

## Table ronde de cinéastes Réinventer le grand écran

Michel Coulombe

---

Volume 34, numéro 3, été 2016

Dossier Diffusion du cinéma d'auteur

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/82712ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

---

Éditeur(s)

Association des cinémas parallèles du Québec

ISSN

0820-8921 (imprimé)

1923-3221 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

---

Citer cet article

Coulombe, M. (2016). Table ronde de cinéastes : réinventer le grand écran. *Ciné-Bulles*, 34(3), 16–25.



**DIFFUSION**  
**DU CINÉMA**  
**D'AUTEUR**

Table ronde de cinéastes

## Réinventer le grand écran

MICHEL COULOMBE

Il paraît normal, lorsqu'on s'intéresse à la situation actuelle de la diffusion du cinéma d'auteur et à son avenir sur grand écran, de se tourner vers les acteurs que sont les distributeurs et les exploitants. Mais qu'en pensent les cinéastes? Comment s'adaptent-ils à cette époque où les nouvelles plateformes vident les salles et où des institutions comme la Boîte Noire et Excentris disparaissent du paysage cinématographique? *Ciné-Bulles* a réuni quatre cinéastes. Philippe Falardeau tourne au Québec (**Guibord s'en va-t-en guerre**) et aux États-Unis où l'on attend son prochain film, **The Bleeder**. Après **La Cicatrice** et **Antoine et Marie**, Jimmy Larouche lance cet été **Mon ami Dino**, dont il est le producteur, le réalisateur et le distributeur. François Delisle, l'auteur des récents **Chorus** et **Le Météore**, est lui aussi un homme-orchestre. Enfin, Geneviève Dulude-De Celles, remarquée du côté du court métrage (**La Coupe**) et du documentaire (**Bienvenue à F.L.**), prépare un premier long métrage fiction. De façon symbolique, la rencontre s'est tenue au Théâtre Outremont, fleuron du cinéma de répertoire dans les années 1970 et 1980. Aujourd'hui, la salle est cinématographiquement desservie par le Réseau Plus de l'AC PQ.



À droite de Michel Coulombe: Geneviève Dulude-De Celles, Jimmy Larouche, Philippe Falardeau et François Delisle — Photo: Éric Perron

François Delisle: Le lieu évoque des souvenirs. J'ai vu le dernier film projeté à l'Outremont quand il appartenait à Roland Smith: **Eraserhead** de David Lynch. La salle était pleine.

*Ciné-Bulles: Voyez-vous toujours les films en salle?*

François Delisle: Je vois des films, mais plus comme avant, peu souvent en salle, parce que je n'y trouve pas ce que j'aime. Je vais chercher ailleurs, mais ce n'est pas parce que la salle ne m'intéresse plus.

*Les films que vous souhaitez voir ne sortent donc pas dans nos salles?*

François Delisle: Ils ne sortent pas ici ou alors j'ai à peine le temps de me retourner qu'ils n'y sont déjà plus. Je me reprends ailleurs, par des voies légales ou illégales, pour rester à l'affût de ce qui se fait, revoir des films, découvrir des cinéastes que je ne connais pas. J'ai un système de montage avec un écran de qualité et un bon système de son. Le iPad, avec des écouteurs, est aussi un outil pour voir les films de mes collègues. Malheureusement...

Geneviève Dulude-De Celles: Je vais au cinéma pour des films choisis, mais ceux qui m'intéressent ne restent pas très longtemps à l'affiche. J'essaie de suivre, mais on n'a pas accès à tout. Je profite des festivals et j'en vois aussi sur Internet, par des moyens légaux et illégaux. Dans certains cas, je me sens moins coupable de ne pas payer... J'essaie, notamment par la taille de l'écran, de retrouver une expérience qui se rapproche de celle de la salle de cinéma.

François Delisle: Quand je me déplace en salle, c'est que j'ai envie de voir un film dans des conditions optimales. Je vais aussi voir des films pour enfants puisque j'ai une petite fille de quatre ans. J'ai un garçon de 20 ans, alors ce n'est pas nouveau.

*Aller au cinéma dans une salle remplie d'enfants correspond certainement à l'idée que l'on se fait de la salle comme expérience collective.*

Jimmy Larouche: L'expérience collective, c'est ce que j'aimais au cinéma. Quand je pense aux salles de cinéma, je pense au film **Cinema Paradiso**. Quand quelqu'un a un éclat de rire, c'est toute la



Philippe Falardeau — Photos: Éric Perron

salle qui rit. Lorsque j'ai présenté **La Cicatrice** dans un festival en Corée du Sud, la salle était pleine. À la fin, quand le personnage se suicide, la salle a réagi d'un seul mouvement. Je suis allé voir le film dans un cinéma à Montréal. Il n'y avait que huit personnes. Aucune réaction. Quand la salle est vide, on est plus gêné de rire. Aussi bien regarder le film sur mon ordinateur dans mon lit avec mon chat, notamment sur Netflix.

Philippe Falardeau: Je regarde 80 % des films à la maison, mais je ne trouve rien sur Netflix, dont la politique éditoriale ne me plaît pas. Par contre, MUBI, qui ajoute un film par jour et qui le garde un mois, a un beau catalogue. Aller au cinéma, c'est maintenant comme aller à un souper de famille quand ça ne te tente pas trop. Quand tu reviens, tu te dis: «J'ai eu du fun!» Quand je fais l'effort d'aller au cinéma, je suis content d'être là, je suis captif, je suis bien. Si le film n'est pas si bon que ça, je peux divaguer puis revenir au film, ce qui n'est pas possible à la maison. Chez moi, quand le film n'est pas bon, je l'arrête. Et c'est dommage parce que je vais peut-être manquer ma prochaine idée de film ou une solution pour le montage de mon film. Je ne suis jamais déçu de m'être déplacé, mais je trouve ça laborieux: la technologie a supprimé la nécessité de faire un effort.

François Delisle: Je suis allé voir le premier volet des **Mille et une Nuits** de Miguel Gomes, seul, en après-midi, ce que je ne fais jamais. Le film dure plus de deux heures. Après une heure, j'ai embarqué et le film s'est révélé à moi. Sur une tablette, j'aurais tenu une demi-heure. Avoir accès au bouton «stop» change tout. Ça peut même nous déformer comme créateurs.

Philippe Falardeau: Le livre est fait pour être déposé, repris, pas le cinéma.

Jimmy Larouche: En salle, le son est quand même différent. Les Américains l'ont compris. Ils créent une bulle. Nous devons, nous aussi, utiliser ces moyens.

*Soit, mais dans l'état actuel des choses, de moins en moins de gens voient vos films en salle, non?*

Philippe Falardeau: On continue de se casser la tête en postproduction pour avoir la meilleure image, le meilleur son pour les gens qui vont prendre la décision d'aller voir le film en salle. Ça demande des mois de travail et pourtant, ce qui compte pour bien des gens, c'est d'abord l'histoire. Quelqu'un me disait récemment avoir téléchargé **X-Men – Apocalypse**. On pourrait penser que ce genre de film doit être vu en salle, mais ce qui compte avant tout, c'est l'histoire. Je me pose des questions sur la façon dont je vais cadrer mes prochains films et le temps que l'on passera en postproduction. Ce sera à la carte. Cela dit, on peut toujours parler de ce que l'on aimerait que soit la diffusion du cinéma, c'est une bataille perdue. On n'a pas beaucoup de contrôle là-dessus.

François Delisle: Oui, si l'on se rattache à ce que cela a été.

Philippe Falardeau: J'ai un ami scénariste en France, Julien Boivent. Il a travaillé, entre autres, avec Claude Miller et Benoît Jacquot. Il est en train de tourner ses parents avec son téléphone. J'ai regardé ses capsules et j'ai vu une vie en train d'éclore. C'est du cinéma! Je lui ai proposé de monter le film. Mon ami s'inquiète de la résolution. Moi, je suis convaincu que ça ira en salle parce que c'est touchant, parce que c'est fort. C'était impensable il y a 15 ou 20 ans. Est-ce que je suis outillé pour faire ça? Peut-être que non. Je vais peut-être me planter, mais je m'en fous. Nous, les cinéastes nous devons nous tourner vers

nous-mêmes et nous demander comment on raconte nos films et pour qui.

*Est-ce que, comme Philippe, la baisse de popularité du grand écran risque de changer quelque chose à votre pratique?*

Jimmy Larouche : Je produis mes films et les distribue, alors il n'y pas d'attentes extérieures. On dit que la bataille est perdue pour les salles, mais regardez ce qui se passe avec les disques en vinyle. Plein de gens y reviennent parce que le son est différent. Peut-être faut-il baisser le prix des billets? Cesser d'avoir peur de lancer un film sur plusieurs plateformes en même temps, profiter de ce que l'on en parle pour le sortir partout. J'aurais aimé lancer **Mon ami Dino** à la télé et en salle en même temps.

*Pourquoi ne pas l'avoir fait?*

Jimmy Larouche : Les exploitants de salles ne voulaient pas! Peut-être mon prochain film sortira-t-il directement à la télé!

François Delisle : J'ai sorti **2 Fois une femme** simultanément en salle et sur Illico. Quand les exploitants de salles l'ont appris, on est passé de 12 à 3 écrans. On a peur du numérique. Les salles sont devenues le dinosaure de la chaîne. Les cinéastes font tout leur travail en numérique et quand on arrive à la salle, on revient 30 ans en arrière.

*Les exploitants estiment que le dernier rempart des salles est la période d'exclusivité.*

François Delisle : Tout ce qui entoure l'exploitation en salle devrait être revu, de la même façon que nous avons revu notre pratique. On se retrouve chaque fois devant un mur. J'ai donc créé une maison de distribution et acquis les droits de films étrangers. J'en suis à me dire que je devrais ouvrir une salle! On ne va plus au cinéma parce que ça sent mauvais, parce qu'on doit subir des odeurs de restaurant. Je suis allé voir **Star Wars – Episode VII** au Marché Central et j'ai eu l'impression d'entrer dans une poubelle, un conteneur noir, le parc d'attractions de Banksy! (rires)

Philippe Falardeau : De **La Moitié gauche du frigo** à **Guibord s'en va-t-en guerre**, la mise en marché n'a pas bougé. Tout le reste a bougé, pas ça. **Guibord...** a été un échec.



Geneviève Dulude-De Celles

*Le film a attiré 71 844 personnes dans les salles au Québec. **Monsieur Lazhar** en avait rallié 358 502. Après **C'est pas moi, je le jure!**, comme récemment à la suite de l'échec de **Guibord...**, vous avez été très secoué.*

Philippe Falardeau : J'étais dévasté. Je voulais quitter le cinéma.

*Vous désirez que ça marche!*

Philippe Falardeau : Il n'y a pas un cinéaste qui souhaite autre chose. **C'est pas moi, je le jure!** a coûté cinq millions de dollars en 2006, alors, oui je voulais qu'il y ait un peu de monde. **Guibord s'en va-t-en guerre** est mon film le plus coûteux, je me sentais une responsabilité. Je vais continuer de faire des films à deux millions et demi de dollars. Je ne veux pas réaliser un film de sept millions qui se plante.

*D'autres ne réagissent pas de cette façon. Vous, cela vous secoue.*

Philippe Falardeau : Complètement. Je ne peux pas accuser les autres de mes échecs. Ce serait irresponsable. Je prends ma part de responsabilité, mais il faut aussi dire que l'on a fait appel à de



Jimmy Larouche — Photos: Éric Perron

vieux moyens de mise en marché, une vieille façon de penser.

Jimmy Larouche: Pour **Antoine et Marie**, on a fait des premières payantes, sans quoi je laissais passer 700 spectateurs qui seraient allés voir le film en salle. Les gens sont venus. Quand on va présenter un film au Beaubien et discuter avec le public, il y a davantage de gens. C'est ça de pris!

Geneviève Dulude-De Celles: Quand on a fait **Bienvenue à F.L.**, on a dû produire un document de 20 pages pour définir notre approche de la mise en marché. Être présent aux projections, bâtir son réseau, une communauté. On donne parfois le fichier numérique quand on achète un vinyle. Pourquoi ne pas faire la même chose en salle?

François Delisle: En France, les salles Utopia le font déjà.

Philippe Falardeau: On sait que les gens qui vont voir un film en salle achètent le DVD ou vont le revoir en VOD.

Geneviève Dulude-De Celles: Le DVD, aujourd'hui... (rires)

Philippe Falardeau: En 16 ans, je n'ai jamais vu un chiffre sur les ventes DVD de mes films. Pourtant, il s'en est vendu des DVD de **Monsieur Lazhar**... Un jour, je parlais avec mon agent à Los Angeles qui venait d'avoir une conversation avec Warner Brothers au sujet de **The Dark Knight Rises**. Le film a fait des recettes de plus d'un milliard en salle. Selon le studio, le film perdait de l'argent. Le client de mon agent ne pouvait pas toucher sa part des profits. Un vieux truc! On nous écoute quand il est question de mise en marché, mais chacun a sa sphère de juridiction. Sur **Guibord s'en va-t-en guerre**, on m'a écouté, après quoi, de façon systématique, on est allé dans une autre direction. Je voulais positionner le film comme une comédie estivale, on m'a dit que j'étais un gars de festival. Le film est donc allé à Locarno et à Toronto. Pour moi, il s'agissait d'une erreur. Cela dit, *a posteriori*, c'est facile d'avoir raison.

Jimmy Larouche: Et si c'était attribuable au distributeur, eOne? Depuis quand c'est bon un monopole? On devrait se demander s'il ne vaudrait pas mieux prendre le contrôle et donner notre cinéma pour qu'il soit vu.

Philippe Falardeau: Je me demande à quoi sert un distributeur aujourd'hui...

*La SODEC a formé un groupe de travail sur les enjeux du cinéma qui a déposé ses recommandations à l'automne 2013. Huit des 20 recommandations touchaient la distribution. Il semble n'en être rien sorti. François, vous faisiez partie de ce comité.*

François Delisle: La formation de ce groupe répondait à un article qui comparait les résultats d'un film de Bernard Émond à ceux d'un gros film américain, sans plus.

Philippe Falardeau: Au Québec, on a reculé quand est venu le temps de taxer les billets de cinéma pour financer la production. Les Européens vont taxer Netflix, mais nous, on ne le fera pas. On aurait pu réinvestir cet argent dans la production et la distribution.

Jimmy Larouche: Quand on est petit, ce qui est mon cas, il est impossible d'entrer en contact avec Netflix! Si cette plateforme ne veut pas payer de taxes, elle devrait être obligée de mettre nos films dans son catalogue.

François Delisle: L'automne prochain, grâce à la SODEC, un agrégateur québécois facilitera l'accès à toutes les plateformes. Hélas, le gouvernement canadien permet toujours à Netflix de faire comme il l'entend.

Philippe Falardeau: Netflix, c'est de la plomberie. Profitant d'un vide juridique, Netflix s'est positionné comme un plombier de luxe. Au fil des années, j'ai participé à plusieurs discussions où l'on parle du législateur, des diffuseurs. Mais moi, qu'est-ce que je peux contrôler? Faire des films en pensant d'abord à soi, comme le fait Jimmy, est encore la façon la plus honnête de créer. En réfléchissant à tout ça, je suis remonté dans le temps jusqu'aux frères Lumière. Le cinéma a magnifié la vie, il a créé des stars. Mais aujourd'hui, le grand écran n'est plus si important. Quand la télé est arrivée, le cinéma a survécu. Maintenant, on est content de regarder des films sur un écran qui tient dans la paume de la main, ce qui ne sert pas les longs plans larges à la Tarkovsky. Ça change la façon de raconter les histoires. Comme créateur d'images, je me pose ce genre de question. Je n'ai pas de réponse.

*L'arrivée de la télévision avait donné un dur coup au cinéma. Hollywood s'était lancé dans la 3D, le cinémascope et même les expériences olfactives. Ces dernières années, la 3D est revenue en force, sans compter le IMAX, le UltraAVX.*

Philippe Falardeau: Ce sont des tentatives agonisantes. Pour faire concurrence à la télé, on va vers des cadrages et une expérience qui se rapprochent de ce que propose la télé.

François Delisle: L'expérience sur grand écran ne s'est pas renouvelée. On a peur de présenter le film sur plusieurs plateformes, de provoquer quelque chose. Un distributeur m'a dit que ça ne lui était pas possible d'accompagner un film à partir de la préproduction, que ça coûtait trop cher. Pas le temps. Les distributeurs signent un contrat et l'on n'entend plus parler d'eux jusqu'au premier montage. Arrivé là, on est en retard. Je veux faire autrement en me lançant en distribution, même si je sais que l'on ne fera pas d'argent de cette façon.

*Combien **Chorus** a-t-il fait de festivals?*

Philippe Falardeau: Une cinquantaine d'événements, non?



François Delisle

François Delisle: Il a fait le tour des festivals et plus qu'une fois! Il a été distribué dans plusieurs pays. Quand on présente nos films dans les festivals, il y a une plus-value pour les spectateurs. Ils deviennent importants. Les salles sont pleines. Les gens veulent faire partie de cette grande messe. Un film fait salle comble au Festival de Berlin, mais si on le présentait en salle trois semaines plus tard à Berlin, ce serait une autre affaire...

Geneviève Dulude-De Celles: Pourquoi ne pas s'inspirer des festivals et limiter la sortie de certains de nos films à quelques représentations, en présence de membres de l'équipe, dans une plus grande salle. Prendre rendez-vous avec le public. À Sorel, je me suis battue pour pouvoir présenter **Bienvenue à F.L.** dans la salle de cinéma. Il a fallu organiser une prévente et travailler le terrain un mois à l'avance pour convaincre le propriétaire du cinéma. La salle était pleine: 250 personnes.

*Jimmy est allé jusqu'à offrir des bières pour attirer les spectateurs en salle!*

Jimmy Larouche: Vous n'avez encore rien vu! Dans le milieu du cinéma, tout le monde blâme tout le monde. Vincent Guzzo dit que les cinéastes font des films que le public ne veut pas voir et l'on



Photos : Éric Perron

se plaint parce qu'il ne veut pas les présenter. On accuse un distributeur de détenir un monopole, mais il dit qu'il ne fait pas d'argent avec nos films. On donne l'image de bébés gâtés. Qu'est-ce que l'on peut faire, nous? Allez, je propose cinq idées. Quand le film reçoit du financement public, j'obligerais tout le monde, le réalisateur, le producteur, le distributeur, les acteurs, à rencontrer cinq classes ou des foyers de personnes âgées.

*Vous accepteriez de vous y conformer? De faire de telles visites?*

Philippe Falardeau : Non seulement j'accepterais, mais je le fais déjà.

François Delisle : On le fait tous!

Jimmy Larouche : Deuxième idée. Projeter le film dans de grandes salles. Je vais présenter **Mon ami Dino** à la salle Michel Côté à Alma et y faire venir Michel Côté, qui est dans le film. Ce sera un événement. Je pense que je pourrais vendre 700 billets à 20 \$! L'important, c'est de créer un événement. Mon rêve, si un jour je fais un film grand public, ce serait de le lancer de cette façon au Centre Bell. Le premier qui le fera connaîtra un succès.

Philippe Falardeau : On l'a fait pour le lancement de **Pour toujours les Canadiens**.

*Troisième idée?*

Jimmy Larouche : Être plus présent, créer un lien avec le public.

Philippe Falardeau : Je ne sais pas comment je pourrais faire davantage. Je reviens des tournées en rampant! (rires)

Jimmy Larouche : Je parle des réseaux sociaux. Ça prend énormément de temps, mais ça rapporte plus qu'une campagne traditionnelle. Pour **La Cicatrice**, j'ai acheté de l'espace publicitaire dans le *Journal de Montréal*, *Voir*, *Le Quotidien*, sur Cinoche aussi, ça m'a coûté une fortune, 30 000 \$, et le film a fait 27 000 \$ en salle. J'étais naïf. En moyenne, les pages de nos films sur Facebook ont entre 2 000 et 3 000 abonnés.

François Delisle : C'est beaucoup. Le vendeur de **Chorus** à l'international m'a dit qu'il n'avait rien à faire, puisque j'avais ma base, 2 500 personnes.

Jimmy Larouche : Pour 200 \$, on peut aller chercher 350 nouveaux abonnés en une semaine. On arrive rapidement à 5 000 personnes qui suivent la carrière du film au quotidien. Ceux qui lisent le journal voient la publicité avant de passer à la page des sports.

François Delisle : On ne peut plus faire autrement. Les réseaux sociaux, c'est notre responsabilité.

*Philippe a travaillé dans un système différent du vôtre, un cadre plus traditionnel.*

Philippe Falardeau: J'ai probablement disposé de plus de moyens de promotion pour chacun de mes films que vous tous ensemble et ça n'a probablement pas mieux fonctionné, en tout cas si l'on s'arrête à l'argent investi et aux résultats obtenus.

Jimmy Larouche: Sauf **Monsieur Lazhar**, non?

Philippe Falardeau: Et pourtant, on pensait que le film, l'histoire d'un réfugié qui remplace une suicidée dans une classe, allait tenir deux semaines au Parallèle. Je dois reconnaître que l'on a mis des moyens conséquents pour lancer mes films. Pour **Guibord s'en va-t-en guerre**, on a même organisé une projection en plein air près du Stade olympique, le jour de la présentation du film à Lorcarno. Néanmoins, c'est un vieux système.

François Delisle: Les organismes de financement reçoivent des plans de mise en marché qui ne sont rien de plus que le copier/coller d'un plan précédent. Il arrive d'ailleurs que l'on y trouve le titre d'un autre film! Ça m'est arrivé!

Philippe Falardeau: Si un cinéaste se montrait aussi paresseux, il perdrait la confiance de la SODEC et de Téléfilm Canada.

Jimmy Larouche: Je suis conscient d'avoir fait, avant **Mon ami Dino**, des films plus hermétiques. Avec un budget de mise en marché de 20 000 \$, **Antoine et Marie** a rejoint près de 6 000 spectateurs en salle et accumulé des recettes d'environ 60 000 \$, ce qui le place au milieu de la liste des films québécois de 2015. Si j'avais eu 60 000 \$ pour promouvoir le film, j'aurais peut-être atteint les 180 000 \$. Pourquoi le film n'a-t-il pas été vu davantage? Parce que le public ne savait tout simplement pas qu'il existait.

Geneviève Dulude-De Celles: D'ailleurs, il faut distinguer Montréal des autres régions où, trop souvent, on n'a pas accès aux films. Or, c'est important de sortir de Montréal.

Philippe Falardeau: Nos films sont en compétition avec les films étrangers, la musique, la littérature, le théâtre, le sport, les festivals. L'offre est énorme et il faut arriver à se positionner au milieu de tout ça. Quand je pense à quelqu'un qui va voir trois films québécois dans l'année, et c'est beaucoup, je me demande comment faire pour que mon film soit l'un de ces trois-là.

*Philippe, vous avez évolué dans les systèmes américain et québécois. Agissons-nous très différemment des Américains?*

Philippe Falardeau: Le distributeur eOne agit de plus en plus comme un *major*, de sorte que notre mode de distribution s'apparente au modèle américain. Les Américains mettent beaucoup de moyens quand ils ont entre les mains un produit formaté. Mais quand un film comme **Spotlight** se faufile à la soirée des Oscars, c'est que quelqu'un en distribution a bien fait son travail. Ils l'ont travaillé en choisissant les salles, en faisant preuve de patience. On le fait beaucoup moins au Québec.

*Les Américains orchestrent des sorties progressives. La taille de leur marché facilite cette stratégie.*

Philippe Falardeau: Notre marché est plus petit. On sort plus de 30 films québécois par année, parfois l'un derrière l'autre.

Jimmy Larouche: Parfois en même temps! Quand il y a trois films québécois au Beaubien, ils se font concurrence.

Philippe Falardeau: **La Moitié gauche du frigo** a tenu quatre mois en salle. On ne verra plus jamais ça!

*Certains estiment qu'il faudrait produire des films plus coûteux. Moins de films, mais des films qui offrent une meilleure concurrence aux productions américaines. Qu'en pensez-vous?*

François Delisle: On fait un faux pas en cherchant à rivaliser le cinéma américain. On n'y arrivera jamais. Notre terrain est beaucoup plus fertile dans notre unicité, notre souveraineté, notre singularité. Quand on regarde les décisions prises par les organismes de financement, je n'ai pas l'impression d'être au XXI<sup>e</sup> siècle. C'est sans risques. On mise sur des valeurs sûres. Et puis il y a un problème qui dépasse la seule question du cinéma, c'est l'éducation. **Le Météore** et **Chorus** étaient dans la course pour le Prix collégial du cinéma québécois, j'ai d'ailleurs gagné avec **Chorus**, et j'ai trouvé ça extraordinaire, car j'ai vu l'impact qu'ont nos films.

Philippe Falardeau: **Monsieur Lazhar** et **Guibord s'en va-t-en guerre** ont aussi été en sélection.

*Les cinéastes dont les films sont retenus accordent visiblement beaucoup de valeur à cette sélection.*

Jimmy Larouche: Je vais dans les cégeps et je suis parfois juge dans les compétitions de films étudiants. La dernière fois c'était à Saint-Hyacinthe. On m'a présenté en m'appelant Jérémie Larouche! (rires)

Philippe Falardeau: On aurait dû présenter ton travail aux étudiants avant de t'inviter.

Jimmy Larouche: Je suis souvent déçu dans les cégeps et les universités. On s'y intéresse encore trop peu à notre cinéma.

Philippe Falardeau: La clé, c'est que ce soit les jeunes qui prennent possession de nos films. À partir du moment où ils créent une discussion autour de nos films, ils nous disent de nous tasser. C'est eux qui vont les défendre! Là, c'est extraordinaire. La diffusion de demain se trouve là.

François Delisle: C'est dans ce genre de situation que l'on voit le potentiel de nos films. Il y a une demande, l'offre ne sait pas comment s'y prendre pour la combler.

Philippe Falardeau: C'est évidemment plus efficace quand un jeune recommande à un autre jeune d'aller voir un de nos films.

Jimmy Larouche: Ça devient *cool* de regarder un film québécois, comme ce l'est de recycler. Mes plus belles expériences, je les ai eues avec des élèves du primaire.

*Avec vos films? La Cicatrice et Antoine et Marie ne sont pas destinés à un jeune public.*

Jimmy Larouche: On n'a pas présenté les films, mais on leur a montré les bandes-annonces, on leur a expliqué ce qu'était un réalisateur, on leur a parlé du cinéma québécois. À la fin, ils m'ont tous demandé un autographe et 52 jeunes sont venus me faire un câlin collectif!

*Avez-vous parfois l'impression que l'âge d'or du cinéma se trouve derrière vous?*

François Delisle: On vit une période incroyable, mais pour le moment, on a le nez collé sur l'arbre. On ne voit pas la forêt. On a les possibilités, la liberté, la qualité aussi. Faire des films n'est pas dispendieux comme auparavant. J'ai été traumatisé par les copies en 35 mm qui se détérioraient après

quelques projections, au point où aujourd'hui, je suis incapable d'assister à la projection publique de l'un de mes films. Maintenant il faut se défaire de nos vieux réflexes et cesser d'avoir peur de perdre. Cet héritage nous vient d'une vieille garde qui a fait beaucoup d'argent avec le cinéma et qui n'arrive plus à connecter les fils pour concevoir qu'il y a une autre façon de fonctionner.

Geneviève Dulude-De Celles: On est dans un monde d'images et il y a encore beaucoup à faire en matière d'éducation à l'image.

*Ce que recommandait le rapport Parent au début des années 1960. On peine toujours à mettre l'idée en application.*

Geneviève Dulude-De Celles: Le rapport avec le public est très précieux.

Philippe Falardeau: Quand on me parle d'éducation, j'endors cette idée qu'il faut aller à la rencontre des jeunes. Quand on me dit que l'on vit à une période stimulante, là ça me parle.

*Jimmy, on s'est arrêté à trois propositions. Quatrième idée?*

Jimmy Larouche: On en a parlé plus tôt. Donner aux gens qui voient le film en salle un DVD ou une clé USB si l'on peut en avoir une qui ne coûte pas cher.

Philippe Falardeau: Il est naturel que l'on ait envie de se défouler par rapport aux questions liées à la diffusion, on doit passer par là. Quand **Guibord s'en va-t-en guerre** a frappé un mur sur le plan commercial, j'ai eu une étape de frustration et j'ai repensé à ce que j'avais fait: « Regarde-toi, regarde ce que tu as proposé. » Je me pose des questions sur mon travail, mais je ne peux pas contrôler le travail des autres. Par contre, s'il y a un monopole, oui, j'aimerais que l'on fasse quelque chose parce que c'est un problème, pas pour moi, j'ai un bon rapport avec le monopole, je suis très privilégié, mais pour les plus petits.

Jimmy Larouche: J'ai trouvé mon cinquième point! En fait, je reviens à **Mon ami Dino**, un film que j'ai tourné avec 15 000\$. Je me suis demandé ce que je pouvais faire avec si peu qui soit à la hauteur de **La Cicatrice**, dont le budget était de 900 000\$. J'ai eu l'idée de créer une fiction autour de la vie de Dino

Tavarone, qui a joué un parrain de la mafia dans *Omertà* après avoir fait quatre ans de prison pour importation de cocaïne. Je suis persuadé que ce sera mon film qui marchera le mieux en salle parce que j'avais cette volonté de communiquer avec un public plus large. Pourtant, c'est mon film le plus laid. Je voulais ce côté *trash*. À côté de ça, j'adapte un roman de Kim Thuy, *Mãn*, dans un cadre de production plus classique.

*Savez-vous si d'autres que vous, Jimmy, François, distribuent leurs films?*

François Delisle: Récemment, un producteur a choisi de distribuer lui-même le film qu'il a produit, **Aurélie Laflamme – Les pieds sur terre**. Dans mon cas, l'idée est venue quand je préparais le lancement de **Chorus** à Sundance, Berlin et Montréal. Je me suis dit que tant qu'à faire 99% du travail, autant le faire à 100%, puisque personne n'est au courant de tout ce que l'on met en place. Au début, mon collègue a flippé! Les programmes de la SODEC et de Téléfilm Canada n'étaient pas encore prêts à nous accepter. Maintenant, c'est fait.

Philippe Falardeau: On ne peut pas demander à tous les cinéastes de faire tout ça!

*Les modèles actuels devront être revus et modernisés. De qui viendra le changement?*

François Delisle: Des artistes. Cela dit, les institutions de financement sont en avance sur le monde de la distribution. Je pense à l'arrivée de cet agrégateur de contenu. Et puis la présence d'un distributeur n'est plus indispensable, n'est plus considérée comme un déclencheur quand le budget d'un film est de trois millions de dollars et moins.

Philippe Falardeau: C'est énorme!

François Delisle: Les choses se compliquent quand vient le temps de présenter nos films en salle, notamment à Montréal avec la fermeture d'Excentris.

Philippe Falardeau: Les réalisateurs doivent s'exprimer sur ces questions. Il faudra aussi des maisons de distribution qui ne soient pas fondées sur le même modèle et de nouveaux propriétaires de salles. Le changement ne viendra pas de la vieille garde ni des institutions. Il passera par la



Photo: Éric Perron

base. On ne peut pas rêver d'un mouvement comme celui des années 1970, quand les cinéastes ont choisi l'occupation. On est maintenant trop nombreux. Le milieu du cinéma est trop atomisé.

François Delisle: Étonnamment, le rêve du film en 35 mm est toujours là, même chez les jeunes cinéastes. Leur dire que leur film risque de se retrouver directement en vidéo sur demande, c'est raide!

Philippe Falardeau: Peu importe ce que sera l'avenir de la diffusion, il faut continuer à faire des films de la même façon, de manière incarnée. Si mon film sort en VOD, mais que l'on me permet d'avoir quatre premières avec des salles hyper pleines, je vais être heureux. 🎬

Cette table ronde s'est tenue le 30 mai 2016. *Ciné-Bulles* remercie le Théâtre Outremont et Francine Arsenault pour leur collaboration.

