Préambule

À la lumière des constats exposés précédemment, il nous apparaît absolument impératif de mettre de l'avant diverses propositions afin de donner un solide coup de barre pour éviter que la situation ne s'aggrave davantage. Car, il semble évident que, si rien n'est fait, les distributeurs indépendants continueront de dépérir et que, par voie de conséquence, toute la chaîne de production du cinéma québécois s'en trouvera sérieusement et durablement affectée. D'une part, les distributeurs indépendants doivent se solidariser et instituer eux-mêmes divers mécanismes de mutualisation qui leur permettront de mieux résister au phénomène de concentration des entreprises qui a cours dans les marchés de la distribution et de l'exploitation et qui leur pose de nombreux défis. D'autre part, comme nous l'affirmions précédemment, si l'État veut continuer de soutenir le cinéma d'auteur par ses programmes d'aide au développement et à la production, il ne peut négliger plus longtemps le secteur de la distribution indépendante, car sans ces distributeurs qui donc pourra déclencher le financement de ce type de projets ?

Du côté du RDIFQ

Plusieurs des solutions qui produiront des effets structurants bénéfiques sur l'ensemble du milieu se trouvent du côté des distributeurs eux-mêmes. Fait remarquable, leur nombre et leur diversité représente un grand atout, car leur expérience et leurs compétences s'additionnent. Ainsi associés, ils constituent un collectif d'une force inouïe. Certains sont dans le métier depuis près de 40 ans et ont parcouru plus de 25 fois les grands festivals et marchés de cinéma mondiaux, comme celui de Cannes. Certains ont obtenu des diplômes de deuxième et troisième cycles universitaires – au sein du RDIFQ on compte même un CPA et un MBA. D'autres ont travaillé pour des grandes sociétés de distribution ou de production et en connaissent bien les rouages. D'autres encore ont travaillé pour des institutions publiques de financement. Bref, les individus qui dirigent ces sociétés de distribution indépendantes sont parmi les plus compétents qui soient en la matière, au Québec.

1) Mutualisation des achats d'espace publicitaire

Afin de réduire substantiellement les coûts de publicité que les distributeurs indépendants paient actuellement à la pièce, ils entreprendront de les mutualiser. Ainsi, le RDIFQ se chargera de négocier l'achat annuel d'espace publicitaire dans les médias pour l'ensemble de ses membres. Cela se traduira non seulement par des économies d'échelles importantes, mais également par une augmentation sensible de la visibilité de leurs sorties en salles et, conséquence logique, par une hausse des recettes au guichet. Ce qui est tout autant à l'avantage des distributeurs que des exploitants de salles indépendants, dans les grands centres urbains comme en région, de même que des producteurs et des institutions de financement qui seront mieux à même de récupérer leurs investissements de mise en marché et, ultimement, de production.

2) Mise en place d'une plateforme collective de VSD

Afin de profiter du changement des habitudes de consommation sur le marché de la vidéo domestique, plutôt que d'en souffrir, le RDIFQ se chargera de mettre sur pied sa propre plateforme de vidéo sur demande. De cette façon, les distributeurs pourront créer un environnement beaucoup mieux adapté à leurs besoins et plus propice à la diffusion de leur catalogue. De plus, ils réaliseront des économies d'échelle et n'auront plus à payer de commissions onéreuses à des plateformes qui ne leur offrent que peu de visibilité. Les sommes épargnées par la diminution – et probablement, à plus long terme, l'arrêt – de l'édition sur dvd et blu-ray des œuvres qu'ils distribuent pourront servir à la mise en place, à l'hébergement et à l'entretien d'un tel site. Des plateformes similaires, qui diffusent des films « de niche », ont déjà démontré leur viabilité, que l'on pense, par exemples, à Doc Alliance ou Vithèque. Le RDIFQ prendra grand soin de s'entourer de personnes compétentes en la matière, afin de s'assurer que la mise en œuvre de cette plateforme soit bien gérée, pour éviter les écueils propres aux projets multimédias, dont il est conscient.

3) Mise sur pied d'une équipe commune dédiée à l'exportation des films

Ces dernières années, on a assisté à une forte résurgence du cinéma d'auteur québécois sur la scène internationale. De nombreux courts et longs métrages de fiction, ainsi que plusieurs documentaires ont connu une carrière d'envergure mondiale qui a commencé, pour la grande majorité, dans des festivals de catégorie A, tels que Cannes, Berlin, Venise, Toronto, Karlovy Vary, Locarno, Rotterdam, etc.

Le Festival de Berlin en février 2013 présentera d'ailleurs deux films distribués par un membre du regroupement, dont un en compétition officielle.

La plupart des producteurs de ces films, suite à leur sélection dans un de ces festivals prestigieux, ont été courtisés par des agents de ventes internationales, majoritairement basés en Europe, tels que Wild Bunch, Wide Management, Films Boutique, Outlook Films, etc. Mais quelle ne fut pas la déception de nombre de ces producteurs lorsque vint le temps des redditions de compte : trop souvent, les rapports d'exploitation ne venaient pas, il fallait les quémander, et les agents de ventes trouvaient toujours une raison ou une autre de ne pas verser les sommes dues. Vu la distance, les communications se faisaient mal et régulièrement les producteurs ont senti que le succès international de leur film leur échappait complètement, qu'ils n'en contrôlaient pas les tenants et aboutissants et qu'ils n'en profitaient pas comme ils auraient dû. De plus, à maintes reprises, ils ont vu les efforts qu'ils avaient eux-mêmes déployés être récupérés par ces sociétés étrangères peu scrupuleuses, sans pouvoir en bénéficier. Bref, ils se sont fréquemment sentis floués et dépossédés. Il faut dire que pour plusieurs d'entre eux, il s'agissait là de leur première expérience sur la scène internationale (d'autant plus que beaucoup de réalisateurs indépendants produisent leurs propres films) et qu'ils y étaient mal préparés et, donc, vulnérables.

Par ailleurs, les distributeurs indépendants québécois qui avaient soutenus ces films dès le départ et qui leur avaient permis de voir le jour, n'avaient pas toujours les moyens de les accompagner convenablement sur les marchés internationaux, tant au plan financier que des ressources humaines. Car, pour bien faire ce travail, il faut être présent sur ces marchés tout au long de l'année, de festival en festival, accompagner le réalisateur ou la réalisatrice, faire des représentations auprès des médias et transiger avec les télédiffuseurs et les distributeurs nationaux des différents pays. Souvent, ils ont donc dû se résigner à céder les droits internationaux de ces films à des agents de ventes étrangers. Mais, dans tous les cas de figure, qu'ils en aient ou non conservés les droits internationaux, leur manque de moyens en matière d'exportation leur a fait rater un nombre incalculable d'opportunités.

Pour toutes ces raisons, donc, le RDIFQ propose de mettre en commun les ressources et l'expertise de ses adhérents pour constituer une équipe qui aura pour tâche de représenter les films distribués par les membres du regroupement – et peut-être même, à plus long terme, les films de non-membres – dans les différents festivals et marchés internationaux, afin d'y déployer des efforts soutenus pour leur promotion et leur vente. Le tout, évidemment, se fera en concertation avec les producteurs, les réalisateurs et les distributeurs de ces films pour s'assurer d'une bonne communication entre tous, de telle sorte que les efforts de chacun soient bien coordonnés et que tout le monde travaille dans le même sens, en parfaite cohésion. De plus, afin d'assurer une transition fluide et organique entre la carrière internationale d'un film et sa sortie subséquente au Québec, il est de loin préférable pour les producteurs et les distributeurs québécois d'avoir en face d'eux un interlocuteur qu'ils connaissent bien et qui leur est aisément accessible. Cela facilite grandement les choses et constitue, en quelque sorte, le gage d'un arrimage réussi entre le succès à l'étranger et celui dans son propre pays.

Du côté de l'État

Capitaliser et consolider les entreprises québécoises de distribution indépendante

Comme nous l'avons vu tout au long de ce texte, la viabilité économique des distributeurs indépendants et du cinéma d'auteur qu'ils défendent est fortement mise à mal par différents facteurs endogènes et exogènes. Aussi, à la lumière des constats que nous avons posés dans ces pages, il appert que la mesure qui serait la plus efficace serait d'augmenter leur capitalisation. Cette mesure mettrait fin aux problèmes récurrents de liquidités qui viennent les hanter et aux coûts élevés en intérêts qu'ils doivent supporter à chaque fois qu'ils doivent intervenir en amont par le versement d'un minimum garanti ou par le paiement à l'avance des dépenses de mise en marché. En outre, cela leur donnerait une plus grande marge de manœuvre dans leurs décisions d'investissement, sans qu'ils aient toujours à se demander si le risque qu'ils prennent en soutenant tel ou tel projet leur sera fatal. De plus, cette consolidation financière des sociétés de distribution indépendantes faciliterait grandement la mise en œuvre des différents projets du RDIFQ, en particulier la création d'une plateforme de VSD et la constitution d'une équipe d'exportation. Or les distributeurs indépendants ne disposent pas des mêmes moyens que les grands distributeurs commerciaux pour lever des capitaux : leur société n'est pas cotée en bourse et il serait plus qu'étonnant qu'un fonds d'investissement (Investissement Québec, Fonds de solidarité FTQ, etc.) participe à pareille opération, comme ce fut le cas pour la Société générale de financement du Québec (SGF) auprès d'Alliance Films, en 2007. Cette consolidation des entreprises de distribution indépendantes doit donc être entreprise par l'État, i.e. par les différents paliers de gouvernement, à travers des ministères et/ou des sociétés d'État, comme la Sodec et Téléfilm Canada.

Rappelons toute l'urgence d'agir, maintenant que la fusion entre eONE et Alliance est confirmée, pour maintenir une diversité de l'offre en distribution. Et cela est vrai autant pour les cinéphiles, qui doivent avoir accès à une multitude de films, de toutes formes et de toutes origines, que pour les producteurs, qui doivent pouvoir choisir le partenaire avec lequel ils ont le plus d'affinités et avec lequel ils ont envie de s'associer. En ce sens, comment ne pas s'inquiéter du fait qu'il reste si peu de sociétés de distribution proprement détenues par des résidents du Québec et qui ne sont pas gouvernées par des alliances qui les privent de leur autonomie ? Les Films Séville (qui avait par ailleurs racheté le catalogue de Christal Films Distribution, lors de sa faillite, en 2008) est carrément une filiale d'eONE. Quant à la société TVA Films, elle vient tout juste d'annoncer qu'elle cessait la distribution en salles (Le Devoir, 8 décembre 2012). Vers qui donc pourront se tourner les producteurs québécois pour déclencher leurs productions ?

Enfin, l'État ne doit pas oublier qu'assurer la bonne santé économique des distributeurs indépendants, c'est assurer celle de tous les autres maillons de la chaîne, des producteurs jusqu'au exploitants de salles. C'est aussi s'assurer que les institutions de financement pourront récupérer leur investissement. Et c'est s'assurer de maintenir un niveau élevé de vie culturelle dans toutes les régions du Québec.

Détails de la mesure proposée

En clair, la mesure proposée par le RDIFQ prendrait la forme d'une aide non remboursable et non récurrente à la capitalisation. La base de calcul de cette aide pourrait être fonction du nombre de longs métrages québécois sortis en salles pour une période de sept jours consécutifs du 1er janvier 2008 au 31 décembre 2012. Le regroupement suggère une aide de 50 000\$ pour chaque long métrage de fiction majoritairement québécois ainsi qu'une aide de 15 000\$ pour chaque long métrage documentaire québécois. Un plafond de 600 000\$ d'aide par société pourrait être imposé. Seules les entreprises privées non liées à un télédiffuseur et détenues à au moins 90% par des actionnaires québécois au 31 décembre 2012 seraient admissibles.

Conclusion

Ce plan d'aide doit être opérationnel dans les plus brefs délais. De nombreux films distribués par les distributeurs indépendants prendront l'affiche en 2013 et seront présents dans les grands Festivals internationaux, dont deux films déjà confirmés à Berlin. Par ailleurs, de nombreux projets de films d'auteur vont être déposés aux institutions. Le financement du minimum garanti sera crucial.

Tout est donc en place pour que la Sodec intervienne en assurant un leadership d'une importance historique.