

## 7<sup>e</sup> Art Distribution Oui au commerce mais à certaines conditions

Mathieu Perreault

---

Numéro 233, septembre–octobre 2004

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/48069ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

---

Éditeur(s)

La revue Séquences Inc.

ISSN

0037-2412 (imprimé)

1923-5100 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

---

Citer cet article

Perreault, M. (2004). 7<sup>e</sup> Art Distribution : oui au commerce mais à certaines conditions. *Séquences*, (233), 13–13.

## Échos

### 7<sup>e</sup> Art Distribution

#### Oui au commerce mais à certaines conditions

Daniel Bouchard occupe une place à part dans le cinéma québécois. Comme beaucoup de gens impliqués dans le cinéma d'auteur, il s'insurge contre les subventions aux films populaires comme *Séraphin*, *Les Dangereux*, *Les Boys* et autres *Aurore*. Mais le patron de 7<sup>e</sup> Art Distribution est bien conscient que le cinéma est un commerce et qu'il lui faut vendre ses films.

« J'ai trois critères de sélection pour accepter un film », explique le distributeur de 49 ans, en entrevue dans un restaurant de la rue Laurier Est, à deux pas de son domicile et bureau de la rue Fabre. « Il faut que j'aime le film. Il faut que je sache quoi faire avec, quelles sont les opportunités de vente. Et il faut qu'il y ait quelqu'un avec qui je peux m'entendre dans la compagnie de production. »

Autre exemple du réalisme commercial de M. Bouchard : il envoie ses films dans les festivals internationaux avec l'objectif principal de les vendre à l'étranger. « En Grande-Bretagne, si tu gagnes un prix dans un festival, tu es presque assuré de vendre le film à la télé britannique. Peut-être pas à la BBC, ils n'achètent pratiquement rien, mais sûrement à Channel Four. C'est la même chose avec SBS en Australie. »

Faire une entrevue avec le fondateur de 7<sup>e</sup> Art, c'est prendre un cours accéléré en économie du cinéma. On apprend notamment que la multiplication des tournages américains à Montréal a provoqué une inflation importante des salaires des techniciens. Et que le principal obstacle à la projection d'un court métrage avant un film commercial est la nécessité de faire plusieurs copies du court métrage. Une copie d'un court métrage peut facilement coûter dans les trois chiffres, ce qui pose problème quand le film principal sort dans une centaine de salles et qu'il n'y a que quelques milliers de dollars pour la promotion. « Mais à mon avis, on devrait voir ça plus souvent. C'est bon pour l'ego du cinéaste et pour son dossier dans les futures demandes de subventions. Mais souvent les distributeurs sont paresseux. »

Le même problème se pose pour les festivals internationaux : les coûts des copies et de la correspondance atteignent les centaines de dollars. « On ne peut pas faire ça dix fois, dit M. Bouchard. Mais je trouve ça important, alors quand je vois que le producteur ne pourra pas s'en charger, et que je crois en les chances du film, je vais m'en charger. » La plupart des films que 7<sup>e</sup> Art distribue – une dizaine par année – sont présentés dans des festivals dans d'autres pays.

En général, 7<sup>e</sup> Art, qui a été fondée en 1998, se charge des « marchés secondaires » : tout, sauf la télé. « Quand je prends un film, et que les droits de télé ne sont pas encore vendus, mon mois est fait », précise M. Bouchard, qui a mis sur pied sa boîte avec le

célèbre producteur Jean Dansereau, maintenant à la retraite, et Serge Gagné, l'un des deux frères iconoclastes, qui collabore surtout à l'administration et à la comptabilité. Pour le choix des films, et pour l'essentiel des opérations courantes, M. Bouchard se débrouille seul, engageant à l'occasion des contractuels.

#### LINGUISTIQUE

Il est arrivé au cinéma « par hasard ». « Je terminais ma maîtrise de linguistique, et j'ai commencé à travailler comme attaché de presse au centre Conventum pour payer mes études. Peu après, j'ai changé pour les Films du crépuscule, où je faisais de la rédaction. Après quelques années, je me suis retrouvé vice-président à l'international. Ensuite, j'ai aussi travaillé à Cinéma libre. » Sa maîtrise portait sur « la centralisation des antépénultièmes dans le dialecte saguenéen ».

Son père était comptable, et il estime que ses parents auraient bien voulu qu'il suive ses traces. Mais deux de ses sœurs sont peintres, et un des enfants est compositeur de musique. « Mon père était un peintre du dimanche, précise M. Bouchard. C'est pour ça que j'ai choisi le nom de 7<sup>e</sup> Art : je trouve que dans le cinéma, tous les autres arts sont représentés. On peut mettre l'accent sur la musique d'un film, sur le jeu d'un comédien, sur la qualité de la photo. Il y a toujours des forces. »

Les sujets qu'aborde 7<sup>e</sup> Art sont variés, mais il y a souvent des thèmes de gauche, comme *Le Vol de la caisse* (d'assurance-chômage), d'Éric Michaud, ou les films de Richard Boutet (*La Guerre oubliée*, *Sexe de rue*), un ami de M. Bouchard. Les films des frères Gagné (*Étrange Histoire*, *Barbaloune*) sont aussi au menu. Récemment, l'un des bons vendeurs est *Rien sans pennies*, un documentaire sur les fauconniers de Marc Girard.

Afin de mieux distribuer le cinéma d'auteur, Daniel Bouchard a mis sur pied le Rézo, un regroupement de cafés et de salles de spectacles qui diffuse des films numériques. Il y en a une douzaine au Québec et quatre en Colombie-Britannique grâce à un ami de M. Bouchard; le Nouveau-Brunswick est la prochaine province sur la liste. En plus des films plus marginaux, comme ceux que distribue 7<sup>e</sup> Art, des films sortis en salle, comme *La Face cachée de la lune* ou *Au Fil de l'eau*, sont au programme. Le pragmatisme de Daniel Bouchard lui fait vraiment accomplir de grandes choses.



Le Royaume et l'asile

Mathieu Perreault