

Parcours cinéphilique

Pierre Demers

Numéro 62-63, septembre–octobre 1992

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/22558ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

24/30 I/S

ISSN

0707-9389 (imprimé)

1923-5097 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Demers, P. (1992). Parcours cinéphilique. *24 images*, (62-63), 15–21.

PARCOURS CINÉPHILIQUE

par Pierre Demers

Pour établir un parcours à travers les divers lieux de cinéphilie à Montréal et au Québec, nous aurions évidemment pu rencontrer des personnalités incontournables comme Roland Smith, fondateur du légendaire cinéma de répertoire le Verdi, puis de l'Outremont, de L'Autre Cinéma et du Laurier; ou encore madame Claire Costom du cinéma Ouimetoscope. Puisque personne aujourd'hui ignore que le cinéma traverse des jours difficiles – le dernier cinéma de Roland Smith, le Festival, vient lui aussi de rendre l'âme –, nous avons préféré regarder du côté de ces lieux qui parviennent à survivre dans ce nouvel état des choses. Voici donc quelques pistes pour un itinéraire cinéphilique au long cours.

CINÉMA LE CLAP DE QUÉBEC

Michel Aubé, pdg du Clap

Le Clap n'est pas un cinéma de répertoire comme les autres. Il s'agit plutôt d'un complexe culturel qui, en plus de ses trois salles (équipées en 16 et 35 mm et en son dolby, avec fauteuils européens), compte aujourd'hui un café bistro, une boutique où l'on vend livres, magazines, trames sonores et affiches de films, ainsi qu'une petite salle d'exposition. Le complexe est situé dans un petit centre commercial en arrière de l'Université Laval, chemin Sainte-Foy, à Québec. Les deux premières salles ont ouvert leurs portes en 1985 sous l'initiative de Michel Aubé qui gérait également à l'époque la Boîte à films de Limoilou, un quartier populaire de la ville. En aménageant à Sainte-Foy, quartier bourgeois, cela lui donnait accès à un bassin de population comptant 45 000 étudiants



de l'université et du cégep voisins. On a construit la boutique en 1987 et ajouté la troisième salle en 1991.

Le Clap publie également, cinq fois l'an, une revue couleur (tirée à soixante mille exemplaires) et distribuée gratuitement en de nombreux points de Québec. Cette revue, entièrement autofinancée, est le support publicitaire du Clap puisque c'est elle qui a véritablement imposé le style de ce type de salles de répertoire.

Quelle image le Clap cherche-t-il à diffuser?

Avant d'en venir à la formule actuelle de la revue, nous publions, depuis novembre 86, un journal hebdomadaire contenant la programmation. Nous avons finalement opté pour ce modèle de revue soignée, sur papier glacé, (avec contenu publicitaire) pour lutter contre cette image de petites salles pauvres, mal éclairées, mal équipées et sans confort qui a toujours été accolée aux cinémas de répertoire. La revue est sans doute un élément important de notre réussite puisqu'elle nous a aussi permis de développer une sorte de firme de graphisme, de mise en page et de publicité ainsi qu'un service d'édition qui font maintenant partie de nos sources de revenus.

Quel type de programmation offrez-vous?

Celle-ci est évidemment moins spécialisée, plus commerciale que celle des salles de répertoire de Montréal. Nous présentons plus de films en primeur qu'auparavant. Nous nous intéressons à des cinéastes en particulier et essayons également de raviver l'intérêt pour certains «classiques» récents, des films cultes, mais ces choix n'ont évidemment rien à voir avec ceux que l'on retrouve dans une cinémathèque ou un cinéma comme le Parallèle à Montréal. On y programme aussi davantage de films québécois que les salles commerciales. Il nous arrive aussi parfois de nous entendre avec des professeurs de l'Université Laval pour présenter des cycles de films classiques. Les films qui ont fait le

plus d'entrées ces derniers mois sont *Cyrano de Bergerac* et *Delicatessen* (100 000\$ au box-office). Les autres films qui fonctionnent bien sont habituellement des primeurs comme *Kafka*, *Van Gogh*.

De quelle façon arrivez-vous à attirer le public en aussi grand nombre?

C'est grâce à une formule de bas prix que nous sollicitons des spectateurs de toutes catégories. On retrouve une gamme de prix allant de deux à quatre dollars. Nous proposons une carte d'abonnement à quarante dollars (sous forme de carte de crédit informatisée qui indique sur le billet le nombre de films encore disponibles) qui donne droit à dix films. Le lundi des

abonnés permet aux détenteurs d'une carte d'inviter gratuitement une autre personne. Les primeurs coûtent entre cinq et huit dollars, les reprises cinq dollars. Avec cette carte d'abonnement, on peut donc faire des économies de trente à quarante pour cent sur les prix réguliers.

Qui fréquente le Clap?

D'après les études de marché que nous avons effectuées, les habitués du Clap ont entre vingt et quarante ans. Ils ont généralement un niveau assez élevé de scolarisation. Dans l'après-midi, on retrouve surtout des personnes âgées et des étudiants. Chaque année, environ deux cent cinquante mille personnes viennent voir

nos films. À Québec, ce cinéma de répertoire est bien implanté et il pourrait bien s'étendre en périphérie si l'occasion se présentait. Un autre projet du côté de Montréal prend forme lentement. (Le cinéma Festival est pointé du doigt par les rumeurs.) Il y a peut-être de la place à Montréal pour d'autres cinémas de répertoire mais la sollicitation y est beaucoup plus grande et le marché diversifié.

Tableau statistique des cinémas parallèles au Québec

- 30 salles de cinémas parallèles ou ciné-clubs présentent des films sur une base régulière au Québec et font partie de l'Association des cinémas parallèles. Ce sont des corporations à but non lucratif dirigées par des conseils d'administration. Ils sont tous équipés de projecteur 35 mm.
- Il y a 10 ans, on comptait 70 salles de cinémas parallèles, la majorité équipées de projecteur 16 mm.
- En 1990-91, celles-ci ont rejoint 270 624 spectateurs
- Elles présentent en moyenne un film par semaine. Le Ciné-campus de Trois-Rivières est le seul cinéma parallèle à présenter 2 films différents par semaine.
- La majorité des salles parallèles sont situées en dehors de Montréal.
- Elles ont toutes le permis de la Régie concernant les lieux d'exploitation polyvalents.

source: Martine Mauroy, Association des cinémas parallèles.

Le Ciné-campus de Trois-Rivières

Le Ciné-campus de Trois-Rivières célèbre cette année son 25^e anniversaire. C'est un cinéma parallèle réputé qui compte actuellement cinq mille membres (il en a déjà eu huit mille) et dont le chiffre d'affaires annuel atteint cent quarante mille dollars. C'est un pionnier du cinéma en Mauricie, l'abbé Léo Cloutier, qui a fondé ce lieu de cinéphilie avec ses étudiants, il y a 25 ans. Il est d'ailleurs toujours président de cette institution culturelle trifluvienne.

Les projections de deux films différents chaque semaine ont lieu à la salle Léo Cloutier (salle de six cent douze places) du séminaire Saint-Joseph de Trois-Rivières, du mardi au dimanche soir. Durant la saison 91-92, le Ciné-campus a programmé cent cinquante films, incluant ceux de sa semaine du cinéma québécois.

Ce ciné-club, en plus de collaborer à la programmation de quelques autres gros ciné-clubs en province (comme celui du cégep de Jonquière), invite des cinéastes à venir rencontrer ses habitués, propose aux étudiants une aide à la production de films et une animation scolaire selon la demande des écoles primaires et secondaires de la région.

Monique Laliberté, responsable du secrétariat permanent nous a donné quelques explications sur le succès de ce ciné-club qui au fil des ans, a su conserver sa clientèle, en plus de donner des maux de

tête aux propriétaires de cinémas commerciaux de Trois-Rivières et de ses environs.

Quelles sont les particularités du Ciné-campus?

Comme on peut le lire dans la charte, le Ciné-campus est un organisme à but non lucratif dont l'unique objectif est de faire connaître et aimer un cinéma de qualité. La seule source de financement possible du ciné-club est la vente de cartes de membre. Nous avons créé une habitude à Trois-Rivières où le ciné-club fait maintenant partie de notre culture locale, et c'est la continuité que l'on a su entretenir qui nous a permis de franchir le cap des 25 ans. Le Ciné-campus a aussi l'avantage d'avoir une programmation diversifiée. Parmi la sélection de films de 91-92, on retrouvait, dans la section régulière, *La discrète*, *Taxi Blues*, *Le petit criminel*, *Daddy nostalgie*, *Alice*, *Merci la vie*, *Ju dou*; dans la section cinéma d'hier et d'aujourd'hui, *Roger et moi*, *La voce della luna*, *Halfaouine*, *L'Atalante*, *Sonate d'automne*.

Qui sont les membres du Ciné-campus, au nombre de quatre mille neuf cent cette année?

Ce sont surtout des adultes et des personnes âgées qui fréquentent le ciné-club. Des gens qui bien souvent achètent

leur carte de membre depuis des années, pour ne pas dire vingt-cinq ans dans bien des cas... Les personnes âgées constituent réellement une clientèle stable. Parmi les membres, il y a aussi environ huit cents étudiants de l'université et du cégep, mais nous devons trouver des formules pour aller chercher plus d'étudiants. Le fait de n'accepter que les gens munis de carte de membre nous prive d'une certaine clientèle, mais c'est une condition de fonctionnement

qui est inscrite dans notre charte. Cette année, des jeunes du secondaire nous ont demandé certains films et nous leur avons programmé six longs métrages en leur offrant une carte à quinze dollars. Les cartes pour adulte coûtent quarante dollars, celles pour les gens de soixante ans et plus, dix-huit dollars, pour les étudiants vingt-cinq dollars et pour les jeunes de douze ans et moins, treize dollars. C'est la vente de ces cartes qui nous assure une stabilité

financière et le fond de roulement nécessaire pour réserver autant de films auprès des distributeurs.

Cette idée de la carte de membre obligatoire est tellement répandue dans cette région qu'une salle de Shawinigan appartenant au circuit Cinéplex a proposé, cette année, une carte à 20\$ permettant de voir quatorze films différents.

LE CINÉMA PARALLÈLE

Claude Chamberlan, directeur du cinéma Parallèle

En juin dernier, le cinéma Parallèle (situé rue St-Laurent) fêtait en grande pompe son 25^e anniversaire ainsi que le lancement du centenaire du cinéma. Au programme, un Cinémarathon de dix jours et dix nuits offrant deux cents films projetés simultanément à l'intérieur et à l'extérieur dans la rue en soirée et la nuit. Événement qui bénéficia d'une couverture de presse inédite pour un «cinéma alternatif» comme le Parallèle.

Pendant ce Cinémarathon qui eut lieu du 11 au 22 juin, j'ai essayé à quelques reprises de parler à Claude Chamberlan, maître d'œuvre de cette folle idée et veilleur de nuit de l'événement. Je le soupçonne d'ailleurs d'avoir peut-être dormi un peu moins que ses neuf concurrents perdants... Je l'ai donc regardé aller à travers son cinéma-dortoir et réfectoire; il ressemblait parfois au surveillant d'une salle de classe. Le babillard du Parallèle se gonflait de jour en jour des manchettes locales et internationales, le café régulier du Méliès n'avait jamais été si «serré» et si en demande. Il y avait de l'électricité dans l'air... Chamberlan s'activait, il planifiait les rendez-vous chez le médecin pour ses cobayes, pris dans le tourbillon de cette bonne idée à exploiter mais dont il ne connaissait pas tout à fait l'issue.

Puis, c'est par hasard que je l'ai rencontré le vendredi soir (18 juin, 17h30), à la Cinémathèque québécoise, en train de jeter un coup d'œil sur l'exposition *Montréal, ville de cinéma* et sur de vieilles photos du Parallèle... il y a 25 ans. Il



André Forcier et Claude Chamberlan lors de «l'événement Chamberlan» de juin dernier.

portait un t-shirt de *Batman Returns*. C'était la dernière fin de semaine du Cinémarathon, il semblait content de son bon coup.

Pourquoi cette idée de Cinémarathon?

Depuis cinq ans je pensais à faire ce marathon. Je ne l'ai pas inventé, c'est une idée que j'ai prise en Allemagne. Pour que le cinéma vive et rejoigne tous les publics, il faut l'animer différemment. C'est ce que je veux faire avec le Parallèle. Le record Guinness je m'en fous, que mes trois marathoniens résistent ou pas, peu importe. Avec ce cinémarathon, j'ai réussi à intéresser, en plus de tous les médias de Montréal, plusieurs médias américains et européens: *Libé*, *Wall Street Journal*, *Variety*, *Paris Match*, *Village Voice*, l'émission

américaine *Entertainment Tonight*. Les films projetés à l'extérieur du Parallèle ont permis de rejoindre un autre public, celui des jeunes, des gens de la rue St-Laurent qui n'avaient jamais vu de leur vie *L'ange bleu* de Von Sternberg ou *L'eau chaude, l'eau froide* de Forcier. J'ai d'ailleurs les mêmes idées que le directeur de la Cinémathèque française, Dominique Païni qui est un de mes bons amis: les cinémas de répertoire, d'art et d'essai et les cinémathèques doivent être des lieux vivants.

Je vais me souvenir que la ville de Montréal n'a pas voulu m'aider financièrement dans mon projet de marathon, et la SOGIC non plus. Ça représente énormément de travail de monter un événement pareil mais ça rapporte au Parallèle et au milieu du cinéma de Montréal. Je ne

travaille pas pour de l'argent mais pour intéresser les nouvelles générations de spectateurs et pour les cinéastes que j'aime et qui témoignent de notre époque. Et c'est avec le sens de la fête qu'on peut le faire. Le Parallèle marche parce que c'est un milieu cinéphilique vivant où ça roule tout le temps et le café Méliès, attenant à la salle de projection, fait sa part dans cette animation. Il est bien inscrit dans son quartier, dans sa rue. Ma programmation pour les cent ans du cinéma et le Cinémarathon ont fait la preuve qu'on peut animer une salle différemment et renouveler le public, même avec des films que l'on pourrait qualifier de «films de cinémathèque».

LA LIBRAIRIE OLIVIERI

Rina Olivieri et Yvon Lachance, responsables de la section cinéma

La librairie Olivieri, située sur la rue Gatineau, à deux pas de l'Université de Montréal, possède, depuis son ouverture début 1985, une section de livres de cinéma unique qui s'est enrichie au cours des ans. On peut également y trouver certaines revues de cinéma étrangères deux semaines avant leur sortie en kiosques.

Si vous cherchez un livre de cinéma que vous ne trouvez pas ailleurs, il y a de fortes chances qu'il soit là. La vitrine affiche régulièrement les dernières nouveautés en cinéma et à l'intérieur deux grands rayons et une table débordent de tous ces livres que vous rêvez d'acheter. Exemple: il y avait là, lors de notre passage, cinq exemplaires du dernier bouquin de Serge Daney, *Devant la recrudescence des vols de sacs à main*.

Quelle est la situation actuelle de l'édition de cinéma?

Notre librairie a vu le jour en plein boum de l'édition de cinéma, en 1985. De nouvelles collections apparaissaient presque chaque semaine. C'était la mode des monographies de cinéastes, des livres sur les genres, des albums abondamment illustrés, des nouvelles collections de poche, etc. Aujourd'hui, des collections cinéma réputées comme Ramsay, Edilig, Hatier et

Rivages disparaissent. La crise de l'édition cinéma est généralisée. C'est d'ailleurs la même crise à laquelle est confronté tout le monde de l'édition. En 1991, on a publié 50% plus de livres qu'en 1990, mais on vend toujours le même nombre d'exemplaires. Notre inventaire compte de plus en plus de livres et les tirages baissent lentement. Le lecteurs en cinéma ne sont pas très nombreux. Au Québec, il n'y a pas d'édition de cinéma comme telle, mis à part les quelques livres publiés annuellement par la Cinémathèque québécoise, par Boréal, l'ONF ou quelque éditeur d'occasion.

Notre section a toujours comporté de nombreux livres théoriques sur le cinéma; c'est notre force. Mais maintenant l'édition cinéma se dirige de plus en plus vers le livre technique. On remarque d'ailleurs le même virage dans les autres domaines. Ce que nous demandent en priorité nos clients, ce sont des ouvrages sur le montage, la vidéo, des questions techniques particulières. Les éditions françaises de livres techniques comme Femis et Dujarric sont très en demande. Parmi nos livres vedettes, on retrouve *Grammaire du langage filmé* de Daniel Arijoin (édition Dujarric) et *Esthétique du film* de J. Aumont, M. Marie, A. Bergala et M. Verret (Nathan Art

Université).

Soixante-quinze pour cent de nos clients viennent du milieu universitaire et collégial (étudiants et enseignants) et vingt-cinq pour cent du milieu du cinéma. Les ouvrages techniques intéressent les étudiants en cinéma mais aussi les professionnels (sans doute en développement) qui travaillent leur scénario, leur découpage technique, etc. La version française du *Guide du scénariste* de Syd Field, publié par les éditions Merlin, est un des livres «québécois» qui se vend bien actuellement. C'est tout dire!...

Les cinéphiles ne sont pas nécessairement de bons lecteurs de livres de cinéma. Ils aiment voir des films. Point. Ce sont des lecteurs particuliers qui lisent dans ce domaine, soit pour leurs recherches, soit pour leurs études ou leurs cours, comme les professeurs par exemple. Mais comme la théorie du cinéma connaît elle aussi une crise et emprunte à toutes les sciences humaines, ceux qui avaient l'habitude de lire des ouvrages sur le cinéma vont davantage lire des livres dans d'autres champs comme en sémiologie, en psychanalyse ou en linguistique.

LA CINÉMATHÈQUE QUÉBÉCOISE Robert Daudelin, directeur

La Cinémathèque québécoise est située au carrefour de rues Maisonneuve et St-Denis, quartier des gens de passage; des itinérants et des «pushers» aussi, des festivals qui ferment la rue St-Denis à la circulation à quelques reprises au cours de l'été. Personne n'y habite mais tout le monde y passe. Ainsi, cela peut être frustrant pour un lieu culturel de voir autant de gens autour mais, bien souvent, de ne pouvoir les atteindre.

Qui fréquente la Cinémathèque?

Tout dépend des activités qui s'y déroulent ou des cycles qui y sont programmés. Par exemple, il y a des gens qui viennent voir les films de jazz pendant le festival en juillet et qu'on ne revoit plus jamais durant l'année. C'est la même chose pour tous les festivals qui se tiennent chez nous ou pour les rétrospectives. Les événements rejoignent la plupart du temps un public précis. Je dirais que nos spectateurs habituels ont entre vingt et trente-cinq ans. Lors de la rétrospective de Bresson, par exemple, on a attiré un public très jeune, dans la vingtaine, qui venait découvrir ce réalisateur. Généralement, les gens qui fréquentent nos films semblent reliés de près ou de loin au milieu des arts visuels. Il y a bien sûr les maniaques des deux premières rangées qui viennent tout voir ou presque, des étudiants en cinéma des cégeps et des universités lorsque l'on programme des films qui recoupent leurs cours, des «cinéphiles du dimanche» comme ce spectateur qui se retrouve dans la salle à chaque dimanche. Ce que je peux dire par contre, c'est que les cinéastes québécois ne fréquentent pas beaucoup la Cinémathèque, mis à part quelques irréductibles qu'on peut compter sur les doigts d'une main. Mais les jeunes cinéastes encore inconnus sont peut-être dans la salle sans qu'on le sache nécessairement ...

Et le grand public?

Je ne crois pas qu'il vienne à la Cinémathèque très souvent. Quand un article parle de nous dans un quotidien, il peut entraîner le grand public à certaines de nos séances, mais c'est exceptionnel. Pourtant c'est une de nos préoccupations de

MONTRÉAL, VILLE DE CINÉMA: L'EXPO

Dans l'exposition Montréal, ville de cinéma qui occupe le hall de la Cinémathèque jusqu'au 4 octobre, on retrouve des éléments intéressants de ces collections de la

Cinémathèque qui dorment dans les voûtes, faute d'espace. Toutes ces affiches, photos de tournage, photos de vieux cinémas disparus, articles de journaux, cartons d'invitation de première de film, vieux appareils, extraits de films et de décors, lettres et papiers personnels, revues, scénarios et découpages techniques. Également, tout un décor est

mis en place autour de lieux évocateurs du cinéma à Montréal: les ruelles, le boulevard St-Laurent, un snack-bar de l'est, la rue Ste-Catherine. Le cinéma d'animation y est aussi représenté ainsi que le rôle de premier ordre tenu par Ernest Ouimet dans l'histoire du cinéma à Montréal. Il manque sans doute une bande son à tout ça en plus du fait que l'espace soit trop petit pour montrer tous les souvenirs regroupés là.

PHOTO: ALAIN GAUTHIER COLL. CINÉMATHÈQUE QUÉBÉCOISE



Snack-bar de l'est à l'exposition Montréal, ville de cinéma

rejoindre ce grand public. On a modifié la formule de la revue pour cette raison. Depuis 1988, on s'est donné un service de communication et de relations publiques pour se faire davantage connaître. Le centre de documentation est ouvert trois soirs sur semaine pour permettre à plus de gens d'y avoir accès.

On reproche quelquefois à la Cinémathèque d'avoir les bras trop ouverts à tous les festivals et les manifestations de passage. Ne croyez-vous pas que cela fait déroger de sa véritable vocation?

La Cinémathèque doit répondre aux demandes et s'inscrire dans la dynamique culturelle de Montréal. Les festivals qui se tiennent dans notre salle occupent les six

temps de relâche que nous avons durant l'année. Ils respectent le rythme des cycles et des projections publiques. On reçoit beaucoup d'autres demandes mais nous ne pouvons pas toutes les accepter. Quand on présente des films de jazz, des films sur la chanson francophone ou sur le violoncelle, c'est pour mieux rejoindre la vie culturelle montréalaise. Parfois nous programmons aussi des films pour certaines personnes qui sont de passage à Montréal pour donner des conférences. Nous sommes à l'écoute de toutes les demandes et notre boîte à suggestions près du guichet nous sert beaucoup. Des habitués et des amis nous conseillent des films, des cycles, des thèmes.

Y a-t-il beaucoup d'échanges avec

d'autres cinémathèques?

On pratique évidemment des échanges de copies de films avec les cinémathèques du monde mais cela devient difficile avec les cinémathèques européennes à cause de la situation géographique du Québec. Les frais de transport des copies sont si élevés qu'il ne faut pas trop compter sur des tournées européennes de films pour établir la programmation de la Cinémathèque québécoise. C'est plus réaliste et écono-

mique pour elle de soigner ses relations avec les archives et les cinémathèques américaines et latino-américaines. Depuis Expo 67, la Cinémathèque a établi des contacts intéressants avec les pays d'Amérique du Sud.

Que nous réserve la Cinémathèque pour les mois à venir?

Un court cycle de films écossais pour la rentrée de septembre, quelques films du

directeur photo Nestor Almendros qui fut un collaborateur d'*Objectif* dans les années 60, un cycle japonais avec une rétrospective Ozu, une rétrospective Maurice Bulbulian qui coïncide avec la sortie de son dernier film *L'Indien et la mer* tourné à Vancouver et plus tard, en 93, le cinéma russe des années 20 et 30. D'autres choses s'inscriront également en cours de route comme le veut la programmation souple de la Cinémathèque.

À L'AFFICHE

Lina Sicuro, copropriétaire de la boutique

Les Québécois ne sont pas des collectionneurs d'affiches de films. Vous savez, ce genre d'individu qui serait prêt à déboursier trois mille dollars pour l'affiche d'origine du film de Godard *À bout de souffle* ou de Carné *Les enfants du paradis*. Par contre, ils achètent beaucoup d'affiches de films récents et c'est surtout cette clientèle qui fréquente la boutique À l'Affiche ouverte il y a sept ans rue St-Denis près de Mont-Royal.

Les collectionneurs sont peu nombreux à Montréal?

Les collectionneurs d'affiches qui viennent ici nous demander des pièces rares, par exemple, une vieille affiche d'un film d'Hitchcock ou de Welles, sont la plupart du temps des Américains ou des Européens. Très rarement des gens d'ici. Le marché de la collection d'affiches de films se trouve là où se tiennent des encans,

comme à Paris, Londres, New York. À ma connaissance, il n'y a eu qu'un encan d'affiches de films à Montréal, il y a déjà quelques années.

Alors que cherchent les clients ordinaires?

Ils sont surtout influencés par les films récents qui viennent de sortir en salles et qu'ils ont vu. Cette semaine (début juillet) ce sont des films comme *Batman Returns* ou *Indochine* qui déterminent les choix des consommateurs d'affiches. Parfois ce sont des modes qui s'installent. On a déjà eu la mode James Dean, Marilyn Monroe par exemple. Les entrées au box-office peuvent aussi influencer la vente de certaines affiches. Il y a aussi des affiches qui se vendent toujours bien comme celles de certains films cultes. Parmi celles-là, *37° 2 le matin* et *Le grand bleu*, en format géant bien sûr. Les gens achètent les affiches de

films la plupart du temps pour le film lui-même, quelquefois pour le graphisme mais ils connaissent rarement le nom de l'affichiste. Parmi les affiches les plus populaires à la boutique, il y a eu celle du film d'Alain Tanner, *Dans la ville blanche*. Une mode qui s'est répandue sans que l'on sache trop pourquoi.

Et la contrefaçon existe-t-elle dans le monde de l'affiche de film?

Il y a une fausse vieille affiche du film de Cocteau, *La belle et la bête*, qui circule, mais c'est difficile d'imiter les anciennes affiches puisque la plupart sont produites en lithographie. Une affiche récente qui a été piratée un peu partout, en France, aux États-Unis et en Angleterre, c'est celle du film d'Alan Parker, *The Wall*. Celle-là constitue le summum de la contrefaçon. Elle est vraiment très populaire.

LA BOÎTE NOIRE

François Poitras, fondateur et directeur

La Boîte Noire, située rue Saint-Denis près de Mont-Royal, vient d'avoir cinq ans. François Poitras projette, afin de mieux loger ses six mille films, de doubler cet automne la surface du magasin en joignant à l'espace actuel l'étage supérieur.

Ce club-vidéo s'inspire du modèle des cinémas de répertoire. Il vient de publier

un catalogue de sa collection de films où ceux-ci sont groupés sous les noms des réalisateurs. On y trouve des dizaines de Fellini, des Buñuel, des Renoir, des films d'Amérique latine, du Japon, des pays de l'Est que l'on ne peut pratiquement jamais voir ailleurs, sur grand écran, des classiques du cinéma muet ainsi que des films

québécois, que l'on retrouve aussi en plus grand nombre que dans les autres clubs-vidéo. La Boîte Noire est même devenue un modèle pour bien d'autres clubs-vidéo. Maintenant, beaucoup d'autres endroits classent sur les présentoirs les films selon les auteurs, mais c'est elle qui a popularisé cette idée.

La Boîte Noire tient souvent lieu de banque de données pour les gens du milieu et les enseignants. Quand on cherche des films on téléphone aussi souvent là qu'à la Cinémathèque québécoise ou à l'ONF. C'est un véritable travail de diffusion qui n'est malheureusement pas toujours reconnu à sa juste mesure.



La Boîte Noire, un club-vidéo pas tout à fait comme les autres.

Selon quels critères sélectionnez-vous les films que l'on retrouve à la Boîte Noire?

Nous offrons, comme d'autres clubs, des films-porteurs tels *Cyrano de Bergerac* ou *The Silence of the Lambs*, mais ce n'est pas notre préoccupation première. Ce qui nous intéresse avant tout, c'est de travailler sur notre collection. Nous ne pouvons pas vivre que de nouveautés. Après six semaines un film est déjà écarté par un autre. Un club comme le nôtre doit se spécialiser afin de se démarquer. On rêve d'offrir à nos clients un panorama du cinéma d'aujourd'hui et d'hier, une histoire du cinéma sur cassette au coin de la rue. La clientèle nous conseille beaucoup sur le choix des films et nous pousse souvent à prendre des risques. Nous suivons évidemment ce qui s'édite, nous faisons de l'importation – surtout des États-Unis où l'on trouve des petits éditeurs qui ont des films impossibles à obtenir ailleurs –, et bientôt, nous achèterons les droits d'auteur de certains films qui nous intéressent.

Le vidéo est le support idéal pour proposer des films plus difficiles puisqu'il est possible de se les repasser. Cela permet aussi de se bâtir une culture cinématographique, de reprendre des retards, et à la limite, d'acheter les films afin de monter une cinémathèque personnelle.

Quels films intéressent plus particulièrement ceux qui fréquentent la Boîte Noire?

Les grands classiques ont toujours bien marché chez nous. J'ai cinq copies de *Citizen Kane* par exemple qui sortent régulièrement. Je me demande souvent d'ailleurs pourquoi les autres clubs-vidéo n'offrent pas plus de classiques. Les jeunes

aiment ça quand ils les découvrent au détour d'un cours de cinéma, ou d'une relance commerciale, comme *Casablanca*, par exemple.

Une chose certaine aussi, c'est qu'il y a ici des films québécois qui marcheraient davantage en club-vidéo si on soignait leur lancement. J'ai cinq copies de *Love-moi* et le film marche très bien. Nous avons développé des sections spéciales pour mettre en valeur certains films. De plus, nos employés se documentent constamment et j'ai même pensé monter un cours par correspondance pour nos clients. Ces derniers exigent de plus en plus de documentation sur les films, ils ne se contentent pas de la jaquette. Je crois vraiment que les clubs-vidéo «de répertoire» comme le nôtre se doivent de faire un travail d'information sous le modèle de celui des librairies. Notre avenir est de ce côté-là.

Qui sont vos habitués?

La Boîte Noire a fait faire deux études de marché depuis cinq ans pour mieux connaître sa clientèle. Nos clients ont principalement entre vingt-cinq et trente-cinq ans, ce sont soit des étudiants ou enseignants, ou encore des jeunes couples avec enfant(s). Il y a aussi beaucoup de gens issus du milieu cinématographique (comme les agences de casting) qui cherchent des références techniques et historiques sur certains films. ■

Quelques données statistiques sur l'industrie des clubs-vidéo au Québec :

- Les premiers clubs-vidéo ont ouvert leurs portes au Québec en 1981-82.
- On compte aujourd'hui entre 800 et 1 000 clubs-vidéo au Québec.
- 500 dépanneurs offrent un certain nombre de cassettes vidéo renouvelées tous les 30 jours.
- 63% des ménages québécois possèdent au moins un magnétoscope. Ceux-ci louent en moyenne 2 cassettes vidéo par mois.
- 16% des films visionés au Québec le sont sur support vidéo.
- 66% le sont à la télévision.
- 15% le sont à la télé payante.
- 3% le sont au cinéma.
- Il y a 5 000 000 de cassettes vidéo en circulation.
- 85% des films disponibles sont d'origine américaine.
- 5% sont des films québécois.
- 10% proviennent d'autres pays.

Selon un sondage effectué par Statmédia:

- 60,8% des films préférés par le public sont américains.
- 8,4% sont français.
- 7,5% sont québécois.
- 4,1% sont canadiens.
- 1,1% sont italiens.
- 1,8% sont d'autres origines.
- 16,4% des gens n'ont pas de préférence.
- 70% des films loués en vidéo sont en langue française.
- 55% des consommateurs de films en vidéo ont moins de 29 ans.
- Un consommateur sur trois est âgé de 29 à 44 ans

Le profil du consommateur de films en vidéo est âgé de moins de 44 ans, touche un revenu supérieur à 20 000\$, a un diplôme secondaire ou collégial. Les diplômés universitaires fréquentent davantage les salles de cinéma. L'industrie des clubs-vidéo génère 6 000 emplois et atteint un chiffre d'affaires annuel de deux cent millions de dollars.

Sources: De la salle au foyer, Institut québécois du cinéma, mars 1992.