

**État des lieux du rayonnement des films
indépendants au Québec**

par Richard Brouillette

**CQAM
avril 2002**

Buts de la recherche : établir, à partir d'une série d'entrevues avec des intervenants de tous les domaines de la diffusion du cinéma indépendant québécois, un état des lieux préliminaire sur le rayonnement des films indépendants au Québec. Cette recherche n'entend donc tracer que les grandes lignes d'une problématique très vaste afin de débroussailler le terrain, en quelque sorte, pour une recherche plus approfondie qui devrait lui succéder. L'auteur s'est donc attardé dans une perspective très large à identifier les divers problèmes qui empêchent ces œuvres de rejoindre un public plus varié et plus important. Il s'attarde également à identifier les désirs de chacun des intervenants face à la diffusion du cinéma indépendant québécois et dresse un bilan en surface de l'état actuel de son rayonnement sur tous les marchés.

Méthodologie : l'auteur a d'abord identifié 10 domaines d'intervention, parmi lesquels il avait sélectionné plusieurs intervenants à questionner (une répartition ayant été effectuée entre Chantal Molleur, responsable de la section vidéo indépendante de cette recherche, et l'auteur, pour les personnes concernées autant par le film que par la vidéo). Ces domaines d'intervention couvrent l'ensemble des marchés accessibles aux films indépendants, mais incluent également la distribution, le financement public de la diffusion/distribution, ainsi que l'éducation cinématographique des publics, chapitre essentiel pour comprendre l'intérêt ou le désintérêt des spectateurs pour des œuvres moins commerciales. Malheureusement, et principalement pour des raisons de temps (mais également, dans certains cas, parce qu'ils ne voulaient pas répondre), l'auteur n'a pu interviewer toutes les personnes visées au départ. Il n'en demeure pas moins que les résultats de cette recherche constituent un état des lieux pertinent et acceptable. Mais une recherche plus approfondie devrait s'attarder à questionner les personnes que l'auteur n'a pas réussies à joindre. Mentionnons également que l'auteur a établi un questionnaire différent pour chaque domaine d'intervention, que le lecteur sera à même de parcourir ici. Enfin, il a tenté de résumer, le mieux possible, les réponses des différents intervenants et a tiré les conclusions qui lui paraissaient les plus évidentes.

Compréhension du terme « cinéma indépendant » : l'auteur a demandé à tous les intervenants de définir ce que signifiait pour eux ce terme. Or, comme on pouvait s'y attendre, les réponses furent extrêmement variées selon les personnes interrogées. Mais, de façon générale, on put constater une incompréhension du terme. Hormis quelques exceptions, la définition donnée par les intervenants était au mieux assimilée au cinéma d'auteur, mais en des termes très vagues. Pour la plupart, il s'agissait de cinéma non hollywoodien, ce qui pouvait à la limite inclure Karmina ou Les Boys. Même chez les gens donnant une juste définition, il subsistait des ambiguïtés : si un distributeur indépendant investit un minimum garanti dans la production, est-ce toujours une production indépendante ? Si le film bénéficie d'investissement de la télé est-il automatiquement déclassé du statut d'indépendant ? Si un cinéaste, comme Pierre Falardeau, jouit d'une structure plutôt industrielle, mais qu'il conserve le contrôle total sur la facture et le contenu du film, est-ce une production

indépendante ? Les documentaires de l'ONF sont-ils des films indépendants ? Etc. Il semble donc, dès le départ, y avoir un obstacle majeur à la reconnaissance des œuvres indépendantes, puisque d'aucuns n'arrivent pas à les discerner des autres productions québécoises.

Nota bene : afin d'alléger le texte, le masculin sert souvent de neutre et inclut donc le féminin.

DISTRIBUTEURS:

Intervenants interviewés :

Michel Gélinas, Cinéma Libre

Louis Dussault, K Films Amérique

Daniel Bouchard, 7e Art Distribution (interviewé par Chantal Molleur)

MARCHÉS :

1) Quel est votre mandat ?

Tous les intervenants décrivaient leur mandat comme étant avant tout culturel; ce qui les motive avant tout c'est la diffusion d'un cinéma différent par le contenu et la forme, à l'intérieur de tous les marchés possibles. L'aspect lucratif de la chose est secondaire. Ils sont particulièrement attachés à promouvoir la cause des indépendants québécois. L'un des distributeurs, Cinéma Libre, s'est fait un devoir de promouvoir les courts métrages, les documentaires, les vidéos et films expérimentaux et les premières œuvres, ce en accordant une place de premier ordre aux œuvres réalisées par des femmes.

2) Quels sont vos marchés les plus lucratifs ? Les moins lucratifs ?

Certes, cela dépend des œuvres, mais, règle générale, le marché le plus lucratif est celui de la télévision (d'où l'importance des questions 5 et 6). Pour les films les plus expérimentaux, les courts métrages, etc., le marché de la vidéo domestique n'est vraiment pas très payant. Le marché des salles, lui, règle générale, n'est pas très lucratif, si on considère les sommes substantielles qu'il faut investir dans la promotion (relations de presse, affiches, publicité médias, coût des copies, etc.) et la part des recettes qu'il faut (selon une entente spécifique) verser aux exploitants de salle. Mais une sortie en salle, même si elle n'est pas très rémunératrice en elle-même, offre une promotion inégalable à l'œuvre sur les autres marchés : un film ayant connu une sortie en salle se vendra mieux à la télévision ou dans les marchés secondaires, par exemple. Il en va de même pour les festivals qui peuvent précéder un lancement en salle et stimuler l'intérêt pour l'œuvre. Mais, bien entendu, il y a des exceptions : certains films seront lancés directement dans le marché de la vidéo domestique, sans passer par la salle, et connaîtront, de cette façon un franc succès. Les distributeurs choisissent donc, selon l'œuvre, une stratégie de mise en marché qui sera spécifique à la problématique soulevée par le film. Il est important pour eux d'identifier un public cible et d'investir leurs efforts pour rejoindre ce public de la façon la mieux adaptée, en privilégiant certains marchés et en en négligeant d'autres, moins rémunérateurs.

3) Sentez-vous une plus grande ouverture d'esprit en termes de programmation à la télévision depuis quelques années, ou l'inverse ?

Les avis varient sur cette question. Certes, l'explosion de la télévision numérique et des chaînes spécialisées a fortement augmenté la compétition et la demande de contenu. Mais ces chaînes spécialisées n'offrent pas des montants très élevés. Peut-être ces bas prix d'acquisition ont-ils même influencé à la baisse l'offre des chaînes publiques généralistes. Mais il n'en demeure pas moins que la télévision, en particulier publique, reste plutôt fermée aux œuvres indépendantes. C'est comme s'il n'y avait pas eu vraiment, au cours des dernières années, d'évolution en terme de programmation. La création de nouvelles cases à Radio-Canada et Télé-Québec a quelque peu aidé la cause des indépendants, mais ces cases sont toujours placées à des heures de faible écoute. En fait, l'un des problèmes majeurs, soulevé par l'un des distributeurs, demeure le fait que notre cinématographie nationale dépend de plus en plus de la télévision à l'étape de la production, ce plus particulièrement pour le documentaire. Les règles inhérentes aux différents programmes d'aide des investisseurs publics (SODEC, TFC, FCT, etc.), donnent à la télévision un pouvoir immense sur la forme et le contenu des œuvres, ce qui entraîne un nivellement par le bas de notre cinématographie, vu les critères supposément « grand public » qui guident les chaînes dans leurs choix.

4) Rencontrez-vous des problèmes pour trouver des salles pour lancer vos œuvres?

Le parc de salle montréalais n'a pas tellement bougé depuis plusieurs années, i.e. depuis la fermeture de la plupart des salles de répertoire (Outremont, Ouimetoscope, etc.), sauf en ce qui a trait à la faillite de Cinéplex-Odéon et au développement explosif de complexes de salles. Pour les indépendants demeurent donc principalement le Cinéma Parallèle et le cinéma ONF et, pour certains programmes spécifiques, l'Institut Goethe. Pour les films en anglais, il y a également le Cinéma du Parc. Hormis la salle du Cinéma Parallèle, le complexe Ex-Centris est devenu en quelque sorte la chasse gardée de deux distributeurs dont le propriétaire (M. Daniel Langlois) est actionnaire. On peut imaginer qu'il en sera de même pour le nouveau complexe que M. Langlois compte ériger rue Ste-Catherine avec le partenariat de Spectra. Par ailleurs, les films indépendants ayant le plus fort potentiel commercial n'ont pas trop de difficultés à trouver de la place chez Cinéplex Odéon et Famous Players. Le problème le plus important pour les distributeurs, avec ces deux réseaux, c'est qu'ils sont inféodés aux majors hollywoodiennes et qu'il arrive souvent qu'un film québécois se voit retiré de l'affiche trop tôt (le bouche à oreille n'ayant pas eu réellement le temps de faire son effet) pour céder la place à un film commercial américain. En effet, les majors exigent la plupart du temps que leurs films sortent sur, disons, quarante écrans simultanément. On voit donc des complexes de salles qui présentent sur cinq de leurs vingt écrans le même film, ce qui laisse bien peu de place aux œuvres québécoises, indépendantes ou non.

5) Avez-vous des problèmes à lancer vos films en salle avant les passages télévisuels négociés par les producteurs ?

Mis à part un des distributeurs interrogés, qui refuse de distribuer des films dont les droits télévisuels ne sont pas libres, c'est souvent un problème, en particulier pour le documentaire. Trop souvent les films sont programmés à la télévision avant ou durant la sortie en salle, ce qui fauche l'herbe sous le pied des distributeurs. Néanmoins, ceux-ci négocient le plus possible avec les télévisions pour reporter la diffusion télévisuelle des films lancés en salle, quelques fois avec succès. Il s'agit donc encore d'un des effets pervers des programmes d'aide en production qui exigent que les producteurs bénéficient d'un investissement d'une télévision.

6) Que pensez-vous des ententes entre Télé-Québec et les producteurs qui sont tenus de leur céder des droits sur les marchés éducatifs ?

Les distributeurs tentent de conscientiser les producteurs pour qu'ils refusent ce genre de clauses contractuelles. C'est tout à fait inadmissible, car il ne reste plus alors au distributeur de marchés réellement lucratifs.

7) Avez-vous plus de difficultés à vendre vos œuvres sur les marchés éducatifs et sociaux, vu les baisses de budget affectant ces organismes ?

Il est vrai qu'ils achètent moins d'œuvres indépendantes. Beaucoup des institutions d'enseignement se tournent vers l'ONF (voir question suivante) qui offrent leurs films à des prix beaucoup plus avantageux. L'un des distributeurs s'insurge contre le prétendu budget limité des écoles. Selon lui, les écoles regorgent d'argent, mais préfèrent acheter des films étrangers. Il dénonce le peu de passion des professeurs de cinéma pour leur métier et le peu d'intérêt qu'ils démontrent envers les films d'auteur québécois. Il dénonce également les multiples actes de piratage que les écoles pratiquent encore.

8) Trouvez-vous que l'ONF exerce une concurrence déloyale, en vendant à rabais ses œuvres ?

Tous sont unanimes, l'ONF pratique une concurrence déloyale vis-à-vis des indépendants, en bradant ses œuvres.

9) Avez-vous de la difficulté à percer le marché des vidéoclubs ?

La plupart des films indépendants n'arrivent pas à trouver leur place dans les vidéoclubs qui sont une chasse gardée hollywoodienne. Il y a cependant des exceptions. Certains films (L'escorte, Hochelaga, etc.) parviennent à séduire les vidéoclubs commerciaux, alors que, par ailleurs, quelques vidéoclubs sont plus ouverts aux œuvres indépendantes, mais ils sont tous situés en centre urbain (et presque tous à Montréal).

10) Faites-vous des efforts spécifiques pour distribuer vos œuvres en région ?

Les distributeurs utilisent la voie la plus simple pour eux : le Réseau Plus de l'Association des cinémas parallèles du Québec.

11) Trouvez-vous réaliste l'idée de diffuser vos œuvres via Internet ?

Tous les distributeurs interrogés sont circonspects eu égard à la diffusion via Internet de leurs œuvres. Le problème des droits et du piratage, surtout, les laisse fort dubitatifs. Ils disent vouloir attendre, avant d'entreprendre quoi que ce soit, que ce marché ait fait ses preuves de qualité de diffusion, de sécurité contre le piratage, etc. On craint aussi que ce type de diffusion n'entrave les autres marchés.

12) Avez-vous eu connaissance que certaines de vos œuvres étaient piratées ?

Tous, sauf un, reconnaissent qu'il y a un problème. Mais la situation s'est améliorée à force de sensibiliser les utilisateurs (surtout les écoles). Le piratage domestique, effectué par un individu, n'est pas réellement problématique.

13) Avez-vous des problèmes quant à la perception de vos droits sur certains marchés ?

Il n'y a pas vraiment de problème pour percevoir les droits. Seulement, il arrive que des acheteurs mettent quelques mois avant de régler leurs factures.

AIDES DE L'ÉTAT :

14) Trouvez-vous les programmes d'aide de l'État mal adaptés à votre situation ?

Un seul des distributeurs interviewés reçoit de l'aide au fonctionnement. Cette aide est bien adaptée à ses besoins. Par contre, les programmes d'aide pour la mise en marché (SODEC et Téléfilm) et pour l'acquisition (Téléfilm), ne sont pas adaptés aux indépendants. La récente révision des programmes à Téléfilm, qui a mené à la création d'une enveloppe selon la performance, a empiré une situation déjà précaire, mais les distributeurs qui ne se qualifient pas pour cette enveloppe conservent un accès à l'aide sélective pour la mise en marché. En bref, on assiste de plus en plus à la création de programmes faits sur mesure pour l'industrie qui ostracisent les indépendants.

15) Avez-vous accès au fonds d'acquisition de long métrage de Téléfilm Canada ?

Un seul des distributeurs interrogés n'avait pas accès à ce fonds, qui requiert de lui qu'il lance deux films canadiens par année en salle. Or, s'il n'a pas les

ressources pour acquérir ces films, il ne peut pas les lancer, ce qui constitue pour lui, donc, un cercle vicieux. Par ailleurs, on note que le programme d'aide à l'acquisition est lentement démantelé pour faire place au nouveau programme d'aide selon la performance. Ce qui laisse présager de sérieux problèmes dans un avenir proche pour les distributeurs indépendants qui auront toutes les difficultés du monde à se qualifier selon la performance de leur box-office. L'un des distributeurs s'insurge contre cette nouvelle politique inique de Téléfilm. Qui plus est, les distributeurs de langue française, qui ont un marché beaucoup plus restreint que ceux de langue anglaise, doivent, selon les critères de ce fonds, obtenir un minimum de 450,000\$ de recettes-guichet sur 3 ans, alors que ceux de langue anglaise, qui disposent d'un vaste marché, ne doivent obtenir qu'un minimum de 240,000\$ pour se qualifier. Situation absurde s'il en est une...

16) Êtes-vous parfois obligé d'avancer des sommes pour la mise en marché des œuvres avant de recevoir les aides de la SODEC et de Téléfilm ?

Tous se plaignent de cet état de fait qui les oblige à recourir à des marges de crédit auprès d'institutions financières ou à rogner leur budget de fonctionnement temporairement pour faire face à ces crises de liquidités cycliques.

17) Les aides de l'État pour la mise en marché sont-elles suffisantes pour promouvoir adéquatement vos œuvres ?

Les œuvres qui obtiennent du financement pour la mise en marché sont, règle générale, épaulées adéquatement. Selon l'un des distributeurs, par contre, Téléfilm devrait financer à 100% la mise en marché de certaines œuvres, moins commerciales (TFC finance présentement 75% des coûts de mise en marché). Le seul distributeur ayant un vaste catalogue de titres qui n'ont pas accès à l'aide à la mise en marché à Téléfilm, utilisait les sommes allouées par la SODEC dans le cadre de son programme de mise en marché, secteur indépendant, pour promouvoir ces titres (la SODEC approuvait alors un plan de mise en marché global pour un ensemble d'œuvres indépendantes). Malheureusement, il semble que ce programme de la SODEC sera révisé.

RESSOURCES :

18) Manquez-vous d'équipements qui seraient nécessaires à votre travail (informatique, réseautique, etc.) ?

Le seul distributeur qui avait des besoins en équipement est aussi le seul qui pouvait déposer une demande au CAC pour obtenir du financement en vue d'en acquérir. Ce problème ne semble donc pas insoluble.

19) Vos ressources humaines sont-elles suffisantes pour la tâche que vous avez à accomplir ? Sinon, quels types de ressources humaines vous font défaut ?

Tous ont des besoins énormes de main d'œuvre. Chez le seul distributeur ayant accès à des programmes d'emploi à durée déterminée, le problème n'est pour lui qu'à moitié résolu. En effet, le roulement constant d'employés qu'il faut sempiternellement reformer, la compétence de ces employés qui ne cadrent pas nécessairement avec les tâches à effectuer, les constantes ruptures entre les employés affectés aux ventes et leurs clients, entre les employés et les membres cinéastes, etc., font de ces programmes d'emploi un vrai cauchemar. De plus, les salaires que ce distributeur peut offrir aux employés qui désireraient rester une fois le programme d'emploi terminé sont assez peu attrayants et, donc, la plupart quittent. Pour les autres distributeurs, qui ne sont pas des OSBL, la situation est cependant encore plus désespérée : en moyenne, ils ne sont que deux employés permanents (pigistes non compris : relationnistes de presse, graphistes, etc.).

20) Assumez-vous vous-mêmes tous les coûts inhérents aux festivals (inscriptions, transport des copies, etc.) ou est-ce à la charge des producteurs ?

Un seul des distributeurs assume entièrement ces coûts, les autres les partagent avec les producteurs. Ce partage s'effectue selon les retombées potentielles du festival sur la carrière du film. Mais également, chez l'un de ces distributeurs, les producteurs assument souvent les coûts d'inscription et de transport, sauf si le film est sélectionné, auquel cas le distributeur rembourse le producteur pour les sommes qu'il a investies. Cette politique fut créée vu la quantité phénoménales de festivals internationaux et vu la quantité d'œuvres qu'il faut y soumettre.

VARIA :

21) Trouvez-vous que les œuvres indépendantes souffrent d'une mauvaise couverture médiatique ?

Les distributeurs semblent d'accord : les médias préfèrent la gloriole qui entoure les films hollywoodiens. Il n'y a pas grand' chose qu'ils peuvent faire pour changer la mentalité des critiques de cinéma.

Conclusions :

D'une part il semble que les distributeurs indépendants aient toujours des difficultés à vendre leurs œuvres à des télédiffuseurs peu enclins à ouvrir leur programmation à des œuvres moins commerciales. Les télédiffuseurs généralistes ont tous des cases horaires extrêmement rigides et fermées à toute œuvre innovatrice – surtout aux heures de grande écoute –, tant au point de vue de la forme que du contenu. Cela n'est sûrement pas étranger au pouvoir qu'exerce la publicité sur la programmation : c'est la publicité qui exige des formats de 26 ou 52 minutes, c'est la publicité qui pousse encore les télévisions

à rejoindre une audience la plus large possible, sans égard à la qualité de ce qui est diffusé. De plus, les agences d'État (SODEC et Téléfilm Canada) qui financent le cinéma québécois, particulièrement le documentaire, exigent dorénavant que les films jouissent d'une pré-vente télévisuelle avant d'investir le moindre sou dans ces productions. Ce qui souvent rend difficile toute sortie en salle (le public ayant la chance de voir gratuitement, dans le confort de son salon, l'œuvre en question, souvent même avant sa sortie en salle). Aussi, Téléfilm Canada considère-t-il depuis plusieurs années que le documentaire n'est pas du cinéma, mais de la télévision. Mais, heureusement pour les distributeurs et pour les films indépendants, l'explosion des chaînes spécialisées fournit aux œuvres une place non négligeable sur le petit écran. Par contre, elles disposent de très peu de moyens pour acheter les œuvres et les distributeurs sont souvent obligés d'accepter de vendre pour un prix très bas des films qui, autrement, ne seraient pas télédiffusés.

En ce qui a trait aux vidéoclubs, il semble qu'ils demeurent la chasse gardée des studios hollywoodiens. Ceci, selon moi, est avant tout une question d'éducation des publics, mais des efforts pourraient être faits pour augmenter leur visibilité sur ce marché ; nous en reparlerons plus tard.

En ce qui a trait aux salles, les distributeurs semblent, généralement se contenter de celles qui existent, mais on pourrait dire, sans exagérer, qu'une deuxième salle indépendante à Montréal serait la bienvenue.

Sur les marchés éducatifs et sociaux, les distributeurs indépendants ont à se battre face à la concurrence déloyale de l'ONF. Cette situation avait déjà été dénoncée, il y a dix ans, lors d'une assemblée générale de l'Alliance de la vidéo et du cinéma indépendants. Je crois même que des rencontres avaient eu lieu entre l'ONF et l'AVCI, mais, semble-t-il, sans grands résultats. Le fait est que l'ONF ne verse pas de droits d'auteur aux cinéastes et comme il est à la fois le producteur et le distributeur, il peut se permettre de brader ses films et de pratiquer du dumping.

Par ailleurs, au niveau du financement de leurs activités, les distributeurs indépendants font face à une situation qui va se détériorant. Téléfilm Canada, qui devrait être sous peu suivi par la SODEC, a adopté une politique qui favorise avant tout l'industrie, les indépendants sont mis sur la voie de service. La SODEC et TFC devraient aussi tenter d'offrir aux distributeurs indépendants des marges de crédit qui leur permettraient de faire face aux crises de liquidités qu'ils rencontrent lors de la sortie d'un film, alors qu'ils doivent dépenser des sommes qu'ils n'ont pas encore reçues. Mais ces institutions y semblent bien peu enclines. Enfin, il apparaît logique que les gouvernements provincial et fédéral qui leur octroient sans arrêt des subventions d'emploi, pourraient plutôt assister les distributeurs via leur ministère de la culture pour leur fournir une main d'œuvre stable et compétente.

EXPLOITANTS DE SALLE :

Intervenants interviewés :

Martine Mauroy, Réseau Plus, Association des cinémas parallèles du Québec
Vincent Guzzo, Cinémas Guzzos
Mario Fortin, Cinéma Beaubien
Michel Aubé, Cinéma Le Clap
Caroline Masse, Cinéma Parallèle (interviewée par Chantal Molleur)

Intervenants pressentis, non interviewés

Carole Boudreault, APCQ, Alex Films
M. Papalia, Ciné-entreprise
Jean Stinziani, Famous Players
Nathalie Fecteau, Cinéplex Odéon
Cinémas Chaplin (Dolbeau-Mistassini et Roberval)
Cinéma St-Laurent (Sorel-Tracy)
Cinéma Carrefour Joliette
La maison du cinéma (Sherbrooke)
Carrefour du Nord (St-Jérôme)
Cinéma Biermans (Shawinigan)
Ciné Plus (Trois-Pistoles)
Ciné-Centre (Sept-Îles et Baie-Comeau)
Didier Farré, Cinéma des Galeries Aylmer
Cinéma Ville-Marie
Cinéma Le Capitol (Drummondville)

Questions :

1) Quel est le ratio de films québécois projetés ?

Les réponses sont plutôt variables selon les salles. Ainsi, chez les Cinémas Guzzo (110 salles dans 10 complexes), ont compte environ 10% de films québécois, au Clap de Québec, c'est environ 15%, au Cinéma Beaubien, 65%, dans le Réseau Plus (qui compte une vingtaine de salles non conventionnelles en région), environ 17% (chiffres basés sur l'analyse d'une saison – automne 2001) et au Cinéma Parallèle, environ 70%.

2) Quel est le ratio de films québécois **indépendants** projetés ?

Les réponses à cette question ne sont pas très claires, cela surtout parce que les personnes interrogées ne se font pas tous la même idée de ce qu'est un film indépendant. Ainsi, le Cinéma le Clap, affirme présenter de 80 à 90% de films indépendants, toutes origines confondues. Le Cinéma Beaubien, quant à lui,

précise qu'il n'a jamais présenté de films indépendants, vu que les films présentés avaient toujours disposé d'un minimum garanti d'un distributeur (Cinéma Libre, K Films, etc.), ce qui leur retirait leur statut d'indépendant. Les cinémas Guzzo avaient beaucoup de difficulté à discerner ce qui était indépendant de ce qui ne l'était pas et ont préféré ne pas répondre à cette question troublante. Si l'on regarde la programmation du Réseau Plus, on constate qu'il y a très peu de films indépendants, soit au plus 5% (mais quelques salles du réseau en présentent jusqu'à 30%). Le Cinéma Parallèle, quant à lui, est entièrement voué à présenter des films indépendants.

3) Quel est le pourcentage de votre box office pour les films québécois ?
Pour les films indépendants ?

Le pourcentage du box office des films québécois et, plus particulièrement indépendants, est directement proportionnel au pourcentage d'œuvres présentées. C'est donc que les films québécois font aussi bien que les films étrangers.

4) Pourquoi ne pas présenter plus de films québécois ?

Pour les cinémas Guzzo, le problème en est un d'accès aux copies. La plupart de leurs salles se trouvant en banlieue montréalaise, ils affirment se voir boudé par les distributeurs de films québécois qui considèrent que leurs films ne trouveraient pas preneurs en banlieue. Selon Vincent Guzzo, les distributeurs souffriraient de plateaucentrisme et de préjugés envers les banlieues et les régions et préféreraient tirer un minimum de copies, qu'ils réservent aux salles montréalaises. Il est assez peu intéressant pour un exploitant de salle de présenter des films qui lui sont offerts longtemps après leur sortie à Montréal. Somme toute, M. Guzzo affirme qu'il est fortement intéressé à présenter des films québécois, mais qu'on ne lui offre que très rarement. C'est un peu le même son de cloche chez l'ACPQ qui dirige le Réseau Plus. On se plaint beaucoup du fait qu'il faut attendre parfois un an avant de disposer de copies pour les régions. Par ailleurs, en ce qui a trait aux productions indépendantes, il y a un problème de format. En effet, très peu de films indépendants disposent de copies 35mm, alors que les salles ne sont pas équipées ni en vidéo, ni en 16mm.

5) Les films qui attirent le plus de spectateurs sont-ils nécessairement ceux qui ont un plus gros budget de marketing ?

Tous s'entendent pour dire que ce n'est pas nécessairement les films avec des plus gros budgets de marketing qui font les meilleures recettes. Tout dépend de la qualité de la promotion, ainsi que d'autres facteurs, incontrôlables.

6) Disposez-vous de financement de l'État québécois ?

Les cinémas Guzzo ne disposent d'aucun financement. Le Cinéma le Clap reçoit du financement exclusivement pour le magazine qu'il produit et qui sert à promouvoir les films présentés. Le Cinéma Beaubien a reçu de l'aide du Ministère de la métropole, du Ministère de la culture et de la ville de Montréal pour rénover la salle. Il reçoit par ailleurs des subventions de la ville de Montréal, mais doit, en échange, offrir sa salle pour les besoins de la maison de la culture Rosemont-Petite-Patrie. Les différentes salles du Réseau Plus ont accès à des subventions de la SODEC (enveloppe de 75000\$ par année) pour améliorer leurs équipements, alors que le Réseau Plus lui-même est subventionné par le Ministère de la culture. Le Cinéma Parallèle dispose de financement du CAC, de la SODEC et du Conseil des arts de Montréal.

7) Ce financement est-il lié à des obligations de présenter des films québécois ?

Non.

8) Que penseriez-vous de l'instauration d'un système de quotas pour obliger les exploitants de salles à présenter un certain pourcentage d'œuvres québécoises annuellement ?

Tous sont unanimement contre. Plusieurs donnent l'exemple des stations de radio qui diffusent leur musique francophone en bloc, la nuit. Un des exploitants de salles ironisait même : si l'on me permettait d'ouvrir mon cinéma 24h00/24, je pourrais faire comme les radios et présenter des films québécois seulement la nuit. Ce même exploitant croit qu'il faudrait plutôt obliger les distributeurs à présenter les films québécois dans plus de salles (surtout en banlieue et en région) en tirant plus de copies. Une autre voix disait qu'il serait peut-être plus intéressant de songer à créer une taxe sur le box-office qui serait redirigée vers le cinéma québécois.

9) Le financement que vous recevez est-il bien adapté à votre situation ?

Pour ceux qui en reçoivent, oui.

10) Présentez-vous des courts métrages québécois ?

Les cinémas Guzzo ne présentent pas de courts métrages, mais seraient éventuellement intéressés à le faire, si les distributeurs leur font une offre. Le Clap présente parfois, mais rarement, des courts métrages, la plupart du temps regroupés dans des programmes de courts. Il est extrêmement rare qu'ils présentent un court avant un long métrage. Le Cinéma Beaubien a présenté 4 courts métrages entre octobre 2001 et mars 2002, tous précédant des longs métrages. Le Réseau Plus et le Cinéma Parallèle ont présenté une quantité impressionnante de courts métrages indépendants par le passé.

11) Présentez-vous des documentaires ?

Le problème majeur pour la diffusion du documentaire québécois en salle demeure le format : très peu de documentaires sont sur support 35mm, de moins en moins sont disponibles en 16mm, la plupart sont aujourd'hui tournés en vidéo. Donc, les salles qui sont équipées en 16mm et en vidéo en présentent. Il s'agit donc du Clap (16mm et vidéo – ils doivent louer l'équipement vidéo) et du Parallèle (16mm et vidéo). Le Beaubien est à la recherche d'un projecteur 16mm qu'il pourrait acquérir gratuitement, ainsi que de matériel de projection vidéo, ce qui ouvrirait la porte à la présentation de documentaires.

12) Vos salles sont-elles équipées pour présenter du 16mm ? De la vidéo ?

Voir ci-haut. Précisons que le Beaubien aimerait bien présenter des vidéos indépendants, lorsqu'il sera équipé pour le faire.

13) Pensez-vous éventuellement faire le saut vers le numérique ?

Tous attendent de voir comment se développera cette technologie. Pour le moment, ils s'en tiennent aux formats habituels.

14) Avez-vous un problème pour accéder aux copies de films québécois ?

Les seuls problèmes sont ceux qui furent déjà mentionnés au sujet des régions et des banlieues.

15) Serait-il envisageable, selon vous, de financer un réseau voué à la diffusion des films québécois, genre art et essai, en France ?

Tous s'accordent pour dire que c'est une idée utopique. Nous n'avons pas le même bassin de cinéphiles qu'en France et les coûts d'un tel réseau seraient faramineux comparativement aux revenus qu'on pourrait en tirer. Qui plus est, il y a déjà le Réseau Plus qui fait un peu ce genre de boulot. Mais il serait impossible d'opérer ce réseau 7 jours sur 7, surtout en région. Le Clap a déjà tenté d'associer des salles dans dix villes du Québec à son magazine, mais l'intérêt n'y était pas et le projet a fait long feu.

16) Pourquoi, selon vous, la plupart des salles de répertoire sont-elles disparues?

Tous concluent que c'est surtout à cause du développement des vidéoclubs.

17) Y a-t-il des problèmes de promotion lors de la sortie des films québécois ?

Les avis diffèrent. Pour certains, la promotion actuelle est suffisante. Pour d'autres il faudrait augmenter substantiellement les budgets de marketing des films québécois. Aucun consensus ne semblait se dégager sur cette question.

18) Est-ce que les festivals ont une incidence sur la fréquentation de vos salles ?

Encore là, les avis sont très partagés. Pour certains la multiplication exponentielle des festivals nuit aux salles, parce que les gens ne se déplacent plus que durant les festivals pour voir des films d'auteur, tandis que les programmations régulières des salles se voient boudées. Pour d'autres, les festivals ont une incidence positive car ils éduquent les publics et contribuent à amener les gens voir des films moins conventionnels en salle.

Conclusions :

Les exploitants de salle sont avant tout des commerçants, ils n'ont, pour la plupart, pas de vocation culturelle, du moins, dans la mesure où presque tout financement public leur a été retiré (sauf en ce qui a trait aux rénovations et aux équipements). Il est donc assez difficile de les convaincre d'augmenter le nombre d'œuvres indépendantes si celles-ci ne sont pas rentables. Ils semblent toutefois assez ouverts à l'idée de présenter des courts métrages indépendants en début de programme. Peut-être les distributeurs devraient-ils accroître leur offre en ce sens. Par ailleurs, il semble y avoir un sérieux problème en région pour la disponibilité des copies. Les distributeurs devraient inclure dans leurs plans de mise en marché des efforts particuliers pour la diffusion régionale. Le nouveau programme expérimental de Téléfilm Canada (voir plus loin) devrait, espérons-le, régler une partie du problème. Il faudrait seulement s'assurer que tous les acteurs concernés (distributeurs et exploitants de salle) soient mis au courant de l'existence de ce nouveau programme.

D'autre part, il semble que les formats de production du cinéma indépendant (très souvent en vidéo et en 16mm) nuisent à leur diffusion en salles. Il faudrait donc trouver un mécanisme qui leur permette de rejoindre ces publics : soit en équipant davantage de salles de projecteurs vidéo et 16mm, soit en finançant davantage les gonflages 35mm.

Par ailleurs, la proposition d'adoption d'une mesure de quotas, tels qu'ils existent au CRTC pour la télévision et la radio, régissant la quantité de films québécois au grand écran, semble faire l'unanimité contre elle. Il semblerait plus plausible d'adopter une mesure, telle qu'elle existe dans certains pays européens, instaurant une taxe sur le box office, dont les profits seraient reversés aux producteurs et distributeurs québécois. Enfin, la création d'un réseau de salles d'art et d'essai ne semble pas viable, eu égard au bassin de cinéphiles sur le territoire québécois. Encore là, l'éducation des publics semble être la clé de voûte du système.

TÉLÉDIFFUSEURS :

Intervenants interviewés :

Tracy Jardine, The Independent Film Channel
Michael Burns, The Documentary Channel

Intervenants pressentis, non interviewés

Zoé Crabtree, Super-Écran
Mary Claude Savoie, Féd. des télés communautaires autonomes du Québec
Radio-Nord

Questions :

1) Quel est votre mandat ?

Pour IFC : présenter des films indépendants, i.e. non hollywoodiens.
Pour DC : présenter des documentaires canadiens et étrangers.

2) Quel est le pourcentage de votre budget qui provient de la publicité ?
De l'État ?
D'autres sources ?

Pour IFC : ne sait pas / ne veut pas répondre, mais la majeure partie de leur budget provient des abonnements via bouquets numériques.

Pour DC : 90% du budget provient des partenaires publics (CBC + ONF) et 10% de la publicité. Aucune mention des revenus d'abonnement.

3) Quel est votre budget annuel d'acquisition (œuvres terminées) ?
Votre budget d'investissement en production ?

Ces deux chaînes étant toutes récentes, ils ne pouvaient me communiquer leurs budgets annuels (ils n'ont pas encore complété leur première année d'opération)

4) Quel est votre budget de promotion annuel ?

idem

5) Vos budgets ont-ils augmenté ou décréu depuis les dernières années ?

idem

6) Comment s'opère la sélection des œuvres ?

Pour DC : Une bonne partie des œuvres proviennent des partenaires. Mais ils acceptent également les suggestions des distributeurs et effectuent eux-mêmes une recherche qui peut les mener à commander des œuvres à certains distributeurs. Les cinéastes peuvent aussi soumettre directement leurs œuvres (les lignes directrices et les formulaires sont disponibles sur leur site web).

Pour IFC : La sélection s'opère sur suggestions des distributeurs et directement des artistes (via leur site web, entre autres), mais ils choisissent également des titres eux-mêmes.

7) Quelles sont les cases disponibles pour la vidéo et le cinéma indépendants québécois ?

Pour les deux télédiffuseurs, il n'y a pas de case spécifique pour le cinéma indépendant du Québec.

8) Quel est le pourcentage d'œuvres québécoises dans votre programmation annuelle ?

Pour IFC : ils ont, jusqu'à maintenant, présenté très peu d'œuvres québécoises, mais désirent ardemment augmenter leur présence à l'écran. Ils compte pour ce faire développer leurs relations avec les distributeurs québécois. Aucun chiffre n'était vraiment disponible.

Pour DC : ils estiment à moins de 10% le nombre de documentaires québécois francophones. C'est surtout un problème linguistique. Les documentaires présentés en français sont sous-titrés. Jusqu'à maintenant, ils ont présenté davantage de documentaires québécois tournés en anglais.

9) Quel est le pourcentage d'œuvres **indépendantes** québécoises dans votre programmation annuelle ?

Pour IFC : normalement, tous les films présentés devraient être indépendants (mais pas nécessairement selon la définition du CQAM...).

Pour DC : ne sait pas.

10) Les cotes d'écoutes sont-elles plutôt bonnes ou plutôt mauvaises pour les œuvres indépendantes québécoises ?

Les deux télédiffuseurs n'ont pas de moyen réaliste de calculer leurs cotes d'écoute.

11) Pourquoi ne présentez-vous pas davantage de films et vidéos indépendants québécois ?

Voir question 8.

12) Présentez-vous des courts métrages québécois ? Des documentaires ? Des œuvres vidéo ?

Les deux présentent des œuvres sans distinction de format, de durée, de genre, etc. Ils ont des cases horaires très souples qui leur permettent de programmer ce que bon leur semble.

13) Présentez-vous des émissions d'information sur le cinéma où il est question d'œuvres indépendantes québécoises ?

Pour IFC : Une émission hebdomadaire d'information sur la situation du cinéma indépendant, une émission consacrée à des interviews avec des cinéastes qui expliquent leur travail, ainsi qu'une émission vouée à la couverture des festivals.

Pour DC : Une émission composée d'interviews avec des cinéastes, une autre qui a la forme de « master class » avec des réalisateurs.

Conclusions :

Les chaînes interrogées étaient toutes deux des nouvelles chaînes spécialisées anglophones, très ouvertes au cinéma indépendant. Il reste à souhaiter, cependant, qu'elles augmentent la quantité d'œuvres québécoises dans leur programmation. Or, beaucoup de films indépendants québécois ne sont ni doublés ni sous-titrés. Le seul programme existant d'investissement public pour financer des versions anglaises est celui de Téléfilm Canada, qui s'adresse avant tout aux films qu'ils ont eux-mêmes aidés au niveau de la production. Peut-être le CAC, le CALQ et la SODEC devraient-ils eux-mêmes créer des programmes de financement de doublage / sous-titrage pour augmenter le marché des œuvres indépendantes québécoises au Canada anglais.

VIDÉOCLUBS:

Intervenants interviewés :

Caroline Rompré, club Vidéotron du Plateau Mont-Royal
Iannis Triantaphilo, Phos
Gemma Dionne, Super Ciné Choix
Sylvain, Club vidéo du dépanneur de St-Paulin

Questions :

1) Disposez-vous d'aide de l'État ?

Aucun vidéoclub interrogé ne disposait d'aide de l'État.

2) Quelle quantité de titres québécois avez-vous en rayon ? Ce qui fait quel pourcentage de votre collection ?

Vidéotron : 500-600, soit de 5 à 10%
Phos : 1500, soit près de 10%
Super Ciné Choix : 400, soit env. 10%
St-Paulin : une dizaine, soit à peine 1-2 %

3) Quelle quantité d'œuvres indépendantes ?

Vidéotron : ne sait pas
Phos : env. 500, soit 3%
Super Ciné Choix, 200, soit 5%
St-Paulin, 1 (Hochelaga)

4) Pourquoi ne pas acquérir plus d'œuvres indépendantes québécoises ?

Bien qu'il soit question de rentabilité pour les vidéoclubs, il semble que les distributeurs doivent augmenter leurs efforts au plan de la vidéo domestique. Vidéotron disait, par exemple, n'avoir jamais été approché par les distributeurs de vidéos indépendants. La rentabilité est un peu un faux problème, parce que tous les vidéoclubs interrogés sont prêts à essayer de nouveaux produits et, s'ils ne sortent pas assez, choisissent tout simplement de les revendre. Le prix des cassettes joue cependant un certain rôle, car les films américains leur sont vendus à vil prix.

5) Dans quelle section sont classés vos films québécois ?

Tous, sauf le vidéoclub de St-Paulin, ont une section spécifique pour le cinéma québécois. Selon Vidéotron, le fait de créer une section spéciale stimule beaucoup plus l'intérêt des clients.

6) Comment s'opère votre sélection ?

Le vidéoclub de St-Paulin se fie exclusivement à des listes publiées dans quelques catalogues spécialisés (ex. Vidéoglobe). Pour les autres, c'est un mélange de suggestions de la clientèle, de propositions des distributeurs, de recherche sur Internet et de choix de la maison. Mais comme souvent les employés sont déjà débordés, il leur est assez difficile de passer beaucoup de temps à faire des recherches. Il faut donc que les distributeurs accentuent leurs efforts de mise en marché. Par ailleurs, chez Vidéotron, on s'assure que les employés sont tous des cinéphiles et qu'ils ont tous une excellente connaissance du cinéma québécois (on leur demande, entre autres, lors de l'entrevue d'embauche, de nommer trois réalisatrices québécoises – hormis Léa Pool...), ce qui améliore la qualité du choix des œuvres et du service aux clients.

7) Éprouvez-vous de la difficulté à obtenir des copies de certains titres québécois?

Pour certains titres de répertoire, ça arrive parfois. Sinon, on mentionne qu'il n'y a pas suffisamment d'œuvres québécoises en dvd. La multiplication des dvd aiderait beaucoup à la promotion et à l'éducation du public, particulièrement s'il y avait des ajouts après les films, tels que des entrevues avec les réalisateurs, etc.

8) Si l'État finançait une partie du prix de l'acquisition de vidéocassettes d'œuvres québécoises, seriez-vous plus intéressé à en tenir dans vos rayons ?

Tous sont d'accord, ça aiderait la cause du cinéma québécois par rapport aux majors. Phos, par exemple, a récemment tenté une expérience avec l'ONF, jugée fort intéressante. L'ONF a cédé gratuitement au vidéoclub plusieurs cassettes de courts métrages en échange d'un partage sur les profits de location. Baisser les prix permettrait probablement aux vidéoclubs d'acheter plus de copies d'un même film lors du lancement de la cassette, ce qui augmente en rayons la visibilité de l'œuvre. Enfin, tous semblaient dire qu'il y a une croissance de la demande pour du cinéma québécois, en particulier chez les jeunes.

9) Avez-vous en rayon des œuvres de la collection « Cinéma d'ici » ? Est-ce qu'il y a une demande pour ces titres ?

À part à St-Paulin, tous ont acheté les cassettes. Pour chacun d'entre eux, l'idée d'une collection est une très bonne idée, ça stimule l'intérêt de la clientèle. Certes, quelques titres étaient moins rentables et sont passés à la revente, mais dans l'ensemble, tous ont jugé l'expérience enrichissante et louable.

Conclusions :

La plupart des vidéoclubs interviewés étaient déjà très ouverts au cinéma indépendant et, dans une perspective plus large, au cinéma québécois, ce contrairement aux chaînes américaines, telles que « Block Buster ». Cependant, nous constatons que certains distributeurs devraient faire davantage d'efforts pour augmenter leur offre.

On constate, par ailleurs, que si l'État s'impliquait davantage dans ce marché, comme il l'a fait pour la collection de répertoire « Cinéma d'ici », les films indépendants québécois seraient plus présents dans les rayons des vidéoclubs. Des efforts particuliers devraient être faits pour rejoindre les vidéoclubs régionaux, ainsi que pour mettre sur le marché des dvd qui incluraient le plus possible des ajouts « pédagogiques », tels que des entrevues avec le réalisateur, etc. Le concept de collection semble être très porteur et devrait être davantage exploité.

Enfin, les distributeurs indépendants devraient peut-être songer à créer ensemble leur propre catalogue de nouveautés en vidéo, s'ils ne parviennent pas à trouver leur place dans les catalogues spécialisés, tels que Vidéoglobe, dans lesquels la plupart des petits vidéoclubs en région s'alimentent.

INSTITUTIONS D'ENSEIGNEMENT :

Intervenants interviewés :

Louise Ranger, Université Laval
Jacques Tremblay, Université du Québec à Chicoutimi
Hélène Fréchette, Université du Québec à Trois-Rivières

Intervenants pressentis, non interviewés

Fédération des cégeps
CSDM

Questions :

1) Quel est votre budget d'acquisition annuel ?

Laval : 30,000\$ (comprenant achats et locations) plus une somme inconnue provenant du département de cinéma.

UQTR : environ 15,000\$ (achats seulement, les départements assument individuellement les locations à même leur budget)

UQAC : 10,000\$ (surtout des achats, mais aussi de la location; la bibliothèque paie 50% des coûts, les départements 50%)

2) Quel est votre budget de location annuel ?

voir question 1

3) Ces budgets ont-ils augmenté ou décréu depuis les cinq dernières années ?

Laval : les budgets ont décréu de 50% sur 5 ans (ce autant pour les livres)

UQTR : 16% de baisse l'an dernier

UQAC : budget stable

4) Jugez-vous ces budgets suffisants ?

Laval : les budgets sont nettement insuffisants, il faudrait revenir aux chiffres d'il y a cinq ans

UQTR : le budget est suffisant

UQAC : ça dépend des disciplines. Le matériel audio-visuel pour, par exemple, les départements de gestion et d'économie, sont très chers. En sciences sociales, les prix sont plus raisonnables. Il faut dire qu'ils ont un espace d'entreposage restreint, ce qui, en plus du budget, limite leurs achats.

5) Comment s'opère votre sélection ?

Il semble que dans les universités, les départements jouent le plus grand rôle dans la sélection des œuvres, soumettant leurs desiderata à la bibliothèque. Par contre, la personne en charge de la vidéothèque, s'occupe de garnir la collection d'œuvres plus généralistes. On prend en compte également les suggestions des étudiants.

6) Quel est le pourcentage d'œuvres québécoises de votre collection ?

Laval : c'est la majorité

UQTR : 80%

UQAC : ne sait pas

7) Quel est le pourcentage d'œuvres québécoises **indépendantes** de votre collection ?

Laval : ne sait pas, mais achète de Vidéo Femmes, de Cinéma Libre, etc.

UQTR : env. 5%, mais n'achète pas très souvent de Vidéographe, par exemple, parce que c'est trop cher. Préfère l'ONF.

UQAC : ne sait pas, elle estime seulement que 50% des œuvres sont des productions privées.

8) Achetez-vous également des vidéos indépendantes ?

Oui pour tous.

9) Quelle diffusion les œuvres que vous achetez connaissent-elles ?

En classe ? En bibliothèque ? En auditorium ?

Aucunes projections publiques en dehors des classes. Les étudiants peuvent également visionner sur place à la bibliothèque.

10) Offrez-vous un encadrement lors de certaines projections (discussions) ?

À l'université, ça relève des départements.

Conclusions :

Les baisses successives dans les budgets d'éducation au Québec ont eu de forts impacts sur les budgets d'acquisition d'œuvres audiovisuelles. Il est à souhaiter que le gouvernement du Québec réinjecte des sommes importantes destinées à ces acquisitions dans le système d'éducation, surtout que, de plus en plus, les œuvres cinématographiques deviennent un outil pédagogique de premier ordre. On sait par ailleurs, par les distributeurs, que les écoles primaires et secondaires n'ont pratiquement aucun budget pour acquérir de telles œuvres (comme c'est le cas des livres, par ailleurs...). Il faudrait donc que le Ministère de l'éducation, fasse des efforts exemplaires à cet égard. Enfin, on constate encore, de la part des acheteurs, que l'ONF offre ses films à des prix défiant toute concurrence.

CINÉ-CLUBS :

Intervenants interviewés :

Jacques Leduc, Casa Obscura
Renaud Thériault, Ciné-club de Chicoutimi
Martine Mauroiy, ACPQ, Réseau Plus

Intervenants pressentis, non interviewés

Ciné-Campus, Trois-Rivières
Diane Roy, ciné-club de Prévost
Ciné-Plus (cégep de Victoriaville)
Ciné-Plus St-Georges (cégep Beauce-Appalaches)
Ciné-Groulx (cégep Lionel-Groulx, Ste-Thérèse)
Promovue (Val d'Or)

Questions :

1) Quel est votre mandat ?

Chicoutimi : Donner accès aux écoles et au grand public à des œuvres qui ne sont pas présentées dans les salles commerciales.

Casa : Éduquer le public, créer un lieu d'échange, favoriser une synergie, présenter des œuvres de tous horizons, mais particulièrement des documentaires, des films d'animation, des courts métrages et des films indépendants.

ACPQ : L'Association des cinémas parallèles du Québec (ACPQ) a été créée en 1979 pour combler un besoin évident dans le milieu de la diffusion et pour doter les salles parallèles du Québec de services communs. Elle regroupe la majorité des organisations de cinéma non commercial au Québec, il s'agit aussi bien de salles parallèles que d'événements cinématographiques à but non lucratif. Sa mission, sa raison d'être, représente l'énoncé des valeurs auxquelles elle adhère et se définit de la façon suivante:

— Regrouper les organisations du cinéma non commercial du Québec dans le but de promouvoir auprès des Québécois la culture cinématographique.

La réalisation de cette mission s'articule au sein de deux objectifs généraux:

— Assurer à la population de tout le territoire québécois l'accès à un visionnement sur grand écran du plus grand nombre de productions cinématographiques de qualité;

— Offrir à la population québécoise une formation sur le cinéma par des connaissances historiques, critiques et pratiques tout en développant l'éducation cinématographique, et ce, plus particulièrement auprès des jeunes.

2) Quel est votre budget annuel ?

Chicoutimi : 25000\$ à 30000\$ par année

Casa : aucun, sinon pour payer le loyer

ACPQ : environ 500000\$ par année pour gérer le Réseau Plus, L'œil cinéma et l'ensemble des activités. Ils paient environ 100000\$ par année de droits d'auteur.

2) Disposez-vous d'aide de l'État ? Quelles sont vos sources de financement ?

Chicoutimi : le cinéclub est autofinancé et les surplus annuels sont réinjectés dans le budget de l'année suivante

Casa : aucune aide, hormis les programmes d'emploi.

ACPQ : oui, Ministère de la culture, pour le fonctionnement, SODEC pour la promotion et TFC pour aider les salles en région.

3) Votre survie est-elle menacée ?

La Casa se sent surtout menacée de fermer ses portes, parce que les bénévoles se font de plus en plus rares. Quant à Chicoutimi, sa survie ne semble pas tellement menacée. L'ACPQ va très bien.

4) Quel est le prix d'entrée pour vos projections ?

Casa : aucun

Chicoutimi : 3-4\$ par séance ou 18-25\$ pour une session complète, selon l'âge de la clientèle.

Réseau Plus : variable entre 4\$ et 6\$, selon les salles et l'âge de la clientèle

5) Quelle est la fréquence de vos projections ? Opérez-vous à l'année longue ?

Casa : tous les vendredis, à l'année longue.

Chicoutimi : un film par semaine, pendant la période des classes.

Réseau Plus : habituellement une séance par semaine, durant la période des classes, mais variable selon les salles.

6) De quels équipements disposez-vous ?

Chicoutimi : 16mm et 35mm, intéressé à s'équiper en vidéo

Casa : 16mm, vidéo (le cinéclub du vendredi est habituellement dédié au 16mm, mais il y a des exceptions et souvent des soirées spéciales ont lieu, d'autres jours de la semaine, pour présenter des vidéos).

Réseau Plus : en général, que 35mm

7) Quelles sont vos ressources humaines ?

Chicoutimi : 3 personnes

Casa : bénévolat, nombre variable, plus habituellement 2 programmes d'emploi

Réseau Plus : variable selon les salles. À l'ACPQ même, ils sont 4 permanents.

8) Quel est le pourcentage d'œuvres québécoises que vous présentez ?

Chicoutimi : environ deux par session

Casa : environ 90%

Réseau Plus : voir dans la section exploitants de salle.

10) Quel est le pourcentage d'œuvres **indépendantes** québécoises que vous présentez ?

Chicoutimi : ne sait pas

Casa : environ 65%

Réseau Plus : voir dans la section exploitants de salle.

11) Présentez-vous des vidéos indépendantes ?

Chicoutimi : non

Casa : Oui

Réseau Plus : non

12) Présentez-vous des courts métrages ? Des documentaires ?

Chicoutimi : des courts, oui, des documentaires, très rarement

Casa : oui beaucoup des deux

Réseau Plus : des courts oui, des documentaires très rarement (à cause des formats de projection)

13) Avez-vous de la difficulté à obtenir des copies d'œuvres québécoises ?

Chicoutimi : leurs copies proviennent du Réseau Plus

Casa : non, sauf pour les films de l'ONF (l'ONF s'étant départi de la plupart de ses copies sur support film).

Réseau Plus : tel qu'exposé dans la section exploitants de salle, il semble que les distributeurs ne font pas suffisamment d'efforts pour réserver des copies pour les régions.

14) Quelle est la fréquentation moyenne de vos projections ?

Chicoutimi : 400-450 en moyenne. déjà eu 700 !

Casa : fort variable, mais une quinzaine en moyenne, 25-30 dans les bonnes années.

Réseau plus : ?

15) Quelle est la fréquentation moyenne de vos projections pour des œuvres indépendantes québécoises ?

Chicoutimi : assimilable aux autres projections

Casa : assimilable aux autres projections

Réseau Plus : selon les chiffres fournis, environ 200-250 en moyenne.

16) Quelles sont les conditions qui pourraient améliorer votre situation financière, vos équipements, etc. ?

La SODEC finance l'achat d'équipement, mais pas leur entretien.

Conclusions :

Le Réseau Plus, de l'ACPQ, regroupe plusieurs ciné-clubs qui diffusent surtout dans des salles polyvalentes (auditoriums de cégeps, salles à vocation culturelle pluridisciplinaire, etc.) en région. La plupart ne sont équipées qu'en 35mm. Les petits ciné-clubs, équipés en 16mm, tels que la Casa Obscura, sont presque tous disparus. La main d'œuvre de ces petits ciné-clubs, composée en majorité de bénévoles, est manquante. Aussi, l'État devrait peut-être songer à encourager ces initiatives, somme toute assez peu coûteuses, et qui jouent un rôle important dans l'éducation des publics et la diffusion régionale des œuvres. Par ailleurs, si l'État investit dans les rénovations et l'achat de nouveaux équipements des salles parallèles, il devrait songer à financer également leur entretien.

DIFFUSEURS/FESTIVALS :

Intervenants interviewés :

Fabrice Montal, Antitube
Marie-Linda Bilodeau, Viva Maria!

Intervenants pressentis, non interviewés

Philippe Gendreau, FCMM
Jacques Matte, Festival international Abitibi
Festival de la relève, Chicoutimi

Questions :

1) Quel est votre mandat ?

Antitube : diffuser la culture, l'histoire et l'avenir des images en mouvement. Présenter des films et des vidéos indépendants, ainsi que des performances, dans un cadre socio-historique, parfois biographique, à l'intérieur de programmes thématiques.

Viva Maria : Promouvoir et diffuser la vidéo et le cinéma indépendants québécois et, peut-être dans l'avenir, de l'étranger, dans le circuit des maisons de la culture. Créer des rencontres entre les réalisateurs et leur public (les réalisateurs présentent toujours leurs films et des discussions font suite aux projections).

2) Recevez-vous des aides de l'État ?

Antitube : Fonctionnement au CAC et au CALQ plus des subventions par projet.

Viva Maria : subvention du CAM au fonctionnement

3) Ces aides sont-elles liées à des obligations ?

non.

4) Ces aides sont-elles bien adaptées à votre situation ?

Antitube : au CALQ, ils reçoivent de l'aide au fonctionnement, mais ils ne cadrent pas vraiment avec les objectifs du programme, puisqu'ils ne sont pas un centre d'artistes. Ils croient que le Ministère de la culture devrait développer une politique pour la diffusion des films et vidéos, comme il en existe une pour les arts de la scène, ainsi qu'un programme spécial pour éduquer culturellement les étudiants. Par ailleurs, les subventions de fonctionnement ne couvrent pas tous les besoins en ressources humaines, donc ils sont obligés de recourir à des

programmes d'emploi à durée déterminée, ce qui les oblige à employer du personnel pas nécessairement qualifié et qui est constamment renouvelé. Ils préféreraient donc voir leurs budgets de fonctionnement augmenter et ne plus recourir à des programmes d'emploi.

Viva Maria : oui.

5) Êtes-vous déficitaires ? Dans l'affirmative quelles sont les solutions envisageables pour y remédier ?

Non.

6) Comment s'opère votre sélection ?

Antitube : Règle générale, la sélection se fait dans le cadre d'un programme thématique. Parfois les programmes sont composés par des commissaires qu'ils engagent, parfois ils proviennent de partenariat (ex. Cinémathèque québécoise), parfois ils prennent des suggestions, parfois ils sélectionnent eux-mêmes les œuvres.

Viva Maria : ils choisissent eux-mêmes les œuvres, mais effectuent la programmation selon les lieux de projection (si c'est sur le plateau, ça ne sera pas la même programmation qu'à Pierrefonds, par exemple).

7) Quel est le pourcentage de films québécois que vous présentez ?

Antitube : entre 50 et 60%

Viva Maria : 100%

8) Quel est le pourcentage de films **indépendants** québécois que vous présentez ? De vidéos indépendants ?

Antitube : la majorité

Viva Maria : la majorité

9) Présentez-vous des courts métrages ?

oui

10) Présentez-vous des documentaires ?

oui

11) La fréquentation des œuvres indépendantes québécoises est-elle plutôt élevée ou plutôt faible ?

Antitube : env. 90 personnes / séance

Viva Maria : 40-45 personnes / séance

12) Croyez-vous que vos activités ont des répercussions sur la fréquentation des salles ?

Pas vraiment.

13) Avez-vous des besoins en équipement ? En ressources humaines ?

Antitube : ils aimeraient avoir leur propre salle (ils diffusent présentement au Musée de la civilisation et à Méduse) et avoir leurs propres équipements de projection, tous formats. Pour les ressources humaines, ils ne sont que 3 permanents, voir question 4.

Viva Maria : Eux-mêmes n'ont pas de besoins en équipement, mais constatent que les maisons de la culture sont très mal équipées pour la projection, du fait que les arts de la scène accaparent une forte portion de leur budget. La plupart n'ont pas de lecteur Betacam, dvd, 35mm, etc. Pour ce qui est de la promotion, les maisons de la culture pourraient faire plus.

14) Avez-vous de la difficulté à obtenir des copies d'œuvres québécoises ?

Antitube : majoritairement les copies de films plus anciens, c'est donc qu'il y a un problème de conservation au Québec, en particulier pour les films plus commerciaux.

Viva Maria : non.

Conclusions :

Les diffuseurs interviewés manquent de main d'œuvre et d'équipements. Ils font plus ou moins face aux mêmes problèmes que les distributeurs avec les programmes d'emploi. Les programmes de subventions au fonctionnement du CALQ pour la diffusion ne s'adressent normalement qu'aux centres d'artistes et sont administrés à même la section des arts visuels. Il serait souhaitable que le CALQ institue donc une section spécifique pour les organismes en arts médiatiques et qu'à l'intérieur de cette section il reconnaisse formellement le droit aux diffuseurs qui ne sont pas des centres d'artistes de pouvoir bénéficier de l'aide au fonctionnement (surtout quand on songe que ces diffuseurs présentent souvent des œuvres produites par des centres d'artistes).

Les maisons de la culture de Montréal, qui peuvent être utilisées par des diffuseurs pour présenter leurs œuvres, sont très mal équipées pour projeter des œuvres cinématographiques ou vidéographiques. Il faudrait donc qu'elles consacrent une partie plus importante de leur budget pour l'acquisition d'équipements de projection, sinon le cinéma et la vidéo resteront les parents pauvres des maisons de la culture. Enfin, il faudrait davantage soutenir les initiatives qui permettent au public de rencontrer les réalisateurs des œuvres.

LA PROBLÉMATIQUE SPÉCIFIQUE DES RÉGIONS :

Françoise Dugré, Paraloeil

Intervenants pressentis, non interviewés

Denis Bellemare, enseignant
Pierre Demers, ancien enseignant
Productions Virage

Questions :

1) Quel est votre mandat ?

a) Centre d'artistes et banque d'équipements vidéo et multimédia.

b) Diffuser de la vidéo et du cinéma indépendants, surtout québécois, à l'intérieur d'une perspective socio-artistique.

2) Disposez-vous d'aide de l'État ?

Aide par projet (pour le moment) au CAC et au CALQ. Fonds jeunesse régional. Conseil régional de la culture.

3) Cette aide est-elle liée à des obligations ?

non, sauf d'être en région...

4) Cette aide est-elle bien adaptée à votre situation ?

Oui très bien. Reçoivent beaucoup de soutien.

5) Êtes-vous en relation avec votre conseil régional de la culture ? Quels types de ressources vous offre-t-il ? Quels types de ressources devrait-il vous offrir ?

Le Conseil régional de la culture s'est beaucoup amélioré et offre un très grand appui. Il offre une aide financière pour le ressourcement. Conjointement avec le CRD, il offre également une enveloppe régionale, surtout destinée à la relève.

6) Quels sont les impacts de votre intervention en région ?

Excellents. Sensibilise et éduque les publics.

7) Présentez-vous des films indépendants ? Des vidéos indépendants ? Des courts métrages ? Des documentaires ?

Oui, tout cela. Ils présentent 8 à 10 programmes par saison. De plus, Mme Dugré est conservatrice au Musée régional de Rimouski où, chaque février, elle présente de la vidéo d'art et des films sur l'art.

8) Avez-vous des problèmes pour accéder aux copies d'œuvres québécoises ?

Pas vraiment.

9) Selon vous est-il plus facile ou plus difficile d'accéder à des œuvres indépendantes québécoises en région ou en centre urbain ?

Oui et non. En région, les publics sont plus importants au prorata de la population qu'en centre urbain, vu qu'il n'y a pas beaucoup d'activités, alors les gens se déplacent plus volontiers.

10) Selon vous, le public en région est-il moins éduqué cinématographiquement qu'en centre urbain ? (pourquoi ? comment y remédier ?)

Ils sont peut-être moins éduqués, mais sont nettement plus curieux.

11) Croyez-vous qu'il y aurait un public suffisant pour maintenir des cinémathèques régionales, telles que celles de l'ONF à l'époque ?

Oui, tout à fait.

12) Quelles sont vos ressources humaines ? Manquez-vous de ressources humaines ?

En ce moment, ils manquent de ressources humaines. Ils seront trois employés l'an prochain, ce qui sera mieux, mais ça pourrait être davantage.

13) Quels sont vos équipements ? Avez-vous des besoins en équipement ?

Ils manquent d'équipements de diffusion, mais résolvent ce problème pour le moment par des partenariats. Une demande est en cours au CAC. Ils n'ont pas de site web.

Conclusions :

Une initiative telle que Paral'œil est exemplaire et il serait souhaitable que de pareils projets soient encouragés par l'État et voient le jour dans toutes les régions du Québec. Il faudrait par contre augmenter leur financement pour éviter qu'ils fassent face à des pénuries de main d'œuvre. Hormis ce qui a déjà été dit ici sur les salles de cinéma et les vidéoclubs en région, on peut se demander si

l'institution de cinémathèques régionales, telles que celles de l'ONF à l'époque, ne serait pas souhaitable. Le fait est que les publics régionaux ont faim d'œuvres différentes, issues de notre cinématographie nationale, mais qu'ils trouvent bien peu à se mettre sous la dent. Peut-être pourrait-on songer à utiliser le réseau déjà existant des bibliothèques publiques, en augmentant leur budget en conséquence.

AIDES D'ÉTAT :

Joëlle Levie et Marie Potvin, SODEC
Jean-Laurent Bélanger, Conseil régional de la culture du Coeur-du-Québec
Lise Dandurand et Richard Beaulieu, Téléfilm Canada

Intervenants pressentis, non interviewés

Zainub Verjee, CAC (interviewé par Chantal Molleur)
Yvon Bergeron, CALQ (interviewé par Chantal Molleur)

Questions :

1) Quel est votre mandat ?

SODEC : soutenir le développement de la culture québécoise

TFC : Téléfilm Canada est un investisseur culturel. Sa mission est d'offrir à l'industrie un appui financier et stratégique visant la production d'œuvres de grande qualité qui reflètent la société canadienne, avec sa dualité linguistique et sa diversité culturelle, et favorisant la distribution la plus large possible de ces œuvres au Canada et à l'étranger.

CRC : Rassembler et représenter les artistes professionnels ainsi que les diffuseurs et organismes culturels des régions Mauricie et Centre du Québec; Assurer la promotion et la prise en compte des intérêts artistiques et culturels auprès des diverses instances régionales et nationales en ayant comme objectif premier le développement des arts et de la culture.

2) Quels sont les programmes de financement existants pour la distribution/diffusion ? Avez-vous des programmes spécifiques pour les indépendants ?

SODEC : Aide à la diffusion (mise en marché, incluant une section pour les indépendants), comprenant un volet spécial pour la mise en marché dans les vidéoclubs, aide aux propriétaires de salles (promotion et rénovations-équipements), aide aux festivals, aide pour des projets spéciaux de diffusion, aide aux jeunes créateurs (volet distribution).

La SODEC avait un programme spécifique pour la mise en marché d'œuvres indépendantes, mais ce programme est en cours de révision. C'est-à-dire qu'elle compte retirer son soutien à la collection (plans de mise en marché globaux) pour les distributeurs indépendants : l'aide ne se fera plus que projet par projet, en accordant priorité aux œuvres ayant bénéficié du soutien de la SODEC en production. Cependant, elle ne compte pas totalement abandonner les

distributeurs indépendants. Selon la SODEC, cette aide devrait provenir plutôt du CALQ. Aussi, elle s'est fixé pour objectif de développer davantage le dialogue entre les deux organismes et de d'instaurer une meilleure complémentarité des programmes entre ceux-ci.

TFC : Aide sélective au marketing pour les longs métrages, aide à l'acquisition (minimums garantis – qui sera abolie très prochainement), enveloppe pour les distributeurs selon la performance (anciennement fonds de long métrage), aide au doublage et sous-titrage, projet pilote d'aide à la distribution de films d'auteur en région (Québec seulement), bureau des festivals (aide pour envoyer les copies à des festivals étrangers, offrir un soutien logistique, etc.)

Il n'y pas en distribution de programmes spécifiques pour les indépendants. À titre exceptionnel, ils peuvent investir dans la mise en marché d'un documentaire (n'oublions pas que pour TFC, un documentaire, c'est de la télévision et non pas du cinéma) ou d'un court ou moyen métrage.

CRC : Enveloppe pour trois ans, de 100000\$ par année, pour des projets spéciaux (50% CALQ, 50% CRD)

Pas de programme spécifique pour les indépendants, mais on peut assumer que ces subventions s'adressent tout particulièrement à eux.

3) Sont-ils assortis d'obligation (ratio d'œuvres québécoises, etc.) ?

Aucun ne l'est.

4) Quelles sont les lacunes que vous entrevoyez dans vos programmes d'aide en distribution/diffusion ? Y a-t-il des marchés moins bien desservis que d'autres ?

SODEC : Il faudrait améliorer d'une façon générale la diffusion en région, qui fut trop souvent négligée. Peut-être serait-il envisageable de développer un réseau régional de vidéoclubs qui diffuseraient du cinéma québécois (peut-être en utilisant le réseau déjà existant des bibliothèques publiques). Sinon, il faudrait améliorer le soutien aux exploitants de salle en région et développer davantage la concertation avec ceux-ci. Il faudrait également développer l'éducation cinématographique, entreprendre un dialogue plus poussé avec le Ministère de l'éducation.

TFC : Il faudrait soutenir l'éducation cinématographique.

CRC : Développer des programmes d'emploi régionaux pour les projets aidés.

5) Quel est le ratio entre les sommes investies dans la production et celles investies dans la distribution/diffusion ?

SODEC : Dans les programmes réguliers (incluant scénarisation et production vs mise en marché, festivals, etc.) : 25 %. Au programme Jeunes créateurs : environ 5%.

TFC : 44%. Cependant, cela ne tient pas compte des sommes énormes investies dans le Programme de participation au capital (FCT), au détriment des longs métrages, comme l'expliquaient Michel Houle et Pierre Juneau, il y a plusieurs années, dans des rapports différents.

6) Croyez-vous que les œuvres que subventionnez en production connaissent une diffusion suffisante ? Sinon, quelles solutions entrevoyez-vous ?

Selon TFC, les films aidés en production doivent déjà posséder un plan de mise en marché, ce qui leur assure une diffusion adéquate. Presque tous les films aidés à la production jouissent d'une aide à la distribution, autant à la SODEC qu'à TFC.

7) À quoi attribuez-vous le peu de présence des œuvres québécoises en salle et leur faible box office ?

TFC soutient que tous les films québécois qu'il subventionne sortent en salle, et qu'il n'y a aucun problème pour eux à se trouver une place. La SODEC croit tout de même qu'il faudrait songer à améliorer la couverture médiatique en faisant plus d'efforts de communication.

8) Croyez-vous que l'instauration d'un système de quotas (tel qu'au CRTC) obligeant les exploitants de salle à présenter un certain nombre d'œuvres québécoises annuellement serait souhaitable et bienvenue ?

Si TFC préfère ne pas répondre à cette question, la SODEC, elle croit que ce serait une idée plutôt mauvaise, qui ne serait jamais acceptée par les exploitants de salle : on ne peut pas forcer les gens à voir ce qu'on désire qu'ils voient. Par contre, il serait peut-être envisageable, toujours selon la SODEC, d'exiger que les gros complexes de salles réservent au moins une de leurs salles au cinéma québécois.

9) Avez-vous des ententes avec le ministère de l'éducation du Québec ou d'autres intervenants pour éduquer et sensibiliser le jeune public aux œuvres québécoises ?

voir question 4

10) Faites-vous des efforts spécifiques pour le rayonnement des œuvres en région ?

La SODEC, veut améliorer le soutien aux régions, elle participe déjà, d'une certaine manière, au rayonnement des films en région, à travers le financement qu'elle offre à l'ACPQ et aux différents festivals en région. TFC a mis sur pied tout récemment un projet pilote d'aide à la distribution de films d'auteur en région (au Québec seulement). « Ce programme s'adresse aux distributeurs et exploitants de salles du Québec. L'exploitant de salles qui désire participer à ce programme doit en faire la demande au distributeur et doit s'engager auprès de Téléfilm Canada à développer une stratégie de promotion et de publicité spécifique à sa région. La sortie du film dans la région de l'exploitant qui fait la demande devra coïncider avec la sortie dans les grands centres tels que Montréal, Québec, Trois-Rivières, Sherbrooke et Hull. L'aide de Téléfilm Canada prendra la forme d'une subvention (pour une copie et les frais de promotion et de publicité pour chaque ville ou région où le film sera présenté), représentant environ 20 000 \$ par film. Sur signature de l'entente avec le distributeur, Téléfilm Canada versera au distributeur 75% de la somme nécessaire pour la sortie en région et remettra le solde de 25% sur réception d'un rapport et des pièces justificatives. Tous les films dont la programmation est inférieure à dix copies, et dont le budget de marketing est inférieur à 200 000\$, sont admissibles à ce programme. »

11) Faites-vous des efforts spécifiques pour la diffusion des œuvres sur internet ?

Pas encore.

12) Croyez-vous que la mise sur pied d'un réseau de salles de type art et essai, tel qu'en France, soit possible au Québec ?

La SODEC et Téléfilm ne croient pas qu'il y ait un public de cinéphiles suffisamment large pour ça. Ils nous renvoient au Réseau Plus et à Alex Films.

13) Croyez-vous possible de financer au moins une salle de cinéma/vidéo à Montréal et à Québec qui serait exclusivement dédiée à la présentation d'œuvres québécoises, i.e. que vous subventionnez en production ?

La SODEC et TFC s'accordent à dire que la production annuelle québécoise n'est pas assez importante pour cela.

14) Les distributeurs indépendants se plaignent de devoir constamment avancer les sommes pour la mise en marché de leurs œuvres avant d'en recevoir le financement. Croyez-vous qu'il serait possible de leur offrir une marge de crédit ?

Selon la SODEC, les distributeurs déposent souvent leurs demandes à la dernière minute, ce qui est la cause majeure de leurs manques de liquidités. Sinon, il serait extrêmement compliqué de leur offrir une marge de crédit, car il faudrait faire des études comptables fort complexes. Quant à TFC, ils estiment

que l'enveloppe aux distributeurs selon la performance devrait régler le problème. En ce qui concerne les distributeurs qui n'ont pas accès à cette enveloppe, TFC soutient qu'elle donne tout de même 50% des sommes investies dès la signature du contrat pour la mise en marché, le reste étant versé lors du rapport de coûts final.

Note : le CRC n'a que deux personnes à son emploi et compte en engager une troisième sous peu.

Conclusions :

Téléfilm Canada a pris une tangente extrêmement favorable à l'industrie, sans donner les moyens à de nouveaux joueurs pour faire leur entrée dans le club très sélect des distributeurs qu'il finance. Les indépendants se retrouvent donc coincés et cela s'avère menaçant pour notre cinématographie et pour les règles de la saine concurrence. Le nouveau fonds qui alloue des enveloppes aux distributeurs selon leur performance au box-office institue une oligarchie et n'est, selon moi, pas très honnête. En effet, premièrement, si TFC veut absolument mesurer la performance des distributeurs, il ne devrait pas regarder les chiffres absolus du box-office, mais s'attarder à examiner la rentabilité de ces distributeurs (i.e. le retour sur investissement). Par exemple, si un distributeur indépendant a obtenu 20000\$ pour mettre en marché un film qui a rapporté 15000\$ au box-office (soit 75% de l'investissement), celui-ci devrait être davantage récompensé qu'un distributeur industriel qui a obtenu 100000\$ pour mettre en marché un film qui n'a rapporté que 50000\$ au box-office (soit 50% de l'investissement). Cette méthode de calcul est certes injuste pour les distributeurs indépendants, mais elle démontre également une mauvaise gestion des argents publics qui floue le contribuable.

Ensuite, si Téléfilm Canada ne finance plus les minimums garantis autrement qu'à travers ces enveloppes, comment les indépendants – ou de nouveaux joueurs – pourraient-ils espérer y avoir droit un jour, sinon en s'endettant lourdement auprès d'une institution financière ? Comment obtenir une bonne performance au box-office avec des films qu'on ne peut acquérir ?

Aussi, les montants minimums de box-office (455000\$) que les distributeurs francophones doivent atteindre pour se qualifier à ce nouveau fonds, sont totalement disproportionnées par rapport à ceux des distributeurs anglophones (240000\$), ce malgré le fait que les anglophones aient un marché beaucoup plus vaste que les francophones. On nage en pleine absurdité !

Par ailleurs, TFC ne finance pas la diffusion du court ou moyen métrage, du documentaire (qu'il considère comme de télévision) ou de la vidéo, sauf rares exceptions. Ceci est proprement inacceptable. La majorité du budget de TFC est consacrée à la télévision, et cela malgré les fortes objections du rapport Juneau,

qui rappelait à TFC son mandat (d'ailleurs TFC s'appelle toujours officiellement la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne).

Enfin, il faut cependant rendre hommage à TFC pour son programme expérimental de diffusion régionale. Cette initiative est intelligente et fort stimulante. Elle semble en mesure de résoudre une bonne partie du problème auquel font face les exploitants de salle en région.

En ce qui a trait à la SODEC, on ne peut que déplorer sa décision de réviser son programme d'aide à la mise en marché, secteur indépendant (en coupant – ou presque – tout financement aux œuvres qu'elle n'a pas soutenues en production), sauf si le flambeau est repris, comme elle le désire, par le CALQ.

Au programme Jeunes Créateurs, on constate une énorme disproportion entre les sommes investies en production et celles investies en distribution. Aussi, la SODEC devrait songer à augmenter les sommes allouées pour la distribution des œuvres dans ce programme, sinon elles seront probablement condamnées à rester sur les tablettes.

Il faudrait par ailleurs insister pour que la SODEC développe des programmes afin d'améliorer la diffusion en région, surtout qu'elle semble être consciente du problème et qu'elle semble avoir la volonté d'y remédier. Il faudrait probablement insister également sur le développement d'une forme d'aide pour le marché des vidéoclubs. Et, enfin, il faudrait insister pour que la SODEC développe des partenariats avec le milieu de l'éducation pour mettre sur pieds des programmes de sensibilisation et d'éducation des publics de demain.

Finalement, en ce qui a trait aux conseils régionaux de la culture, il semble qu'ils manquent foncièrement de ressources (autant d'employés que de fonds) et que cet instrument, conçu avec de bonnes intentions et avec intelligence, devrait bénéficier d'une attention de premier ordre de la part du Ministère de la culture. On constate que, généralement, le cinéma et la vidéo sont les parents pauvres des CRC, probablement du fait qu'il y a beaucoup plus de plasticiens, d'artistes de la scène et d'écrivains que de cinéastes et vidéastes en région. Mais peut-être les CRC pourraient-ils jouer un rôle de rassembleur et d'initiateur en matière de diffusion de la vidéo et du cinéma indépendants. Servir « d'antennes régionales » du CALQ ne veut pas dire grand chose si on ne leur donne pas des moyens substantiels pour développer la culture en région, où il existe très peu d'infrastructures culturelles, particulièrement en matière d'arts médiatiques. Bref, si on constate une volonté conceptuelle d'améliorer la promotion et la diffusion des arts en région, on a de la difficulté à percevoir une réelle volonté financière qui devrait accompagner la première.

ÉDUCATION DU PUBLIC :

Intervenants interviewés :

Steve Francoeur, L'œil cinéma (Cf. ACPQ)

Intervenants pressentis, non interviewés

Le programme d'études en éducation cinématographique de la Commission scolaire Des Phares (Rimouski)

Ministère de l'éducation

CEQ

Questions :

1) Quel est votre mandat ?

Permettre aux jeunes de développer leur sens critique et leur capacité d'analyse relativement à l'image et plus particulièrement au langage cinématographique. L'œil cinéma vise également à stimuler chez eux le plaisir de découvrir des œuvres de qualité et à les ouvrir aux richesses du patrimoine cinématographique mondial.

L'œil cinéma s'adresse exclusivement aux écoles secondaires. Il offre gratuitement aux enseignants du matériel pédagogique (cahiers d'accompagnement, cdrom, cassettes vidéo), une formation pour comprendre le programme et les métiers du cinéma, ainsi que de l'équipement de projection vidéo (sur demande).

L'apprentissage du langage cinématographique se fait par thématiques cinématographiques (le documentaire, le montage, etc.) qui encadrent d'autres thématiques plus générales (histoire, français, enseignement moral, etc.).

L'œil cinéma fut développé de façon phénoménale (de 5 écoles participantes en 1995, à plus de 100 aujourd'hui) et est administré par l'ACPQ. L'œil cinéma a par ailleurs développé des partenariats avec Télé-Québec et l'ONF.

Enfin, l'ACPQ offre également des ateliers pratiques de formation cinématographique pour les 8-14 ans.

2) Quels sont les impacts de ces programmes sur la cinéphilie ?

Très importants. Les élèves développent une connaissance beaucoup plus aigüe de la grammaire cinématographique, ainsi qu'un esprit critique et analytique général. L'influence sur les goûts et l'appétit des jeunes en matière de cinéma

est très forte et très positive. Détail révélateur, les jeunes, suite au programme, regardent maintenant les génériques des films qu'ils louent au vidéoclub. Le programme a touché 58000 élèves l'an dernier.

4) Quelle est la perception que votre clientèle a des œuvres québécoises avant votre intervention ? Après ?

Suite au programme, les jeunes comprennent mieux la pratique, les moyens et l'esthétique des films québécois par rapport aux films hollywoodiens.

5) Quelles sont les lacunes en éducation cinématographique ?

Les jeunes passent en moyenne 28h00 devant la télévision, un jeu vidéo ou le grand écran, i.e. plus d'heures qu'ils n'en passent à l'école. Mais ils ne savent pas lire et analyser les images qu'ils voient. Le programme améliore grandement cette situation lamentable.

6) À l'intérieur de vos activités présentez-vous des vidéos et/ou des films indépendants québécois ?
Quel pourcentage ?

Près de 50% de films québécois. Pas vraiment de films indépendants.

7) Comment évaluez-vous les possibilités de développer davantage de programmes ?

Au niveau primaire et collégial, il n'y a aucun programme du genre.

Conclusions :

Eu égard au programme L'œil cinéma, il y a tout lieu d'être optimiste : en quelques années à peine le programme s'est développé de façon fulgurante et ses retombées sont extraordinaires. Mais malgré sa qualité et sa pertinence, le programme est assez mal financé. Les fonds disponibles pourraient largement être augmentés. En Belgique, un programme similaire, administré par le centre culturel Les Grignoux, emploie près de 50 personnes ! En France, tous les lycées sont pourvus d'un projecteur vidéo. Il n'y a pas à dire, l'éducation des publics est la clé du succès des films indépendants – et des films québécois en général – sur tous les marchés. Étant donné que la télévision publique ne joue absolument pas son rôle d'éducateur, c'est donc aux écoles que revient cette tâche essentielle pour l'avenir de notre cinématographie, mais également pour la formation de citoyens avec un sens critique plus aiguisé en matière audiovisuelle. Par ailleurs, il faudrait impérativement songer à développer des programmes tel que L'œil cinéma au primaire et au collégial : pourquoi pas en augmentant tout simplement, mais substantiellement, les moyens de l'ACPC qui

pourrait ainsi rejoindre les jeunes de tous âges. L'ACPQ a développé une réelle compétence en cette matière et devrait être récompensée en conséquence et soutenue davantage.

Enfin, il est impératif que toutes les instances concernées effectuent rapidement une concertation qui ne soit pas condamnée à rester lettre morte et développent davantage les partenariats et les collaborations entre les milieux de l'éducation et des arts médiatiques.

L'auteur tient à remercier tous les intervenants qui ont généreusement accepté de répondre à ses questions, ainsi que mesdames Chantal Molleur et Barbara Ulrich.

Terminé à Montréal, ce 22 avril 2002.

Copyright CQAM 2002

ANNEXES

Questionnaires sur le rayonnement des vidéos et films indépendants au Québec

DISTRIBUTEURS:

MARCHÉS :

Quels sont vos marchés les plus lucratifs ?
Les moins lucratifs ?

Sentez-vous une plus grande ouverture d'esprit en termes de programmation à la télévision depuis quelques années, ou l'inverse ?

Rencontrez-vous des problèmes pour trouver des salles pour lancer vos œuvres?

Avez-vous des problèmes à lancer vos films en salle avant les passages télévisuels négociés par les producteurs ?

Que pensez-vous des ententes entre Télé-Québec et les producteurs qui sont tenus de leur céder des droits sur les marchés éducatifs ?

Avez-vous plus de difficultés à vendre vos œuvres sur les marchés éducatifs et sociaux, vu les baisses de budget affectant ces organismes ?

Trouvez-vous que l'ONF exerce une concurrence déloyale, en vendant à rabais ses œuvres ?

Avez-vous de la difficulté à percer le marché des clubs vidéo ?

Faites-vous des efforts spécifiques pour distribuer vos œuvres en région ?

Trouvez-vous réaliste l'idée de diffuser vos œuvres via internet ?

Avez-vous eu connaissance que certaines de vos œuvres étaient piratées ?

Avez-vous des problèmes quant à la perception de vos droits sur certains marchés ?

AIDES DE L'ÉTAT :

Trouvez-vous les programmes d'aide de l'État mal adaptés à votre situation ?

Avez-vous accès au fonds d'acquisition de long métrage de Téléfilm Canada ?

Êtes-vous parfois obligé d'avancer des sommes pour la mise en marché des œuvres avant de recevoir les aides de la Sodec et de Téléfilm ?

Les aides de l'État pour la mise en marché sont-elles suffisantes pour promouvoir adéquatement vos œuvres ?

RESSOURCES :

Manquez-vous d'équipements qui seraient nécessaires à votre travail (informatique, réseautique, etc.) ?

Vos ressources humaines sont-elles suffisantes pour la tâche que vous avez à accomplir ? Sinon, quels types de ressources humaines vous font défaut ?

Assumez-vous vous-mêmes tous les coûts inhérents aux festivals (inscriptions, transport des copies, etc.) ou est-ce à la charge des producteurs ?

VARIA :

Trouvez-vous que les œuvres indépendantes souffrent d'une mauvaise couverture médiatique ?

EXPLOITANTS DE SALLE :

Quelle est votre définition de la vidéo et du cinéma indépendants ?

Quel est le ratio de films québécois projetés ?

Quel est le ratio de films québécois **indépendants** projetés ?

Quel est le pourcentage de votre box office pour les films québécois ?
Pour les films indépendants ?

Pourquoi ne pas présenter plus de films québécois ?

Les films qui attirent le plus de spectateurs sont-ils nécessairement ceux qui ont un plus gros budget de marketing ?

Quelles sont les incidences démographiques sur la fréquentation des films québécois ?

Disposez-vous de financement de l'État québécois ?

Ce financement est-il lié à des obligations de présenter des films québécois ?
Que penseriez-vous de l'instauration d'un système de quotas pour obliger les exploitants de salles à présenter un certain pourcentage d'œuvres québécoises annuellement ?

Le financement que vous recevez est-il bien adapté à votre situation ?

Présentez-vous des courts métrages québécois ?

Combien par année ?

Pourquoi ne pas en présenter plus ?

Présentez-vous des documentaires ?

Combien par année ?

Pourquoi ne pas en présenter plus ?

Vos salles sont-elles équipées pour présenter du 16mm ?

De la vidéo ?

Pensez-vous éventuellement faire le saut vers le numérique ?

Avez-vous un problème pour accéder aux copies de films québécois ?

Serait-il envisageable, selon vous, de financer un réseau voué à la diffusion des films québécois, genre art et essai, en France ?

Pourquoi, selon vous, la plupart des salles de répertoire sont disparues ?

Y a-t-il des problèmes de promotion lors de la sortie des films québécois ?

Est-ce que les festivals ont une incidence sur la fréquentation de vos salles ?

TÉLÉDIFFUSEURS :

Quel est votre mandat ?

Quel est le pourcentage de votre budget qui provient de la publicité ?

De l'État ?

D'autres sources ?

Quel est votre budget annuel d'acquisition (œuvres terminées) ?

Votre budget d'investissement en production ?

Quel est votre budget de promotion annuel ?

Vos budgets ont-ils augmenté ou décréu depuis les dernières années ?

Comment s'opère la sélection des œuvres ?

Quelle est votre définition de la vidéo et du cinéma indépendants ?

Quelles sont les cases disponibles pour la vidéo et le cinéma indépendants québécois ?

Quel est le pourcentage d'œuvres québécoises dans votre programmation annuelle ?

Quel est le pourcentage d'œuvres **indépendantes** québécoises dans votre programmation annuelle ?

Les cotes d'écoutes sont-elles plutôt bonnes ou plutôt mauvaises pour les œuvres indépendantes québécoises ?

Pourquoi ne présentez-vous pas davantage de films et vidéos indépendants québécois ?

Présentez-vous des courts métrages québécois ?
Combien ?

Des documentaires ?
Combien ?

Des œuvres vidéo ?
Combien ?

Présentez-vous des émissions d'information sur le cinéma où il est question d'œuvres indépendantes québécoises ?

VIDÉOCLUBS :

Quelle est votre définition de la vidéo et du cinéma indépendants ?

Disposez-vous d'aide de l'État ?

Cette aide est-elle soumise à des conditions ? Lesquelles ?

Cette aide est-elle bien adaptée à votre situation ?

Quelle quantité de titres québécois avez-vous en rayon ?
Ce qui fait quel pourcentage de votre collection ?

Quelle quantité d'œuvres indépendantes ?

Pourquoi ne pas acquérir plus d'œuvres indépendantes québécoises ?

Dans quelle section sont classés vos films québécois ?

Comment s'opère votre sélection ?

Éprouvez-vous de la difficulté à obtenir des copies de certains titres québécois ?

Si l'État finançait une partie du prix de l'acquisition de vidéocassettes d'œuvres québécoises, seriez-vous plus intéressé à en tenir dans vos rayons ?

Avez-vous en rayon des œuvres de la collection « Cinéma d'ici » ?
Est-ce qu'il y a une demande pour ces titres ?

INSTITUTIONS D'ENSEIGNEMENT :

Quel est votre budget d'acquisition annuel ?

Quel est votre budget de location annuel ?

Ces budgets ont-ils augmenté ou décru depuis les cinq dernières années ?

Jugez-vous ces budgets suffisants ?

Comment s'opère votre sélection ?

Quelle est votre définition de la vidéo et du cinéma indépendants ?

Quel est le pourcentage d'œuvres québécoises de votre collection ?

Quel est le pourcentage d'œuvres québécoises **indépendantes** de votre collection ?

Achetez-vous également des vidéos indépendantes ?

Quelle diffusion les œuvres que vous achetez connaissent-elles ?
En classe ? En bibliothèque ? En auditorium ?

Offrez-vous un encadrement lors de certaines projections (discussions) ?

En quoi jugez-vous utile la présentation d'œuvres audio-visuelles pour vos élèves/étudiants ?

Êtes-vous satisfait des impacts des visionnements des œuvres auprès de votre clientèle ?

CINÉ-CLUBS :

Quel est votre mandat ?

Quel est votre budget annuel ?

Disposez-vous d'aide de l'État ? Quelles sont vos sources de financement ?

Votre survie est-elle menacée ?

Quel est le prix d'entrée pour vos projections ?

Quelle est la fréquence de vos projections ? Opérez-vous à l'année longue ?

De quels équipements disposez-vous ?

Quelles sont vos ressources humaines ?

Quelle est votre définition de la vidéo et du cinéma indépendants ?

Quel est le pourcentage d'œuvres québécoises que vous présentez ?

Quel est le pourcentage d'œuvres **indépendantes** québécoises que vous présentez ?

Présentez-vous des vidéos indépendantes ?

Présentez-vous des courts métrages ? Des documentaires ?

Avez-vous de la difficulté à obtenir des copies d'œuvres québécoises ?

Quelle est la fréquentation moyenne de vos projections ?

Quelle est la fréquentation moyenne de vos projections pour des œuvres indépendantes québécoises ?

DIFFUSEURS/FESTIVALS :

Quel est votre mandat ?

Recevez-vous des aides de l'État ?

Ces aides sont-elles liées à des obligations ?

Ces aides sont-elles bien adaptées à votre situation ?

Êtes-vous déficitaires ?

Dans l'affirmative quelles sont les solutions envisageables pour y remédier ?

Comment s'opère votre sélection ?

Avez-vous des frais d'inscription ? Pourquoi ?

Quelle est votre définition de la vidéo et du cinéma indépendants ?

Quel est le pourcentage de films québécois que vous présentez ?

Quel est le pourcentage de films **indépendants** québécois que vous présentez ?
De vidéos indépendants ?

Présentez-vous des courts métrages ?

Présentez-vous des documentaires ?

La fréquentation des œuvres indépendantes québécoises est-elle plutôt élevée
ou plutôt faible ?

Croyez-vous que vos activités ont des répercussions sur la fréquentation des
salles ?

Avez-vous des besoins en équipement ? En ressources humaines ?

LA PROBLÉMATIQUE SPÉCIFIQUE DES RÉGIONS :

Quel est votre mandat ?

Disposez-vous d'aide de l'État ?

Cette aide est-elle liée à des obligations ?

Cette aide est-elle bien adaptée à votre situation ?

Êtes-vous en relation avec votre commission régionale de la culture ?

Quels types de ressources vous offre-t-elle ?

Quels types de ressources devrait-elle vous offrir ?

Quels sont les impacts de votre intervention en région ?

Quelle est votre définition de la vidéo et du cinéma indépendants ?

Présentez-vous des films indépendants ?

Des vidéos indépendants ?

Des courts métrages ? Des documentaires ?

Avez-vous des problèmes pour accéder aux copies d'œuvres québécoises ?

Selon vous est-il plus facile ou plus difficile d'accéder à des œuvres indépendantes québécoises en région ou en centre urbain ?

Selon vous, le public en région est-il moins éduqué cinématographiquement qu'en centre urbain ? (pourquoi ? comment y remédier ?)

Croyez-vous qu'il y aurait un public suffisant pour maintenir des cinémathèques régionales, telles que celles de l'ONF à l'époque ?

Quelles sont vos ressources humaines ?

Manquez-vous de ressources humaines ?

Quels sont vos équipements ?

Avez-vous des besoins en équipement ?

AIDES D'ÉTAT :

Quel est votre mandat ?

Quelle est votre définition de la vidéo et du cinéma indépendants ?

Quels sont les programmes de financement existants pour la distribution/diffusion ?

Avez-vous des programmes spécifiques pour les indépendants ?

Sont-ils assortis d'obligation (ratio d'œuvres québécoises, etc.) ?

Quelles sont les lacunes que vous entrevoyez dans vos programmes d'aide en distribution/diffusion ? Y a-t-il des marchés moins bien desservis que d'autres ?

Quel est le ratio entre les sommes investies dans la production et celles investies dans la distribution/diffusion ?

Croyez-vous que les œuvres que subventionnez en production connaissent une diffusion suffisante ?

Sinon, quelles solutions entrevoyez-vous ?

À quoi attribuez-vous le peu de présence des œuvres québécoises en salle et leur faible box office ?

Croyez-vous que l'instauration d'un système de quotas (tel qu'au CRTC) obligeant les exploitants de salle à présenter un certain nombre d'œuvres québécoises annuellement serait souhaitable et bienvenue ?

Croyez-vous que d'autres mesures protectionnistes pourraient aider le cinéma québécois face au géant hollywoodien ?

Est-ce réaliste dans le cadre de l'Aléna et de l'OMC ?

Craignez-vous des mesures de rétorsion de la part de la MPAA ?

Avez-vous des ententes avec le ministère de l'éducation du Québec ou d'autres intervenants pour éduquer et sensibiliser le jeune public aux œuvres québécoises ?

Faites-vous des efforts spécifiques pour le rayonnement des œuvres en région ?

Faites-vous des efforts spécifiques pour la diffusion des œuvres sur internet ?

Croyez-vous que la mise sur pied d'un réseau de salles de type art et essai, tel qu'en France, soit possible au Québec ?

Croyez-vous possible de financer au moins une salle de cinéma/vidéo à Montréal et à Québec qui serait exclusivement dédiée à la présentation d'œuvres québécoises, i.e. que vous subventionnez en production ?

Trouvez-vous absurde l'idée que les télévisions publiques doivent payer pour l'achat d'œuvres que l'État a subventionné à 100% ?

Croyez-vous qu'il serait envisageable de subventionner les ressources humaines – si le ministère dont vous dépendez augmentait votre enveloppe en conséquence – plutôt que d'obliger les différents intervenants de la vidéo et du cinéma indépendants à constamment recourir à des programmes d'emplois qui occasionnent un perpétuel changement de personnel ?

Les distributeurs indépendants se plaignent de devoir constamment avancer les sommes pour la mise en marché de leurs œuvres avant d'en recevoir le financement. Croyez-vous qu'il serait possible de leur offrir une marge de crédit ?

ÉDUCATION DU PUBLIC :

Quel est votre mandat ?

Quelle est votre définition de la vidéo et du cinéma indépendants ?

Quels sont les programmes existants pour sensibiliser la population à un cinéma non hollywoodien ?

Quels sont les impacts de ces programmes sur la cinéphilie ?

Quelle est la perception que votre clientèle a des œuvres québécoises avant votre intervention ? Après ?

Quelles sont les lacunes en éducation cinématographique ?

À l'intérieur de vos activités présentez-vous des vidéos et/ou des films indépendants québécois ?

Quel pourcentage ?

Comment évaluez-vous les possibilités de développer davantage de programmes ?

À quoi devrait s'attarder les intervenants ?