

Entretien avec Michel Aube Directeur général du cinéma Le Clap

André Caron

Numéro 179, juillet–août 1995

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/49646ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

La revue Séquences Inc.

ISSN

0037-2412 (imprimé)
1923-5100 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer ce document

Caron, A. (1995). Entretien avec Michel Aube : directeur général du cinéma Le Clap. *Séquences*, (179), 21–21.



Entretien avec Michel Aubé

directeur général du cinéma Le Clap

Sur le plan de la programmation, pouvons-nous encore parler de cinéma de répertoire ou plutôt de primeurs?

C'est peut-être là le changement le plus significatif depuis les débuts du Clap. Au départ, nous étions plus axés sur le répertoire, je dirais à 60%. Mais maintenant, il s'agit principalement de primeurs et de reprises. Des primeurs que nous lançons nous-mêmes, grâce au magazine et aux projections de presse. Le répertoire a disparu à cause de la vidéo, qui s'est rapidement appropriée ce marché.

Ce qui explique en partie la déconfiture du Cartier et de l'Outremont à Montréal. Quel est le tirage de votre magazine?

Cent mille exemplaires à comparer aux soixante mille des débuts. Ce magazine continue d'avoir un impact extraordinaire sur le public. Chaque numéro est une véritable célébration. Les gens l'attendent toujours avec impatience et quand nous sommes légèrement en retard, à cause de délais de réservation des films par exemple, les gens nous le font savoir. Gentiment, bien sûr, mais nous recevons quand même plusieurs appels! Le magazine est de plus présenté sur Synapse dans une forme abrégée, avec des bandes-annonces et des extraits de films. C'est un procédé fort intéressant, qui permet d'avoir un contact direct avec le public. On songe même à vendre des billets sur Synapse ou même éventuellement sur l'Internet. Il s'agit d'une avenue nouvelle que nous commençons à peine à explorer.

Êtes-vous toujours indépendants face aux grandes chaînes de distribution? N'étiez-vous pas associés à Cineplex Odeon?

On a grandement exagéré notre association avec Cineplex Odeon. Nous sommes toujours totalement indépendants. Nous avons tenté l'expérience, il y a quelques années, en présentant des films plus commerciaux liés à Cineplex Odeon. Mais nous nous sommes vite aperçus que cela ne correspondait pas aux goûts de notre public. Pour ceux qui achètent la ciné-carte (l'Abonne-Clap), se retrouver par exemple avec **Ding et Dong**, en exclusivité pendant douze semaines, ça ne les intéressait pas beaucoup. Nous avons donc laissé tomber cette formule. Mais il arrive que nous présentions les films en même temps que Cineplex Odeon. Ainsi, nous avions les droits de distribution à Québec de **Nous étions guerriers (Once Were Warriors)**. Cependant, après le premier week-end, il était clair que l'affluence serait beaucoup trop importante. Alors j'ai contacté Cineplex Odeon en leur disant: «Ouvrez une salle à Place Charest pour ce film, c'est urgent!», et ils l'ont fait. Pour moi, les gens que je retourne ne me rapportent rien, mais il faut quand même satisfaire la clientèle.

Essayez-vous de favoriser la diffusion de versions originales sous-titrées ou optez-vous plutôt pour les versions doublées?

Il est certain que nous ne sommes pas des missionnaires. Nous n'avons pas l'intention de forcer le public à voir des versions originales, même si nous pourrions le faire, puisque nous contrôlons la distribution de ces films. Mais nous tentons dans la mesure du possible de faire les deux. Nous avons présenté la version anglaise de **Once Were Warriors**, tout comme la version française. Nous avons présentement la version sous-titrée de **Priest**. Mais les versions françaises connaissent toujours le plus de succès. Les gens affirment vouloir plus de versions originales, mais quand vient le temps de choisir un film, ils optent pour la version française.

Vous avez déjà tenté l'expérience simultanée de présenter à la fois la version originale anglaise de Love and Human Remains et sa version française: quel fut le résultat?

La version doublée l'a emportée haut la main. Plus du double des entrées.

C'est la loi du moindre effort. Si vous présentez une alternative, le public

choisira la voie la plus facile. Ceci est en fait une particularité du public de Québec, car à Montréal, les deux versions fonctionnent souvent très bien. Oui, c'est exact. Il existe aussi des particularités ethniques que nous ne retrouvons pas à Québec. Ainsi, il y a une communauté russe à Montréal qui a permis au Ouimetroscope de madame Costom de montrer plusieurs films russes très marginaux, comme **Repentir**, par exemple.

Ou du moins, de soutenir artificiellement leur exclusivité... Mais ça, c'est une autre histoire.

N'empêche que des films comme **Anna 6-18**, qui est peut-être plus universel mais tout de même sous-titré, ou **Katia Ismaïlova** fonctionnent très bien au Clap.

Que pensez-vous de la publicité agressive conçue par Alliance sur Eldorado, qui est parue dans les journaux de Québec et qui attaquait le manque de discernement dans les goûts du public de la région?

Je ne veux rien enlever à l'expertise et à l'excellent travail de Pierre Brousseau au marketing d'Alliance, mais je crois que ce fut une erreur. C'est mal comprendre le

public de Québec et, surtout, c'est mal interpréter les chiffres. Il est certain qu'**Eldorado** va mieux fonctionner à Montréal, où il a été tourné. Mais le film a eu un succès respectable lors du premier week-end à Québec. On ne peut pas s'attendre aux mêmes recettes ici...

... puisque la population avoisinante n'approche que les 600 000, par rapport aux 3,2 millions de la grande région de Montréal.

Voilà.

Mais le public de Québec est-il toujours un public de salles? On dit souvent que les gens de la basse-ville vont à Place Charest et que la banlieue fréquente Les Galeries de la Capitale.

Non, plus vraiment. Cette idée est dépassée. Nous avons par exemple un public très diversifié, provenant de la basse comme de la haute-ville, de la rive sud et des banlieues. Par contre, les gens du centre-ville n'aiment

pas beaucoup Les Galeries de la Capitale, car le transport en commun y est encore déficient, et c'est tout de même assez loin. Aussi, je ne comprends pas pourquoi Famous Players va ouvrir six autres salles là-bas, en plus des douze que Cineplex Odeon inaugurera à Place LeBourgNeuf. Ils vont s'affronter à coups de gros canons américains.

Peuvent-ils éventuellement représenter une menace pour Le Clap?

Ils vont sûrement tenter de meubler les salles avec des films autres qu'américains, mais je ne crois pas qu'ils vont nous affecter véritablement.

Le cinéma Le Clap va donc continuer encore longtemps?

Nous l'espérons bien.

En terminant, à quand un vidéoclub associé au Clap? Un vidéoclub qui mettrait l'accent sur le répertoire, les classiques et les vidéodisques, un peu comme La Boîte Noire à Montréal? Il me semble que ce type de vidéoclub manque cruellement à Québec et que ce marché demeure inexploré.

Ce n'est pas dans mes préoccupations immédiates, mais je ne dis pas non. Je suis toujours passionné par l'exploitation des films en salles, c'est ce qui m'intéresse principalement. J'adore voir un film projeté sur un écran, avec un public. Il y a là une sorte de recueillement, de partage en communauté souhaité par le public, qui ne retrouve pas ce sentiment en regardant un film à la maison. Toutefois, j'aimerais bien pouvoir ouvrir une petite salle de projection vidéo, de 50 à 60 places. Il y a encore de l'espace disponible. Peut-être, qui sait?

Propos recueillis par André Caron



L'aire d'attente du Clap