

Problèmes particuliers au Québec en matière de distribution cinématographique (document)

O. J. FIRESTONE

Volume 8, numéro 1, avril 1976

Pour une sociologie du cinéma

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/001243ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/001243ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Les Presses de l'Université de Montréal

ISSN

0038-030X (imprimé)

1492-1375 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

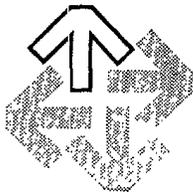
Citer cet article

FIRESTONE, O. J. (1976). Problèmes particuliers au Québec en matière de distribution cinématographique (document). *Sociologie et sociétés*, 8(1), 43–70. <https://doi.org/10.7202/001243ar>

Résumé de l'article

Dans le cadre d'une recherche sur l'ensemble de l'industrie cinématographique au Canada, recherche menée en 1964 pour le compte du gouvernement canadien, O. J. Firestone a consacré un chapitre aux problèmes particuliers du Québec. Cet article traite donc des facteurs propres au Québec tels le bilinguisme, les différences culturelles dues au caractère francophone de cette province, aux lois particulières du gouvernement québécois et à divers facteurs d'ordre économique. L'auteur a mis en relief des particularités tant au niveau de la distribution des films que de leur mise en marché ainsi que le rôle tout à fait particulier de la télévision. On trouvera dans la partie gauche de la page, le texte intégral de ce 8e chapitre de l'étude de O. J. Firestone ; la partie droite est une mise à jour faite par l'éditeur en collaboration avec le Conseil québécois pour la diffusion du cinéma.

Problèmes particuliers au Québec en matière de distribution cinématographique*



O.J. FIRESTONE

AVERTISSEMENT

L'article qui suit est extrait d'une volumineuse étude faite en 1964 et remise en 1965 au Interdepartmental Committee on the Possible Development of Feature Film Production in Canada. Le texte intégral du chapitre 8 de cette recherche se trouve à gauche de la page. On trouvera à droite une mise à jour des données établies par l'éditeur et par Lucien Hamelin du Conseil québécois pour la diffusion du cinéma. Bien que déposée en 1965, cette étude n'a jamais été publiée **.

QUELQUES CONSIDÉRATIONS ÉCONOMIQUES CLÉS

Toute discussion sur les problèmes qui affectent l'industrie cinématographique dans la province de Québec nécessite de clarifier un certain nombre de considérations démographiques et économiques.

* Pour cet article-ci, les notes seront regroupées à la fin du texte.

** Ce texte a été traduit par Lucienne Davidson.

Le Québec a une population d'environ 5 562 000 habitants ^{1c*}, c'est-à-dire environ 29% ^{2c} de la totalité de la population canadienne qui regroupe 19,2 millions d'habitants ^{3c} ¹. Presque 40% ^{4c} de cette population réside dans la région de Montréal et 7% ^{5c} aux alentours de la ville de Québec; ces deux villes regroupent donc environ la moitié ^{6c} de la population de la province de Québec. 61% ^{7c} de ce groupe ne parle que français, tandis que 11% ^{8c} ne parle que l'anglais. Environ 25% ^{9c} de cette population est bilingue et vit principalement à Montréal et dans les quelques autres villes de la province.

Le revenu moyen au Québec s'élève à \$1 504 ^{10c}, alors que dans l'Ontario il est de \$2 019 ^{11c} et de \$1 734 ^{12c} dans tout le reste du Canada. ²

L'INDUSTRIE CINÉMATOGRAPHIQUE : L'OFFRE ET LA DEMANDE

En 1963, au Québec, chaque personne dépensait en moyenne \$3,68 ^{13c} pour se distraire au cinéma, soit 2,4% ^{14c} de ses revenus personnels annuels. Ces chiffres correspondent à ceux de la province d'Ontario qui s'élèvent à \$4,95 ou 2,5% ^{15c}. Ils sont également comparables à ceux de l'ensemble du Canada, qui sont respectivement de \$4,04 et 2,3% ^{16c} ³.

La province de Québec dispose de 338 salles ^{17c} de cinéma qui totalisent 189 638 places ^{18c} — chiffre qui correspond à une moyenne de 561 places ^{19c} par salle de cinéma. Montréal possède 61 salles ^{20c}, Québec 12 ^{21c} et le reste de la province se partage les 265 ^{22c} restantes. À la différence des autres provinces du Canada, le Québec n'a pas de cinéma en plein air ^{23c}, puisque ce type de cinéma n'est pas autorisé par la législation québécoise. D'une façon générale, la salle de cinéma moyenne est plus petite au Québec que dans l'Ontario, la différence étant d'environ 28% ^{24c} (voir tableau ci-dessous).

* C = donnée corrigée ou mise à jour.

1c 6 027 765 (1971)

2c 27,9% (1971)

3c 21,5 millions

4c 45,5%

5c 8%

6c 53%

7c 47%

8c 16%

9c 35%

10c \$ 3 839 (1973)

11c \$ 4 840 (1973)

12c \$ 4 254 (1973)

13c \$6,85

14c 0,26%

15c \$7,87 ou 0,16%

16c \$7,32 et 0,17%

17c 317 salles

18c 186 379 places

19c 561 places

20c 70 salles

21c 11 salles

22c 236

23c La loi prévoyant l'établissement de ciné-parcs a été adoptée en 1964. Les règlements concernant l'aménagement et l'exploitation des ciné-parcs ont été adoptés le 27 août 1969. Il existait en 1975, 35 ciné-parcs au Québec.

24c 22%

	<i>Québec</i>	<i>Ontario</i>	<i>Canada</i> ^{25c}	^{26c} <i>Québec</i>	<i>Ontario</i>	<i>Canada</i>
Nombre de salles de cinéma	338	316	1 245	317	292	1 135
Nombre total de places	189 638	226 634	684 020	186 379	209 476	650 851
Moyenne du nombre de places par salle	561	717	549	588	717	573

L'Ontario possède 406 cinémas dont 316 salles et 90 cinémas^{26c} en plein air, la moyenne du nombre de places par cinéma étant environ 2 085^{27c}. Au Québec, ce chiffre n'atteint que 1 465^{28c}; il est 27%^{29c} plus bas que celui de l'Ontario. Dans l'ensemble du Canada, on compte 1 486 cinémas^{30c} — y compris les cinémas en plein air — soit une moyenne de 1 545 places^{31c} par cinéma.

En 1963, les cinémas québécois ont vendu 22 millions^{32c} de billets faisant une recette de \$18,1 millions^{33c} si l'on exclut la taxe sur les spectacles. Ce chiffre correspond à un prix d'entrée moyen de 82¢^{34c}. Si l'on compare ces chiffres avec ceux de l'Ontario on constate que les cinémas ontariens ont vendu 34,5 millions^{35c} de billets pour une recette de \$26 millions^{36c} 4, le prix moyen d'entrée étant de 67¢^{37c}. Dans le reste du Canada, les chiffres indiquent que 88 millions^{38c} de billets furent vendus, donnant une recette brute de \$63,8 millions^{39c} 5, à raison d'un prix moyen d'entrée de 72¢^{40c}.

Le chiffre d'affaires d'un cinéma québécois moyen représente environ les trois-quarts^{41c} de celui d'un cinéma ontarien. Cependant les recettes moyennes perçues au Québec pour chaque salle sont plus élevées^{42c} que les recettes moyennes dans le reste du Canada (voir tableau ci-dessous).

	<i>Québec</i>	<i>Ontario</i>	<i>Canada</i>	<i>Québec</i>	<i>Ontario</i>	<i>Canada</i>
Nombre de salles de cinéma	338	316	1 245	317	292	1 135
Recettes provenant de la vente des billets (taxe sur les spectacles non comprise) en \$ millions	18,1	26,0	63,8	35,0	48,4	129,9
Recettes moyennes pour chaque salle en dollars	53 550	82 278	51 245	110 492	166 072	114 428

^{26c} 395 ; 292 ; 103

^{27c} 666

^{28c} 597 (ciné-parcs exclus)

^{29c} 11%

^{30c} 1434

^{31c} 546

^{32c} 20,3 millions (1973)

^{33c} \$35,5 millions

^{34c} \$1,73

^{35c} 27,7 millions

^{36c} \$48,4 millions

^{37c} \$1,75

^{38c} 77,4 millions

^{39c} \$129,9 millions

^{40c} \$1,68

^{41c} 66%

^{42c} Ce n'était plus le cas en 1973 (voir tableau ci-dessous)

Les statistiques permettent de dire que pour 65 personnes ^{43c} qui fréquentent les cinémas au Québec (ce chiffre excluant tous les jeunes de moins de seize ans qui ne sont généralement pas admis), 109 personnes ^{44c} recherchent ce même genre de distraction dans l'Ontario. Cependant si l'on tient compte du fait que la moyenne de l'Ontario inclut un grand nombre d'enfants en dessous de l'âge de seize ans, la différence entre ces deux chiffres n'est pas aussi grande qu'on pourrait le croire à première vue. Cette moyenne est de 70 personnes ^{45c} pour l'ensemble du Canada (voir tableau ci-dessous).

^{43c} 64 personnes

^{44c} 95 personnes. Il est important de noter que depuis 1967, en vertu de la loi sur le cinéma, le Bureau de surveillance classe les films selon les catégories suivantes : « pour tous », « 14 ans », et « 18 ans ».

^{45c} 68 personnes

	<i>Québec</i>	<i>Ontario</i>	<i>Canada</i>	<i>Québec</i>	<i>Ontario</i>	<i>Canada</i>
Nombre de salles de cinéma	338	316	1,245	317	292	1 135
Nombre de billets vendus en millions	22,0	34,5	88,0	20,3	27,7	77,4
Moyenne du nombre de billets vendus par salle	65 089	109 177	70 683	63 883	94 177	68 227

Comme les enfants en dessous de l'âge de seize ans ne sont généralement pas admis dans les cinémas de la Province de Québec ^{46c}, on comprend aisément pourquoi le taux de fréquentation moyen des salles de cinéma est relativement bas et que le prix moyen du billet d'entrée est plus coûteux au Québec que dans l'Ontario ou dans le reste du Canada (voir tableau ci-dessous). ^{47c}

^{46c} Voir note 44c

^{47c} Comme l'indique le tableau ci-dessous la situation s'est transformée depuis 1963.

	<i>Québec</i>	<i>Ontario</i>	<i>Canada</i>	<i>Québec</i>	<i>Ontario</i>	<i>Canada</i>
Pourcentage moyen de fréquentation des salles	16	17	17	13	15	15
Prix d'entrée moyen	82¢	76¢	72¢	\$1,73	\$1,75	\$1,68

UNE COMPARAISON DES COÛTS

Les exploitants de salles de cinéma dans la province de Québec, et notamment dans les petites villes, rencontrent un certain nombre de difficultés parce qu'ils emploient un personnel restreint pour assurer le fonctionnement de leurs établissements, offrant des salaires moins élevés que dans l'Ontario ou dans le reste du Canada (voir tableau ci-dessous).

Ces salaires s'élèvent en moyenne à \$1 648 ^{48c} par an pour 90% du personnel employé dans des cinémas fonctionnant toute l'année, c'est-à-dire 300 jours ou plus par an. ⁶

^{48c} \$3 494

Les exploitants de salles de cinéma du Québec paient des salaires moins élevés que ceux de l'Ontario et de l'ensemble du Canada ^{49c}. Ce salaire s'élève en moyenne à \$1 535 au Québec, \$1 804 en Ontario et \$1 676 dans l'ensemble du Canada. Les salaires offerts au Québec sont donc 18% inférieurs à ceux de la moyenne en Ontario. Cette situation est probablement due à des facteurs d'ordre économique (marché restreint, coûts de la censure, taxe sur les spectacles, frais de duplication des films en français et en anglais) qui ont tendance à accroître les coûts de distribution et d'exploitation des films au Québec

^{49c} Les salaires sont légèrement moins élevés (3%) au Québec par rapport à l'Ontario mais légèrement plus élevés que pour l'ensemble du Canada) (voir tableau ci-dessous).

	<i>Québec</i>	<i>Ontario</i>	<i>Canada</i> ^{50c}	^{50c} <i>Québec</i>	<i>Ontario</i>	<i>Canada</i>
Nombre de salles de cinéma	338	316	1 245	317	292	1 135
Nombre total d'employés	2 410	3 712	9 245	2 444	3 649	9 945
Nombre d'employés par cinéma	7,1	11,7	7,4	7,7	12,5	8,8
Total des salaires	3,7	6,7	15,5	7,3	11,8	33,1
Salaire moyen en \$	1 535	1 804	1 676	3 149	3 240	3 126

L'INDUSTRIE CINÉMATOGRAPHIQUE : LA DEMANDE DANS UN PAYS BILINGUE

Cette étude cherche principalement à examiner la distribution d'un produit qui vise à satisfaire les besoins visuels aussi bien des francophones que des anglophones, suivant la langue parlée par la population à laquelle le film s'adresse. L'analyse suivante qui porte sur la situation particulière du Québec illustre l'ensemble des problèmes que l'on rencontre lorsqu'on cherche à satisfaire les aficionados du cinéma de langue française qui vivent dans les différentes régions du Canada, quoique en fait il est rare que les films de langue française soient présentés d'une façon régulière en dehors du Québec. Il n'existe actuellement qu'une seule salle dans le nord de l'Ontario qui montre régulièrement des films français, outre les quelques cinémas de connaisseurs qui

montrent ce genre de films dans d'autres régions du Canada. Ces cinémas, qui sont généralement de petits établissements s'adressent à un secteur de la population qui est intéressé par l'aspect artistique des films mais qui ne représente qu'un très petit nombre parmi l'ensemble des gens qui fréquentent les cinémas. On trouve ces cinémas d'art qui montrent des films français à Toronto, à Vancouver et à Winnipeg.^{51c}

^{51c} Nous n'avons pas les données comparatives pour 1973 mais la situation est demeurée sensiblement identique à celle décrite par Firestone en 1965.

Une autre province du Canada, le Nouveau Brunswick, a une population francophone relativement importante, regroupant environ 36%^{52c} de la population de la province qui totalise 617 000 habitants^{53c}. Sur ces 36%, environ la moitié ne parle que français tandis que les autres sont bilingues. Le reste de la population 64%^{54c} ne parle que l'anglais.

^{52c} 214 715 (33%)

^{53c} 634 555 (47%)

^{54c} 67%

Le Nouveau Brunswick possède au total 48 cinémas, dont 36 salles et 12 cinémas en plein air^{55c}. Aucun de ces cinémas ne montre régulièrement des films de langue française. Environ une demi-douzaine d'établissements montrent des films en français une soirée par semaine, car, selon l'opinion des gens du milieu, il semble que le public préfère les films américains ou anglais dans leur langue originale. C'est pourquoi les quelques salles qui présentent un film français une soirée par semaine saisissent cette occasion pour montrer des films européens de langue française.^{56c}

^{55c} 49 cinémas, 33 salles, 16 ciné-parcs

^{56c} Nous n'avons pas de données récentes mais dans l'ensemble la situation est sensiblement la même.

Le développement de la culture dans un pays bilingue soulève le grand problème de savoir si les exigences culturelles sont mieux satisfaites lorsque le langage du spectacle correspond à celui qui est communément parlé par les spectateurs. Cette question laisse présumer que les Canadiens francophones choisiraient de voir des films en français si ceux-ci étaient disponibles en nombre suffisant parmi le genre de films qu'ils souhaitent voir — ces films incluant des versions de films de long métrage anglais ou américains doublés en français. En fait cette situation ne se rencontre pas en dehors du Québec.

À Ottawa, par exemple, 38% de la population est francophone, une enquête durant la période de janvier à mars 1964 a montré que seulement 6% des recettes perçues dans la région métropolitaine d'Ottawa — qui inclut la ville de Hull — provenait de films de langue française et 94% de films de langue anglaise, puisqu'une grande partie de la population francophone fréquente généralement des cinémas offrant des films en anglais.^{57c} Cette situation s'explique peut-être par le fait qu'il n'est pas très facile de voir des films français dans la région d'Ottawa, puisque seul un cinéma sur quatorze, situé à Hull, montre ce genre de films.^{57c}

^{57c} La situation s'est quelque peu améliorée pour les francophones ; environ quatre cinémas présentent maintenant des films en français.

LES PRINCIPAUX FACTEURS QUI ACCENTUENT LES DIFFÉRENCES

Si l'on examine la situation au Québec, on constate que l'exploitation de l'industrie cinématographique dans la province est influencée par un grand nombre de facteurs qui sont très différents de ceux qui prédominent dans le reste du Canada. L'industrie fait donc face à des problèmes qui diffèrent généralement de ceux des autres régions du Canada, et, dans certains cas, à des problèmes qui sont similaires mais qui se manifestent d'une façon différente. Dans cet article, nous présenterons une analyse de l'interaction de ces diverses influences et des problèmes qu'elles entraînent sous les rubriques suivantes :

1. Le bilinguisme
2. Les différences culturelles
3. Les règlements gouvernementaux
4. Les facteurs économiques
5. Les différents arrangements de présentation des films
6. Les différents arrangements de distribution des films
7. Le rôle de la télévision

Cette analyse mène à des conclusions qui sont présentées dans cet article parce qu'elles pourraient affecter la distribution des films canadiens aussi bien en langue anglaise qu'en langue française.

1. LE BILINGUISME AU QUÉBEC

Étant donné que 61% ^{58c} de la population vivant au Québec ne parle que français, que 11% ^{59c} ne parle que l'anglais et que 25% ^{60c} se dit bilingue, l'existence et l'emploi des deux langues dans la province, plus répandues que dans toute autre région du pays, ont des implications sur l'industrie cinématographique.

^{58c} 60%^{59c} 10,5%^{60c} 27%

1. Cette situation implique l'existence de deux types de cinémas, l'un montrant des films de langue française et l'autre des films de langue anglaise. Très peu de cinémas au Québec offrent alternativement des spectacles dans les deux langues. ⁹ Cette duplication des salles de cinéma est essentielle si les exploitants veulent offrir à leur public le spectacle qu'il désire. D'une façon générale, le public canadien n'aime guère les films sous-titrés ^{61c}. Il préfère jouir des spectacles dans sa langue d'origine. La distribution des films sous-titrés n'est pas totalement à écarter mais elle devrait être réservée aux cinémas d'art pour les connaisseurs, puisqu'elle ne satisfait pas la majorité du public.

^{61c} Films de langue anglaise sous-titrés en français : 13 sur 988 ; films de langue française sous-titrés en anglais : 10 sur 988, soit le total des longs métrages sous-titrés présentés au Bureau de surveillance en 1975-1976.

2. Une industrie des spectacles qui opère dans deux langues est plus coûteuse, non seulement parce qu'elle dessert deux types de cinémas mais aussi parce qu'elle nécessite de prévoir des frais d'imprimerie, de campagne publicitaire, etc. dans les deux langues.

3. Un grand nombre de films se disputent le marché puisque tous les films qui paraissent en français ne sont pas disponibles en anglais et vice-versa. C'est pourquoi, le nombre total de films disponibles est plus grand au Québec que dans n'importe quelle autre province du pays ^{62c}. Cette situation affecte à la fois les coûts de distribution, les conditions dans lesquelles les films sont distribués à la fois en français et en anglais, et, bien entendu, les mécanismes de l'offre et de la demande. Si, par exemple, l'Ontario manque de bons films à un moment donné, ceci ne veut pas dire que cette pénurie sera ressentie dans la province de Québec, étant donné que des films français de bonne qualité seront peut-être disponibles sur le marché, même si les distributeurs de films anglais rencontrent les mêmes problèmes que ceux de l'Ontario.

^{62c} À titre indicatif, 988 longs métrages ont été visés au Québec en 1974-1975 comparativement à 818 pour l'Ontario.

On peut donc en conclure que la duplication des services et des équipements nécessaires pour satisfaire la demande dans le Québec entraîne nécessairement des frais supplémentaires qui sont en grande partie supportés par les consommateurs. Cette duplication a, cependant, des avantages puisqu'elle offre une plus grande variété de divertissements de meilleure qualité et qu'elle satisfait mieux le consommateur. Étant donné que le Québec attache au cinéma une valeur culturelle beaucoup plus importante que le reste du Canada, il est indispensable d'implanter et de maintenir dans la province un système de distribution des spectacles cinématographiques qui satisfera les exigences d'une population parlant deux langues différentes.

2. LES DIFFÉRENCES CULTURELLES

Les Québécois ont des attitudes et des motivations particulières en ce qui concerne le cinéma. Les facteurs qui déterminent ces réactions sont :

1. L'attitude de l'Église
2. Les valeurs culturelles
3. L'évolution de l'éducation
4. La fusion des traditions latines dans le mode de vie nord-américain
5. L'attitude du gouvernement provincial

L'attitude de l'Église

Dans la première moitié de notre siècle, c'est l'attitude de l'Église Catholique qui a influencé le tempo de la province à l'égard du cinéma. Celle-ci, en effet, considérait alors qu'un grand nombre de films offerts au public pouvaient avoir une influence adverse sur les mœurs et la morale de la population. Cette attitude apparaît clairement dans un pamphlet publié en 1927 par l'Institut Social Populaire, dirigé par des Jésuites ; celui-ci était intitulé « Parents chrétiens, sauvez vos enfants du cinéma meurtrier ».

Cette attitude réprobatrice de l'Église à l'égard du cinéma mena d'une part à une application encore plus stricte de la censure — déjà plus rigide au Québec que n'importe où ailleurs en Amérique du nord ou en France, et, d'autre part à l'exclusion des enfants de moins de seize ans des salles de cinéma.¹⁰

Depuis la fin de la seconde guerre mondiale, l'Église, reconnaissant le rôle que le cinéma moderne pouvait jouer dans la vie sociale et culturelle de la population, a totalement modifié son attitude, montrant elle-même la voie à la critique cinématographique qui devint alors un sujet de discussion courante dans les écoles et les collèges classiques.

Les valeurs culturelles

Le Québec attache beaucoup plus d'importance à la valeur culturelle du cinéma que toutes les autres provinces du Canada. Cette tendance s'applique particulièrement au groupe qui essaie de revaloriser la culture dans la communauté et auprès des jeunes spectateurs.

C'est pourquoi, pour un grand nombre de gens au Québec, un film est considéré à la fois comme un produit artistique et comme un produit commercial. Pourtant dans toutes les régions anglophones du Canada, à quelques exceptions près, la production d'un film est en général une proposition commerciale.

La présentation du film d'Alain Resnais, *L'Année Dernière à Marienbad*, dans un cinéma d'art à Montréal fut un événement d'une importance culturelle telle qu'un quotidien français, *La Presse*, attribua au cinéma la première page de son supplément artistique normalement réservée aux événements musicaux, théâtraux ou littéraires.

De plus en plus, on admet que la production d'un film est une forme d'expression artistique pour les jeunes producteurs de films de langue française qui ont constamment souligné dans les dossiers qu'ils ont soumis au gouvernement canadien et au gouvernement du Québec, que la production d'un film n'avait pas seulement des fins commerciales et qu'il y avait d'autres considérations — aussi importantes que les considérations économiques — qui déterminaient la valeur commerciale d'un long métrage. Et ceux-ci de mentionner que :

Tous les arts actuels ont été profondément influencés par le dialogue avec le cinéma... il détermine dans une mesure importante de nouvelles formes poétiques, picturales, romanesques et musicales... Le cinéma, plus que tout autre, est l'art le plus proche des foules...

L'empire de l'image ne détruit pas l'individu, il permet une nouvelle libération de la pensée, accroît l'éventail des perceptions humaines, permet de nouveaux approfondissements de la vie intérieure.¹¹

En fait l'Association professionnelle des cinéastes essaie de souligner que le film contemporain est un produit à la fois artistique et commercial qui a un rôle important à jouer dans l'enrichissement de la créativité du public, affectant d'une façon significative les progrès humains et économiques d'un pays. Elle montre aussi que le cinéma a l'avantage d'atteindre les foules d'une façon plus directe et plus efficace que les autres arts.

L'évolution de l'éducation

Après avoir admis que les films pouvaient avoir une valeur aussi bien culturelle que commerciale, on fit de grands efforts au Québec pour que le cinéma soit introduit dans les programmes scolaires au même titre que la littérature ou l'art dramatique. Cette attitude impliquait que le cinéma, per se, devenait une discipline et non plus seulement un moyen destiné à faciliter l'enseignement des autres matières. L'approche humaniste adoptée par le système éducatif québécois facilita l'introduction de ces nouvelles dispositions.

À l'origine l'enseignement du cinéma faisait partie des sujets à option en dehors du programme scolaire proprement dit. Par la suite des ciné-clubs furent créés dans 400 institutions scolaires ; ces clubs montraient une grande variété de films internationaux en français dans le but de les discuter en classe. L'Église même, jouant le rôle de leader créa dans la plupart de ses diocèses un « Office des Techniques de Diffusion ».

Le rapport de la Commission Royale d'Enquête sur l'Enseignement dans la province de Québec (Rapport Parent) recommandait que l'éducation cinématographique soit intégrée le plus rapidement possible dans le programme scolaire normal comme une matière obligatoire ou à option.

Nous recommandons, dit le rapport, que l'éducation cinématographique soit inscrite le plus tôt possible dans nos programmes scolaires, à la fois comme matière obligatoire et comme sujet de cours à option.¹²

La fusion des traditions latines dans le mode de vie nord-américain

Comme leurs compatriotes anglophones, les Canadiens francophones vont au cinéma pour se divertir ; et cependant les spectacles qui plaisent aux Canadiens français sont parfois très différents des spectacles qui plaisent aux Canadiens anglais, puisque leurs goûts et leur tempérament sont très différents.¹³ De plus, la publicité destinée à des spectateurs de langue française diffère de celle qui est généralement utilisée dans les régions du Canada de langue anglaise et même aux États-Unis.

Ces deux constatations ont une importance considérable sur la distribution et la présentation des films au Québec et sur le contenu et la présentation de la publicité si l'on veut intéresser la population francophone.

Pour illustrer le premier point, on peut rappeler par exemple, que certains films européens mélodramatiques ont joui d'une popularité extraordinaire dans le Canada français et cependant les distributeurs de films de langue anglaise ont rarement essayé de montrer ce genre de films parce que le public anglophone a tendance à rechercher un plus grand réalisme.

En ce qui concerne le second point, nous pouvons aussi mentionner que les agences de publicité montréalaises ont appris par expérience que les campagnes publicitaires organisées pour n'importe quel produit ou service — y compris les longs métrages — doivent être présentées d'une façon qui sera acceptée par le public, et, ce n'est pas seulement en traduisant en français des documents destinés à un public anglophone qu'on peut arriver à ce but.

Bien que le Canadien français diffère de son compatriote anglais par ses tendances culturelles, son tempérament et sa langue, il n'en est pas moins un nord-américain. Et par conséquent, il préfère l'action à un long dialogue, le comique d'un vaudeville aux subtilités du charme continental. Le spectateur canadien français fait donc face à un paradoxe, puisque sa culture le fait pencher en faveur de distractions européennes mais son implantation physique au Canada le porte à apprécier des films qui reflètent le mode de vie américain.

L'attitude du gouvernement provincial

Le gouvernement du Québec se préoccupe actuellement de l'aide qu'il pourrait apporter aux producteurs de films de langue française et il se demande quel service du gouvernement devrait administrer ce programme de subventions. Ce sujet fit l'objet de grands débats au sein de l'assemblée législative québécoise.

En ce qui concerne l'administration de ce programme d'assistance aux producteurs de films, on avait la possibilité de la laisser entre les mains du Secrétaire d'État ou de la mettre sous la responsabilité soit du Ministère de l'Industrie et du Commerce, soit du Ministère de l'Éducation ou même du Ministère des Affaires Culturelles ^{63c}. Sous l'influence de l'Honorable Bona Arsenault, Secrétaire d'État du Gouvernement du Québec, on envisagea la possibilité de développer un programme d'aide aux producteurs de films sous forme de subventions en espèces et on décida de confier l'administration de ce programme au Ministère des Affaires Culturelles. Le rapport sur ce débat est concluant :

M. Bertrand : Mais si le ministre dit que l'aide sera substantielle, s'agirait-il d'une aide en argent ou d'une aide par les services des techniques rémunérés par le gouvernement ?

M. Arsenault : Définitivement en argent, nécessairement. Pour mettre sur pied une industrie du cinéma au Québec, il faudra attribuer à cet item des subventions à l'aide de l'industrie du cinéma donc à la création de longs métrages, une aide substantielle.

M. Bertrand : Est-ce que cette aide, cette subvention ne devrait pas relever plutôt du ministère des Affaires culturelles plutôt que celle du Secrétariat de la province ?

M. Arsenault : Je le crois. ¹⁴

Les implications

Du fait des différences culturelles que nous avons mentionnées, on a vu apparaître au Québec au cours des dix à quinze dernières années un public tout à fait nouveau. Il est probable que ce nouveau public québécois sera plus sélectif et plus difficile à satisfaire. Il réclamera sans aucun doute un choix de films internationaux — ce qui ne veut pas dire pour autant une sélection de films uniquement américains.

Cette nouvelle popularité du cinéma se répandra probablement dans tout le Québec entraînant plus que n'importe où ailleurs dans le reste du Canada un engouement pour les films américains de bonne qualité. Il est probable aussi que le public québécois portera plus d'intérêt aux films de langue française produits par des Canadiens français ^{64c} que le public des autres provinces du Canada, qui, en général, encourage les films de langue anglaise produits par des cinéastes anglophones.

^{63c} Ce débat n'a été tranché qu'en août 1975. La loi n° 1 sur le cinéma sera finalement administrée par le ministre des Communications.

^{64c} Notons, à titre indicatif, que 27 films québécois ont reçu un visa du Bureau de surveillance

Ces tendances qui se manifesteront dans les grandes villes et dans les principaux centres urbains de la province, s'infiltreront progressivement dans les agglomérations secondaires qui réussiront alors à améliorer leurs salles de spectacles et à montrer des films de meilleure qualité.

(ce qui n'implique pas qu'ils aient été présentés) en 1974-1975, soit 2.72%.

3. LES RÈGLEMENTS GOUVERNEMENTAUX

Les règlements à l'égard des enfants ayant moins de seize ans

Au Québec, les jeunes qui ont moins de seize ans ne sont pas admis dans les salles de cinéma sauf dans certaines conditions spéciales : ^{65c}

^{65c} Voir note (44c).

- a. Le film doit avoir reçu l'approbation du service de la censure.
- b. Les enfants ne sont pas admis dans les cinémas les jours de classe ; la séance du film doit se terminer avant six heures du soir.
- c. Le cinéma doit avoir un permis spécial.
- d. L'enfant doit avoir dix ans ou plus. Cependant cette restriction ne s'applique pas pour les films qui sont présentés par les institutions religieuses ou éducatives — celles-ci incluant les salles paroissiales. Ces règlements ont quatre principaux effets :

1. Ils réduisent le public susceptible de fréquenter les cinémas et ils limitent toute distraction familiale.

2. À la différence des autres provinces du Canada et des États-Unis, ils restreignent la possibilité de sensibiliser les jeunes à l'art cinématographique et par conséquent ils les empêchent de devenir des spectateurs réguliers au cours de leur vie adulte.

3. Ils ont créé ce que les exploitants de salles de cinéma de la province appellent « une concurrence défavorable », puisque la plupart des salles paroissiales ne paient pas de taxes et ne doivent pas se conformer aux règlements techniques et administrateurs qui s'appliquent aux établissements commerciaux. Dans ces salles, le coût du billet d'entrée généralement très bas est fixé à environ 25¢. Les exploitants de salles paroissiales leur font concurrence et leur coupent tous leurs revenus.

4. Les villes limitrophes, telles que Hull et Ottawa font face à un problème particulier puisque le public jeune de Hull, c'est-à-dire de moins de seize ans, fréquente les cinémas d'Ottawa où les règlements concernant la limite d'âge ne s'appliquent pas.

Les cinémas en plein air ^{66c}

Les cinémas en plein air sont interdits dans toute la province. Les avis des petits exploitants de salles de cinéma et ceux des directeurs de grandes chaînes sont très partagés à ce sujet. Les premiers s'y opposent totalement parce que les cinémas en

^{66c} Cette situation a été modifiée en 1967. Le Québec compte selon les dernières statistiques du Bureau de surveillance du cinéma 35 ciné-parcs.

plein air représentent pour eux une concurrence beaucoup trop grande à surmonter. Les autres, au contraire, adoptent une attitude plus favorable, puisque le public semble pencher en faveur de cette forme de divertissement qui est très populaire dans le reste du Canada et aux États-Unis. Étant donné cette réaction du public, les grands exploitants de cinéma disent qu'ils sont prêts à entreprendre un grand programme de cinémas en plein air aux alentours des grands centres urbains de la province de Québec une fois que le gouvernement aura donné son accord.

Dans l'immédiat, il semble qu'on ne puisse pas encore discerner aucun signe de changement. L'application de la législation interdisant les cinémas en plein air au Québec aura probablement l'effet de ralentir l'expansion des recettes des exploitants de cinémas — expansion qui aurait pu être plus rapide si l'industrie avait répondu d'une façon plus adéquate à la demande qui s'est répandue dans la province.

La taxe sur les spectacles

Le gouvernement québécois a aboli récemment la taxe sur les spectacles qui s'appliquait à tout billet au-dessus d'une valeur de \$1.00. À la même époque, il confiait cette responsabilité aux municipalités qui jusqu'alors étaient chargées de collecter la taxe, mais n'en conservaient qu'une partie. L'Association des Propriétaires de Cinémas du Québec avait donc fait pression constamment auprès du gouvernement québécois pour réduire ou éliminer cette taxe, alléguant qu'elle encourait des pertes substantielles puisque le gouvernement imposait une taxe plus élevée que les gouvernements des autres provinces.

La censure ^{67c}

Les frais de censure au Québec sont plus élevés que dans le reste du Canada. Selon l'industrie du cinéma, ces frais représentent un fardeau considérable, surtout lorsqu'il s'agit de films qui n'intéressent qu'un secteur de la population et notamment les films d'art.

Le Québec avait la réputation d'appliquer la censure d'une façon plus stricte que toutes les autres provinces. Cet « honneur » est détenu de nos jours par les provinces de l'ouest. En fait, la censure au Québec reflète grosso modo l'attitude du public.

^{67c} Au Québec, il n'existe plus de censure au sens propre. Cette notion consacrée par une loi datant de 1925, la Loi sur les vues animées, a été définitivement abolie par l'adoption en 1967, de la Loi sur le cinéma. Cette loi a amené la mise en place d'un bureau, dit Bureau de surveillance du cinéma, qui

Actuellement peu de films sont interdits ¹⁵ et aucun n'est coupé par le comité de censure. Certains films même, interdits à l'origine, réussissent à passer la censure, une fois que leurs producteurs ont modifié la version originale en retirant certaines scènes discutables avant de soumettre le film une seconde fois.

La classification des films

Le gouvernement provincial a l'intention d'une part d'instaurer un système de classification des films en fonction de l'âge des spectateurs afin que les enfants puissent voir certains types de films dans des salles de cinéma commerciales et d'autre part de porter à dix-huit ans et non plus à seize ans les restrictions imposées sur certains films ^{68c}.

a pour fonction d'examiner tous les films cinématographiques et d'autoriser leur projection si celle-ci ne porte pas atteinte à l'ordre public et aux bonnes mœurs.

François Cloutier, ministère des Affaires culturelles, *Journal des débats*, 25.11.70.

^{68c} Voir 65c et 44c.

4. LES FACTEURS ÉCONOMIQUES

Au début de cet article, nous avons fait référence à certaines statistiques qui expliquent pourquoi la fréquentation des cinémas est moins assidue au Québec que dans l'Ontario ou dans le reste du Canada. Nous avons souligné aussi qu'une des raisons de cette différence pouvait être expliquée par le fait que les enfants de moins de seize ans n'étaient pas autorisés à fréquenter les salles de cinéma exploitées commercialement. Si l'on se tourne vers l'avenir et si l'on tient compte de l'assouplissement des règlements du gouvernement provincial qui affecte les jeunes de moins de seize ans, de la tendance croissante de l'urbanisation et de son incidence sur l'accroissement des revenus et sur la fréquentation des salles de cinéma, il est possible, en se référant toujours aux statistiques, d'entrevoir une expansion de la demande pour les longs métrages au Québec. Cette éventualité renforcerait les nouvelles tendances du public qui, dans l'ensemble du Canada, semble fréquenter plus volontiers et plus régulièrement les salles de cinéma.

5. LES DIFFÉRENTES CARACTÉRISTIQUES DE LA PRÉSENTATION DES FILMS

Les arrangements concernant la présentation des films de long métrage au Québec sont très différents de ceux qui sont normalement utilisés dans le reste du Canada. Ces différences portent sur cinq principaux aspects :

[*Les quelques notes qui suivent sont une mise à jour qualitative et quantitative des parties 5 et 6 de l'étude de O.J. Firestone. Ce travail a été fait par Lucien Hamelin et Michel Houle du Conseil Québécois pour la diffusion du cinéma.*]

1. Les chaînes et les exploitants indépendants
2. La concurrence
3. Les programmes
4. La programmation de la circulation des films
5. Les programmes doubles

Les chaînes et les exploitants indépendants

Il existe quatre grandes chaînes de cinémas au Québec. Deux d'entre elles sont contrôlées et fortement influencées¹⁶ par une organisation étrangère. Elles distribuent des films de langue française et de langue anglaise dans des salles de premier et de deuxième ordre. Les deux autres chaînes sont gérées par des intérêts franco-canadiens et montrent principalement des films de langue française. Ces quatre chaînes sont les suivantes :

1) *La United Amusement Corporation Limited* et *la Famous Players Canadian Corporation Limited*. Les cinémas appartenant à la Famous Players sont gérés par la United Amusement Corporation qui opère sous le nom de la Consolidated Theatres Limited. Ce groupe possède et gère quarante-cinq salles de cinéma au Québec¹⁷, autrement dit environ 37 784 places, c'est-à-dire un quart du nombre total de places de cinéma du Québec, fournissant 40% de toutes les ressources brutes de la province¹⁸.

Ce groupe a un rayon d'action sur toute la province et possède toutes les salles de premier ordre dans le centre de Montréal qui montrent des films de langue anglaise. En conséquence, 96% de toutes les recettes perçues à Montréal et à Verdun grâce à des films de langue anglaise proviennent de cinémas appartenant à ce groupe¹⁹.

QUELQUES NOTES SUR LA SITUATION DE LA DISTRIBUTION COMMERCIALE DU CINÉMA AU QUÉBEC, EN REGARD D'UN RAPPORT GOUVERNEMENTAL.

La publication d'un extrait du rapport Firestone nous permet certainement de mesurer les transformations survenues dans le secteur de l'exploitation commerciale du cinéma au Québec.

Nos commentaires auront davantage l'allure d'annotations succinctes que celle d'un texte d'analyse globale de la situation actuelle. Nous avons réservé au cadre de nos propres publications l'examen exhaustif que mérite le sujet⁽¹⁾ mais il va sans dire que c'est aux mêmes sources que nous puisons l'essentiel de nos remarques.

Malgré ces limites, nous espérons fournir ainsi au lecteur le moyen rudimentaire d'apprécier l'ampleur et le sens du changement. Si changement il y a...

1. *Firestone aligne 5 facteurs qui particularisent l'activité de l'exploitation commerciale au Québec. Si l'on peut encore tenir compte, à ce titre, de la structure monopolistique en développement ainsi que de l'habitude de différer la sortie en français des films américains ou britanniques, il faut dire d'emblée que les trois autres facteurs (concurrence, programmation, double-programme) ont soit cessé d'agir ou bien recouvrent aujourd'hui des réalités suffisamment nouvelles pour qu'on doive les considérer non plus comme des signes de différences mais surtout comme la trace d'un changement de perspective dans l'analyse du problème.*

2. *En octobre 1975, le Québec comptait 385 salles de cinéma et 35 ciné-parcs auxquels nous devons ajouter les 82 salles parallèles à vocation non-commerciale.⁽²⁾ À l'exclusion de ces dernières et des ciné-parcs, qui représentent un phénomène neuf et dont le rapport Firestone ne pouvait faire état, les salles de cinéma se répartissent géographiquement comme suit :*

<i>Région de Montréal et Québec :</i>	<i>138 salles</i>
<i>Province :</i>	<i>247 salles</i>

Trente-cinq salles sur les quarante-cinq de la Famous Players sont situées à Montréal et à Verdun ; douze de celles-ci sont des salles de premier ordre dans le centre de Montréal. Ces trente-cinq salles fournissent 68% des recettes perçues à Montréal et à Verdun pour des films de langue française et de langue anglaise ; les douze salles de premier ordre produisent 45% de toutes les recettes de la région de Montréal et de Verdun²⁰. La United Amusement possède un groupe de 4 cinémas qui montrent des films en première sortie sous forme de programme double tandis que la Consolidated gère le Parisien et l'Orpheum qui ne montrent des films français que de temps en temps. Les autres cinémas de Montréal qui appartiennent à ce groupe ne montrent que des films en anglais ou des films sous-titrés en anglais.

2) *La General Theatres (Odeon) Limited*. Cette firme est une filiale de l'Odeon Theatre (Canada) Limited. Elle possède dix cinémas dont huit sont situés à Montréal et à Verdun et deux en dehors de cette région. Les dix cinémas regroupent environ 8 391 places, soit 5% du nombre total de places de cinéma dans la province. Les cinémas de Montréal et de Verdun appartenant à cette chaîne fournissent 10% des recettes de cette région²⁰. Ce groupe ne montre que des films de langue française, ayant un réseau important qui permet la circulation des films américains et anglais doublés en français. L'Odeon montre aussi des films en anglais au cinéma Midway de Montréal — cinéma qui offre trois programmes différents.

3) Les deux chaînes gérées par des intérêts canadiens français sont : la Compagnie *France Film*²¹ qui possède

3. *L'importance du contrôle des chaînes loin de diminuer s'est accrue au cours des 6 dernières années. Non seulement les chaînes Cinémas Unis (Famous Players-United Amusement), Odeon et France Film se consolident au cours de la période 1970 — 1976 mais de nouveaux groupes se sont constitués, rongant la part dévolue aux indépendants, et ceci avec parfois la complicité des majors étrangers. Mais ceci est une autre histoire !*

Aujourd'hui, un total de six chaînes se partagent inégalement pas loin de 250 salles, dont la totalité des salles d'exclusivité sur l'ensemble du territoire. On peut distinguer les chaînes possédées par des intérêts étrangers :

Cinémas Unis,
54 salles, 37 586 fauteuils (USA)
Cinemas Odeon,
15 salles, 11 828 " (G.B.)
Canadian Theatre,
4 salles, 2 569 " (Ont.)

de celles dont les propriétaires sont québécois:

France-Film : 37 salles - 24 089 fauteuils
Société Nouvelle de Cinématographie : 13
salles - 6 800 fauteuils
Secure Cinéma Investment (Cinépix-Ilsa la
loue des SS) : 22 salles ; 20 697 fauteuils

L'on constate la disparition du circuit Léo Choquette absorbé principalement par France Film qui depuis le succès phénoménal de Deux Femmes en Or (\$2 millions 1/2 de recettes) s'est imposé comme le principal interlocuteur québécois. Si l'on observe que les politiques de programmation et de distribution des commerçants du cinéma sont fondamentalement identiques il ne faudrait pas cependant se laisser trop facilement abuser par le caractère autochtone de la propriété des chaînes...

Dans cet esprit, il n'est pas inutile de souligner que

1. *les chaînes à propriété québécoise contrôlent 72 salles et 51 586 fauteuils tandis que les intérêts étrangers gèrent 73 salles et monopolisent 51 983 fauteuils*

2. *toutes les chaînes, et a fortiori tous les indépendants (à une ou deux exceptions près) s'alimentent à plus de 90% sinon à 100% à des productions étrangères. (Il est d'ailleurs ironique et significatif que ce soit précisément le succès inespéré de Deux femmes en or qui ait permis à France Film l'essor qu'on lui connaît.)*

huit salles de cinéma de premier ordre dont deux à Montréal et six en dehors, et le groupe Léo Choquette qui possède vingt cinémas (la plupart en dehors de Montréal) dont un grand nombre offre des facilités de premier ordre. Ces cinémas regroupent 19 000 places, c'est-à-dire presque 10% du nombre total de places de cinéma dans toute la province. Ils distribuent principalement des films de langue française.

En résumé, ces quatre chaînes contrôlent quatre-vingt trois salles de cinéma sur les 338 de la province, c'est-à-dire environ un quart du nombre total de salles. Ces quatre-vingt trois salles totalisent 81 000 000 places, soit environ 40% de toutes les places de cinéma de la province. Bien qu'on ne possède aucun chiffre exact sur les recettes faites par ces quatre chaînes, certaines données permettent de dire que leurs revenus représentent entre 60 et 65% de ceux de la province qui se chiffrent à \$18,1 millions.

Les recettes brutes — excluant la taxe sur les spectacles — pour chaque salle de cinéma perçues par ces chaînes semblent donc de l'ordre de \$133 000 à 145 000 alors que celles des chaînes indépendantes ne s'élèvent généralement qu'à \$25 000 à 28 000.

La différence entre les recettes des cinémas indépendants et celles des propriétaires de grandes chaînes, dans un rapport de 1:5 ou 1:6, montre bien la situation minable des exploitants de salles de cinéma indépendants par rapport aux propriétaires de grandes chaînes.

La concurrence

À Montréal, la circulation des films de langue anglaise dans les cinémas de premier ordre ne connaît aucune con-

3. nous assistons partout au Québec au regroupement progressif des salles indépendantes soit sous la houlette des majors québécois et étrangers, soit autour d'initiatives de commerçants des capitales régionales. Le mieux connu de ces mini-réseaux, qu'il conviendrait mieux d'appeler pool de service, s'est développé dans la région de Victoriaville mais il étend ses ramifications dans les principales sous-régions rurales du Québec (Saguenay, Bas St-Laurent) dont il gère 10 ciné-parcs et 10 salles de cinémas. (Cinevic Inc.).

4. cette stratégie est actuellement employée par France Film pour s'emparer d'un contrôle régional qui semble lui échapper suite aux initiatives de ces pools, dont on ne saurait dire s'ils ne sont pas très directement branchés sur le réseau Famous Players...

Au chapitre de la compétition il faut noter que Famous Players, désormais Cinémas Unis, s'est donné une image québécoise en participant (du bout de ses profits) à la production de films québécois de langue française et en leur offrant l'hospitalité de ses salles à la sauvette. Par ailleurs Cinémas Unis a consacré quelques-unes de ses salles (secteur est de Montréal) à la programmation en français de films de seconde zone américains. Toutefois la politique d'exclusivité en anglais se poursuit et il faudra attendre l'application de la Loi-Cadre sur le Cinéma voté en juin dernier par l'Assemblée nationale du Québec pour juger de l'avenir.

On doit donc admettre que France Film n'est plus la seule chaîne d'exclusivité francophone avec Odeon puisque Famous Players, montre le bout de son nez. Toutefois si l'on considère que du côté français ces deux chaînes rivalisent avec S.N.C. et Secure (Cinépix) pour le contrôle du marché francophone, il faut être aveugle pour refuser d'admettre que Famous a consolidé son monopole malgré les apparences.

Cinémas Unis reste sans concurrence du côté des films anglophones et elle a développé une habile stratégie lui permettant de gagner sur le terrain francophone soit via sa participation à la production de films québécois en association avec des producteurs et distributeurs québécois, soit en suscitant la venue de distributeurs et de petites chaînes qui sont autant de moyens de diversifier l'origine de ses profits, des films disponibles et l'occasion idéale de créer une concurrence à des adversaires.

currence. Ces films sont canalisés par l'intermédiaire d'une seule chaîne qui appartient au groupe formé par la United Amusement et la Famous Players. En dehors de Montréal, les quelques cinémas qui montrent des films de langue anglaise sont généralement gérés par ce même groupe.

La concurrence existe par contre pour les films de langue française présentés dans les salles de premier ordre non seulement à Montréal mais aussi dans le reste de la province. La concurrence existe en premier lieu entre l'Odeon et la Compagnie France Film et jusqu'à un certain point entre plusieurs exploitants des salles de cinéma indépendants possédant des salles de premier ordre.

Le groupe formé par la United Amusement et la Famous Players, qui a un contrôle absolu sur les salles de premier ordre montrant des films de langue anglaise à Montréal, est donc dans une position telle qu'il peut :

- a. obtenir des films de bonne qualité pour un prix de location économique,
- b. observer les délais prévus pour la circulation des films,
- c. distribuer ses produits d'une façon rationnelle, faisant même des économies sur les frais d'imprimerie, de publicité, etc. grâce à l'échelle de ses opérations et à son efficacité.

Cette pratique a soulevé un grand ressentiment au Québec. Pourtant actuellement, il n'existe pas suffisamment d'évidences pour justifier la validité des revendications. Néanmoins, on peut se demander si ce problème ne devrait pas faire l'objet d'une enquête publique.

Dans ce décor, l'accessibilité des films québécois ou francophones aux circuits de salles d'exclusivité demeure problématique mais le succès commercial de plusieurs films québécois au cours des années 70 a entrouvert la porte aux produits autochtones, cela à la condition expresse de « marcher » dans un bref délai. D'où la surenchère de publicité qui entoure le moindre film à « vocation commerciale », les distributions pléthoriques et l'inflation budgétaire qu'a connu le cinéma québécois ces deux dernières années.

Au fond, et Firestone ne « pouvait » le prévoir, sous le régime actuel de propriété privée des salles et des structures de distribution, les citoyens québécois sont contraints de consommer le cinéma étranger que leur imposent les capitalistes québécois ou étrangers soit sous la forme du dumping direct des produits-films, soit en nous exportant des structures de financement et de production qui vont de pair avec le maintien de leurs intérêts de distributeurs et d'exploitants.

1. Le C.Q.D.C. publiera bientôt une étude consacrée à l'examen de la situation de l'industrie du cinéma aux plans de la production, de la distribution, de l'exploitation et de la législation. Ce document comportera des tableaux statistiques portant sur la propriété des salles, la répartition des box - office, etc. Incidemment nous ne sommes pas en mesure de fournir des chiffres précis en ce qui touche l'appropriation des recettes-guichets par les divers agents actifs dans l'exploitation. Toutefois l'on peut affirmer que près de 80% des recettes tirées de l'exploitation d'un film au Québec le sont dans la région de Montréal et Québec.

2. Sources: Rapport annuel du Bureau de Surveillance du Québec Décembre 1975. Éditeur Officiel du Québec.

La citation suivante illustre bien les préoccupations de certains qui considèrent que les cinémas de langue anglaise du Québec ne sont pas exploités au profit de tous les Québécois — ces derniers n'ayant pas le libre choix de voir les films qu'ils souhaitent voir dans des salles de premier ordre du centre de leurs villes — mais au bénéfice des intérêts américains dictés depuis New York.

L'exploitation du film de long métrage sur le territoire du Québec présente, plus qu'ailleurs au Canada, toutes les caractéristiques d'un monopole ou d'un combinat. Les investigations faites en 1932, et tout récemment encore, par le bureau fédéral qui se préoccupe de ces questions, attestent que cette opinion est partagée par un certain nombre de personnes bien informées dans les milieux cinématographiques...

De par cette structure monopolistique et de par le contrôle étranger de cette structure, le mobile le plus important pour déterminer la programmation de certaines salles ne sera pas le profit maximum de la salle (ce qui correspondrait en principe avec une programmation qui chercherait constamment à satisfaire aux goûts du public) mais le profit maximum de l'industrie cinématographique américaine...

Du point de vue culturel, ces pratiques d'exploitation du film de long métrage, dictées par des intérêts économiques étrangers ou par leurs associés, sont d'une immoralité flagrante. Du point de vue économique, ces mêmes pratiques relèguent aux salles de second ordre d'excellents films européens qui, dans un système plus compétitif, auraient un potentiel de revenu considérable.²²

Les programmes

Étant donné d'une part que les salles de cinéma montréalaises de premier ordre et de langue anglaise montrent des films généralement américains ou britanniques ou des films financés par des intérêts américains ou anglais et que d'autre part toutes ces salles sont contrôlées par une seule chaîne de cinémas, on peut se demander si les films de qualité produits au Canada — et en particulier les films qui ne sont pas produits avec des fonds américains — ont accès à des salles de premier ordre. On peut même se demander si les films de langue française sont jamais présentés dans des salles de premier ordre. À l'exception de deux cinémas, le Parisien et le St-Denis, les salles de premier ordre situées dans un emplacement favorable du centre de Montréal ne montrent presque jamais des films français produits soit par des Canadiens soit par des étrangers.

Et pourtant si l'on veut que les films produits au Canada aient toutes les chances d'être présentés dans tout le pays — et par là nous entendons aussi bien les films de langue anglaise que les films de langue française — il est absolument indispensable qu'ils aient accès aux salles de cinéma de premier ordre.

La programmation de la circulation des films

La circulation des films au Québec soulève un autre problème. Les dates fixées pour la circulation de la version originale en langue anglaise d'un film britannique ou américain sont presque toujours prévues plusieurs mois avant la parution de la version française.²³ Mais tandis que la version anglaise paraît en première sortie, la version française fait généralement partie du programme double d'une salle de cinéma sans prestige. C'est pourquoi, les films doublés en français sont considérés comme une reprise du film plutôt que comme un spectacle en première sortie. Le

public francophone éprouve un certain ressentiment à l'égard de ce traitement de « seconde classe » qui — s'il veut voir un nouveau film à succès américain tel que *Goldfinger* — oblige à voir la version anglaise originale, puisqu'il faudra encore attendre plusieurs mois avant que le film paraisse dans une salle secondaire comme un film en reprise. Après un laps de temps aussi long, le film, qui n'est déjà plus à la mode, a perdu toute l'originalité et tout l'intérêt qu'il pouvait avoir à l'origine.

Les programmes doubles

Un certain nombre de cinémas canadiens montrent deux films au cours d'un même programme. Nulle part ailleurs cette coutume n'est aussi répandue qu'au Québec. Les distributeurs indépendants de films français se plaignent que ces programmes affectent aussi bien leurs intérêts que ceux des exploitants de salles de cinéma puisqu'ils causent des frais qui n'entraînent pas une augmentation proportionnelle de leurs revenus.

Les habitudes de la distribution au Québec pour le film français forcent le distributeur à offrir un programme double même en première sortie. Il y a donc obligation pour le distributeur de doubler son investissement sans pouvoir escompter un excédent de recettes. Le film de langue anglaise, par contre, sort généralement en programme simple dans les grandes salles. Les exceptions à la règle du programme double pour les films français sont très rares à Montréal (cinéma Parisien, Elysée) et inexistantes en province.²⁴

6. LES DIFFÉRENTS ARRANGEMENTS DE DISTRIBUTION

À la différence de leurs confrères de Toronto qui sont sous le contrôle américain, les distributeurs qui ont leurs affaires à Montréal appartiennent tous à des firmes canadiennes. Cependant en ce qui concerne leur nombre et l'importance de leur marché, ils ne représentent qu'une fraction de l'ensemble des activités dans ce domaine au Canada.

On compte actuellement vingt distributeurs dans la province de Québec dont une grande compagnie, France Film et dix-neuf firmes indépendante — généralement petites — qui forment au total seize groupes ayant des intérêts différents.²⁵ Ces distributeurs indépendants vendent leurs films à des cinémas ou à des stations de télévision et parfois même à ces deux types d'organisation ; certains d'entre eux vendent d'autres produits qui n'ont rien à faire avec le cinéma.

Les différences entre les arrangements de distribution au Québec et dans le reste du Canada sont dues principalement au bilinguisme. Au Québec, en effet, les exigences de la population anglophone sont généralement satisfaites par les produits des grands distributeurs américains ou canadiens. Par contre, celles de la population francophone sont satisfaites par plusieurs grandes firmes en concurrence avec une douzaine de distributeurs indépendants qui font face à de nombreux obstacles :

1. Les distributeurs indépendants ne réussissent à imposer le système de réservations que dans quelques cinémas du centre de Montréal, et, quoiqu'ils l'exigent également dans la plupart des cinémas des petites villes, ils obtiennent un prix de location beaucoup moins élevé pour les films qui sortent dans ces cinémas que pour ceux qui sont montrés dans des cinémas mieux situés.

2. Un grand nombre de très bons films de langue française arrivent au Québec via New York grâce aux grands distributeurs de Toronto qui ont des bureaux à Montréal. Bien souvent les grands distributeurs américains acquièrent des droits sur les films européens de bonne qualité, empêchant les distributeurs indépendants canadiens d'en obtenir les droits pour le Québec. Les droits canadiens — anglais ou français — sont donc généralement sous-traités par un distributeur national qui fait circuler la version française du film grâce à ses bureaux situés à Montréal. C'est pourquoi, certains distributeurs indépendants trouvent qu'il est extrêmement difficile de faire face à la concurrence qui existe pour la distribution des films de langue française de qualité au Québec, puisqu'ils ne viennent qu'en troisième plan. France Film, cependant, fait exception, étant donné qu'elle possède sa propre chaîne de cinémas, qu'elle a la plus grande station de télévision de langue française au Canada et qu'elle jouit d'une grande expérience et d'une grande solidité financière, outre le fait qu'elle a des représentants en permanence à Paris. Elle obtient donc un grand nombre de films en français de bonne qualité (ce sont en général des films français plutôt que des films américains ou britanniques doublés en français).

3. Le nombre de distributeurs de films de langue française a beaucoup augmenté au cours de ces dernières années ; par contre le nombre de films de langue française disponibles a plutôt diminué. Cette pénurie de films met en danger l'existence des distributeurs indépendants.

4. La co-production a fait augmenter les coûts de la production des films européens. D'un côté, les producteurs demandent une plus grande part de la location des films ; de l'autre, les exploitants rechignent à payer des coûts de location plus élevés et les distributeurs indépendants rencontrent de grandes difficultés pour faire face aux coûts et au resserrement des bénéfices auxquels ils doivent s'adapter.

Les prix exigés par les producteurs européens pour les droits canadiens d'un film se sont accrus d'au moins 25% au cours des trois dernières années.²⁶

5. Les frais de publicité des distributeurs indépendants sont relativement plus élevés que ceux des grands distributeurs. Ces derniers, en effet, ont la possibilité de réduire leurs frais de promotion à un minimum puisqu'ils utilisent des documents importés des États-Unis via Toronto, qui sont traduits en mauvais français et parfois même utilisés sans être traduits, quoique la publicité doive s'adresser à un public francophone.

7. LE RÔLE DE LA TÉLÉVISION

Au Québec comme dans toutes les autres régions du Canada, le cinéma est en concurrence avec la télévision. La distribution des longs métrages a cependant des caractéristiques un peu différentes de celles de la distribution des films destinés à la télévision.

Radio-Canada est le plus grand acheteur de films de langue française au Canada et même — dit-on — dans le monde entier. En outre, la vente des droits

de télévision à Radio-Canada est, pour les producteurs et les distributeurs, une entreprise qui ne comporte pas beaucoup de risques et qui ne nécessite pas une organisation spéciale de la distribution puisque la vente n'implique que des films de 16 mm.

La vente des droits à Radio-Canada est bien souvent, pour les distributeurs indépendants, une opération financière plus importante que celle qu'ils peuvent conclure avec les exploitants de salles de cinéma. Un grand nombre de distributeurs indépendants ne survivent qu'en important des films qu'ils vendent aux diverses stations de la télévision, de préférence à Radio-Canada ou à défaut aux autres stations privées. La station de télévision de langue française à Montréal, qui est le seul autre acheteur important, obtient ses films par l'intermédiaire de son propre distributeur, France Film.

La prépondérance du rôle joué par Radio-Canada en tant qu'acheteur de films de langue française soulève le problème des débouchés pour les films de langue française produits au Canada. Faudrait-il que ceux-ci soient pris en charge par Radio-Canada ? Devraient-ils passer par des distributeurs de films de langue française indépendants ? Devraient-ils être laissés aux mains des grands distributeurs américains ou anglo-canadiens ? Ou bien encore faudrait-il que Radio-Canada devienne co-producteur ou associé afin d'assurer le financement des coûts de production en totalité ou en partie ?

Tels sont les problèmes qu'il faudrait soigneusement considérer avant de pouvoir trouver une solution équitable et réaliste pour résoudre le problème du marché des films canadiens produits dans le Québec, et en particulier des films de langue française.

Certains grands producteurs de films français ont essayé de faire des négociations avec Radio-Canada afin d'organiser une coopération plus directe qui assure la production, le financement et les arrangements de vente pour les télé-feuilletons français destinés à la télévision. Comme ce type de films remplace de plus en plus les longs métrages, les producteurs de ces films traitent directement avec Radio-Canada et il est évident que les distributeurs canadiens qui vendent leurs films à Radio-Canada verront leurs affaires réduites par cette nouvelle pratique. Quant aux distributeurs canadiens français indépendants — à l'exception d'une ou deux firmes — ils ne sont pas financièrement capables de faire de tels arrangements de co-production. En outre certains grands distributeurs américains cherchent à s'infiltrer dans le marché des films de langue française et ils y réussissent parce que les compagnies-mères auxquelles ils appartiennent, s'assurent une mainmise sur les droits américains et canadiens lors de l'achat. Dans une telle situation, il est évident que l'avenir des distributeurs indépendants de films de langue française est tout à fait incertain.

Face à tous ces problèmes, l'industrie cinématographique semble considérer que la distribution des films devrait être laissée aux mains des distributeurs privés et que Radio-Canada devrait limiter ses activités à la production, à la co-production, au financement et à la présentation des films de langue française et laisser aux distributeurs privés la possibilité d'offrir des films d'expression française même à ses propres concurrents.

CONCLUSION

L'analyse que nous venons de présenter sur la situation de l'industrie cinématographique et sur les problèmes particuliers auxquels font face les distributeurs et les exploitants de salles de cinémas québécois nous permet de tirer certaines conclusions en ce qui concerne le marché des films produits à la fois en français et en anglais au Québec. Si nous examinons ces conclusions assez générales, nous devons cependant nous rendre compte qu'un grand nombre d'entre elles présentent des ramifications spécifiques ; celles-ci portent sur trois principaux points :

1. Un film de langue française produit au Canada pourrait être commercialisé dans tout le Québec. Mais étant donné que la plupart des salles de cinéma de premier ordre qui sont situées dans les meilleurs emplacements de Montréal et qui montrent des films en première sortie, présentent uniquement des films de langue anglaise, il faut franchir un très grand nombre d'obstacles lorsqu'on cherche à exploiter un film de langue française produit au Canada. Cette situation nous conduit à nous demander si l'intérêt du public est mieux satisfait par la pratique actuelle ou s'il ne serait pas plus souhaitable de faire une enquête pour déterminer si les coutumes de distribution et de présentation des films qui prévalent actuellement au Québec et en particulier à Montréal servent le public de la façon la plus satisfaisante.

2. Un film de langue anglaise produit au Canada pourra toujours circuler à Montréal. Par contre dans le reste de la province, il sera difficile de le présenter dans sa version originale. La commercialisation des films canadiens de langue anglaise au Québec dépendra donc essentiellement des films disponibles à la fois dans leur version originale et dans leur version doublée en français si l'on veut qu'ils intéressent le maximum de consommateurs. Cependant la distribution d'un film anglais doublé en français rencontrera les mêmes écueils que la distribution des films canadiens de langue française que nous avons mentionnés précédemment. De plus, il est parfois même difficile de sortir un film de langue anglaise dans les salles de cinéma de premier ordre du centre de Montréal, à moins que les exploitants de ces salles n'obéissent pas irrémédiablement à la coutume qui veut que ces cinémas montrent uniquement des films de langue anglaise distribués par de grandes firmes de distributeurs.

Il n'est pas possible de porter un jugement définitif sur l'avenir commercial d'un film avant le début de sa circulation, et, à moins que ce film puisse accéder aux salles de premier ordre du centre des villes, qui peuvent recevoir un grand public, il a très peu de chances de connaître le succès. Dans cette situation, il est évident que les difficultés rencontrées par le producteur qui cherche à tirer un bénéfice de son investissement initial sont innombrables et compliquent le problème du financement des films.

3. Sauf dans certains cas particuliers, il faudra donc trouver d'autres débouchés pour le film de langue française produit au Canada et exploité par les cinémas québécois, les quelques cinémas d'art des autres provinces et par la station de télévision française de Radio-Canada. Deux marchés semblent évidents ; ce sont :

a. le marché canadien du cinéma et de la télévision qui pourrait montrer des films français doublés en anglais et

b. le marché international de langue française, et en particulier celui de la France, de la Belgique, de la Suisse, des cinémas d'art européens qui montrent des films de bonne qualité en langue française.

On pourrait aussi envisager :

1. les marchés allemand et italien et
2. les marchés américain et britannique, outre tous les autres marchés de langue anglaise.

Ceux-ci pourraient très facilement montrer des films français doublés dans la langue de chaque pays. La distribution des films canadiens dans ces derniers pays serait peut-être plus difficile mais en retour elle pourrait être plus lucrative.

Le film canadien de langue française — comme le film canadien de langue anglaise — devra donc être exploité à l'échelle internationale si l'on veut qu'il soit commercialement viable.

1. En juin 1963. Ces données et toutes celles qui sont mentionnées dans cet article ont été extraites de documents fournis par les services de Statistiques Canada.

2. Ces données représentant les revenus personnels moyens per capita en 1963, sont extraites des documents de la *Comptabilité Nationale* de 1963, fournis par les services de Statistiques Canada.

3. Ces données et toutes celles qui seront mentionnées par la suite sur l'industrie cinématographique ont été extraites d'un document intitulé *Les salles de cinémas et distributeurs de films*, 1963, Statistiques Canada, et de divers documents antérieurs.

4. En outre 4,6 millions ^{4cA} de billets furent vendus dans les cinémas en plein air de l'Ontario pour une recette brute de \$3,7 millions ^{4cB} (taxe sur les spectacles non comprise), soit 80¢ ^{4cC} par place. Les exploitants de cinémas en plein air semblent faire accepter des prix d'entrée plus élevés quoique leurs investissements dans l'équipement soient moins importants.

^{4cA} 4,5 millions (Québec 1973 : 1,4 millions)
^{4cB} 8,5 millions (Québec 1973 : 2,7 millions)
^{4cC} \$1,90 (Québec 1973 : \$1,9)

5. En outre, 919 millions ^{5cA} de billets furent vendus dans tous les cinémas en plein air du Canada, pour une recette brute de \$7,8 millions ^{5cB} (taxe sur les spectacles non comprise), à raison d'un prix moyen d'entrée de 79¢ ^{5cC}.

^{5cA} 11,6 millions
^{5cB} \$20,7 millions
^{5cC} \$1,75

6. Les 2 164 employés ^{6cA} des cinémas québécois travaillent en moyenne 300 jours par an et reçoivent au total \$3 567 000, soit \$1 648 ^{6cB} par employé. Si l'on considère qu'une année de travail correspond à 2000 homme/heures, ce salaire équivaut à une moyenne de 82¢ ^{6cC} de l'heure. Ce chiffre s'applique aussi bien au salaire du directeur de l'établissement qu'à celui des projectionnistes, des caissières, des ouvreuses, etc. Par conséquent l'application de la législation sur le salaire minimum qui exige \$1,00 ^{6cD} de l'heure risquerait de restreindre encore plus les budgets déjà limités d'un grand nombre de petites salles de cinéma de la province de Québec.

^{6cA} 2 110 employés
^{6cB} \$7 373 000, \$3 446
^{6cC} \$1,72
^{6cD} \$1,75

7. Ces petits cinémas d'art montrent aussi d'autres films étrangers sous-titrés ou doublés en anglais.

8. Enquête entreprise par l'Association professionnelle des cinéastes mentionnée par Guy L. Côté, Président de cette Association, dans son discours annuel, lors d'une réunion de la Société Canadienne des Cinéastes à Toronto, 9 mai 1964, p. 12.

9. Certains cinémas ont essayé d'alterner des programmes français et anglais, mais très peu ont adopté définitivement cette formule, la majorité ayant préféré reprendre ses anciens programmes dans l'une ou l'autre langue du fait des pertes financières qu'ils avaient encourues à cause de la fréquentation irrégulière de leurs salles et de la difficulté de créer une clientèle intéressée par un certain genre de films.

10. Alléguant officiellement la catastrophe provoquée par un grand incendie dans un cinéma de Montréal en 1927.

11. Mémoire présenté au Premier Ministre du Québec par l'Association professionnelle des cinéastes, Montréal, mars 1964, p. 3 et 4.

12. Rapport de la Commission Royale d'Enquête sur l'Enseignement dans la Province du Québec, 1964, Tome II — suite, p. 110.

13. Il faut remarquer aussi que les films qui intéressent le public canadien-français ne sont pas les mêmes que ceux qui satisfont le public français. Ainsi, par exemple, les comédies de situation à la façon de Sacha Guitry qui remportent un grand succès en France ne sont pas vendables au Québec. Par contre un film produit par Gratien Gélinas en 1953 au Québec sous le titre de *Ti-Coq* — comédie dramatique qui reprenait le thème de la seconde guerre mondiale — connut un grand succès parmi le public canadien français mais fut totalement rejeté en France.

14. Débats de l'Assemblée législative du Québec, Quatrième Session — 27ème Législature, 18 mars 1965, p. 14.

15. Environ 20 en 1964.

16. Ce sont soit des filiales de compagnies-mères étrangères, soit des firmes qui ont des relations et des affiliations étroites avec des compagnies sous contrôle étranger.

17. Comme il y a 338 salles de cinéma dans la province en 1963, ce groupe en possède donc 13%.

18. Ces données sont tirées d'un compte-rendu de l'Association professionnelle des cinéastes, *op. cit.*, p. 9.

19. *Ibid.*, p. 8.

20. *Ibid.*, p. 8 et 9.

21. La Compagnie France Film de Montréal est probablement la firme la plus intégrée qui soit au Canada étant donné la situation actuelle de l'industrie du cinéma. Outre la gestion de huit salles, elle opère également en tant que distributeur de films, possède la station de télévision de langue française la plus importante du Canada (canal 10 à Montréal) et apporte son aide à des cinéastes canadiens français sous forme d'avances en espèces afin qu'ils produisent des films dont elle assurera la distribution.

22. L'Association professionnelle des cinéastes, *ibid.*, p. 10 et 11.

23. Ce laps de temps pouvant être au moins de 9 mois. Ce délai est peut-être dû au fait que la version doublée en français n'est pas prête au moment où commence à circuler la version anglaise.

24. Mémoire concernant la distribution de films d'expression française au Canada, rédigé par M. André Poirier, Association canadienne des distributeurs indépendants de films d'expression française, Montréal, 1964, p. 4.

25. Un groupe gère trois firmes, un autre deux.

26. *Ibid.*, p. 4.

RÉSUMÉ

Dans le cadre d'une recherche sur l'ensemble de l'industrie cinématographique au Canada, recherche menée en 1964 pour le compte du gouvernement canadien, O. J. Firestone a consacré un chapitre aux problèmes particuliers du Québec. Cet article traite donc des facteurs propres au Québec tels le bilinguisme, les différences culturelles dues au caractère francophone de cette province, aux lois particulières du gouvernement québécois et à divers facteurs d'ordre économique. L'auteur a mis en relief des particularités tant au niveau de la distribution des films que de leur mise en marché ainsi que le rôle tout à fait particulier de la télévision. On trouvera dans la partie gauche de la page, le texte intégral de ce 8e chapitre de l'étude de O. J. Firestone ; la partie droite est une mise à jour faite par l'éditeur en collaboration avec le Conseil québécois pour la diffusion du cinéma.

SUMMARY

In the context of a study on the overall film industry in Canada conducted in 1964 for the Canadian government, O. J. Firestone dedicated a chapter to problems specific to Quebec. This article thus is concerned with factors which are particular to Quebec such as bilingualism, cultural differences due to the french-speaking character of the province, laws specific to the Quebec provincial government and different economic factors. The author outlined specific characteristics with regard to the distribution of films, with regard to the actual production as well as with regard to the clearly specific role of television. The reader will find the unabridged text of the eighth chapter of Firestone's study on the left-hand side of the page ; on the right-hand side the editor in collaboration with the Conseil quebecois pour la diffusion du cinéma has brought Firestone's data up to date.

RESUMEN

Dentro del marco de una investigación sobre el conjunto de la industria cinematográfica en Canada, investigación hecha en 1964 por cuenta del gobierno canadiense, O. J. Firestone ha consagrado un capítulo a los problemas particulares de Quebec. Este artículo trata en consecuencia de los factores propios de Quebec tales como el bilinguismo, las diferencias culturales debidas al carácter francófono de esta provincia, a las leyes particulares del gobierno quebequense y a diversos factores de orden económico. El autor a puesto en relieve las particularidades tanto a nivel de la distribución de las películas como de su venta, de igual manera que el rol muy particular de la televisión. Se encontrará en la parte izquierda de la página, el texto integral de ese octavo capítulo del estudio de O. J. Firestone ; la parte derecha es una actualización hecha por el editor en colaboración con el consejo quebequense para la difusión del cine.