

24 images

24 iMAGES

Érik Canuel

Marco de Blois

---

Number 48, March–April 1990

Le vidéoclip

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/24765ac>

[See table of contents](#)

---

Publisher(s)

24/30 I/S

ISSN

0707-9389 (print)

1923-5097 (digital)

[Explore this journal](#)

---

Cite this document

de Blois, M. (1990). Érik Canuel. *24 images*, (48), 33–33.

## FRANÇOIS GIRARD

BIEN CONNU POUR SON TRAVAIL EN VIDÉO (*LE TRAIN, MOURIR, SUSPECT N° 1*), FRANÇOIS GIRARD A FONDÉ PUBLIC CAMÉRA AVEC BRUNO JOBIN. POUR CETTE COMPAGNIE, IL A RÉALISÉ DE NOMBREUX CLIPS, DONT *60 RUE DES LOMBARDS* D'UZEZ ET *PERDU DANS LE MÊME DÉCOR* DE JIM CORCORAN. IL TRAVAILLE AUSSI EN PUBLICITÉ POUR LA COMPAGNIE CINÉLANDE. IL TERMINE ACTUELLEMENT *CARGO*, SON PREMIER LONG MÉTRAGE.

– 24 images: *Quels sont les liens existant entre la réalisation d'un clip et celle d'une publicité?*

– F. Girard: On peut faire plusieurs rapprochements. Dans les deux cas il s'agit d'une situation de commande et l'objectif est de faire la promotion de quelque chose. Par contre, je considère que ce sont deux médiums. Paradoxalement, en pub, j'ai l'impression d'être plus proche

du cinéma: il faut raconter une histoire en 30 secondes, travailler avec les acteurs, etc. En clip, la démarche est fondamentalement musicale: je me considère comme un musicien qui joue de la caméra. L'écriture est musicale, le public aussi.

Techniquement, mis à part la différence de moyens, c'est semblable. Quant à la structure de production, elle est infini-



PHOTO: LYNE CHARLEBOIS

François Girard sur le tournage du vidéo *Suspect no 1*

ment plus légère en clip qu'en publicité. On peut dire qu'au Québec, la pauvreté du clip fait son intérêt: dans la majorité des cas le réalisateur est le concepteur, ce qui n'a rien à voir avec la publicité où tu es l'exécutant d'une idée. On peut présumer que s'il y avait plus d'argent en jeu dans l'industrie du clip, une partie de la différence avec la pub s'effacerait. ■

PROPOS RECUEILLIS PAR MARCEL JEAN



Erik Canuel

## ÉRIK CANUEL

NÉ EN 1961, IL EST COFONDATEUR DE LA MAISON DE PRODUCTION KINO FILM. APRÈS DES ÉTUDES EN CINÉMA À L'UNIVERSITÉ CONCORDIA ET À LOS ANGELES, IL A RÉALISÉ DES PUBLICITÉS AINSI QUE DES CLIPS POUR, ENTRE AUTRES, SASS JORDAN ET VILAIN PIN-GOUIN.

– 24 images: *Que pensez-vous de l'aide que l'État et l'industrie du disque apportent à la production de vidéoclips?*

– E. Canuel: Les gens de l'industrie du disque veulent tout avoir, mais personne ne prend de risques. C'est normal, ils n'ont pas de moyens. Voilà pourquoi l'industrie aime mieux croire en René et Nathalie Simard qu'en un nouveau talent. René et Nathalie ont un talent indéniable, mais quand Guy Cloutier se risquera-t-il à quelque chose de neuf?

On a besoin de l'aide de l'État, parce que personne n'a les moyens de se risquer. C'est comme pour le cinéma. L'industrie n'a pas cru en Vilain Pin-

gouin pour son premier clip, François. Les membres du groupe l'ont payé de leurs poches. Ensuite, l'industrie s'est réveillée. Je trouve ça dur, mais grâce aux subventions on peut au moins donner un minimum de chance à des jeunes qui se tuent à faire de la musique.

D'un autre côté, nous avons 50 000 \$ pour compétitionner avec des clips américains de 800 000 \$. Pagliaro, une légende québécoise, est venu nous demander un clip avec un budget de 8 000 \$! Je crois qu'il n'y a ni passion, ni mémoire dans l'industrie. Si l'artiste ne marche pas déjà, on ne se bat pas pour lui car on n'y croit pas. ■

PROPOS RECUEILLIS PAR MARCO DE BLOIS