

**Didier Farré**  
Président directeur général de LN Films

---

Number 120, April 1985

Le cinéma au Québec

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/50850ac>

[See table of contents](#)

---

**Publisher(s)**

La revue Séquences Inc.

**ISSN**

0037-2412 (print)

1923-5100 (digital)

[Explore this journal](#)

---

**Cite this document**

(1985). Didier Farré : Président directeur général de LN Films. *Séquences*, (120), 35–38.

## LA DISTRIBUTION AU QUÉBEC

Dans l'industrie cinématographique, l'un des aspects les plus importants, et pourtant le plus méconnu du grand public, est certes celui de la distribution des films. Séquences a voulu connaître en quoi consiste le travail d'un distributeur et quels sont ses positions face à la loi 109 sur le cinéma, à la critique de cinéma, aux exploitants de salles, à la concurrence. Étant donné la situation particulière du Québec dans ce domaine, nous voulions rencontrer des distributeurs indépendants, ainsi que des représentants, à Montréal, des compagnies américaines de distribution (Majors), comme Universal et Paramount. Malheureusement ces derniers, invoquant qu'ils n'avaient ni les responsabilités, ni les connaissances pour répondre à nos questions, nous ont invité à nous adresser à leurs patrons de Toronto. Seuls les trois distributeurs indépendants auxquels nous nous sommes adressé ont accepté notre invitation: Didier Farré, président directeur général de LN Films, Victor Loewy, président de Vivafilm et René Malo, président de Les Films René Malo Inc.

André GIGUÈRE

# Didier Farré

## Président directeur général de LN Films

### Séquences — En quoi consiste le travail de distributeur?

**Didier Farré** — Il faut d'abord avoir un bon réseau de relations, connaître beaucoup de gens qui travaillent dans le monde du cinéma aux États-Unis, en Allemagne, en Espagne, en Italie, en France, afin de savoir où se trouvent les films à venir et pour pouvoir en acheter les droits. Il faut savoir que les producteurs ou les réalisateurs ne vendent pas automatiquement au premier venu qui s'amène avec une mallette d'argent; ils examinent le travail que tu as déjà fait, puis ils te font lire un synopsis de quatre ou cinq pages,

un scénario ou encore un livre dont on va faire l'adaptation cinématographique. Par exemple, Claude Berri m'a appelé pour m'informer qu'il préparait une adaptation de *L'Eau des collines* de Marcel Pagnol (qui est en deux tomes: *Jean de Florette* et *Manon des Sources*) et qu'il songeait à des comédiens comme Depardieu et Montand. J'ai lu ce livre, je l'ai beaucoup aimé et j'ai accepté d'avancer l'argent. Distribuer un film, maintenant, ça consiste à le financer en même temps qu'il se fait: tu verses de l'argent à tous les paliers et une fois que tu as tout payé, on

te donne l'autorisation du tirage, c'est-à-dire le droit de pouvoir tirer le matériel de lancement (photos, affiches, cahiers de presse). Ensuite, tu choisis, avec le circuit d'exploitation, la date et la salle où tu vas projeter le film. Enfin tu fabriques ta campagne publicitaire. — **Donc être distributeur, c'est aussi participer à la production.**

— C'est très rare qu'on achète un film qu'on a déjà vu. Cela arrive pour des films de jeunes metteurs en scène inconnus dans lesquels il n'y a aucune vedette et que personne n'a osé prendre le risque de distribuer. Ainsi, j'ai acheté *Et la tendresse?*

*Bordel!* après l'avoir vu et le film a très bien marché.

— Êtes-vous contraint d'acheter ensemble un groupe de films pour pouvoir obtenir un film en particulier?

— Tout dépend des ententes faites avec les compagnies et avec les réalisateurs. Après avoir distribué les films d'un réalisateur, on peut difficilement refuser de lui dire non pour un nouveau film. Après avoir distribué *Les Uns et les autres*, il aurait été difficile de dire à Lelouch d'aller se faire pendre avec *Édith et Marcel*. J'ai aussi une association avec Gaumont qui m'oblige à prendre ce que la compagnie m'offre. Disons que sur dix films, il y en a peut-être trois qui ne sont pas très bons, mais le reste sera composé de films de qualité, de sorte que, dans l'ensemble, je trouve cette association avantageuse.

— Avez-vous une politique d'achat? Y a-t-il des thèmes ou des sujets de films que vous vous refusez d'acheter?

— Oui, je n'achète plus de films policiers. J'ai acheté *La Guerre des polices*, j'ai fait le maximum pour bien lancer le film et ce fut un échec. Ces films n'ont pas de succès sans doute parce que les gens en voient trop à la télévision et ne sont pas intéressés à payer cinq dollars. Si je n'achète pas ces films, ce n'est pas parce que je n'aime pas ce genre de film, mais simplement parce que je n'ai pas envie de perdre de l'argent. En outre, le goût du public change avec les années: il y a dix ans, les gens adoraient les films dans lesquels il y avait des courses de voitures, mais aujourd'hui ce genre de film ne marche plus du tout. Tu fais plus de recettes actuellement avec un film de Pialat, de Sautet ou de Lelouch qu'avec

certains films américains.

— Pourquoi certains films que vous avez achetés et que vous avez en votre possession, prennent-ils plusieurs mois à arriver dans les salles de cinéma?

— Les périodes de septembre à la fin novembre et de janvier à Pâques sont les meilleurs moments pour projeter mes films. Le reste du temps, les films américains occupent les écrans. Alors, même si j'ai des films prêts à sortir en juin ou juillet, je préfère attendre septembre. Pendant la période de Noël, les gens pensent plus à l'achat des cadeaux qu'à aller au cinéma et durant la période estivale, les gens sont en vacances. Ils profitent de la belle température et lorsqu'ils vont au cinéma, ils vont voir des films américains légers. De plus, le Bureau de surveillance prend environ un mois pour accorder son visa.

— Recevez-vous un pourcentage ou un forfait de la part des exploitants de salles?

— Je reçois toujours un pourcentage. La répartition des recettes fonctionne selon un système de palier: si les recettes d'un film dans une semaine sont de 8 à 10 000,00 \$ tu reçois 25%, si elles sont de 10 à 15 000,00 \$, tu reçois 26%, ainsi de suite. Pour recevoir 50%, il faut des recettes d'environ 30 000,00 \$ pour une semaine. Sur ce pourcentage, il faut soustraire les frais de lancement qui coûtent cher; ainsi seulement pour la publicité dans les journaux, il en coûte environ 1 000,00 \$ par semaine.

— Y a-t-il une différence entre distribuer un film à Montréal et distribuer un film en province?

— Pour la province et Montréal, le public est différent et les critiques aussi. J'ai des films qui ont été

descendus par la critique à Montréal et louangés à Québec; à d'autres occasions, ce fut l'inverse. C'est pratiquement impossible de savoir pourquoi un film fonctionne ou pas, pourquoi le public est plus sensible à tel genre de films dans une ville et pas du tout dans une autre. *Les Uns et les autres* a eu beaucoup de succès à Vancouver et pas à Toronto. Tu as des films qui foirent totalement à Montréal et à Québec comme *Le Jumeau* qui a fait partout de grosses recettes à Sherbrooke. *Raiders of the Lost Ark* fut un immense succès à Montréal; à Québec il n'a pas marché et, à Chicoutimi, ce fut un désastre complet.

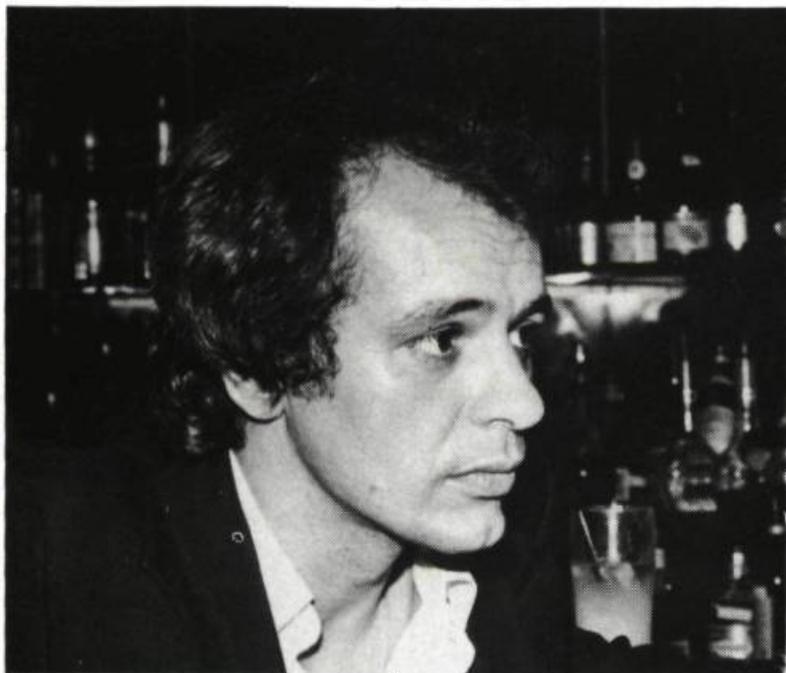
— Êtes-vous impliqué dans le marché de la vidéo-cassette?

— Quand j'achète les droits pour distribuer un film, j'achète en même temps les droits pour tous les médias. Personnellement, j'ai horreur de la vidéo, je n'aime pas plus la télévision, je préfère le grand écran. Mais la vidéo, c'est un mal avec lequel je vis. Je vends mes droits à un distributeur spécialisé dans le marché de la vidéo et je ne m'en occupe plus.

— Trouvez-vous que le marché de la vidéo nuit au cinéma?

— Je ne suis pas certain que la vidéo nuise au cinéma. Les gens qui ont vu sous forme de cassette vidéo des films comme *48 HRS* et *Trading Places*, sont allés en salle voir *Beverly Hills Cop*. Pour la province, c'est une autre histoire. Il ne faut pas oublier que la programmation en province, c'est 50% de films américains, 40% de films de sexe et 10% de films dans le genre Bud Spencer ou Les Charlots. Donc ceux qui veulent voir autre chose doivent s'équiper d'un appareil vidéo.

— Pourquoi n'achetez-vous pas des



**films provenant des pays de l'Est?**

— Même si le goût du public a changé et s'est raffiné, il n'est pas encore familier avec ce genre de films. De plus, il faut doubler ces films, ce qui en augmente le coût. J'ai distribué les premiers Fassbinder, j'ai acheté des films venant du Portugal, j'ai investi dans les premiers films de Carlos Saura, et c'est moi qui ai acheté le premier film de Peter Weir. Malgré d'excellentes critiques, les salles demeuraient vides. Je crois avoir payé ma dette envers la société, car j'ai pris des « débarques » financières qui m'ont coûté les yeux de la tête. J'aurais bien volontiers acheté, par exemple, *Le Faussaire* de Volker Schlöndorff, mais la United Artists qui a coproduit le film retient la version française et elle en demande un prix beaucoup

trop élevé pour l'argent que le film peut rapporter même en vendant les droits à la télévision. Alors le film ne sortira jamais en version française ici.

**— Quelle position avez-vous quant au problème des versions doublées et des films sous-titrés?**

— Bien sûr, je préfère les versions originales sous-titrées et je pense que depuis quelques années il y a plus de gens qui s'intéressent aux versions sous-titrées, mais ce public n'est quand même pas assez important pour rentabiliser l'achat de copies sous-titrées. Dès qu'un film sous-titré est présenté hors de Montréal, il n'attire plus personne. De plus, la télévision refuse les films sous-titrés. Cette situation ne stimule pas le spectateur à aller voir des versions sous-titrées et ne m'incite pas à en acheter.

**— Êtes-vous satisfait des salles de cinémas? De la qualité des projections?**

— Le problème qu'on a, en province, c'est que les exploitants de salles ne font pas l'effort d'informer les journalistes locaux sur leurs films en leur fournissant du matériel: dossier de presse, etc. Dans les grandes villes, ce que je regrette, c'est que les exploitants des grands circuits s'occupent plus de vendre du pop corn que de vendre des films. C'est dramatique. Par chance, quand j'ai projeté *Metropolis*, je suis allé faire des essais le matin. J'ai dû faire régler le Dolby qui n'avait pas été ajusté depuis plusieurs mois. Une fois le réglage terminé, je regarde la projection et je m'aperçois que les têtes étaient coupées; je fais descendre l'image et je découvre que le problème provenait de l'objectif; j'ai demandé qu'on change d'objectif, et on a dû le faire venir de Toronto. Trois jours après, tout le système de son était débalancé à nouveau! À une autre occasion, je suis monté voir l'opérateur pour lui dire que le film était projeté en scope alors qu'il était d'un format normal et je me suis fait insulter de la plus horrible façon. Nous sommes à la merci des projectionnistes. Je les comprends de ne pas toujours regarder le film à chaque projection, mais ils pourraient apporter plus de soin à leur travail. Heureusement, il y en a quelques-uns qui sont excellents.

**— Quel rôle et quelle influence accordez-vous à la critique?**

— Aujourd'hui, j'en tiens beaucoup compte. Bien sûr, je bondis quand je lis un article et que je suis en désaccord. Je sais très bien qu'on ne peut pas toujours avoir les mêmes goûts et les mêmes opinions.

Cependant certains exagèrent. Ainsi on a déjà dit, à l'occasion d'une critique d'un film de Nadine Trintignant que je distribuais, qu'on devrait fusiller Nadine Trintignant. C'est inadmissible. Je dois reconnaître que la critique a beaucoup plus d'influence maintenant qu'il y a quelques années. À l'époque où je distribuais *Cria Cuervos*, le film avait eu une demi-page de critique très positive dans *Le Devoir* et pourtant il n'y avait que six personnes dans la salle de cinéma. Par contre, j'avais, à la même époque, *Des roses blanches pour ma soeur noire*, le film a fait de grosses recettes malgré que tous les critiques disaient de ne pas aller le voir et que c'était une saloperie, ce sur quoi j'étais bien d'accord avec la critique. L'influence actuelle de la critique concerne surtout le film européen. Si un film comme *La Femme publique*, par exemple,

n'avait pas bénéficié d'une affiche accrocheuse et de l'appui de la critique, ce film n'aurait pas eu, je crois, beaucoup de succès.

— **Vous est-il possible d'acheter des films américains, sinon souhaiteriez-vous le faire?**

— Il y a des réalisateurs intouchables, car ils sont sous contrat avec des Majors. D'autres réalisateurs, comme Brian De Palma, possèdent leur propre société de production et se hasardent à négocier avec un producteur indépendant. À ce moment, on peut acheter les droits, mais c'est très difficile et cela coûte énormément cher.

— **Que pensez-vous de la nouvelle loi sur le cinéma?**

— Pour les Américains, le Québec, c'est le « domestic market », c'est-à-dire que pour eux il n'y a aucune différence entre le Québec et les États-Unis. La loi ne nous protège

pas suffisamment contre la puissance des Majors. Les ministres ont beaucoup de difficultés à comprendre les intérêts du cinéma au Québec.

— **Comment percevez-vous la concurrence?**

— La concurrence existe, mais je ne trouve pas qu'elle soit démesurée. Si quelqu'un veut aujourd'hui devenir distributeur, il doit avoir au départ beaucoup d'argent, parce qu'il doit investir sur la base d'un scénario et il doit être capable d'attendre environ un an avant que le film soit terminé. Une fois le film achevé, il faut attendre le visa du Bureau de surveillance et la disponibilité d'une salle pour présenter le film. Concernant la compétition, tu l'élimines en tentant de distribuer les films du mieux possible. Mais ce n'est pas le distributeur, c'est le public qui décide du succès d'un film.

Les Uns et les autres de Claude Lelouch.

