Document generated on 07/16/2025 7:22 p.m.

**Séquences**
La revue de cinéma

# FunFilm — Francis Ouellette, directeur général
## La distribution — un univers en constante mutation

Jean-Marie Lanlo

Number 282, January–February 2013

URI: https://id.erudit.org/iderudit/68537ac

See table of contents

Publisher(s)

La revue Séquences Inc.

ISSN

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

Explore this journal

Cite this article

Lanlo, J.-M. (2013). FunFilm — Francis Ouellette, directeur général : la distribution — un univers en constante mutation. *Séquences*, (282), 14–15.

Tous droits réservés © La revue Séquences Inc., 2013

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/

# **FunFilm** | Francis Ouellette, directeur général

## La distribution — un univers en constante mutation

*L'émergence de nouvelles techniques (DCP[1], vidéo sur demande) et les nouvelles habitudes des spectateurs font en sorte que le milieu de la distribution est en pleine évolution. Nous avons eu envie d'en savoir un peu plus sur les différents moyens de diffusion d'un film en nous entretenant avec Francis Ouellette, directeur général de FunFilm Distribution (entre autres,* ***Le Cheval de Turin****,* ***Bestiaire****,* ***Laurentie*** *et* ***L'Exercice de l'État****)*

Propos recueillis par **Jean-Marie Lanlo**

***Pouvez-vous nous parler du travail du distributeur en cette période de grands bouleversements?***

Le travail de distributeur est particulier, surtout en ce moment. Nous sommes un peu entre deux mondes, avec l'agonie du 35 mm et l'émergence du DCP, qui sont complètement différents. Mais cela ne concerne pas que la salle puisque le DVD perd aussi du terrain face à la vidéo sur demande qui occupe une place croissante. Nous nous retrouvons donc avec deux formats qui, plus ou moins en même temps, agonisent. Cela confirme que l'univers de la distribution est en constante mutation. Il fut une époque où lancer un film au cinéma était beaucoup plus rentable, mais maintenant, la fréquentation des salles est en forte diminution. La situation n'a plus rien à voir avec ce qu'elle était il y a dix ans car les gens considèrent de moins en moins le fait d'aller au cinéma comme une activité importante.

***Et comment dénicher les films qui vont continuer à attirer les spectateurs? Que devez-vous prendre en considération? La qualité, la notoriété du réalisateur, le potentiel commercial?***

Pour FunFilm Distribution, tout relève du flair de Martin Desroches (responsable des acquisitions, ndlr) qui fait depuis plusieurs années le travail titanesque d'aller aux festivals. Évidemment, Cannes reste l'endroit tout désigné pour trouver des films et l'aspect relationnel y est très important, mais le travail de cinéphile demeure essentiel. Tout comme l'ensemble des membres du Regroupement des distributeurs indépendants de films du Québec, nous aimons véritablement le cinéma et, même si le potentiel commercial d'un film doit être pris en considération, notre cinéphilie nous incite à prendre des risques. Quand FunFilm a décidé de sortir ***Faust***, par exemple, rien ne garantissait son succès. Mais nous avons pris ce pari car nous considérions que le film en valait la peine et il a trouvé son public !

***Vous parliez de festivals... Leur incidence sur la distribution d'un film est-elle vraiment importante?***

Tout commence par le festival. Ainsi, si un film québécois rencontre le succès dans un festival prestigieux, la situation change complètement. Nous pensons ici bien sûr à Xavier Dolan ! Cela explique que certains cinéastes se promènent dans le plus grand nombre de festivals possible afin d'établir un maximum de contacts.

> ... de plus, les gens regardent maintenant les films chez eux par le biais du téléchargement. FunFilm a été d'ailleurs été un des premiers au Québec à sortir un film en salle en même temps qu'en vidéo sur demande ... »

***Après le choix des films, il y a aussi une stratégie de distribution...***

Oui, il faut savoir quel public nous voulons aller chercher et dans quelle salle ou dans quelle région le film sera présenté. En

Photos : ***Laurentie*** (à gauche) | ***l'Exercice de l'État*** (à droite)

effet, si l'aventure de la distribution est déjà assez compliquée à l'échelle montréalaise, elle l'est encore plus pour l'ensemble du Québec où de nouvelles dimensions complexes entrent en jeu. La principale d'entre elles concerne le DCP qui est à l'origine d'une situation assez problématique. Rappelons en effet que ce format est, la plupart du temps, verrouillé par une clé virtuelle qu'il faut faire ouvrir par des techniciens à une heure prédéterminée, dans un endroit donné. Cette contrainte engendre des coûts supplémentaires. Mais lorsqu'un distributeur indépendant veut faire jouer un film en région, ces coûts peuvent annuler les profits potentiels. Distribuer du cinéma étranger et du cinéma d'auteur en région devient presque impossible. Cela représente une autre dimension du combat que nous devons mener.

***De son côté, Montréal a récupéré deux nouvelles salles dédiées au cinéma d'auteur avec la réouverture de l'Excentris. Pour un distributeur comme FunFilm, cela doit représenter une nette amélioration?***

Absolument, c'est tout à fait considérable. Cependant, malgré ces nouvelles salles, les habitudes ne sont pas les mêmes qu'auparavant. De nombreux changements ont déjà eu lieu et le marché n'est plus le même. À une époque, un film pouvait rester à l'affiche trois ou quatre mois mais ce n'est plus possible, car les productions cinématographiques sont trop nombreuses et diversifiées. De plus, les gens regardent maintenant les films chez eux par le biais du téléchargement. FunFilm a été d'ailleurs été un des premiers au Québec à sortir un film en salle en même temps qu'en vidéo sur demande (*Laurentie*, ndlr). Dans ce cas-là, la vidéo sur demande a été plus profitable que la sortie en salles.

***Mais sait-on d'où venaient ces spectateurs de vidéo sur demande? Ils étaient en région?***

Il est impossible de le savoir, mais j'aurais tendance à dire d'instinct que c'était un public montréalais. Cependant, ce que vous soulignez est intéressant car, si certains de ces films ne jouent pas en région, la vidéo sur demande peut être un moyen d'offrir aux spectateurs la possibilité de les regarder sur Illico.

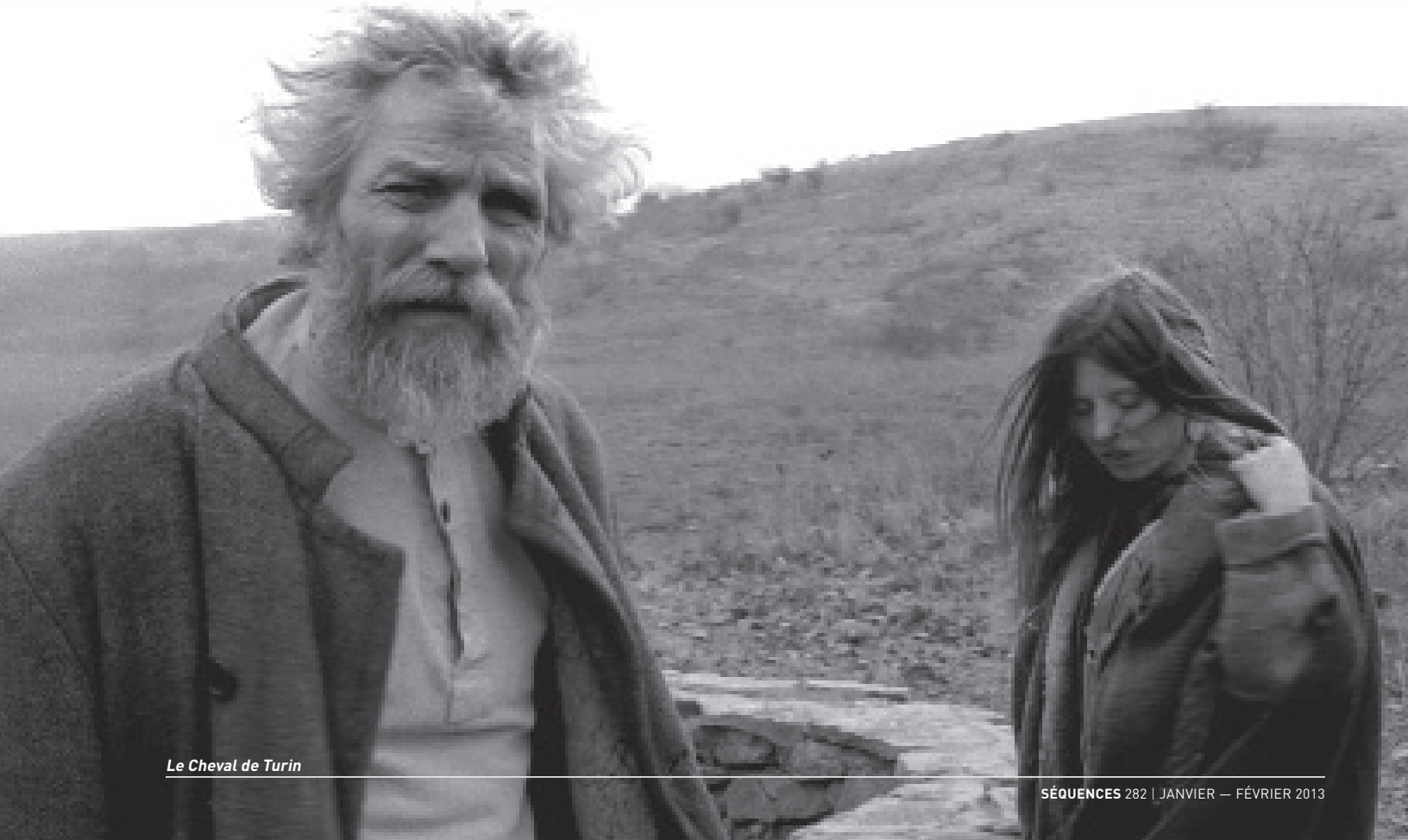
***les autres moyens de voir les films, le DVD reste important. Pour un distributeur, la branche cinéma est-elle beaucoup plus rentable que la branche DVD?***

Je pense que cela dépend du distributeur. Certains ont fait de la distribution DVD leur marotte et s'en sont bien sortis. Mais maintenant, la salle est indéniablement plus rentable. Le DVD ne va certes pas mourir tout de suite, mais ses jours sont comptés, tout comme ceux du Blu-ray. Ces formats en sont au balbutiement de leur agonie.

***Je pense que nous aurons fait le tour de la question en terminant avec la télévision. Elle représente un autre moyen de diffusion des films. Pourtant, elle semble ne pas prendre de gros risques, sauf TFO peut-être...***

La vente aux postes de télévision doit en effet être considérée comme un aspect important de la distribution. Il est vrai que nous avons une très belle relation avec TFO qui tend à diversifier son répertoire de façon surprenante depuis quelques années.

[1]DCP: Digital Cinema Package



*Le Cheval de Turin*