

Questions aux institutions Halte à la tyrannie du box-office !

Philippe Gajan

Number 162, June–July 2013

Industrie en crise. Cinéma en mutation !

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/69321ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

24/30 I/S

ISSN

0707-9389 (print)

1923-5097 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Gajan, P. (2013). Questions aux institutions : halte à la tyrannie du box-office !
24 images, (162), 10–12.

Questions aux institutions

HALTE À LA TYRANNIE DU BOX-OFFICE!

par Philippe Gajan



BESTIAIRE de Denis Côté. Moins de 500 spectateurs lors de sa sortie à Montréal, alors que le film circule partout sur la planète.

LE CINÉMA A 100 ANS ET DES POUSSIÈRES... JEUNE ET VIEUX À LA FOIS. LA SALLE DE CINÉMA, OBJET DE TOUS LES désirs et de tous les fantasmes, n'a cessé de se transformer, tant dans son architecture que dans ses objectifs. Rien de nouveau jusque-là. L'arrivée de la télévision puis de la vidéo domestique a chaque fois ébranlé le temple. Il est encore debout, son nouvel avatar s'appelle multiplexe et il se veut de plus en plus immersif. En Amérique du Nord, il présente des taux d'occupation d'environ 10%. Qu'à cela ne tienne, le véritable but affiché par ces temples du divertissement n'est pas de servir le cinéma mais de se servir du cinéma pour favoriser leur achalandage et la consommation. Surtout la consommation, une consommation de masse qui répond aux lois de l'offre et de la demande. Du pain et des jeux à l'ère de la société du spectacle.

D'où l'objet de ce dossier, l'idée, l'évidence que le (ou les) cinéma(s), en mutation, ne saurai(en)t se limiter à un rôle d'appât pour multiplexe, ce qu'ils n'ont pas les moyens ni la volonté d'être de toute manière. Cela tombe bien, car cette mutation vient en premier lieu contester la suprématie, pour ne pas dire la fonction dictatoriale, de la sacro-sainte sortie commerciale. Car il y a belle lurette que la salle de cinéma a perdu la bataille de l'accès au cinéma. À l'ère du numérique, de la prolifération des nouvelles plateformes, elle a – donc ? également ? – perdu son rôle de temple de la cinéphilie (sauf peut-être symboliquement). Bien entendu les cinéastes continuent de créer et de rêver pour le grand écran (et c'est tant mieux). Mais ils créent avant tout pour le spectateur, quel qu'il soit, où qu'il soit. Et il se trouve que ce

spectateur est bien réel mais qu'il n'est pas forcément au rendez-vous en salle. S'il n'est pas en salle, il déploie pourtant des trésors d'imagination pour traquer les œuvres sur le Net notamment. En fait, il n'y a probablement jamais eu autant de spectateurs (potentiellement) pour tous ces cinémas. Et au détour d'un festival ou d'une causerie, d'un cinéclub ou d'une rétrospective, le cinéaste croise d'ailleurs ce spectateur, « allumé », passionné, souvent cinéphage. C'est là désormais le nouvel enjeu de la salle, comme le soulignait Gérard Grugeau : la rencontre, plus peut-être, l'idée de se forger un imaginaire commun. Car les communautés virtuelles n'hésitent pas à se « matérialiser » d'où l'idée que l'on regagnera la salle par Internet (parlons-en avec les musiciens). En d'autres mots, misons sur cet extraordinaire moment où l'accès aux



HADEWIJCH. Bruno Dumont, cinéaste de festival? Et pourquoi pas?

œuvres de tous types n'est plus limité par la volonté de quelques programmeurs (télés, festivals, salles, etc.) démiurges et surtout par l'impitoyable juge qu'est le box-office. Ou alors parlons du véritable box-office, celui qui devrait être mesuré sur l'ensemble de ces plateformes, qui devrait comptabiliser des individus et non des dollars et surtout, surtout, qui devrait être mesuré sur une période beaucoup plus longue! À moins de considérer qu'un film est périssable tel un mouchoir jetable, il n'y a aucune raison de ne pas tenir compte de sa destinée face à l'histoire. Après tout, ne dit-on pas que le *Snow White* de Disney ne fut « rentable » qu'après près d'un demi-siècle d'exploitation?

LES FILMS DE FESTIVAL

Rencontré en 2010 lors de son passage à Montréal, Bruno Dumont, questionné sur le fait de voir systématiquement son nom (et son œuvre) juxtaposés à l'appellation (infamante?) de film de festival, répondait très lucidement que, comme tout cinéaste, il souhaite que ses films soient vus. Et si les festivals étaient le meilleur endroit pour que cette rencontre entre le public et ses films ait lieu, alors... parfait! Voilà de quoi alimenter le discours de Denis Côté, qui déclarait récemment qu'il ne voulait plus avoir honte d'être un cinéaste de festival. Après tout, livrons-nous au jeu des chiffres: très grossièrement, un film de Denis Côté (et ce, depuis *Les états nordiques*) est montré en moyenne dans 50 festivals et vu chaque fois par 500 spectateurs, toujours en moyenne... Vingt-cinq mille spectateurs! Il est évident que cela rassure alors que *Bestiaire* a attiré moins de 500 personnes lors de sa (très courte) sortie commerciale au Québec... Poursuivons sur la dimension temporelle. Depuis quelques années, des rétrospectives de son œuvre sont organisées aux quatre coins de la planète (Vienne, La Rochelle, etc.). Des

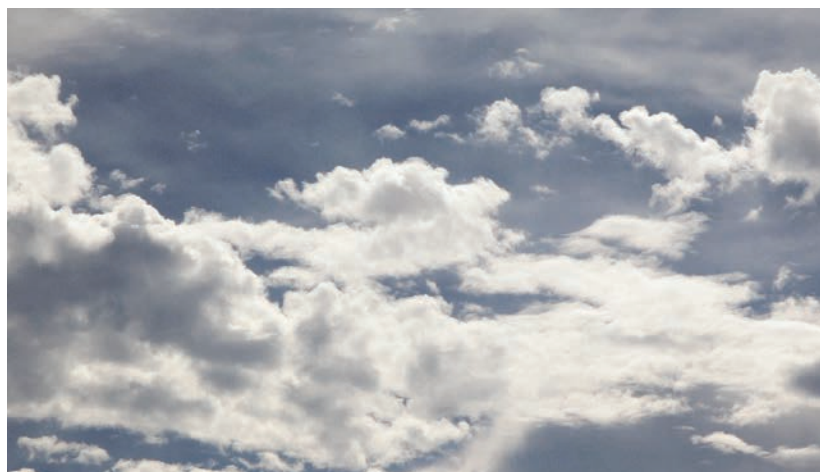
films moins vus à l'époque comme *Nos vies privées* trouvent là une seconde vie, bientôt une troisième, une quatrième... *24 images* l'a édité en DVD... Et demain, sur les plateformes type VOD (ou illégalement), d'autres spectateurs se seront joints à ceux qui l'ont découvert à sa sortie. Pas mal pour une « œuvre de festival » (sous-entendu confidentielle)! Il y a une vie après la sortie commerciale! À chaque film, donc, sa stratégie pour rejoindre le public.

QUESTIONS AUX INSTITUTIONS

Injuste de comparer ces chiffres? Et pourquoi donc? Après tout, et Téléfilm Canada et la SODEC ont récemment annoncé qu'ils prendraient en compte le rayonnement international des films. Reste à savoir comment! On a encore en (triste) mémoire la mise en place des enveloppes à la performance¹. Dès lors, comment comprendre que l'industrie, et donc nos institutions, construit et assujettit encore leur modèle à la salle ou plutôt à la sortie commerciale d'un film? Comment comprendre les modèles de financement qui reposent sur le consentement préalable d'un distributeur ou d'un télédiffuseur? N'y a-t-il pas là un paradoxe, sachant qu'il s'agit d'une bataille trop souvent perdue d'avance? Car enfin, dans le modèle commercial actuel, les effets pervers, et notamment la trop fameuse règle du « premier week-end » qui veut qu'un film soit « éjecté » à peine entraperçu, sont trop bien connus. Ajoutons à cela qu'une « enveloppe », une somme d'argent variable, est quasi automatiquement attachée à cette sortie par le biais de l'aide à la promotion lorsqu'il s'agit d'un film québécois sur le territoire québécois, et l'on comprendra mieux combien ces mesures favorisent le contournement par l'industrie des objectifs qu'elles visent, c'est-à-dire faire en sorte que les films soient montrés. Tous coupables? Tout dépend de la logique que



LE MÉTÉORE de François Delisle, sorti simultanément en salle et en VOD.



l'on défend. Selon un raisonnement commercial, il n'y a pas de coupable, simplement des entreprises qui tentent d'amortir leurs frais (ou qui ferment...) nonobstant l'ingrédient passionnel qui est ou n'est pas au rendez-vous. Dans une logique culturelle, la diversité même de la création (souhaitable et souhaitée) et des publics impose de réviser ce modèle, de le faire évoluer et de l'adapter à la nouvelle réalité.

L'EXEMPLE DU MÉTÉORE

Cette réalité, c'est par exemple celle du film de François Delisle, *Le météore*, que son distributeur Funfilm a décidé de sortir simultanément en salle (au cinéma Excentris) et en VOD sur la plateforme Illico. Disons-le, le potentiel « commercial » du *Météore* ne saute pas immédiatement aux yeux... Pourtant, personne ne nie l'importance du film, un film précieux, rigoureux, très réussi et à bien des égards ambitieux. Un film qu'il faut voir en salle, sans aucun doute. Pourtant, c'est un film qu'il faut rendre accessible, avant tout. On se doute que la décision de Funfilm n'a pas fait que des heureux (particulièrement chez certains exploitants qui refusent de présenter des films déjà disponibles en VOD), sauf peut-être chez les spectateurs qui ne pouvaient (ou ne voulaient) pas se déplacer. Au moins, ils ont pu choisir de le voir! Et même s'il est difficile voire impossible de s'en assurer, il n'est pas interdit de penser que cette sortie simultanée n'a pas nui à la salle.

Nous avons consacré un dossier dans un passé pas si lointain (en 2010) à la question de la distribution. Déjà nous y abordions le problème de l'avenir du cinéma d'auteur en salle². Cela vaut le coup de relire ce dossier pour voir que la situation existant en 2012, qui a dérivé en crise, est loin d'être nouvelle. Et que les pistes de solution, si elles ne manquent pas, passent par un changement de paradigme, et notamment par l'abandon de termes comme rentabilité, performance, etc. Plus, la dichotomie cinéma commercial/cinéma d'auteur ne tient plus aujourd'hui! Que des films comme *Amour* ou *No* rencontrent un public important en salle, il faut certainement s'en réjouir, comme du succès d'*Incendies*. Films à la fois d'auteur et commerciaux, donc, très bien. Pourtant personne n'a jamais considéré rapprocher les entrées en salles de ces films de celles d'un James Bond, formidable générateur

de billets verts. Nous réclamons donc, à l'instar des Européens, l'exception culturelle!

Et cela devient urgent tant le discours ambiant est devenu morose. À preuve cette phrase, ce cri du cœur qui résonnait *ad nauseam* lors de la dernière Soirée des Jutra: « Nos films sont bons. Allez les voir! » Pourtant, les cinéastes avouent leur impuissance devant les salles vides, les distributeurs accusent les producteurs, les exploitants les distributeurs et tout le monde se plaint du manque d'argent... Et le grand oublié, paradoxalement, est ici le spectateur. Trop souvent, la fameuse remarque qui renvoie la faute au spectateur, celle de ne pas être là, ou encore celle, plus vicieuse et populiste, d'être le juge, entendre le coupable suprême (Mario Fortin du cinéma Beaubien, qui lors des derniers RVCQ assurait qu'il ne programmait pas ses salles, car c'était le public qui choisissait!), vient teinter les débats. On n'obligera pas un spectateur à aimer un film, on peut au moins rendre le film disponible. En salle ou ailleurs... Aujourd'hui ou plus tard... La première règle de l'exception culturelle devrait décidément être qu'une œuvre n'est pas une denrée périssable! 🍷

1. « Pour une cinématographie forte », Jeremy Peter Allen. *Le Devoir*, 7 juillet 2006: « La "crise du financement" du cinéma québécois ne se réduit pas au seul choix de Téléfilm Canada de ne pas accorder le plein financement au film de Denys Arcand. Elle est l'indice d'un problème profond qui met en cause non seulement la quantité de fonds disponibles mais aussi l'orientation même du système de financement actuel. » <http://www.ledevoir.com/culture/cinema/113105/pour-une-cinematographie-forte>; « Privatisation des fonds publics: l'ultime dérive d'un système », éditorial de Marie-Claude Loiselle, *24 images*, n° 127, 2006, p. 3; « Où s'arrêtera donc cette course dans l'achat du box-office? On justifie la production d'un certain type de films au détriment d'autres sous prétexte que ces films sont "rassembleurs", preuve que l'argent du contribuable est bien employé, et ce sont ces mêmes contribuables qui payent à coups de millions les appâts publicitaires qu'on leur jette sans relâche pour les entraîner vers les salles. » <http://id.erudit.org/iderudit/4984ac>; « Le bal des vampires » – éditorial de Marie-Claude Loiselle, *24 images*, n° 128, 2006, p. 2-3: « Ceux qui en appellent le plus fort à la solidarité [du milieu] ne sont-ils pas précisément ceux qui ont grandement intérêt à ce que rien ne change dans le système actuel et qui profitent largement des enveloppes à la performance, au détriment de plusieurs dizaines d'autres cinéastes, producteurs et petits distributeurs qui « en arrachent » ? » <http://id.erudit.org/iderudit/10078ac>
2. « Quel avenir pour le cinéma d'auteur en salle? », Philippe Gajan, *24 images*, n° 146, 2010, p. 30. (Distribution: dossier préparé par Damien Detchberry et Philippe Gajan, p. 30-39, notamment l'entrevue avec Joanne Sénécal et Martin Desroches) <http://www.erudit.org/culture/images1058019/images1509815/62764ac.pdf>

Sur la crise du scénario et « L'affaire Falardeau »:

« Téléfilm Canada ou le règne de la bêtise », éditorial de Marie-Claude Loiselle, *24 images*, n° 88-89, 1997, p. 3. <http://www.erudit.org/culture/images1058019/images1081631/23397ac.pdf>