

Le film francophone en Ontario « Rambo en français ça marcherait »

Daniel Marchildon

Number 41, Winter 1986–1987

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/43458ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Les Éditions l'Interligne

ISSN

0227-227X (print)

1923-2381 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Marchildon, D. (1986). Le film francophone en Ontario : « Rambo en français ça marcherait ». *Liaison*, (41), 10–13.

Le film francophone en Ontario

« RAMBO en français ça marcherait »

par Daniel Marchildon

En février 1981, *LIAISON* publiait un dossier sur le cinéma et tentait de cerner divers aspects de cette activité culturelle qui rapporte, selon un calcul, environ 340 millions de dollars par année.

Le dossier est en évolution constante : coupures presque mortelles aux programmes de régionalisation francophone hors-Québec de l'Office national du film, avènement de la vidéo-cassette, nouvelles réglementations sur les contenus canadiens et francophones exigés de la part des diffuseurs, etc.

Daniel Marchildon nous fait le point sur un aspect crucial de l'industrie cinématographique, soit la distribution des films de langue française en Ontario.

« **T**rois pourcent des films canadiens atteignent l'écran. » Calmement, Paul Lapointe m'explique que la distribution du cinéma de langue française en Ontario doit concurrencer le monolithe d'un réseau américain bien organisé de salles et, à toute fin pratique, inaccessible. Le gouvernement abandonne le réseau des salles libre aux Américains, précise le responsable de la production de l'Office national du film (ONF) en Ontario. Au Canada, poursuit-il, la production est financée par les revenus du budget de production plus que par ceux de distribution. Ainsi, dans bien des cas en Ontario, « ...la distribution n'est pas liée à la production », comme le souligne Michel Macina, cinéaste torontois qui a signé, entre autres, « **Apparenance** » et, plus récemment, « **Métallo Blues** ».

En Ontario, nous ne voyons qu'une petite parcelle de la production mondiale de films de langue française, autant ceux réalisés ici qu'à l'étranger. Les quelques films francophones que nous voyons sont diffusés sur les réseaux de télévision, projetés dans quelques salles de cinéma, loués ou vendus dans des boutiques de vidéo-cassettes et via le réseau de distribution de l'ONF.

Les projections de films français dans les salles ontariennes se limitent presque exclusivement aux cinémas spécialisés. Jean-Marc Larivière est chanceux. Le premier de deux films de ce cinéaste torontois **Révolution (débat d'amoureux, éperdus, douloureux)**, a été sélectionné par le Festival of Festivals, de Toronto, en plus d'être projeté au cinéma répertoire de Windsor ainsi qu'au *National Film Theatre* de Kingston.

Selon Joanne Marion, responsable de la programmation de ce dernier cinéma, environ cinquante films, soit le tiers de l'ensemble des films qu'il projette dans un an, seraient de langue française. Or, un coup d'œil sur le programme du *National Film Theatre*, qui est une société à but non-lucratif, montre que ce chiffre s'avère sensiblement plus bas (trois films français sur cinquante-deux pour les mois d'avril à juin 1986).

Bon nombre de cinémas de la Ville-reine, dont la chaîne Cinéma Odéon, offrent des versions sous-titrées de films francophones. Cinéma Lumière, un cinéma torontois spécialisé dans la présentation de « *films de beaux-arts montrés en première* » s'engage avant tout, selon la directrice-générale Bianca Roberts, à projeter des films canadiens. Ceci comprend un certain nombre de films francophones comme **Le Matou** qui y tenait l'affiche en mai dernier.

Mais ces projections, bien que fréquentes, demeurent difficiles à quantifier. Interrogé sur le nombre approximatif de films francophones distribués dans les salles en Ontario, Eddie White, de Spectra Films, affirme qu'il est très difficile, sinon impossible de répondre à cette question. Spectra, qui achète les droits de distribution nord-américaine des producteurs étrangers pour les chaînes Famous Players et Cinéma

Odéon, ne fait aucune distinction entre un film chinois, australien ou français.

Toutefois, Spectra alimente régulièrement le cinéma Towne à Ottawa en films français. « *Nous voulons donner au public l'occasion de voir autant de cinéma international qu'il peut digérer* », me confie Jean Cloutier, le gérant du Towne qui, en 1972, a adopté la formule du cinéma de répertoire. Bien que le nombre de titres français projetés au Towne varie d'un mois à l'autre, Cloutier estime qu'en moyenne quinze pourcent des films sont en français, la plupart du temps en version sous-titrée, en anglais.

Dans le Nord, le cinéma Strand, de Kapuskasing, a projeté des films en français de temps en temps jusqu'en 1982. Ouvert en 1948, le Strand a fermé ses portes au début de 1986 pour des raisons économiques. Ronald Routhier calcule qu'au cours des onze ans qu'il en a été le gérant, le Strand a projeté une dizaine de films en français. Selon lui, les films québécois comme **Tiens toi bien après les oreilles à papa** suscitaient de l'intérêt et attireraient surtout des gens des villages avoisinants, voire de Hearst (un peu moins de 100 kilomètres). Or, les films de France réussissaient, pour leur part, moins bien. Routhier croit que l'idéal aurait été de montrer des *dubs*, des traductions de films américains. « *Si on avait pu avoir Rambo en français ça aurait marché* », maintient-il.

La vidéocassette : surprises et déceptions

La montée fulgurante dans les ventes récentes de magnétoscopes (VCR) en Amérique du Nord (au-delà de trente pourcent des foyers nord-américains sont dotés de ces appareils) favorise sans aucun doute la distribution du film. Les avantages de ce système sont évidents : visionnement à domicile, coût minime, accès facile même dans les milieux isolés, grande sélection, etc. On serait donc porté à croire que les films en français, qui s'adressent forcément à un marché plus restreint, tireraient profit du rayonnement des vidéocassettes. Toutefois, un sondage effectué auprès de boutiques de location de vidéos (choisies au hasard dans onze communautés franco-

ontariennes), démontre que, même si la vidéo française circule, elle ne circule pas beaucoup (voir tableau).

Par contre, cette enquête révèle également certaines surprises. À Kingston, par exemple, à la suite d'une demande provenant de près de soixante-quinze personnes, le propriétaire de Image-1-hour photo avait rassemblé une collection de soixante-dix titres français en janvier 1986. Pour couvrir ses frais, il aurait fallu qu'il loue cinq films par jour; il réussissait à peine à en louer cinq par semaine. Il a donc dû discontinuer ce service. Son commerce conserve néanmoins l'enseigne rouge qui proclame « films en français », puisqu'il a l'intention d'offrir à nouveau ce service, mais sans doute sur une échelle plus réduite.

À Cochrane, il y a trois ans, la boutique Video-Mart avait constitué une collection d'une centaine de titres en français mais personne n'y était intéressé. La boutique n'offre plus aujourd'hui qu'un seul titre en français, **La Cage aux folles II**.

La situation se présente sous un angle différent à Timmins, une ville à forte majorité francophone. Depuis presque trois ans, Réjean Tellier, le propriétaire de Disco P.D., un magasin de

disques, de cartes de souhaits et de revues uniquement en français, a accumulé une collection d'environ 150 titres. « *La demande est assez forte, lance-t-il, et il y a toujours des gens qui la découvrent.* » Cette collection permanente contient, à part égale, des traductions de films anglais comme **Star Wars** et **Mary Poppins**, des films québécois tels que **Maria Chapdelaine**, **Bonheur d'Occasion** et **Aurore l'enfant martyr** (le vidéo qui se loue le plus) et des films européens. Depuis février 1986, Tellier essaie d'augmenter sa sélection avec d'autres films commandés auprès de ses distributeurs à Montréal et, surtout, à Ottawa.

À Penetang, l'ampleur de la collection de films en français (cent quatre titres) offerte par la boutique Dial-A-Movie surprend. Mais le service doit son existence au hasard. Selon Craig Miksis, un préposé de Dial-a-Movie, si le propriétaire de la chaîne n'avait pas pu acheter à très bon marché les films d'une boutique montréalaise qui fermait ses portes, Dial-A-Movie n'aurait sans doute pas de films en français. Ainsi, la collection actuelle, qui comprend des titres comme **Divya**, **Les Uns et les autres**, **Les Plouffe**, **Les Misérables** et bon nombre de films traduits, est permanente; cependant, la boutique ne l'améliorera pas.

L'ONF : distributeur et producteur

L'ONF, pour sa part, reconnaît de plus en plus l'importance de la vidéocassette dans la distribution du film. Depuis le printemps de 1985, l'ONF offre plus de 225 de ses titres sur bande VHS. En fait, comme me l'indique Léo Beaulieu, le responsable du service de distribution de l'ONF en Ontario, le transfert de film sur bande magnéoscopique se poursuit rapidement mais pas assez vite pour remplacer complètement le film 16 mm. Le nouveau service, contrairement aux films 16 mm., comporte des frais de location (4 \$/jour pour les institutions, 2 \$/jour pour un individu). Ces frais visent à financer, en partie, les coûts de démarrage du service qui sera peut-être un jour gratuit.

La collection complète de l'ONF comprend près de 4 000 titres en anglais et en français. En 1955, l'Office comptait 496 petits conseils du film à travers le pays. Ils sont aujourd'hui remplacés par vingt et un centres de distribution dans les villes importantes du Canada. L'Ontario compte trois de ces centres : Ottawa (le seul centre en Ontario à disposer de la collection entière), Toronto (2 017 titres) et North Bay (1 775 titres). Environ un tiers des 44 000 films empruntés au dépôt d'Ottawa à chaque année sont des films en français. Bien que les collections soient incomplètes à Toronto et à North Bay, une personne peut commander n'importe quel film du catalogue en passant par le centre de distribution.

Néanmoins, Beaulieu reconnaît que la clientèle de l'ONF demeure principalement institutionnelle et surtout scolaire. « *Notre information écrite n'est pas là où elle devrait être.* », m'avoue-t-il. « *Notre visibilité dans les régions, particulièrement celle du Nord, reste une chose à faire. On doit la repenser et y mettre les effectifs et structures nécessaires.* »

Parmi les moyens qu'il envisage, Beaulieu indique la création récente d'un attrayant coffret de publicité pour les films, l'embauche ponctuelle de pigistes pour faire de la publicité et la présence de l'ONF aux manifestations francophones, tel le Contact ontariois, ainsi que des collaborations avec les centres culturels. Il cite en exemple la tournée récente du salon du livre parrainée par l'Association canadienne d'éducation de langue française à Hearst, Alfred, Thunder Bay et Oshawa, entre autres, « *où le film de l'ONF a pris une grosse place.* »

BOUTIQUES DE LOCATION DE VIDÉOCASSETTES QUI ONT ÉTÉ INTERROGÉES

Boutique	Ville	Nombre de films fr.	Genre
a) Image 1 Hour Photo	Kingston	60-70	fr./qc./tra.
b) Dial-A-Movie	Penetang	104	fr./qc./tra.
c) Kap Arts and Crafts Variety	Kapuskasing	10	pour enfants
d) Kap Video Club	Kapuskasing		
e) Video Mart	Cochrane	1	
f) Malo's TV and Stereo	Cochrane		
g) Video World	St Catherines		(ont des titres italiens)
h) 411 Video Centre	North Bay		
i) National Video	North Bay		
j) Club Red I Vue	North Bay		

cahiers de théâtre
jeu



scènes

pourquoi le théâtre? pourquoi la critique?
textes de jean basile, baudouin burger,
michel bélair, monique bosco,
gilles marcotte, catherine bégin,
lorraine pintal, renée noiseux-gurik,
johanne seymour, michel marc bouchard,
pascale montpetit, jacques lessard,
marie laberge

la critique est un dinosaure
portrait du critique en créateur
le plaisir de la critique

situations/sociétés/signes

à quoi sert le métier de critique?
l'agent double/jean-claude germain
bras de fer/jean-marie piemme
la critique et son public: enquêtes

pratiques

les critiques en question
textes de martine rousseau-corrivault,
raymond bernatchez, aline gélinas,
marianne ackerman, carmen montessuit,
louise saint-pierre, edgard demers,
ray conlogue, gilles serdan

contacts

en pratique: de la création à la critique
table ronde avec des praticiens critiques
entretiens avec jacques de decker,
bernard dort, guy dumur

Jeu 40, 296 pages, ill., 15 \$

(514) 288-2808

case postale 1600, succ. E
montréal H2T 3B1

abonnement 1986
(Jeu 38 à 41) 30 \$
étudiant 25 \$

Il est intéressant de noter qu'en avril 1985, l'ONF se vantait d'avoir prêté la cinquantaine de films produits dans les trois régions francophones hors-Québec (l'Ontario, l'Ouest et l'Acadie) au-delà de 11 000 fois depuis 1975. Parmi ces films le documentaire **CANO : notes sur une expérience collective**, du cinéaste ontariois Jacques Ménard, a été emprunté 800 fois.

dollars dans les longs métrages canadiens, subventionne jusqu'à quarante-neuf pourcent du budget de réalisation. Or, pour recevoir cette aide, un cinéaste doit avoir obtenu un permis, c'est-à-dire un engagement de diffusion auprès d'une chaîne de télévision. Dans le cas d'un cinéaste ontariois, la licence doit forcément venir de TV Ontario ou de Radio-Canada.



Léo Beaulieu : repenser la visibilité de l'Office national du film.

(Photo : Jules Villemare)

Production et distribution : deux partenaires en relation instable

Paul Lapointe, du bureau de l'ONF à Toronto, s'occupe plus de production que de distribution. Selon lui, l'industrie du film n'a pas encore une forme efficace de distribution. Aussi, puisque quatre-vingt pourcent du financement des productions canadiennes vient du gouvernement, il n'y a pas, selon son expression, de *built-in stress*, d'intérêt à assurer la distribution.

La section française de l'ONF en Ontario a pour mandat d'être un outil de formation afin de remplir le vide laissé par le cinéma commercial et aider aux cinéastes à « *matérialiser la culture franco-ontarienne* », me précise Paul Lapointe. « *Qui va faire de l'argent à faire des films français en Ontario? (...) J'essayerais même pas de rejoindre cette réalité (franco-ontarienne) si j'étais producteur indépendant* », ajoute-t-il.

Il existe d'autres institutions qui subventionnent la production au Canada. Par contre, ces subventions sont étroitement liées à la distribution. Téléfilm Canada, une agence gouvernementale qui, en 1986, a investi plus de soixante millions de dollars dans des productions indépendantes pour la télévision, en plus d'un autre trente millions de

Parallèlement, la Société de développement du film de l'Ontario, une agence du ministère ontarien des Affaires civiles et culturelles, a vu le jour en avril 1986 pour stimuler la création de films. Avec un budget de vingt millions de dollars, cette Société accorde des subventions maximales de 500 000 \$ à des tournages indépendants ou réalisés conjointement, avec Téléfilm par exemple. Toutefois, me précise Jacques de Courville-Nicol, un des dix membres de son conseil d'administration, la société s'attend à ce que les cinéastes qui demandent une subvention s'assurent d'un mécanisme de distribution, soit par l'entremise de la télévision, de la télévision payante, de la vidéocassette ou des salles de cinéma.

Pour sa part, Marguerite Cleinge, une cinéaste d'Ottawa qui a lancé son premier film, **À double tour**, en septembre dernier, trouve que le besoin d'obtenir une garantie de distribution avant la réalisation condamne les cinéastes à tourner en rond dans un cercle vicieux : « *Pour avoir de l'argent, il faut avoir des garanties de distribution et (...) c'est pratiquement impossible d'avoir des garanties de distribution avant d'avoir de l'argent.* »

Ce ne sont pas tous les cinéastes qui négligent la distribution. Phillippe Jackson, un producteur torontois qui fait un peu de tout, mais surtout des



Le réalisateur Jean-Marc Larivière en compagnie de la vedette de son film *Divine Solitude*, Nana Gleason.

films de nature expérimentale, affirme qu'il n'est « *pas d'accord avec ceux qui disent qu'un artiste ne doit pas s'occuper de ce genre de question (...)* Il est très important pour un artiste de comprendre pourquoi un film marche ou non. »

C'est à la télévision qu'il vend la plupart de ses films qui, d'habitude, ne contiennent pas beaucoup de dialogue. Pour lui : « *C'est nettement un avantage d'avoir le marché francophone. Mais c'est un avantage sur le plan national. Sur le marché international un film est un film.* » Il distribue également ses films sur vidéocassette, mais à l'étranger seulement. Jackson, qui a plusieurs dizaines de films à son actif, présente ses œuvres aux acheteurs en *package* ou en enveloppe. Depuis qu'il utilise cette formule de vente, il connaît de meilleurs résultats. « *Ça simplifie la vie à l'acheteur et ça rentabilise des films qui, individuellement, ne méritent pas l'effort de distribution.* », précise-t-il. Les enveloppes lui permettent, en outre, de vendre ses nouveaux films plus facilement et de faire circuler ses anciens, qui accumuleraient autrement de la poussière. Ce genre de distribution a l'avantage de bien répondre aux attentes de la télévision, un gros client du cinéma qui préfère les séries.

Michel Macina est un cinéaste qui a appris comment travailler dans *une boîte*. Il a œuvré des deux côtés de la médaille (pour l'ONF et pour TV Ontario). À son avis, la télévision constitue la seule avenue possible pour le cinéaste canadien, autant ontariois qu'anglophone. Phillippe Jackson admet

que lorsqu'il place un de ses films dans un cinéma, c'est uniquement pour des fins de publicité, dans le but d'augmenter la valeur du film pour la télévision.

Il reste donc que la télévision présente certains désavantages, surtout pour un cinéaste indépendant. Puisqu'elle fonctionne par grille-horaire, la télévision préfère les séries aux films. Larivière croit, néanmoins, que la création de chaînes spécialisées donnera naissance à d'autres débouchés pour les cinéastes.

La distribution du film de langue française, et plus particulièrement du film franco-ontarien, demeure un sous-problème relié à toute la question du cinéma canadien en général. « *Nous devons chercher une solution systématique au problème systématique; les résultats resteront ponctuels autrement* », estime Larivière. « *Pour moi un film c'est comme un lieu de rencontre. C'est la qualité de la rencontre qui fait que la chose vaut la peine. C'est cette pulsion qui m'anime, (...) qui est plus importante que le public/produit.* »

NOTES

* *Home Sweet Home Video*, un article de Peter Goddard, dans *The Toronto Star* du 14 décembre 1985, page F1.

** *Distribuer pour rayonner*, par Richard Gay, dans *Les Dossiers de la cinémathèque*, n° 14, octobre 1984, p. 63.

*** *Toronto Take One*, un article de Greg Quill, dans *The Toronto Star*, 28 juin 1986, page F1.

Journaliste et écrivain-pigiste, Daniel Marchildon est membre du Comité de rédaction de LIAISON.

Pour être..

— bien informé

— gagnant

— à la page

il faut

lire

LE DROIT

tous les

jours

Je m'abonne!

560-2525