

Une compagnie de cinéma canadienne : Onyx Films

Léo Bonneville

Number 48, February 1967

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/51731ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

La revue Séquences Inc.

ISSN

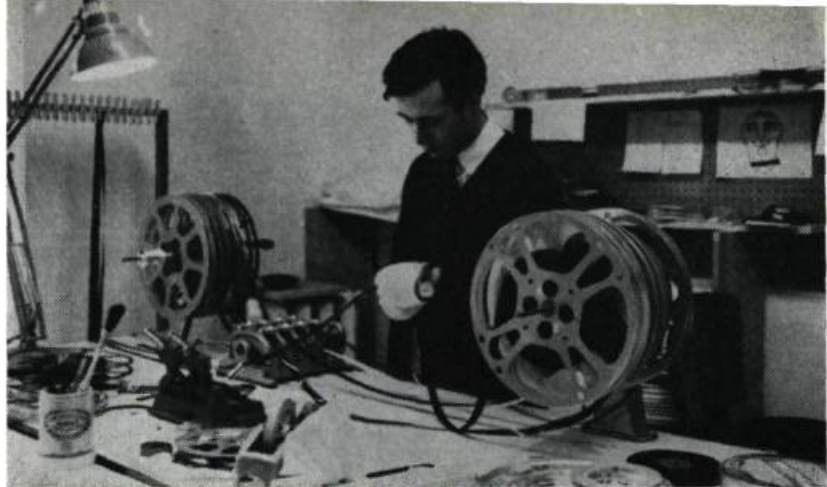
0037-2412 (print)

1923-5100 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this document

Bonneville, L. (1967). Une compagnie de cinéma canadienne : Onyx Films. *Séquences*, (48), 58–66.



UNE COMPAGNIE DE CINÉMA CANADIENNE

ONYX FILMS

Nous connaissons l'Office national du film mais que savons-nous des quelques compagnies indépendantes de cinéma chez nous ? Nous avons pensé utile de faire connaître à nos lecteurs une compagnie, jeune et dynamique, qui a déjà des réalisations à son crédit. C'est pourquoi, nous sommes allé interroger M. André Lamy, directeur d'Onyx Films Inc., qui était accompagné de M. Denys Héroux, réalisateur.

L. B.

L.B. — *Monsieur Lamy, vous êtes de la compagnie Onyx. J'aimerais bien savoir comment est née cette compagnie ?*

A.L. — Nous avons pignon sur

rue depuis six ans. La compagnie a été fondée par Pierre Lamy, Jean-Louis Bourret et André Lamy. *Onyx Films* a débuté avec un contrat très précis pour l'émission *Les*

Insolences d'une caméra que nous avons conservée pendant quatre ans sur les ondes.

L.B. — *La compagnie s'est-elle développée et quelle est sa raison d'être ?*

A.L. — Il y a six mois, Jean-Louis Bourret, Pierre et André Lamy ont vendu 50% de leurs actions à Gilles Carle (bien connu dans le milieu du cinéma), à Roger Moride et à Michel Belaieff. C'était un moyen de contrôler trois départements très importants dans une compagnie de films, c'est-à-dire, la création avec Gilles Carle comme directeur artistique, le département de la photographie avec Roger Moride comme directeur de la photo, et le département du son avec Michel Belaieff comme ingénieur du son. Tous les trois ont quinze à vingt ans d'expérience dans le domaine.

L.B. — *Au point de vue de la production et de la création, vous alliez-vous à certains réalisateurs ?*

A.L. — Non. Depuis à peu près un an, nous comptons trois réalisateurs, Gilles Carle, Denys Héroux et Arnie Gelbart qui travaillent à plein temps. De plus, Louis Portugais travaille également pour nous. Pour certains projets très précis, nous avons eu Jean-Claude Labrecque.

L.B. — *Puisque vous avez mentionné Denys Héroux, quel rôle joue-t-il à la compagnie ONYX*

FILMS ?

D.H. — Exclusivement un rôle de réalisateur pour des projets qui sont commandés, soit par l'Expo, soit par Radio-Canada ou pour des projets que j'élabore moi-même, que je présente à Radio-Canada et qui sont acceptés. Je tourne ensuite.

L.B. — *Quand un projet est accepté, voyez-vous directement à sa réalisation ou bien vous impose-t-on certaines exigences ?*

D.H. — Habituellement, c'est moi qui suis responsable. Toutefois, le projet est d'abord élaboré d'une façon très précise par le directeur de production qui connaît l'importance du budget attribué et finalement fixe les grandes données du tournage. Le film est donc influencé par ce budget.

L.B. — *La compagnie ONYX a-t-elle actuellement des projets qui intéressent le cinéma canadien ?*

A.L. — Actuellement, nous voulons surtout développer la méthode de travail suivante : élaborer nos propres projets, les attribuer à certains réalisateurs et les vendre ainsi : soit à Radio-Canada, soit au Gouvernement de la province de Québec, soit même à des agences de publicité. Nous confions nos projets à un réalisateur et nous sommes liés par la suite avec lui pour la réalisation du projet. Actuellement à *Onyx*, nous avons un film qu'a réalisé Gilles Carle : film conçu et présenté à la province de

Québec pour son pavillon à l'Expo. Le projet pour le pavillon de l'agriculture a été préparé par Louis Portugais, Denys Héroux et Arnold Gelbart : tous trois voient à sa réalisation. De plus il faut compter sur les films publicitaires. Souvent on nous apportait ce que nous appelons communément *story board* ⁽¹⁾ et nous avions à exécuter bêtement le *story board* prescrit, soit par le commanditaire, soit par l'agence de publicité. Maintenant, de plus en plus, on a recours à nos services au niveau de la création et on nous demande de présenter un projet global. Par exemple, une brasserie vient de nous demander une douzaine de films publicitaires. Nous avons le projet complet depuis l'élaboration jusqu'à la fin de la production.

Les risques du long métrage

L.B. — *Dans ce que vous venez de dire, il m'apparaît que votre compagnie ne court pas beaucoup de risques puisque vous parlez d'un contrat pour lequel vous êtes certains que le commanditaire assure les frais de production. Je voudrais savoir si la compagnie ONYX prend des risques en tournant des longs métrages de fiction qui justement ne sont pas assurés de re-*

cevoir du public une large approbation et qui entraînent des déboursés et, évidemment, des aléas.

A.L. — Au départ, nous avons fait *Pas de Vacances pour les idoles* mais il faut dire qu'au moment où nous y avons pensé nous ne croyions pas qu'il y avait risque. Au contraire, nous étions certains que l'entreprise était rentable. Je ne pense pas, à titre de directeur de production et actionnaire d'*Onyx Films*, qu'on puisse prendre des risques avec un médium aussi dispendieux que le cinéma. Je pense que faire dix minutes de film sans commanditaires ou sans pouvoir vendre le petit film, c'est un risque inutile.

L.B. — *Quand vous parlez de "commanditaires", il est entendu que ce dernier va acheter le film. Vous ne prendriez pas de risques s'il vous disait : Faites-le, on verra ensuite pour l'achat.*

A.L. — Déjà, il y a un risque à faire un film. Par exemple, si vous produisez un commercial d'une minute, le client peut toujours vous dire à la fin de la production : ce n'est pas convenable, gardez votre film.

L.B. — *Mais alors, pouvez-vous le reprendre et le revendre ?*

A.L. — Nous essayons de revendre. Notre film est garanti. Mais il faut changer certaines choses et payer.

(1) Description du video ou des plans qui équivaut au scénario pour un long métrage.

L.B. — *Payer des frais supplémentaires ?*

A.L. — Lors de l'expérience de *Pas de Vacances pour les idoles*, nous avons une avance de distribution qui correspondait à 50% du budget.

L.B. — *Tantôt, vous disiez qu'il n'y avait pas de risques en faisant un long métrage. Je sais pertinemment qu'il y a certains films de l'Office national du film qui sont des longs métrages et qui n'ont pas beaucoup de succès populaire. Je pense, par exemple, au Festin des morts qui n'a pas eu de carrière commerciale.*

A.L. — A l'O.N.F., il n'est pas question de prix de revient et de profits. Dans une entreprise privée, je ne pense pas que vous puissiez travailler longtemps, si vous ne tenez pas compte du budget que vous avez et d'une marge de profits raisonnables. Le budget de *Pas de Vacances pour les idoles* prévoyait un montant qu'il ne fallait pas dépasser. Nous y sommes arrivés.

D.H. — Mais pour nous, ce film n'était pas un risque : c'était de l'argent investi par M. DeSève, le distributeur. D'ailleurs, les résultats à ce jour nous ont montré que ce n'était pas un risque. Non pas que l'exploitation soit très rentable. La marge de profits est moindre que pour certains films tournés pour



Pas de Vacances pour les idoles
de Denys Héroux

Radio-Canada ou pour des agences commerciales.

La qualité du film

L.B. — *Je vais être un peu méchant, M. Héroux. Vous avez dit tantôt qu'en faisant Pas de Vacances pour les idoles, vous étiez assuré d'un certain succès commercial. Est-ce que pour un succès commercial vous essayez de prendre une qualité moyenne afin de plaire à tout le monde.*

D.H. — Je pense que ça dépend du sujet. Les Beatles, ça se vend plus que les Hurons ou les mis-

sionnaires. Si j'ai dans l'idée de faire un film sur les missionnaires, je vais en parler à Radio-Canada pour que cet organisme (ou l'O.N.F.) m'achète le film. Je sais qu'à ce moment-là, je serai payé comptant. Mais je n'irai pas faire un long métrage semblable pour le mettre à l'affiche au cinéma Saint-Denis. Je sais très bien que le public de ce cinéma n'est guère intéressé par les Hurons ou les missionnaires. Avant de tourner *Pas de Vacances pour les idoles*, j'étais frappé par le phénomène yé yé, le phénomène Joël Denis. C'est un phénomène sociologique important. C'est la même chose pour Lester ou d'autres à l'étranger qui ont pensé que les Beatles étaient un sujet intéressant et qu'il y avait moyen de faire un bon film avec eux. Ce sont plutôt les résultats qui peuvent être modestes. J'ai l'impression qu'on a fait certains films à l'O.N.F. qui étaient peut-être de *qualité moyenne* si l'on veut; mais plutôt pauvre finalement.

ET L'O.N.F.

L.B. — *Justement vous avez parlé de l'O.N.F. Quelle différence y a-t-il entre votre compagnie et l'O.N.F.? Quels rapports pourraient s'établir entre les deux maisons?*

D.H. — *Lorsqu'on parle de l'O.N.F., j'ai l'impression qu'il faut*

*entendre un organisme en transformation. On parle d'une institution qui n'est pas la même depuis six mois, qui n'était pas la même il y a un an. L'O.N.F. actuellement, c'est quoi? Il n'y a plus Jean-Claude Labrecque depuis trois mois, il n'y a plus les réalisateurs tels que Groulx, Brault, Arcand, Carle, etc. L'O.N.F. finalement, c'était devenu la maison pour faire des longs métrages par accident. Certains ont réussi mais ils ont dû partir et n'ont jamais fait un deuxième long métrage. L'O.N.F., c'était d'abord une école de courts métrages. Mais depuis, qu'est-ce qui s'est passé? J'ai l'impression que des compagnies, telles que les *Cinéastes associés*, *Onyx Films*, *Fournier Films*, sont en train de prendre la place que l'O.N.F. occupait, il n'y a pas longtemps. Je pense que dans un régime capitaliste, c'est ça qui est dangereux : une société d'état qui concurrence le régime privé.*

L.B. — *Vous avez parlé d'une compagnie indépendante qui cherche à prendre la place de l'O.N.F. Est-ce qu'il n'y aurait pas également Coopératio qui jouerait un rôle analogue au vôtre et qui serait, par conséquent, en face de l'O.N.F.*

A.L. — *Il y a une notion de responsabilité à établir!*

L.B. — *Dans quel sens?*

D.H. — *Coopératio*, c'est personne !

A.L. — Absolument, disons que (et ce n'est pas notre habitude) nous avons fait un long métrage. Nous avons couru la même aventure que l'Office a déjà couru mais avec des moyens beaucoup plus réduits. L'O.N.F. a fait l'expérience des longs métrages comme nous mais avec des moyens beaucoup plus impressionnants. Nous sommes arrivés à peu près aux mêmes conclusions qu'eux : il est très difficile de se lancer dans l'exploitation d'un long métrage. Nous ne pouvons pas envisager la production d'un long métrage plus dispendieux que *Pas de Vacances pour les idoles*. Ce n'est pas tout de fabriquer un film, de monter un film. Que faire lorsque le film est terminé ? Nous nous sommes aperçus que nous n'avions pas les gens compétents pour pouvoir le distribuer d'un pays à l'autre. Parce que le problème, disons même le drame, pour un long métrage canadien c'est qu'il *pass*e seulement à Montréal. Il ne va ni à Tokyo, ni à Paris, ni à Londres, ni à New-York.

D.H. — Pour revenir au système coopératif, nous comprenons aisément le problème. Nous n'avons pas le droit de faire travailler un caméraman cinquante-deux semaines par année sans le payer. C'est

très gentil un système coopératif, mais il faut un marché. Idéalement, c'est formidable ; on a fait appel simplement à la volonté des gens, mais chacun doit vivre.

A.L. — Aujourd'hui, Denys Héroux, Gilles Carle, Roger Moride et moi-même pensons qu'il est agréable de faire du cinéma, mais il faut établir un compromis commercial, c'est-à-dire qu'il faut accepter des commandes, tourner des "commerciaux", produire des courts métrages. Cependant tous les deux ou trois ans, nous espérons prendre une partie des profits d'*Onyx Films* pour réaliser un long métrage ou des films qui nous plaisent, disons, sans subir de pression extérieure ou prendre même de commandite.

L.B. — *Pensez-vous que chez nous le long métrage canadien est rentable au niveau d'une production ? Croyez-vous plutôt qu'il faut absolument entrer sur le marché international afin de pouvoir amortir les dépenses ?*

A.L. — Sans aucun doute. Il n'y a pas un pays au monde qui, avec une population de quinze ou vingt millions d'habitants, peut amortir un long métrage. Je vous parle d'un long métrage de calibre vraiment international. Les distributeurs étrangers sont très heureux lorsqu'ils ont touché une bourse de quinze à vingt mille dollars pour le Canada. Avec *Pas de Vacances*

pour les idoles, nous avons touché trente mille dollars et même M. Giroux (de New-York) était absolument ravi de constater que nous avons obtenu une telle somme uniquement dans la province de Québec.

L.B. — *Est-ce que cela vous permet d'amortir vos frais ?*

A.L. — Pas du tout. Il n'est pas question de recommencer l'expérience de *Pas de Vacances pour les idoles*. Le film fut tourné en 16 mm, avec des moyens très réduits, sans décors, pratiquement sans mise en scène élaborée parce que nous manquions d'argent.

L.B. — *Ne croyez-vous pas que nous sommes dans un cercle vicieux ? Vous dites que si on ne pense pas à un cinéma international, on ne peut avancer . . .*

D.H. — D'accord

Regards vers l'étranger

L.B. — *Justement, croyez-vous que les films réalisés jusqu'à présent, nous pourrions les envoyer à l'étranger ?*

D.H. — Pas du tout. Nous pouvons envoyer *Pour la Suite du monde* à l'étranger, *Le Festin des morts* également. Moi, j'aime beaucoup *Le Festin des morts* (cela ne veut pas dire qu'il est un film populaire). Mais les films produits par l'industrie privée tels que *Caïn*. *Pas de Vacances pour les idoles*, il ne faut même pas y penser.

L.B. — La Corde au cou ?

D.H. — Ni *La Corde au cou*, c'est trop prétentieux. Il faut plutôt penser autrement : envisager des possibilités d'échange avec les autres pays. Le Gouvernement peut nous aider non avec de l'argent mais en obligeant un distributeur français à programmer un film canadien dans une salle à Paris.

A.L. — Je ne suis pas d'accord avec Denys là-dessus. Je trouve que, pour vendre des longs métrages, il va falloir jouer la carte que joue la grosse entreprise française, anglaise ou américaine, c'est-à-dire qu'il va falloir monter un "gros bateau", avoir des sommes d'argent fantastiques et nous appuyer sur le système de vedettes, par exemple. En allant chercher une vedette française, anglaise ou américaine, vous apportez une somme d'argent et vraiment, c'est le "grand bateau" international ! En fait, le cinéma canadien, c'est quoi ? Pourquoi faire un film canadien ?

L.B. — *M. Héroux vient de dire qu'il faudrait que nos films passent dans un échange entre la France et nous, par exemple. Mais croyez-vous que c'est bien servir le Canada que d'envoyer certains films canadiens là-bas, imposer certains films canadiens à l'étranger ?*

D.H. — Ça dépend ce que l'on entend par *imposer*. Moi, je suis persuadé que si nous avons un



Gilles Carle au travail

excellent film (mettons qu'il n'est pas encore tourné!), nous ne serions pas capables de le placer sur le marché français. Je pense qu'André ne peut pas nier cela ; c'est une question d'échange. On n'en veut pas de nos films à l'étranger.

L.B. — *Voilà. Mais il faut nous demander pourquoi on n'en veut pas. Est-ce parce qu'ils sont canadiens ou qu'ils sont mal faits ?*

D.H. — Des films sont affichés partout. Le problème, c'est que nous n'avons pas assez de salles. Ce n'est pas un manque de films. Il y a trop de films. D'ailleurs, c'est la raison des productions internationales prises par différents pays. Chez nous, M. De Sève attend pour présenter des films. Il ne sait pas comment faire parce qu'il en a trop. Il voudrait multiplier les salles. C'est la même chose pour les

Français : ils ne peuvent pas distribuer tous leurs films. Pourquoi distribuer des films canadiens alors ? C'est le même problème avec la chanson canadienne. Nous avons peut-être Pauline Julien qui chante là-bas mais il ne se vend pas de disques canadiens en France parce qu'on n'en veut pas finalement. C'est le problème de l'échange. Dans le passé, nous avons réussi en adaptant certaines lois. Cela n'a rien à voir avec les qualités d'un film. Si vous avez les Beatles sous contrat, vous pouvez aller chercher en France \$25,000., aux Etats-Unis \$100,000. et en Angleterre \$50,000.

Vers l'avenir

L.B. — *Quels sont, dans un avenir assez rapproché, les films de long métrage que votre compagnie a espoir de tourner ?*

A.L. — Disons qu'il y a deux possibilités. Nous avons deux projets importants avec l'Office National du Film. Le premier projet, c'était *La Tour* sur un scénario de Gilles Carle. Tout devait marcher. Ensuite, nous songions à une co-production française, également avec l'O.N.F. Mais cela a été refusé à Ottawa. Avec le projet de *Aide au cinéma* (Ottawa), nous voulons reprendre ces deux projets-là et les réaliser.

L.B. — *Dans votre compagnie, pourriez-vous nous parler de l'équipe de travail qui s'applique à faire des films : les caméramen, les réalisateurs, etc.*

A.L. — Le directeur artistique, Gilles Carle, anciennement de l'Office national du Film, ainsi que Denys Héroux, Louis Portugais et Arnie Gelbart. A la caméra, Roger Moride, directeur de la photographie avec Bernard Chantrier. au son Michel Belaieff. Nous avons sept monteurs, Pierre Bernard, Gérard Hamel, Pierre Leroux, Jacques Leroux, Guy Côté, Simone Merton, Yves Langlais. Actuellement nous avons un nouveau caméraman, Laval Fortier.

L.B. — *Et ces gens-là sont des permanents ? Ils reçoivent leur salaire régulièrement ?*

D.H. — Nous avons des productions qui amortissent les frais et

donnent sécurité à notre personnel pour des années à venir. Nous réalisons *Le Sel de la semaine*, *La Vie qui bat* et nous avons d'autres projets.

L.B. — *Vous produisez donc pour la télévision ?*

A.L. — Oui. Mais nous travaillons pour l'Expo. Nous avons un film pour la province de Québec et nous avons un projet de cinq films d'une demi-heure pour la Commission du Centenaire. De plus, nous voulons développer un marché de films publicitaires.

L.B. — *Une dernière question. Croyez-vous vraiment au cinéma canadien de long métrage ?*

D.H. — On voudrait bien y croire mais pour des raisons meilleures que celles servies depuis dix ans.

A.L. — C'est pour ça qu'il faut être sévère envers certaines organisations. Il faut être plus lucide. L'expérience du passé nous force à être extrêmement prudents. Il faut développer un marché.

D.H. — Il faudrait penser que nous ne sommes pas seuls à avoir des difficultés. Ceux qui font du cinéma ont toujours des difficultés. Ils sont obligés de travailler pour la télévision. N'oublions pas que le cinéma, ce n'est pas simplement produire des longs métrages.

L.B. — *Il me reste à souhaiter prospérité à Onyx Films.*