

présentation de films, tant mexicains qu'étrangers. D'après des évaluations de la *Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión (Cirt)*, Chambre nationale de la radio et de la télévision, environ 92 pour 100 des ménages mexicains ont au moins un poste de télévision. En 1995, 50 000 films ont été présentés à la télévision, y compris sur le câble et à la télévision payante, et les films étrangers représentaient 83 pour 100 du marché.

On estime que 60 pour 100 des ménages mexicains ont un magnétoscope. Cette proportion varie de 100 pour 100 pour les tranches de revenus les plus élevées à environ 50 pour 100 pour les ménages dont les revenus se situent entre deux et dix fois le salaire minimum. Chez les ménages aux revenus les plus faibles, égaux au salaire minimum ou moins, 20 pour 100 ont des magnétoscopes.

D'après une étude réalisée à Mexico en 1996 pour le journal *Reforma*, 70 pour 100 de la population dispose d'un magnétoscope et 60 pour 100 déclare louer des films. Environ 78 pour 100 indique utiliser son magnétoscope pour regarder des films loués alors que seulement 14 pour 100 s'en servent pour enregistrer des émissions.

Au Mexique, les commerces louant des vidéocassettes sont connus sous le nom de *videoclubs*. On estime qu'il y en a 6 500, en baisse puisqu'il y en avait 9 000 en 1991. On ne tient pas ici compte du facteur non structuré de l'économie qui est composée pour l'essentiel de petites entreprises qui ne sont pas enregistrées et de vendeurs des rues, qui pour beaucoup distribuent des copies piratées.

Ce marché est dominé par *Videovisa* avec sa chaîne de vidéoclubs *Video-centro*. Cette société a les droits exclusifs de diffusion de vidéos de films américains distribués par les grands producteurs. Un grand nombre

de vidéoclubs indépendants ont obtenu des franchises de *Videovisa*, parce que la piraterie est la seule autre façon d'accéder au catalogue de la chaîne. *Videovisa* a une seconde chaîne de commerce, *Videovisión*, qui peut acheter des titres qui ne figurent pas au catalogue *Videovisa*. Cette entreprise fait donc concurrence de façon très directe aux vidéoclubs indépendants. D'après des analyses du secteur, *Videovisa* contrôle environ les trois-quarts du marché structuré de la location de vidéos. Un autre intervenant important est le distributeur de film *Artecinema* par l'intermédiaire de ses commerces *Videomax*. Parmi les autres chaînes, on peut citer *Blockbuster*, *Multivideo* et *Cinexpress*.

Les grandes chaînes diffusent des cassettes dans les deux formats Beta et VHS. On retrouve une plus grande proportion de format VHS dans les états du nord. D'après *Videovisa*, 75 pour 100 des cassettes dans la région de Monterrey sont en format VHS alors que la proportion est de 50 pour 100 dans le district fédéral. Les commerces des états du sud n'offrent pratiquement que le format Beta.

LA PRODUCTION ET LA DISTRIBUTION DE VIDÉOS

Même si la *Canacine* enregistre de façon distincte les producteurs et les distributeurs, les principaux producteurs de vidéo sont aussi des distributeurs. Dix-neuf sociétés sont membres de l'*Asociación Nacional de Productores y Reproductores de Video (Anprovac)*. Il y a une association distincte pour les producteurs de vidéo qui s'appelle l'*Asociación Nacional de Comercializadores de Video (Ancovi)*. Les principales sociétés sont, entre autres, *Videovisa*, *Offer Video*, *Videomax*, *Mexcinema*, *Video Azteca*, *Comunicación en Video* et *Video Universal*.

Videovisa est le principal distributeur avec plus de 2 500 titres, suivi de

Videomax avec environ 2 000 titres. Ces grandes sociétés ont l'avantage de s'occuper à la fois de la distribution de films pour les salles de cinéma et la télévision en plus de la location de cassettes vidéo. Cela leur permet de faire des propositions plus complètes aux producteurs de longs métrages.

Les plus petites sociétés de productions vidéo sont ouvertes à des coproductions avec des producteurs canadiens. Un certain nombre de productions de télévision et de vidéo ont tiré parti des possibilités de tournage au Mexique. Le Mexique offre une grande diversité d'endroits et est choisi le plus souvent pour ses paysages et son climat. Cela revient à importer des paysages mexicains au Canada mais, en même temps, cela élargit les styles de production accessibles aux producteurs canadiens. Les techniciens canadiens qui ont travaillé au Mexique disent que l'équipement et les compétences des sociétés mexicaines répondent aux besoins des productions canadiennes, mais qu'il vaut mieux faire la postproduction et la conversion de films à bande magnétique au Canada.

LES TÉLÉDIFFUSEURS

La plus importante société de communications d'Amérique latine est *Televisa* et c'est également un important télédiffuseur et câblodistributeur. C'est la société-mère de *Videovisa*, qui a les droits exclusifs sur un grand nombre de films mexicains et étrangers. Cette société exploite également une chaîne de plus de 1 500 commerces de détail de location de vidéos dans tout le Mexique. *Televisa* a obtenu une concession de 12 canaux de télévision en 1993. *Televisa* est également l'un des actionnaires de *PanAm Sat*, le premier système de satellite de l'Amérique latine appartenant à des intérêts privés, et elle exploite un système de télévision directe à domicile avec plusieurs sociétés étrangères.

54074PT8