

Ciné-Bulles

Le cinéma d'auteur avant tout

Fusions, collusions et exclusions

André Lavoie

Volume 17, numéro 3, automne 1998

URI : id.erudit.org/iderudit/802ac

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

ISSN 0820-8921 (imprimé)
1923-3221 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Lavoie, A. (1998). Fusions, collusions et exclusions. *Ciné-Bulles*, 17 (3), 2-3.

Tous droits réservés © Association des cinémas parallèles du Québec, 1998

Ce document est protégé par la loi sur le droit d'auteur. L'utilisation des services d'Érudit (y compris la reproduction) est assujettie à sa politique d'utilisation que vous pouvez consulter en ligne. [<https://apropos.erudit.org/fr/usagers/politique-dutilisation/>]

érudit

Cet article est diffusé et préservé par Érudit.

Érudit est un consortium interuniversitaire sans but lucratif composé de l'Université de Montréal, l'Université Laval et l'Université du Québec à Montréal. Il a pour mission la promotion et la valorisation de la recherche. www.erudit.org

Fusions, collusions et exclusions

«La maison de production Alliance Communications et Atlantis Communications, qui ont toutes deux leur siège social à Toronto, ont annoncé hier la conclusion d'une entente de fusion de leurs activités de production et de distribution et la formation d'une nouvelle compagnie appelée Alliance Atlantis Communications. Celle-ci deviendra l'un des 12 plus gros producteurs nord-américains de longs métrages et d'émissions de télévision — l'équivalent canadien, toutes proportions gardées, d'un grand studio de cinéma de Hollywood.

(...)

«Pour être meilleurs, nous devons être plus gros, a déclaré hier le président et directeur général d'Atlantis, Michael MacMillan, qui sera le grand patron de la nouvelle compagnie. Nos concurrents sont les titans mondiaux de l'industrie, les Disney, Time Warner, etc. Pour être concurrentiels internationalement, nous devons tout simplement être plus gros.

«Robert Lantos, le p.-d.g. d'Alliance, a estimé qu'il s'agit là d'un moment déterminant dans l'évolution de l'industrie canadienne du cinéma. Notre industrie est dominée, globalement, par une poignée de géants. Alliance Atlantis Communications sera mieux placée pour les affronter qu'aucune autre compagnie canadienne avant elle.» (Le Devoir, 21 juillet 1998, p. B2)

«Le cinéma québécois se trouve donc, aujourd'hui, dans une situation paradoxale: tout ce qui touche à l'industrie est en expansion, mais tout ce qui touche au long métrage rétrécit comme une peau de chagrin. Il ne s'est jamais tourné autant de films étrangers, de publicités et de séries télévisées au Québec, mais nos cinéastes n'ont jamais autant eu de difficultés à poursuivre une œuvre personnelle.»

(Georges Privet, «Liberté surveillée», Voir, 19 février 1998, p. 22)

Dans les années 80, pour comprendre les mutations d'un cinéma québécois qui devenait de plus en plus léché et de moins en moins revanchard, on attribua la «faute» aux producteurs. Le règne des auteurs et leur volonté farouche de prise-de-parole-pour-assurer-la-conscientisation-des-masses cédaient le pas à une vision plus organisée, plus structurée, bref, moins artisanale et cherchant sans complexe à percer le mythique «marché international». Les producteurs sont devenus de nouvelles vedettes et les haut-parleurs des misères de notre cinéma, proposant des solutions industrielles pour contrer le laisser-aller qui caractérisait la production cinématographique des années 70. Les subventions moins généreuses, l'arrivée des réseaux de télévision qui, tout en s'engageant financièrement, imposaient aussi une manière de faire qui donne souvent dans le «vite fait, bien fait et beaucoup de gros plans très éclairés s'il vous plaît», la volonté de reconquérir le public d'ici tout en ne s'aliénant pas ceux d'ailleurs, autant d'écueils que les producteurs ont cherché à contourner ou à gérer sans trop de casse.

Il ne s'agit pas ici de sonner la fin d'un règne, mais les producteurs doivent maintenant partager leur trône avec d'autres intervenants qui apparaissent comme les nouveaux joueurs clés de l'industrie cinématographique québécoise. Pourtant, vous ne les verrez presque jamais prendre la parole ou inonder de leur indignation le courrier du lecteur des quotidiens et des hebdomadaires; ils n'iront pas au **Point** de Radio-Canada pour remettre en question le fonctionnement et la pertinence du Festival des films du monde (FFM). En lieu et place, ils s'inquiéteront plutôt des effets dévastateurs de la crise asiatique, décortiqueront les évangiles en papier monnaie de la finance et du néo-libéralisme selon Claude Picher, Claude Beauchamp et Alain Dubuc, en plus de scruter les cours de la Bourse comme s'il s'agissait d'un quelconque oracle. Bienvenue dans le merveilleux monde des actionnaires, ceux qui veulent, d'abord et avant tout, en avoir pour leur argent. Ils n'achètent pas seulement des actions pour vos beaux yeux ou parce qu'ils croient que votre entreprise sera d'un grand secours pour l'humanité souffrante: ils rêvent surtout à leurs dividendes et vous n'entendrez jamais sortir de leur bouche que *small is beautiful*.

Le cinéophile qui ne s'égare pas tellement du côté des pages économiques des quotidiens n'aura sans doute pas remarqué la valse des fusions d'entreprises qui a marqué l'industrie cinématographique et télévisuelle québécoise depuis maintenant quelques années. Tout au plus voit-il apparaître de nouvelles «vignettes» affichant des noms aussi étranges et français (?) que Behaviour, Films Lions Gate ou Remstar; nous sommes tout à fait loin des Films «Mutuels» et autres Films du «Crépuscule». En fait, une chatte n'y retrouverait pas ses petits tant les changements de nom, de main, de direction et de philosophie sont nombreux et effectués à la vitesse de l'éclair. Cinépix a été acheté par un groupe de Vancouver, Films Lions Gate; Alliance a fusionné avec Atlantis, anciennement dirigée par le flamboyant Robert Lantos, et qui devient Atlantis Alliance Communications mais dont la filiale québécoise demeure Alliance Vivafilm; Discreet Logic, une *business* spécialisée dans le multimédia et l'informatique, a acheté Malofilm Distribution en plus d'acquérir la petite compagnie de production Lux Films pour constituer Behaviour Communications; Remstar, une entreprise «100% québécoise» possède maintenant Prima Film et souhaite également se lancer dans la production cinématographique; le Groupe Coscient, devenu quasi éléphanterque avec les années, touche, avec ses nombreuses filiales, à la production cinématographique (Films Allegro), à la télévision (SDA Productions), à la distribution (Motion International) et aux dessins animés (Cactus Animation). Et le portrait ne serait pas complet sans savoir que Softimage, l'entreprise dirigée par Daniel Langlois, acquise il n'y a pas si longtemps par le géant Microsoft, vient tout de juste de changer de propriétaire, encore américain, cette fois le groupe Avid. M'avez-vous perdu en chemin?

En quoi ces bouleversements peuvent-ils modifier le paysage cinématographique, autant du côté de la production que de la distribution? Il risque de survenir la même chose que dans le merveilleux monde des banques canadiennes où les petits sont tassés dans le coin, écrasés sous le poids des frais d'utilisation

et où les dirigeants semblent devoir ne rendre des comptes qu'aux actionnaires plutôt que de bien servir leur clientèle. Les résultats financiers devenant le critère numéro un pour juger de la valeur d'une entreprise, il n'est pas surprenant de les voir s'accaparer tout le terrain, neutraliser la concurrence — maintenant, au lieu d'écraser le compétiteur, on l'achète! — et faire rouler leurs filiales à plein régime. Alors que l'on pourrait croire que ces « empires » ont les reins assez solides pour prendre des risques et tenter d'aiguiser la curiosité du public, les actionnaires de ces compagnies les maintiennent sous haute surveillance, pas tellement intéressés qu'ils sont à alimenter la flamme du film d'auteur ou assurer la relève du cinéma québécois.

Un principe malheureusement universel s'applique donc au cinéma comme aux banques ou pour le secteur de l'alimentation: les gros bouffent les petits. Les maisons indépendantes de distribution et de production disparaissent du paysage les unes après les autres, laissant de moins en moins de choix aux cinéphiles d'une part et aux artisans du cinéma d'autre part. Du côté de la distribution, on constate que les indépendants — pensons à Film Tonic, Cinéma Libre, K Films Amérique, Askà Film, entre autres — sont de moins en moins nombreux sur le terrain, pour ne pas dire presque isolés, incapables de rivaliser avec les offres des grandes boîtes pour s'accaparer les meilleurs films ou ceux dont le potentiel commercial est assez important pour justifier un prix élevé.

Leurs solides assises financières ne font pas nécessairement des « gros » distributeurs de vulgaires fanfarons, mais il est clair qu'ils peuvent se permettre de jouer aux « indépendants », par exemple devant la direction du FFM. Louis Dussault, de K Films Amérique, fut l'un des seuls à s'inquiéter ouvertement de l'avenir du FFM et tenter d'adoucir la hargne ambiante; pas un seul distributeur ne l'a suivi sur ce terrain. Ce mutisme s'explique assez facilement: la grande majorité des distributeurs ne croient pas au véritable effet d'entraînement du FFM. Le public se gave de cinéma pendant dix jours mais semble exténué le reste de l'année. Par contre, les petits distributeurs comme K Films Amérique ne peuvent se passer de cette vitrine exceptionnelle puisque leurs films réussissent souvent à passer la rampe grâce au bouche à oreille: encore faut-il que le film soit vu! Pendant ce temps, pour les journalistes qui couvrent l'événement, ne cherchez pas des dossiers de presse et des photographies pour bien des films: les distributeurs semblent avoir « oubliés » de faire parvenir leur matériel promotionnel. Sans compter tous ces films qu'ils annoncent pendant l'événement mais que l'on verra plus tard: c'est le cas de Films Lions Gate qui a préféré attendre avant de nous permettre de voir les derniers films de Roger Planchon, Francis Veber et Patrice Chéreau.

Avant de se pointer à Téléfilm Canada ou à la SODEC, un cinéaste québécois doit prononcer une formule magique pour voir sa requête « sérieusement » considérée: « J'ai l'accord d'un distributeur ». Toujours prêts à lancer un film à l'assaut de tous les écrans de la planète, les distributeurs sont pourtant de moins en moins nombreux et de plus en plus intégrés dans d'imposants consortiums. Dans ce contexte, pour un grand nombre de cinéastes fauchés, le choix d'un distributeur devient restreint, voire inexistant. Pour leur nouveau-né, tous les réalisateurs rêvent des meilleurs salles et de la promotion la plus originale qui soit mais, dans la réalité, *money talks*. Les mégaplex imposent la loi du moins grand nombre de films sur de plus en plus d'écrans et toutes les compagnies semblent obsédées par l'idée du profit à tout prix. Voilà sans doute pourquoi Charles Sirois (patron de Téléystème ayant une participation de 20 % dans Coscient) ou Michael MacMillan (p.-d.g. d'Alliance Atlantis Communications) rient comme des pendus jusqu'à la banque. Le premier préfère investir dans le secteur de la télévision et le second mise sur la production d'œuvres de cinéastes établis comme **existenZ** de David Cronenberg ou **The Taste of Sunshine** d'Istvan Szabo. Comment la relève cinématographique et des réalisateurs qui préfèrent s'aventurer loin des sentiers battus du cinéma commercial peuvent-ils se faufiler dans ces entreprises labyrinthiques et auto-suffisantes?

Toujours selon Michael MacMillan, « pour être meilleurs, nous devons être plus gros ». Avec la fusion d'Alliance et d'Atlantis, les grands patrons projettent des revenus d'environ 750 millions; pas étonnant de constater la réaction favorable des « marchés » à la suite de cette annonce... Pendant que ces grosses compagnies tentaculaires s'accaparent une grande partie du terrain et multiplient leurs entrées dans les stations de télévision comme dans les grands réseaux de salles de cinéma tout en s'affichant sur Internet, les petits joueurs s'amuse dans leur carré de sable et espèrent encore faire la différence. Malheureusement pour eux, même l'État semble vouloir prendre ce train de luxe en souhaitant augmenter les budgets de production des longs métrages — ce sont les recommandations de Patrimoine Canada qui croit que le caractère « artisanal » de plusieurs films canadiens demeure la raison principale de leur échec commercial... — et en ouvrant de plus en plus grande la porte au privé dans le secteur télévisuel public. Sinon, comment expliquer que Radio-Canada puisse accepter de diffuser la mini-série « lourde » (lire à gros budget et produite au privé) **Réseaux**, alors que le scénariste Réjean Tremblay y montre une télévision publique bourrée d'incompétents et de rapaces?

De leur côté, les requins de la finance, les actionnaires aventuriers et les ténors de la mondialisation mènent le bal des fusions. Est-ce que quelqu'un a songé à nous inviter? ■

« L'homme d'affaires Charles Sirois nourrit de grandes ambitions pour Coscient, dont il assure désormais la gestion et qu'il veut transformer rapidement en entreprise "globale".
(...) »

« Charles Sirois se montre déterminé à faire de la société montréalaise, deuxième producteur de films et d'émissions de télévision au Canada (derrière le Groupe Alliance de Toronto), une entreprise mondiale.
(...) »

« Coscient, dont le chiffre d'affaires atteint les 100 millions de dollars, exporte déjà 65% de sa production. L'objectif de Charles Sirois est évidemment d'augmenter le poids de ces exportations en suivant sa stratégie habituelle: trouver un créneau, une niche bien définie, "loin des mégaproductions hollywoodiennes", et l'occuper au niveau planétaire.
(...) »

« Avec cette prise de participation dans Coscient, Charles Sirois, jusque-là spécialisé dans le transport de données, élargit son champ d'action au "contenu". Le choix, même s'il répond à un goût pour la création, est aussi "bassement capitaliste" reconnaît Sirois en riant. Dans le contexte de la fameuse "convergence" des technologies de l'information (autour d'Internet notamment) posséder la tuyauterie ne suffira plus: à l'avenir, les contenus rapporteront plus que les équipements.
(...) »

« La demande pour des contenus de grande qualité explose, a expliqué M. Sirois. Et comme les droits de propriété sont gérés de façon "agressive" dans tous les médias et qu'ils génèrent des revenus plus importants, ils deviendront un actif encore plus précieux. L'issue finale sera que les producteurs de contenus attireront une plus grande part de la valeur créée que ceux qui fournissent simplement l'infrastructure.
(...) »

« L'un ne va pas sans l'autre, selon le président de Téléystème: pour créer des entreprises mondiales, les créateurs devront s'allier aux fournisseurs de technologies. Ceux qui le comprennent seront "les vainqueurs du nouveau monde". »
(Michel Dolbec, « Charles Sirois caresse des projets pour Coscient », **le Devoir**, 7 octobre 1998, p. B8)