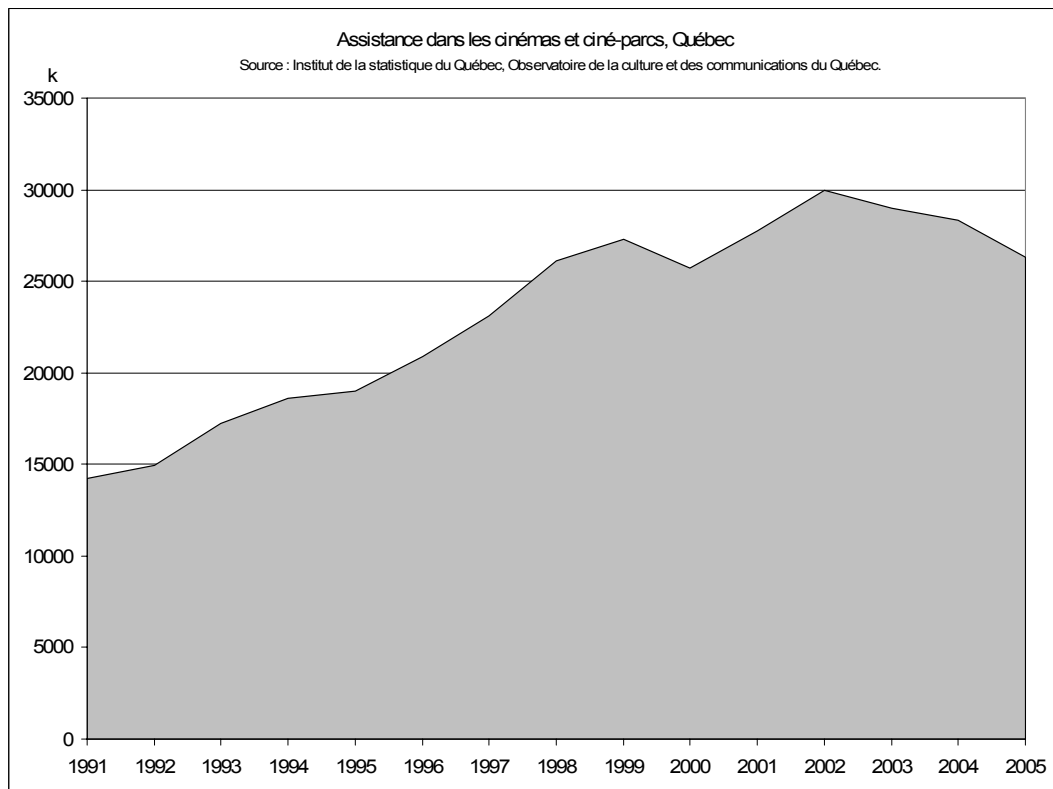




Il s'en passe des choses dans notre industrie!

Si les statistiques démontrent qu'un léger ralentissement nous affecte depuis quelques semaines, tel que vous le lirez dans l'article de Simon Beaudry, notre expérience nous démontre que ces baisses arrivent régulièrement, de manière cyclique, et qu'elles sont suivies de périodes de pointe. Depuis 1991, comme l'illustre le tableau suivant, l'assistance dans les cinémas du Québec est en croissance.



La programmation des prochaines semaines nous laisse entrevoir de meilleurs temps bientôt. Pour s'y préparer, un entretien des équipements s'impose. Et ce serait le temps d'y voir! Michel Prince nous donne quelques conseils judicieux à ce propos.

Au moment d'écrire ces lignes, on vient d'apprendre qu'un groupe venait de se porter acquéreur de sept cinémas de Cinéplex Divertissement. Nous souhaitons la bienvenue à Cinémas Fortune et à ses dirigeants dans notre merveilleuse industrie. Ce nouveau joueur, avec ses 80 écrans, devient le troisième en importance au Québec.

Par ailleurs, un comité conjoint regroupant les distributeurs, producteurs, techniciens du son et publicitaires en plus des propriétaires de cinémas travaille actuellement à la mise en place de normes techniques pour assurer un meilleur contrôle et une meilleure qualité du niveau sonore dans les salles. Une annonce commune sera faite bientôt à propos de la mise en vigueur de la norme TASA et de l'implication des divers intervenants de l'industrie.

(suite à la page 2)

Tout le monde annonce l'arrivée du cinéma numérique à court terme. Des communications sont imminentes sur le plan d'affaires qui liera les distributeurs et les propriétaires de cinémas. L'Association est à planifier les détails de cette entente. Sans doute que lors de notre assemblée générale du 15 juin prochain, nous pourrons annoncer à nos membres les détails de ce plan. Raffaele Papalia vous en donne les grandes lignes dans ces pages.

Si depuis quelques mois, le taux de fréquentation a ralenti un peu, nous avons eu la chance de pouvoir compter sur un cinéma québécois fort pour pallier à ce ralentissement. Mais on annonce moins de films québécois en 2006, parce que les films coûtent plus cher et qu'il n'y a pas plus d'argent pour les financer. Tous cherchent de nouvelles manières pour qu'il se fasse toujours autant de bons films ici, mais chacun devra collaborer à la hauteur de ses moyens. Les propriétaires de cinémas investissent beaucoup dans le maintien d'un réseau de diffusion d'excellente qualité qui réussit à rejoindre une grande clientèle. Construire, entretenir, opérer, gérer... leurs risques financiers sont importants. Ces risques doivent être reconnus à leur juste valeur de même que leur importance dans la chaîne d'exploitation.

Nous voulons aussi souligner tout particulièrement le travail extraordinaire des organisateurs de l'édition 2006 de CINÉ QUÉBEC en janvier dernier. Ce rendez-vous a permis de nombreux échanges professionnels dans la bonne humeur grâce à la participation en grand nombre de propriétaires et directeurs de salles. C'est pour nous que cet événement existe.

Lors de la Grande Nuit du cinéma, on a honoré Tom Fermanian en le désignant comme récipiendaire du prix Jutra du meilleur exploitant de salles au Québec en 2005. Toutes nos félicitations à Tom pour la qualité de son travail de promotion du cinéma québécois. À ce propos, ce prix reconnaît le travail des exploitants de salles tout au long de l'année. Profitez donc des films de l'été pour étayer votre dossier de présentation.

Nous vous donnons enfin rendez-vous le 15 juin prochain pour notre rencontre annuelle au Château Vaudreuil. Le nombre de membres de l'Association est encore en progression. Nous sommes maintenant de plus en plus reconnus et écoutés. Et nous voulons nous faire respecter pour ce que nous sommes vraiment: des entrepreneurs passionnés de cinéma!

Le président,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'MF' followed by a long horizontal stroke.

Mario Fortin

L'ASSOCIATION VOUS INFORME

Par Ré Jean Séguin, directeur général

- L'assemblée générale de l'association aura lieu le 15 juin 2006 à 14 h à l'hôtel Le Château Vaudreuil. La convocation et l'ordre du jour vous parviendront sous peu. L'assemblée générale sera suivie de notre traditionnel cocktail-souper pendant lequel nous honorerons le comédien Michel Côté et un des pionniers de notre industrie, Claude Chéné. Pour les membres qui assisteront à l'assemblée générale en après-midi, le souper sera **gratuit**. Les autres devront payer le coût habituel (voir l'invitation ci-jointe).
- Le comité des règlements généraux a déposé son rapport au conseil d'administration qui l'a accepté à l'unanimité. Il s'agit d'une refonte complète. Le document, qui vous sera envoyé prochainement, sera déposé à l'assemblée générale pour discussion et acceptation.
- Nous avons participé à deux réunions regroupant la SODEC, Téléfilm Canada, les producteurs, les distributeurs et les clubs vidéo afin de trouver des nouveaux fonds qui serviraient à la production de films québécois. Un compte rendu de ces discussions vous sera communiqué lors de l'assemblée générale.
- Le conseil d'administration a accepté de commanditer l'exposition sur le cinéma qui aura lieu au Musée de la civilisation de Québec à compter du 1^{er} mai 2006. En contrepartie d'une diffusion sur nos écrans d'une bande-annonce de 30 secondes pendant 12 semaines au cours de la prochaine année, l'Association et par conséquent tous ses membres, aura droit à une importante visibilité. Les cinémas qui le désirent pourront aussi avoir des billets de courtoisie. Appelez le directeur général pour de plus amples renseignements.
- Pour les membres qui n'ont pas encore joint la Mutuelle de prévention des accidents de travail, vous trouverez ci-joint les informations pour y adhérer. Il faut être membre de l'Association pour bénéficier des nombreux avantages offerts par ce privilège.

Nous désirons souhaiter la bienvenue à deux nouveaux membres : M. Pascal Denis (cinéma Baker, Gaspé) et Mme Louiselle Blais (cinéma Capitol, Val d'Or). Nous profitons de l'occasion pour nous excuser auprès de MM. Marcel Venne (Cinémas R.G.F.M.) et Martin Patry (cinéma Le Paris, Valleyfield) qui sont membres depuis mai 2005, bien que nous ayons oublié de le mentionner dans ces pages.

CHRONIQUE INTERNATIONALE

Par Tom Fermanian

À quoi ressemblera l'équipement de projection numérique?

Personne ne saurait le dire encore. En effet, de récentes démonstrations confirment que les équipements de projection 2K avec la technologie DLP fonctionnent bien. Par contre, les projecteurs 4K n'ont pas donné de résultats fulgurants, et la comparaison sur un écran de cinéma est imperceptible pour la plupart des spectateurs. L'investissement n'en vaudrait pas la chandelle.

Soulignons que notre association appuie la position du NATO en ce qui a trait au cinéma numérique d'utiliser des projecteurs et des technologies approuvés par l'ensemble de l'industrie.

Ce que l'on entrevoit présentement, c'est l'utilisation de ces systèmes de projection pour d'autres possibilités: projection 3D, en particulier de films d'animation, de matchs de football, etc. On va même jusqu'à transférer les films existants pour leur redonner une nouvelle vie. Mes collègues qui siègent au comité Cinéma Numérique du NATO ont assisté à certaines de ces présentations spéciales. Ils affirment que les images, accompagnées par un son enveloppant (*Surround*), donnaient un effet hallucinant!

Peut-être pourrions-nous considérer que, potentiellement, ce serait une autre source de revenus pour nous, par exemple, en présentant des matchs de hockey, les courses de Formule 1, etc. Mais n'oublions pas qu'il faut pour cela obtenir les droits des diffuseurs et que ceux-ci sont souvent chers. Très chers! Alors de là à rentabiliser l'exercice, il y a un grand fossé à combler.

Et de plus, il faut encore porter des lunettes pour créer l'illusion 3D... Peut-être le cinéma numérique dans nos salles à court terme est-il aussi une illusion?

À suivre !

SOYEZ PRÊTS POUR L'ÉTÉ 2006

Par Michel Prince, les entreprises Michel Prince inc.

Notre industrie est cyclique et la période d'été est très active avec ses « Block Busters ». Les clients seront au rendez-vous avec la liste des films à venir dès le mois de mai. Une bonne préparation est de mise pour une présentation impeccable à nos clients cinéphiles.

Tous vos lecteurs de son optique sont probablement déjà convertis pour la reproduction des bandes de son « Cyan ». Si ce n'est pas le cas, des problèmes sont à prévoir, car les laboratoires qui produisent les pellicules livreront certainement plusieurs films selon ce nouveau standard.

Vos lampes xénon sont-elles en bonne condition? Il est important de réviser le nombre d'heures cumulatif de vos lampes xénon. Prévoyez les remplacements possibles pour vos lampes manifestant des signes de fatigue. Les divers systèmes de ventilation et d'évacuation d'air de vos cabines nécessitent un entretien préventif. Un bon nettoyage des grilles et des palmes de ventilateurs est la seule manière de maintenir le volume d'air nécessaire pour le bon refroidissement des lampes xénon. Une bonne ventilation augmente de beaucoup la durée de vie des lampes de projection.

Une simple écoute attentive du son reproduit dans vos salles est importante. Vous devez vérifier si tous les canaux reproduisent le son du film. Portez une attention particulière au canal centre car il reproduit le dialogue. Le comité qui régit le niveau sonore des bandes annonces, publicité et son du film fait présentement des efforts pour uniformiser les bandes de son. Vous devez toujours prendre grand soin de reproduire votre programme principal au bon niveau pour vos cinéphiles.

Des lentilles, des vitres de cabine de projection et des écrans propres et en bonne condition sont nécessaires pour la qualité de l'image. Les lentilles et les vitres de la cabine de projection sont faciles à nettoyer et l'amélioration de l'image est immédiate. Cependant, les surfaces d'écran ne sont pas toutes lavables. Consultez votre fournisseur d'écran pour obtenir plus d'information avant tout essai de nettoyage de la surface.

Le grand ménage de la cabine de projection est une manière d'éviter l'accumulation de poussière sur les films. Il est désagréable de voir de petites taches noires apparaître aléatoirement à l'écran. La pellicule 35 mm est un aimant naturel pour les particules de poussière errant dans votre cabine. Un nettoyage en profondeur annuel est important. Pour éviter d'avoir des particules dans l'air, il est préférable de laver le plancher avec un liquide plutôt que d'utiliser un balai pendant les projections.

Le divertissement que nous offrons à nos clients doit correspondre au haut niveau de qualité qu'ils espèrent retrouver en salle. Les autres modes de diffusion cinématographique sont de plus en plus en compétition avec nous. Nous devons garder la faveur des cinéphiles avec les avantages d'une présentation de haute qualité en salle.

LE B.O. DU QUÉBEC TRAÎNE DE LA PATTE AU COURS DU PREMIER TRIMESTRE

Par Simon Beaudry, président, Cinéac

Alors que le box-office en France et dans le « Domestic Market » (É.-U. et Canada) étaient respectivement en hausse de 15 % et de 1 % au cours du premier trimestre de 2006, celui du Québec connaissait quant à lui une légère baisse.

Le box-office du premier trimestre de l'année au Québec a enregistré des recettes de 43 631 066 \$, ce qui représente une baisse de 3,8 % des revenus des salles par rapport à 2005.

Tableau comparatif des Top 10 de 2005 et 2006

Top 10 - Premier trimestre 2005

N°	Titre principal	Distributeur	Sortie	BO Total (\$)*
1	Hitch	Sony	11-02-2005	3 142 918
2	Million Dollar Baby	Warner	07-01-2005	2 537 922
3	The Aviator	Warner	25-12-2004	2 392 819
4	Meet the Fockers	Universal	22-12-2004	2 186 222
5	Constantine	Warner	18-02-2005	1 890 156
6	Maman Last Call	Christal Films	11-02-2005	1 720 874
7	Ma vie en cinémascope	Vivafilm	17-12-2004	1 716 646
8	Robots	Fox	11-03-2005	1 348 667
9	White Noise	TVA Films	07-01-2005	1 329 397
10	The Pacifier	Buena Vista	04-03-2005	1 321 934

19 587 555

* Recettes générées en 2005 seulement.

Top 10 - Premier trimestre 2006

N°	Titre principal	Distributeur	Sortie	BO Total (\$)*
1	Brokeback Mountain	Vivafilm	16-12-2005	2 632 585
2	Eight Below	Buena Vista	17-02-2006	2 150 957
3	King Kong	Universal	14-12-2005	2 149 539
4	The Pink Panther	Sony	10-02-2006	1 970 381
5	Les Boys IV	Christal Films	09-12-2005	1 674 435
6	The Chronicles of Narnia...	Buena Vista	09-12-2005	1 626 001
7	Final Destination 3	Vivafilm	10-02-2006	1 504 178
8	Hoodwinked	Vivafilm	13-01-2006	1 403 191
9	Memoirs of a Geisha	Sony	16-12-2005	1 389 071
10	Maurice Richard	Vivafilm	25-11-2005	1 288 534

17 788 872

* Recettes générées en 2006 seulement.

Recettes brutes (comprenant les taxes TPS et TVQ en dollars canadiens).

Source : Cineac [www.cineac.ca]

LE CINÉMA NUMÉRIQUE

Par Raffaele Papalia

Commençons d'abord par établir les faits. Le cinéma en salle n'est ni un dinosaure ni une industrie sans avenir. Comme bon nombre de secteurs d'activité à travers le monde, nous sommes en transition et non en état de crise. Après plus de 100 ans de projection de films, nous sommes toujours les seuls à offrir un divertissement offrant une expérience unique, celle de regrouper des personnes ne se connaissant pas mais qui vont partager toute une gamme d'émotions comme le rire, la peur, la tendresse... dans l'obscurité d'une salle. Et contrairement à la croyance populaire, notre industrie propose le **divertissement hors du foyer le plus avantageux** (rapport qualité/prix). Nous voici maintenant à une étape critique d'un changement majeur alors que la mode du « sur demande » et les vastes choix de divertissements nous lancent un nouveau défi. Le format dans lequel nous projeterons nos films à nos clients va changer dans un proche avenir et je dois insister sur le fait que le cinéma numérique par lui-même ne peut être considéré comme notre planche de salut!

Actuellement, il existe environ 12 000 projecteurs numériques au monde. J'aimerais maintenant vous expliquer le plan d'affaires qui est proposé. Il est évident que les propriétaires de cinémas ne devraient pas payer pour les bénéfices financiers du cinéma numérique aux distributeurs. C'est la raison pour laquelle les grands studios sont prêts à financer la transition. Les grands studios ont accepté de payer les coûts d'impression du 35 mm de même que les frais d'expédition des copies à une tierce partie au moyen de frais d'impression virtuelle (VPF). C'est de cette façon que l'équipement sera financé pour la projection en salles. Les studios paieront uniquement les frais d'impression virtuelle à une tierce partie et non directement à un propriétaire de cinéma. De plus, ils paieront les frais d'impression virtuelle pour la projection de films avec des projecteurs numériques se conformant aux exigences de la DCI. Autrement dit, si vous projetez un format de film n'étant pas conforme à la DCI, le studio ne contribuera pas à réduire le capital et l'intérêt dus à la tierce partie pour votre équipement. Les studios songent également à déterminer une date butoir au-delà de laquelle cesseront leurs contributions aux frais d'impression virtuelle.

En tant que propriétaires indépendants de salles de cinéma, notre seule façon de survivre à la transition est de former un groupe d'achat. Parce que l'union fait la force et qu'il serait alors possible d'obtenir des escomptes de quantité, on a demandé à M. Tom Fermanian et à moi-même de mettre en place une coopérative d'achat américaine endossée par la NATO (Association américaine et internationale des propriétaires de cinémas). Cette coopérative s'appelle CINEMA BUYING GROUP (CBG) et elle est dirigée par M. Wayne Anderson des cinémas RCI. M. Anderson est impliqué dans le processus du cinéma numérique depuis le tout début et il n'y a personne d'aussi compétent et connaissant que lui à cet égard dans notre industrie. Le CBG chapeaute 4000 écrans et l'APCC s'est engagée à recruter de 1000 à 1500 écrans canadiens pour un total de 5000 écrans. Ainsi sera créé le 3^e réseau de cinémas en importance en Amérique du Nord. Nous sommes maintenant reconnus par les grands studios et ils doivent compter avec nous. Le groupe d'achat ou CBG a également été approché afin de se joindre au consortium AMC/Regal qui regroupe 15 000 écrans. En conséquence, vous aurez un porte-parole de poids qui négociera en votre nom ayant derrière lui 20 000 écrans sur un total de 37 000 écrans nord-américains.

Le dossier du cinéma numérique est très complexe: les normes DCI, les logiciels de téléchargement, de cryptage, de piratage, pour n'en nommer que quelques aspects. Pour cette raison, la NATO a créé une équipe pour en surveiller l'évolution. **Personne** ne possède une compréhension pleine et entière du cinéma numérique. Nous nous préoccupons aussi du fait que nous n'avons pas d'entente établie avec les grands studios couvrant tous les cinémas durant la transition; nous avons plutôt des garanties que la transition sera effectuée marché par marché. La transition marché par marché a été proposée par votre Association afin d'assurer une compétition juste plutôt que de se baser sur des délais de transition. De plus, les studios ne paieront pas pour le cinéma numérique dans de nouveaux complexes; ils paieront seulement pour la mise à niveau de la vieille technologie. Le raisonnement derrière ce choix veut que les propriétaires de nouvelles salles auront de toute façon prévu des sommes à leur budget pour l'acquisition de nouveaux équipements dans leurs plans d'affaires, soit des projecteurs 35 mm ou numériques. Je peux vous assurer que les sujets venant d'être abordés ne représentent que la pointe de l'iceberg. Vous devez assurer votre avenir en devenant des membres actifs au sein de votre Association. L'APCCQ conjointement à la FAPCC représentent une force de changement essentielle au groupe d'achat des cinémas canadiens (CCBG). Le CCBG fonctionnera indépendamment du CBG mais simultanément, les deux groupes d'achat nous permettront de mettre en commun nos volumes d'achat, nos connaissances et nos préoccupations. Je m'engage à tenir tous nos membres au courant des progrès de cette nouvelle entité dont le seul objectif est une transition harmonieuse vers le cinéma numérique.

Notre groupe d'achat canadien va écouter, apprendre et discuter en groupe de nos besoins particuliers, puis il négociera l'option la plus bénéfique pour l'ensemble des membres. Nous allons explorer toutes les avenues possibles. Le marché offre trop de choix et personne, à ce jour, ne peut dire quel est LE meilleur choix! Essayer de négocier chacun pour soi n'est pas la solution. La coopérative d'achat négociera en vue de votre succès pour les années à venir!

En terminant, sachez que les propriétaires de cinémas québécois font face à un obstacle important, à savoir que leur contribution au succès des films québécois joue contre eux. En effet, les grands studios semblent mal prendre que leur part de marché se détériore et ainsi, ils veulent imposer une structure financière différente au Québec. Ils sont prêts à financer jusqu'à 75 % de l'équipement ce qui représente leur part de marché au Québec. Quant au Canada anglais, son « box office » est presque entièrement dominé par les films américains et, par conséquent, les propriétaires de cinémas dans le reste du Canada seront financés à 100 %. Cet écart a été porté à notre attention et à celle de la FAPCC et de la NATO. Notre objectif est d'obtenir la même entente pour chaque propriétaire de cinéma en Amérique du Nord. Si les grands studios maintiennent leur approche, nous interpellons les instances gouvernementales appropriées afin qu'elles financent, sans condition, les 25 % manquants de cet investissement.

Je ne peux que réitérer l'importance d'être un membre actif au sein de votre association au cours de cette période de transition.

Joignez-vous à nous dès aujourd'hui, et assurez votre succès de demain!