

Métier : producteur Roch Demers

Patrice Poulin

Volume 6, Number 2, November 1986, January 1987

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/34622ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Association des cinémas parallèles du Québec

ISSN

0820-8921 (print)

1923-3221 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Poulin, P. (1986). Métier : producteur : Roch Demers. *Ciné-Bulles*, 6(2), 39–43.

Patrice Poulin

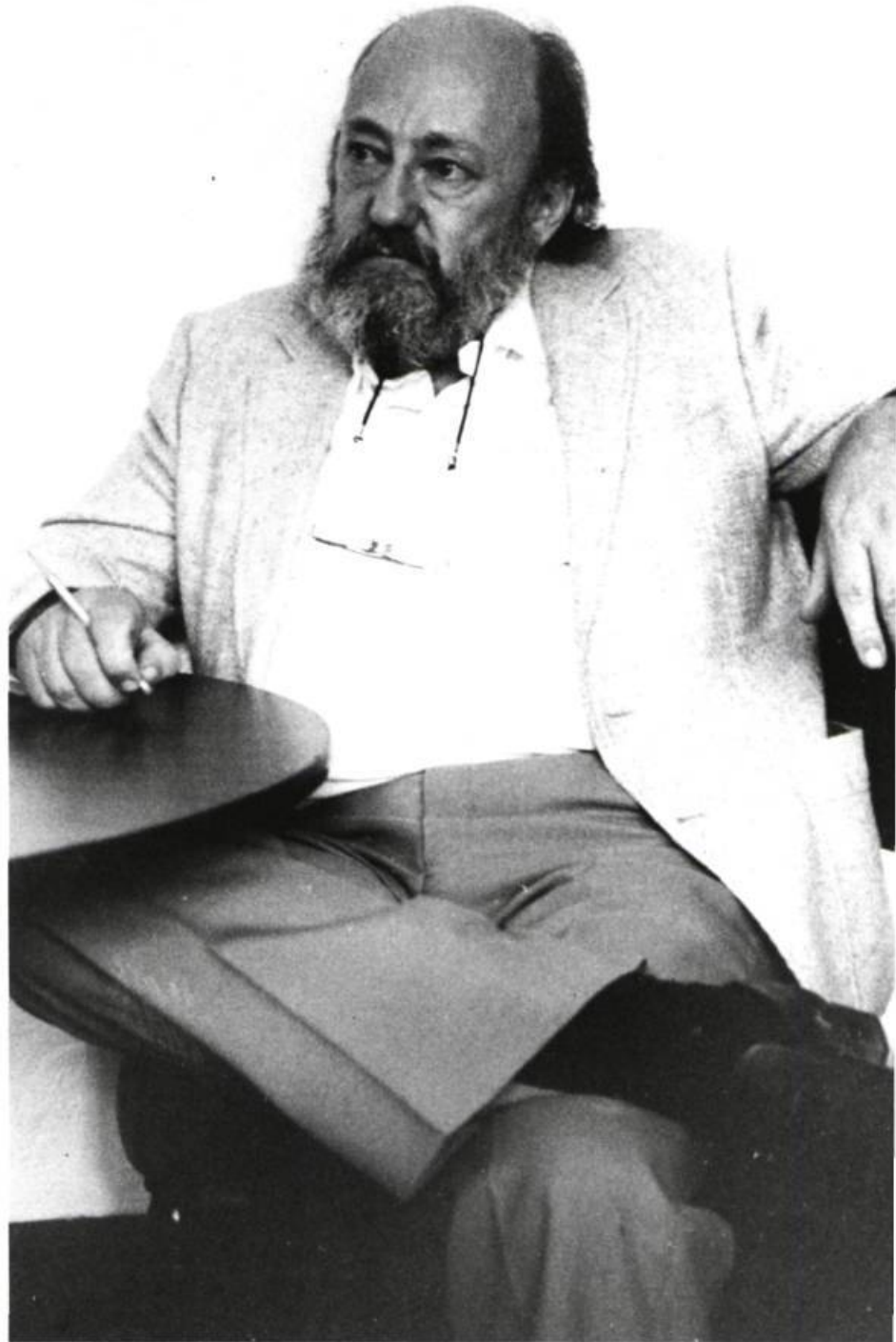
« **J'aimerais que mes films se comparent au *Petit Prince* de Saint-Exupéry.** »

■ Certains films doivent beaucoup au hasard et il faut parfois remonter loin dans le passé

pour en faire la genèse. **Le jeune magicien**, dont la sortie en salle est prévue pour le début de l'année 1987, illustre bien ce phénomène.

Le 3 janvier 1958, Roch Demers, étudiant, en voyage autour du monde, débarque à Varsovie. À la descente du train, il demande à un jeune homme de lui indiquer un hôtel bon marché. Ce dernier lui répond dans un français impeccable. Les deux hommes discutent, sympathisent et se découvrent une passion commune pour le cinéma si bien que Krzysztof Zanussi, l'hôte en question, étudiant de physique à l'université, introduit Roch Demers dans le cercle des critiques de cinéma polonais. Les deux amis se laissent et Roch Demers rentre au pays où il prend les rênes du Festival du film de Montréal.

Plus tard, il fonde Faroun films, compagnie de distribution spécialisée dans le film pour enfants et le cinéma d'auteur. Les cinéphiles québécois lui doivent de nombreuses découvertes, entre autres, le jeune cinéma allemand, de Fassbinder à Wenders; le cinéma des pays de l'Europe de l'Est, avec Metzarus et Zanussi; le jeune cinéma suisse avec les Tanner, Goretta et Soutter; des films comme



Roch Demers (Photo : Yvonne Defour)

Matthew Mackay. *Opération beurre de pinottes*



Calcutta de Louis Malle; le cinéma japonais et quelques premiers films australiens. La grande époque des découvertes en somme.

À la fin des années 70, Roch Demers laisse derrière lui Faroun pour occuper la direction de l'Institut québécois du cinéma, épisode orageux suivi d'une année de congé. En 1981, il revient au cinéma, décidé à produire des films, une série unique en son genre, **Les contes pour tous**. Deux ans plus tard, Zanussi, qui siège au jury du Festival des films du monde se montre intéressé par les projets de production de Roch Demers, à telle enseigne qu'il lui propose de travailler avec l'un de ses protégés, Waldemar Dziki, jeune réalisateur polonais. C'est ainsi que Roch Demers, satisfait du synopsis envoyé par Waldemar Dziki, se lance dans la coproduction avec la Pologne. Il aura donc fallu près de 30 ans pour réunir les noms de Roch Demers et de Krzysztof Zanussi à l'écran. Le film **Le jeune magicien** a un beau passé derrière lui...

« C'est le cinéma de qualité qui me préoccupe et je ne peux produire de films sans me soucier du spectateur. Pour l'intéresser, il faut réunir les trois piliers essentiels à la construction d'un film, soit le scénariste, le réalisateur et le producteur. Trois piliers qui apportent une partie de leur imaginaire pour enrichir le film. La notion d'auteur unique ne devrait pas exister. Ce n'est ni le scénariste, ni le réalisateur ou le producteur. L'apport créateur de l'un répond à celui de l'autre. Aucun ne doit avoir un droit de veto. Le cinéma est un art collectif. J'aimerais que les génériques des films que je produis reflètent cet état de fait.

Je participe à toutes les étapes du projet, sans imposer ma loi à la manière d'un Selznick (**Gone With the Wind**). J'aime beaucoup discuter avec les scénaristes, les réalisateurs et les concepteurs artistiques. Je les respecte et le respect qu'ils me portent fait en sorte que le film est meilleur. Pour donner un film intéressant, il faut être sur la même longueur d'ondes, se préoccuper du public et être convaincu de la rentabilité possible du film, même si elle est difficile à obtenir.

Depuis quelques années, au Québec, de plus en plus de producteurs sont strictement producteurs alors que, dans les années 70, plusieurs réalisateurs produisaient eux-mêmes leurs films. Il est même arrivé que des scénaristes réalisent et produisent leurs films. Cela ne permettait pas, évidemment, d'obtenir le recul nécessaire. Par ailleurs, les réalisateurs ne se préoccupaient pas suffisamment du public et les producteurs ne pensaient qu'à administrer l'argent mis à leur disposition ou qu'ils réussissaient à trouver. Plusieurs avaient la conviction de l'impossibilité de rentabiliser les films, donc d'administrer le mieux possible les budgets. Il régnait un esprit de défaitisme. D'autres producteurs voulaient à tout prix récupérer leur argent en s'employant à prendre n'importe quel sujet et à le tourner de n'importe quelle façon.

Le cinéma est bien sûr une industrie, mais c'est aussi un art. Je ne conçois pas la production dans la seule optique de rentabilité. Le concept que j'ai mis au point permet, je crois, de produire des films de qualité. Le cinéma pour tous aux États-Unis, fait principalement chez Walt Disney, part avec une conception très différente de la mienne. Chez Disney, on élimine tout ce qui pourrait déplaire aux jeunes, aux plus vieux, aux riches, aux pauvres, aux blancs, aux noirs, etc. On prend le film et on l'épure pour ne heurter personne. Mon concept des **Contes pour tous** consiste plutôt à avoir comme public cible les 9 à 12 ans. Je développe mes scénarios en fonction de la psychologie de ces jeunes spectateurs et j'essaie, non pas d'éliminer, mais d'ajouter, par la suite, des éléments qui auraient la qualité de rejoindre un plus large auditoire. J'aimerais que mes films se comparent à ce qu'est **Le Petit Prince** de Saint-Exupéry pour la littérature, un livre dans lequel on découvre toujours du nouveau à 8, 15, 30, 40 ou 50 ans.

Lorsqu'on dit cinéma pour enfants, on pense aux jeunes de 8 ans et moins et, automatiquement, les adultes pensent que le film s'adresse aux tout-petits. Comme je centre mes histoires sur des personnages de 9 à 12 ans, cela devient des films sur l'enfance susceptibles d'intéresser les adultes en même temps que des films auxquels les jeunes spectateurs peuvent s'identifier profondément.

J'ai un grand attachement pour les réalisateurs et ils sont nombreux ceux et celles avec qui j'aimerais travailler. Je pense à Jean-Claude Lord, Gérard Potterton, Mireille Dandereau, Gilles Carle (mais lui n'aime pas travailler avec les enfants), Louis Malle, Arthur Penn, Masaki Kobayashi. Mais je ne choisis pas un réalisateur simplement parce que j'aimerais travailler avec lui. C'est le scénario qui détermine le choix du réalisateur.

Je crois que notre cinématographie doit se trouver une place à l'échelle internationale. Il faut produire des films pour un public averti et, si possible, là où il y a le moins de compétition extérieure afin de faire accepter les produits québécois plus facilement. Dans le secteur précis où je travaille, la demande est beaucoup plus forte que l'offre. C'est l'une des raisons qui m'a amené à initier la série des **Contes pour tous**. Je suis revenu au cinéma en 1981, après une année de congé, en m'orientant vers la production parce que le contexte général avait évolué entre les années 70 et 80. La mise au point des nouvelles technologies, l'avènement de la vidéo-cassette, de la câblodistribution et de la télévision payante offrent de nouveaux débouchés aux films. Ce genre d'entreprise aurait été impossible à réaliser dans les années 70.

Le métier de producteur reste toutefois le même, à savoir créer le scénario avec un ou des scénaristes, décider du choix du metteur en scène et choisir avec ce dernier les principaux membres de l'équipe technique. Pendant toute la période de création du scénario, alors que la production se met en branle, il faut trouver le financement. Le producteur doit aussi voir à ce que le matériel tourné corresponde au concept de base, approuver les premier et deuxième montages, superviser la conception de la bande son et l'enregistrement de la musique et, finalement, préparer l'élément essentiel de la production, la mise en marché. À chacune de ces étapes, il y a de grands moments de bonheur. Le seul moment vraiment pénible consiste à monter les structures financières.

Aux États-Unis, les gens me demandaient : « Was this film shoot in english » ? Si je répondais non, ils n'étaient pas intéressés à le voir. Par contre, si je réussissais à les traîner de force, ils adoraient cela. Un distributeur new-yorkais est même venu me voir en

« La grande force de Roch Demers comme producteur c'est de croire, de croire vraiment en la valeur des films qu'il a choisi de produire. La passion qu'il manifeste pour les films pour enfants est évidemment très stimulante et me semble être devenue, aujourd'hui, une denrée rare. »

*(Danyèle Patenaude, coscénariste de **La guerre des tuques**)*

« Le cinéma culturel, au sens où on l'entend souvent, n'existe pas. Un film est culturel dans la mesure où il est vu. Un film d'une beauté extraordinaire n'est rien sans public. »

(Roch Demers)



Il adore Bach, le musicien



Elle ne se sépare jamais de Bottine, la mouffette



Inévitablement, cela devait donner *Bach et Bottine*

me disant : « Are you going to dub it in french for release in Québec » ? Il ne s'était même pas rendu compte que le film était déjà doublé en anglais ! Ce préjugé vient des responsables de l'industrie cinématographique américaine afin d'éliminer les produits étrangers et de laisser la place aux produits américains tant sur leur territoire qu'à l'étranger. Est-ce à dire qu'il faut tourner en anglais pour obtenir un succès outre-frontière ? Avec un budget de 10 ou 15 millions de dollars oui, à moins d'être dans un pays socialiste ou au Japon. Avec un budget d'un ou deux millions, on peut tourner en français. Un succès, pour un long métrage au Québec, permet de récupérer 15 p. 100 de l'investissement. Il reste 85 p. 100 à réunir sur les marchés extérieurs. Et, parmi les marchés extérieurs, aucun n'est naturel du point de vue de la langue. Je crois par contre que **La guerre des tuques** et **Bach et Bottine**, tournés en français, vont prouver le contraire. Au départ, j'avais prévu pour **La guerre des tuques** recouvrer mon investissement en 5 ou 10 ans. Le succès du film va permettre de le récupérer sur trois ou cinq ans selon son succès cet automne en Europe.

Maintenant, il y a un certain nombre de producteurs québécois qui se préoccupent davantage de rentabilité. C'est à eux avant tout que revient la responsabilité de faire en sorte que les produits puissent récupérer leurs investissements, ce qui permet de faire plus de films de grande qualité. Parallèlement, la part du privé augmente. **La guerre des tuques** et **Opération beurre de pinottes** ont été financés par le privé dans une proportion de 25 p. 100. Pour **The Great Land of Small**, le financement privé atteint les 60 p. 100. C'est un mouvement généralisé au Québec de se tourner vers les partenaires privés. La masse monétaire disponible monte en flèche. Notre industrie représente 140 millions de dollars annuellement. C'est une échelle industrielle.

Il faut souligner l'apport essentiel de l'État dans la production de films au Canada. Sans l'État, il n'y aurait pas d'industrie. Habituellement, l'argent de l'exploitation et de la distribution devrait servir à financer, en bonne partie, la production mais, au Canada, pour des raisons historiques, il n'y a pas un réinvestissement dans la production locale. Alors il faut que l'État soit présent pour combler le manque à gagner.

En tant que producteur, j'ai négocié des ententes de coproduction. Pour le film **Le jeune magicien** de Waldemar Dziki, tourné en Pologne, aucun accord ne permettait une collaboration financière entre les deux pays. J'ai demandé au ministère des Communications du Canada si, avec une lettre de la Pologne contenant quelques points précis, on accepterait de mettre la mécanique en marche. Puis, j'ai rédigé moi-même cette lettre que j'ai expédiée au ministère de la Culture en Pologne qui, lui, l'a expédiée à Ottawa. Vous pouvez vous imaginer les délais qu'entraînent de telles procédures. L'accord de coproduction a été signé en novembre 1985. Trois mois avant, j'avais commencé à sortir de l'argent et un mois plus tard, je commençais à tourner. S'il avait fallu que l'accord ne se signe pas, je serais aujourd'hui en prison !

Je voudrais que Montréal reste la ville du cinéma au Canada. Historiquement, le Québec a toujours eu une longueur d'avance. L'Institut québécois du cinéma a été créé en 1976-1977 et ce n'est qu'au début des années 80 que l'on a commencé à trouver des équivalents en Ontario, en Alberta et en Saskatchewan. L'Office national du film ainsi que Téléfilm Canada ont leur siège social à Montréal. La législation québécoise avec son 150 p. 100 de dégrèvement fait des envieux à travers le Canada. En termes de volume de production, nous arrivons deuxième derrière Toronto mais en termes d'effets sur la

production canadienne, nous sommes toujours les premiers. C'est ici, au Québec, que cela se passe. Si l'on veut que cela se maintienne, il faut que notre production nationale ait priorité sur les productions étrangères qui se tourneraient ici. S'il y a un déséquilibre, comme cela s'est produit en Angleterre, en Espagne, en Italie et comme cela vient d'arriver à Vancouver, il y aura un grave problème. Il ne faut pas devenir les subordonnés des productions américaines, notamment, parce que s'ils décident de se retirer, pour une raison ou pour une autre, tout s'écrase. À court terme, cette situation peut être avantageuse, mais à long terme elle est catastrophique. C'est une question d'équilibre. » ■



**cinéma
libre**

1976 – 1986
Dix ans déjà!

**Demandez
notre répertoire**

Distributeur de films et vidéos
4872 Papineau, Montréal, (Qc) 526-0473

QUELQUES CHIFFRES

Le film **La guerre des tuques** a été vendu à plus de 60 pays. Une vente pour un territoire donné peut ne rapporter que 800 \$, comme c'est le cas pour la Bulgarie (ce qui laisse 500 \$ à la maison de production), ou atteindre un montant plus élevé, par exemple, en Suède, 5000 \$, en Hollande, 10 000 \$, en Australie, 45 000 \$ et aux États-Unis, 300 000 \$.

Le roman **La guerre des tuques** s'est bien vendu : entre 17 000 et 18 000 exemplaires. Au Québec, la vente de 5000 exemplaires d'un livre constitue un succès de librairie. Chaque livre vendu rapporte 0,50 \$ au producteur qui doit partager cette somme avec l'auteur (60 p. 100). La vente de 20 000 exemplaires du roman rapporterait donc 4000 \$ au producteur.