
René Malo
Président des Films René Malo Inc.

Number 120, April 1985

Le cinéma au Québec

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/50852ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

La revue Séquences Inc.

ISSN

0037-2412 (print)

1923-5100 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this document

(1985). René Malo : Président des Films René Malo Inc. *Séquences*, (120), 42–45.

ment la compagnie a des difficultés financières en Amérique. Ce serait possible d'avoir une franchise sur notre territoire pour distribuer des films des Majors, mais pour ce faire, nous aurions besoin de l'aide gouvernementale. On attend la loi sur l'industrie du cinéma. Pour l'instant, c'est le statu quo. On remarque même que les Américains ont infiltré le marché de la vidéo et de la télévision payante; celle-ci est contrôlée par Astral Film, une compagnie de services pour la Columbia et la Fox, mais qui n'est pas une compagnie de distribution. Même pour distribuer des films américains indépendants, comme *Stranger Than Paradise*, c'est une compagnie américaine qui a acheté tous les droits de distribution du film pour l'Amérique du Nord et

elle a vendu ses droits à Astral pour le Canada.

— **Comment vous situez-vous face à la nouvelle loi sur le cinéma?**

— J'ai très peu d'espoir en cette loi. Cela fait deux ans que nous l'attendons et rien n'a encore été mis sur pied pour appliquer la loi. Je pense que c'est une loi qui va mourir avant les prochaines élections. Je souhaite pourtant que cette loi soit appliquée, car certaines clauses comme celles de la billetterie nationale et d'autres contrôles nous aideraient énormément.

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

— Me spécialisant dans la distribution d'un certain genre de films, je crois que je suis dans une situation exceptionnelle. Je n'ai pas de difficulté à acheter les films que

je désire. Cependant, nous sommes environ dix-huit distributeurs au Québec. C'est trop. Dans le reste du Canada, je pense qu'il y en a deux. Ceci provoque une grosse bataille pour obtenir les salles au moment où nous le désirons.

— **Y a-t-il un avenir pour la distribution au Québec?**

— Je crois que les distributeurs qui ont fait faillite se sont métamorphosés en représentants de maisons de télévision européenne au Québec, ou en éditeurs de cassettes vidéo. Dans les conditions actuelles du marché, la plupart des distributeurs survivent parce qu'ils sont soutenus par les chaînes d'exploitants qui ont intérêt à maintenir la compétition entre un grand nombre de distributeurs pour ainsi conserver leur supériorité.

René Malo

Président des Films René Malo Inc.

Séquences — En quoi consiste votre travail de distributeur?

René Malo — Chaque film a son public. Le travail consiste donc, sans faire de fausses représentations, à aller chercher ce public et l'amener voir mes films. Si vous présentez un film difficile et que vous tentez d'y attirer une clientèle populaire, la clientèle qui va venir voir le film la première semaine va sortir déçue; alors la clientèle auquel le film est destiné ne viendra pas, étant donné que vous ne vous êtes pas adressé à

elle. Alors vous perdez complètement. Le rôle du distributeur, c'est de maximiser le potentiel de représentations par un nombre maximum de personnes et d'offrir aux différents publics des films qui puissent les rejoindre. Il faut aussi penser non seulement à court terme, mais aussi à long terme et chercher à développer dans la population la curiosité et le goût du cinéma.

— **Quand vous achetez un film, l'avez-vous visionné?**

— Parfois, et c'est plus facile. Ainsi

je vois le film et je décide de l'acheter ou pas. Parfois, j'achète automatiquement le prochain film de tel réalisateur; ainsi depuis six ou sept ans, j'ai acheté tous les films d'Alain Resnais. Mais généralement, j'achète après avoir lu le scénario, en connaissant le réalisateur et les vedettes du film.

— **Recevez-vous de l'aide d'organismes, comme Téléfilm Canada, la Société générale du cinéma, pour distribuer vos films?**

— Je ne reçois aucune aide, sauf

pour les films canadiens. Mais pour ces films, il ne s'agit pas d'une subvention, mais d'un investissement pour le lancement. Téléfilm Canada investit pour les films canadiens et québécois, la Société générale du Cinéma le fait aussi pour le film québécois. Il faut savoir que le lancement d'un film québécois ou canadien demande beaucoup plus de travail et coûte plus cher que celui d'un film étranger, car nous devons concevoir ici la mise en marché tandis que pour un film étranger, le film annonce, les affiches, la publicité ainsi que tout le marketing de base sont déjà prêts.

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

— Oui, il faut que j'aime le film ou le scénario. Je n'ai jamais distribué un film dont je n'aime pas le scénario. Cependant il se peut qu'un scénario me plaise, que je décide alors d'acheter le film et que, le réalisateur manque son coup. De plus, il y a des films que je n'ai jamais distribués, ce sont les films d'horreur et de grande violence, parce que je les trouve malsains. C'est certain qu'il y a de l'argent à faire avec ce genre de films, mais malheureusement pour mon compte de banque, je me refuse à acheter ces films.

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

— Ce n'est certainement pas parce que cela fait mon affaire, car lorsque je possède un film, cela signifie qu'il est payé, donc c'est de l'argent qui dort sur une tablette. C'est d'abord parce que les salles ne sont pas disponibles; par

exemple: j'ai *Le Bal* qui est projeté en salle à Montréal depuis septembre dernier et, à Québec, il n'est pas encore à l'affiche. Il ne manque pas de salles au Québec, mais il manque des salles pour certains films, à certaines périodes



de l'année. Dans la ville de Québec cependant, il existe un manque de salles et la situation sera corrigée prochainement puisqu'on va ajouter cinq nouvelles salles de cinéma. De plus, la place importante qu'occupent les films américains retarde nos films. Les compagnies américaines sortent leurs films à des périodes précises, à l'été, à Noël et à Pâques: entre le 15 novembre et la fin janvier, puis entre Pâques et août, les films américains occupent les écrans. Alors il reste deux mois et demi à l'automne et deux mois et demi à l'hiver pour présenter les films européens. Il ne faut pas oublier aussi que beaucoup de films américains présentés en version originale reviennent quelques mois plus tard en version française dans les mêmes salles où je distribue mes films. Enfin, le système du

« bidding », qui fut instauré à l'origine pour protéger le cinéma canadien, dans les faits, rapporte plus d'argent aux Américains et nuit aux films européens.

— **Comment se répartissent les profits des salles de cinéma? Recevez-vous un pourcentage ou un forfait des exploitants de salles?**

— Je reçois un pourcentage, sauf dans les petites salles indépendantes de province où, si les recettes ont été très basses, je m'entends pour un montant fixe.

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

— La loi 109 est faite depuis deux ans. Il reste à l'Assemblée nationale à adopter la réglementation et j'espère que cela va se faire avant les prochaines élections. Si les règlements sont promulgués et appliqués, le Québec sera considéré comme un pays autonome et nous pourrions avoir accès, comme les distributeurs des autres pays, à la production mondiale. J'ai énormément confiance en André Guérin, qui est un homme très compétent, et en Clément Richard qui est le seul ministre qui a compris, après toutes ces années, les problèmes de l'industrie du cinéma et de la distribution. Mais je ne comprends pas pourquoi cela prend tant de temps. S'agit-il de peur ou de stratégie?

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

— Idéalement, nous devrions procéder de la même façon. À Montréal quand nous faisons le lancement d'un film nous invitons le réalisateur du film ou des vedettes, nous organisons des visionnements de presse, nous préparons une première et une campagne publicitaire avec la radio

et les journaux, selon le public cible que nous visons. Si j'évalue le revenu possible à Montréal à 100 000,00 \$ et qu'à Sorel, il est d'environ 3 000,00 \$, nous ne pouvons pas consacrer autant de temps et d'énergie et malheureusement nous ne faisons pas aussi bien le travail. Cependant, nous l'avons fait dans des villes comme Trois-Rivières, Sherbrooke, Chicoutimi et Ottawa pour des films qui ont du potentiel, comme *Le Crime d'Ovide Plouffe* et *Les dieux sont tombés sur la tête*. Il faut que le film soit vraiment populaire. De plus, en province, le cinéma n'existe pratiquement plus; par exemple, il n'y a plus une seule salle de cinéma dans toute la Gaspésie. C'est dramatique. Quand j'ai débuté dans le métier, la province comptait environ 250 salles et aujourd'hui, il en reste une soixantaine. Les propriétaires de salles ont saturé leurs écrans de films de fesses et ensuite de films de kung fu. Alors la clientèle qui allait au cinéma le dimanche après-midi a cessé d'y aller. Quand les exploitants s'aperçurent que ces vogues étaient terminées, ils ont voulu retourner à la programmation qu'ils offraient six ou sept ans auparavant, mais il était trop tard; les gens s'étaient équipés de système vidéo et les quelques personnes qui sont retournées dans leur cinéma l'ont retrouvé dans un état pitoyable: bancs brisés, toilettes malpropres, projections pourries. De plus, les propriétaires de salles en province n'ont rien fait pour aller chercher un public.

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

— Heureusement, je suis impliqué, parce que les revenus provenant des salles de cinéma de province sont

aujourd'hui inexistants.

— Pourquoi n'achetez-vous pas de films provenant des pays de l'Est?

— C'est un marché très spécialisé. Ceux qui les distribuent n'exploitent pas ou très peu ces films en salles, préférant vendre leurs films à la télévision pour éviter tous les coûts de lancement qu'occasionne la sortie en salles.

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

— Nous sommes devant le fait suivant: les gens n'aiment pas les sous-titres. La clientèle qui veut des films sous-titrés est tellement restreinte qu'il n'est pas possible de récupérer notre investissement.

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

— Les projections sont pourries. C'est affreux. Les projectionnistes ne connaissent rien. Quand on pense que les salles des grands circuits n'ont même pas de « gates » pour projeter des films autres que les films américains. Les cabines de projection sont équipées de lentille 1,85 et c'est tout. Quand on présente un film européen en 1,66, les problèmes surgissent.

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

— Je lui accorde, je pense, trop d'importance. C'est un métier difficile à accepter. Nous avons une critique ici qui n'est pas tellement différente du reste du monde, mais elle est particulièrement négative. Je trouve effrayant qu'on puisse détruire, en deux coups de crayon, deux ans d'efforts de la part de personnes qui ont mis leur temps, leur énergie, leur amour et leur argent dans un film. Ce que je reproche aux critiques c'est, plutôt de dire que le film est raté mais

qu'il possède quand même tel beau plan ou certaines prises de vue intéressantes, de faire exactement le contraire: ils vont chercher, si c'est un film populaire, les quelques minutes qui sont ratées et ne parlent exclusivement que de ces moments. Si c'est un film dont personne n'a jamais entendu parler, alors là, c'est l'inverse: ils cherchent à faire découvrir au public un merveilleux petit film dans lequel il y a peut-être quelques minutes géniales, mais où le reste est très ennuyeux. Même si des études ont démontré qu'en France 3% des gens allaient au cinéma en se référant au jugement des critiques, ici, je pense que les critiques ont plus d'influence qu'ailleurs sur le film d'auteur. Un des problèmes que nous avons ici, c'est qu'il se fait exclusivement de la critique et pas assez d'information. En France, les journaux parlent quotidiennement de cinéma et même les émissions de variétés à la télévision française accueillent continuellement des gens de cinéma. Dans nos quotidiens, nous trouvons chaque jour des pages et des pages consacrées au sport et pour le cinéma, sauf le samedi, un quart de page. Nous sommes mal desservis par la presse écrite et aussi par la télévision. J'ignore l'âge que vous avez, mais vous devez être assez âgé pour vous rappeler des émissions comme *Image en tête* et *Ciné-club*. Quand j'étais jeune, il y a deux endroits où j'ai puisé mon amour pour le cinéma, la télévision et l'école, parce qu'il y avait des ciné-clubs sérieux qui nous faisaient découvrir des films difficiles. C'était parfois assez lourd, mais ces discussions nous ouvraient l'esprit. Aujourd'hui dans nos écoles, on projette des films comme *Saturday Night Fever* afin

de ramasser de l'argent pour acheter des casques pour l'équipe de football. À la télévision, on bouche les trous dans l'horaire avec des émissions dans lesquelles on fait uniquement de la critique et aucune information. La population ne peut pas aimer notre cinéma, si elle n'entend jamais parler.

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

— C'est possible s'il s'agit d'un petit distributeur américain qui ne s'est pas installé au Canada ou qui n'a pas de correspondant ici. C'est la seule façon que nous avons de

pouvoir distribuer un film, pas seulement américain, mais de langue anglaise, c'est-à-dire australien, britannique, etc. Pour ma part, j'ai acheté plusieurs films britanniques, mais il y en a plusieurs que je n'ai pu avoir parce que la Warner avait les droits pour l'Amérique du Nord. C'est ce que la loi 109 devrait corriger. La loi ne met pas à la porte les Majors, elle donne aux distributeurs québécois indépendants la parité avec les autres distributeurs de tous les pays. On aura une industrie du cinéma forte si on a, à la base, une industrie de la distribution forte.

— Comment percevez-vous la concurrence?

— Effectivement, il y a beaucoup de concurrence. C'est de chacun pour soi. Nous avons cependant des intérêts communs, c'est pourquoi nous avons formé une association. C'est parfois difficile de nous réunir un jour pour défendre nos intérêts, et le lendemain de nous battre pour acheter un film; mais en général cela se passe bien. Il n'en reste pas moins, qu'au Québec, nous devrions avoir deux ou trois distributeurs importants, alors que nous sommes environ vingt peu importants.

Les dieux sont tombés sur la tête de Jamie Uys.

