Document generated on 04/24/2024 7:10 p.m.

Séquences : la revue de cinéma

Maison 4 : 3
Repenser la distribution des films

Guilhem Caillard

Number 314, June 2018

URI: https://id.erudit.org/iderudit/89075ac

See table of contents

Publisher(s)

La revue Séquences Inc.

ISSN

0037-2412 (print)
1923-5100 (digital)

Explore this journal

Cite this article

Caillard, G. (2018). Maison 4 : 3 : repenser la distribution des films. *Séquences : la revue de cinéma*, (314), 42–43.

Tous droits réservés © La revue Séquences Inc., 2018

This document is protected by copyright law. Use of the services of Érudit (including reproduction) is subject to its terms and conditions, which can be viewed online.

https://apropos.erudit.org/en/users/policy-on-use/

This article is disseminated and preserved by Érudit.

Érudit is a non-profit inter-university consortium of the Université de Montréal, Université Laval, and the Université du Québec à Montréal. Its mission is to promote and disseminate research.

https://www.erudit.org/en/

Maison 4:3

Repenser la distribution des films

GUILHEM CAILLARD

1

« D'une certaine façon, les films à portée environnementale, politique ou sociale sont désormais la marque de fabrique de la Maison 4:3. Et si Chantale Pagé vient au départ de la salle de cinéma, les ventes institutionnelles sont devenues sa force : elle voit dans ces initiatives une extension à la sortie classique. »

Son nom est connu dans l'industrie depuis vingt ans : Chantale Pagé est une spécialiste de la distribution. Chez Alliance Atlantis Vivafilm entre 2003 et 2007, elle a pris les rênes d'un audacieux projet pilote de décentralisation du cinéma québécois. De Moncton à Calgary, en passant par Winnipeg et Sudbury, elle a accompagné le cinéma de la Belle Province au cœur des communautés francophones du Canada. Sur ces opérations, Cinéplex Odéon fut un partenaire de taille avec qui elle a développé une relation durable. Un atout indéniable puisque cette entreprise, la plus importante du genre au Canada, administre 1400 écrans. Quinze ans plus tard, alors que Chantale Pagé a fondé sa propre société de distribution — la Maison 4:3, en hommage au format historique du cinéma muet — cette professionnelle avérée a approfondi ses liens avec Cinéplex. Le documentaire ***La terre vue du cœur*** de Iolande Cadrin-Rossignol, portant sur la préservation de la biodiversité, bénéficiera d'une exploitation pancanadienne durant tout l'été à travers le réseau. Au final, les recettes depuis la sortie du film au Québec le 13 avril 2018 devraient avoisiner les 200000 dollars CAD, un chiffre honorable.

Le choix du 13 avril, lors de « la Journée de la Terre », comme date de lancement n'a d'ailleurs rien d'anodin. Chantale Pagé a voulu atteindre les organisations non gouvernementales et les groupes de réflexion sur l'environnement. Pour pousser ***La terre vue du cœur***, la Maison 4:3, qui roule en temps normal sur une équipe réduite, a embauché sept contractuels afin de développer des actions *grassroot*, c'est-à-dire du démarchage local auprès des communautés. « Selon moi, la distribution est une équation de plusieurs méthodes. Les achats publicitaires classiques chez les grands médias (*La Presse* +, *Le Devoir*) sont une chose. Mais le «grassroot» est une plus-value majeure qui permet le contact direct avec les gens. Un coup de téléphone bien réfléchi peut s'avérer être un meilleur investissement qu'une page de pub », précise la présidente de Maison 4:3. En 2015, elle avait effectué la même approche sur ***Demain***, documentaire portant sur l'environnement réalisé par Mélanie Laurent et Cyril Dion. Sorti sur 18 écrans au Québec, le film avait engrangé des recettes au box-office de 500 000 dollars CAD et était resté à l'affiche pendant 30 semaines. Un record pour la compagnie. En s'adressant à des associations municipales, ***Demain*** est parvenu à rejoindre un public engagé, désirant passer à l'action au niveau local.

D'une certaine façon, les films à portée environnementale, politique ou sociale sont désormais la marque de fabrique de la Maison 4:3. Et si Chantale Pagé vient au départ de la salle de cinéma, les ventes institutionnelles sont devenues sa force : elle voit dans ces initiatives une extension à la sortie classique. ***Une vie violente*** du Français Thierry de Peretti a pris l'affiche au Québec en avril 2018 sur peu d'écrans et avec une faible fréquentation. Pourtant, Mme Pagé estime que la vie du film sera prolongée au moins jusqu'à l'automne, notamment grâce à des projections dans les universités auprès d'étudiants en sciences politiques. Le sujet abordé (le nationalisme corse) fait écho à l'histoire politique du Québec, à ses mouvements souverainistes, et surfe sur l'actualité internationale (l'indépendance de la Catalogne).

Souvent décriée, la problématique des « films de festivals » est aussi à considérer. Ce sont ces titres qui semblent condamnés à un public confidentiel ou pointu. ***Une vie violente*** en est un. Cela concerne aussi des productions québécoises qui brillent à l'international mais sont peu vues ici même, dans leur propre pays. En février 2018, ***Les faux tatouages*** de Pascal Plante a créé la surprise par sa sélection au sein de la prestigieuse Berlinale (section « Generation » dédiée à la jeunesse). Ce premier long métrage a été

identifié par le célèbre *The Hollywood Reporter* comme une véritable révélation. Les trois séances organisées à Berlin ont attiré 2000 spectateurs. Or, sur cinq semaines d'exploitation au Québec, totalisant une quinzaine de projections commerciales, le film n'a réuni en salles que 1200 personnes, rapportant un montant au box-office de 12 000 dollars CAD. La comparaison est vertigineuse. Si l'on ajoute les quelques séances organisées au sein des festivals locaux et la première montréalaise gratuite avant la sortie nationale, ***Les faux tatouages*** a évidemment été vu par davantage de spectateurs au Québec (environ 2000 personnes supplémentaires). Mais le résultat demeure médiocre. Paradoxalement, la sélection à la Berlinale n'a pas été d'une grande aide.

Il faut dire que le blockbuster hollywoodien ***Black Panthers*** de Ryan Coogler est sorti à la même date, le 16 février, avec le succès qu'on lui connait (675 millions de dollars USD au box-office nord-américain à sa neuvième semaine d'exploitation). « Personne ne s'attendait à ce que ***Black Panthers*** fonctionne vraiment. Même si la clientèle n'est pas la même, on aurait dû sortir ***Les faux tatouages*** après Berlin. Notre stratégie était alignée sur la 2e et la 3e semaine d'exploitation. J'ai peut-être été trop confiante », reconnait Chantale Pagé selon qui, par expérience, une seule sélection en festival international d'un titre québécois n'est jamais suffisante pour susciter l'intérêt. Le film de Pascal Plante réunit de jeunes acteurs — Rose-Marie Perrault et Anthony Therrien. Son style « punk » et son sujet (une histoire d'amour sur fond de drame adolescent) incarnent la « Génération Millenium ». On pouvait donc s'attendre à de meilleurs résultats auprès des plus jeunes spectateurs. La Maison 4:3 espère se rattraper sur le troisième cycle de distribution : dès le 3 juillet, ***Les faux tatouages*** sera disponible sur iTunes Canada et Illico.

Ce qui conduit au sujet épineux de la prétendue désertion des salles de cinéma par les jeunes : Chantale Pagé n'y croit pas. « Ils ne vont pas voir les films qu'on a envie qu'ils aillent voir, ce n'est pas la même chose ! Pour moi, il existe une réponse à ce problème : l'éducation. » En effet, faut-il rappeler que depuis sa création en 1964, le ministère de l'Éducation du Québec n'a jamais reconnu le cinéma dans ses programmes chez les moins de 18 ans. C'est ce qu'on appelle communément « la chasse gardée des quatre arts ». La musique, le théâtre, la danse et les arts plastiques sont les seuls domaines artistiques faisant l'objet d'un arbitrage gouvernemental provincial, avec une politique claire et des budgets alloués aux établissements publics. Ce n'est pas le cas du cinéma. En 2014, une enquête réalisée par le ministère de la Culture et des Communications du Québec révélait que seulement 1,1 % des 15-24 ans disaient voir des films québécois… Comme il était impossible pour le cinéma de passer par la grande porte de l'école, les années 1990 ont vu naître des organismes proposant aux enseignants des activités d'éducation cinématographique (CinÉcole, L'œil cinéma). Combinées aux actions éparses de quelques distributeurs comme la Maison 4:3, ces initiatives ne peuvent pas combler aujourd'hui tout le retard accumulé en la matière. Il faut éduquer les jeunes à se tourner vers des films indépendants et des façons alternatives de raconter des histoires. Les professionnels attendent le déblocage de moyens substantiels pour rapprocher l'école du cinéma. La nouvelle politique culturelle québécoise laisse espérer des actions concrètes. Or, malgré les promesses et les consultations publiques, son dévoilement est sans cesse repoussé.

Dans l'exemple des ***Faux Tatouges***, les gens âgés de 20 à 35 ans se sont déplacés aux projections organisées en octobre 2017 au Festival du Nouveau Cinéma de Montréal, puis aux Rendez-Vous Québec Cinéma. La relève répond donc à l'appel lorsqu'une dimension évènementielle est convoquée. Les festivals sont attrayants. La mise en marché des films doit en prendre compte, et viser l'expérience chez le spectateur. Ainsi, la Maison 4:3 multiplie les évènements à caractère exceptionnel (au Centre Phi, lieu hautement convoité par les jeunes).

Pour les distributeurs, l'installation à Montréal de l'exploitant MK2 est une bonne nouvelle. Comme l'ouverture prochaine du Cinéma Moderne dans le quartier Mile End. La programmation y sera ciblée, et le lieu accompagné d'un bar-café. « Pour séduire les jeunes, il faut offrir une plus-value à leur sortie au cinéma. C'est-à-dire un lieu chaleureux, avec la présence d'artistes. » , mentionne Chantale Pagé, qui demeure confiante et motivée. La fréquentation en salles est une affaire de cycles et peut se relever. Le Québec a besoin d'écrans supplémentaires. Une profonde réflexion sur l'éducation des jeunes doit être conduite par les partenaires publics. Mais, indéniablement, tout ceci ne va pas sans une modernisation réelle des méthodes de distribution des films. À ce niveau, la Maison 4:3 est sur la bonne voie. ◢

—

1. *La terre vue du cœur*

—

2. *Les faux tatouages*