

## L'INDUSTRIE DE LA TÉLÉVISION ET DE LA VIDÉO

*Les producteurs canadiens tirent de plus en plus parti des possibilités de coproduction permettant le tournage au Mexique et la postproduction à domicile.*

L'industrie de la télévision et de la vidéo est dominée par de grandes sociétés mexicaines qui produisent leurs propres émissions et achètent les droits d'émissions étrangères.

La télévision est un moyen de diffusion beaucoup plus important que les salles de cinéma pour la 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, environ 50 000 films ont été présentés à la télévision, y compris par 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 possèdent 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 2 et 10 fois le salaire minimum. Dans les ménages aux revenus les plus faibles, égaux au salaire minimum ou moins, 20 pour 100 des gens 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 indiquent utiliser magnétoscope pour regarder des films loués alors que seulement leur 14 pour 100 s'en servent pour enregistrer des émissions.

Au Mexique, les commerces louant des vidéos sont connus sous le nom de *videoclubs*. Il y a environ 6 500 vidéoclubs au pays, ce qui représente une diminution puisqu'il y en avait pratiquement 9 000 en 1991. On ne tient pas compte ici du secteur non structuré de l'économie, qui est composé 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 *Videocentro*. Cette société a les droits exclusifs de diffusion de vidéos de films américains distribués par les grands producteurs. Un nombre important 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*.