

Université de Montréal

La distribution et la chronologie des médias : le cas de la plateforme « Éléphant »

Par

Laurence Baril

Département d'histoire de l'art et d'études cinématographiques

Faculté des arts et des sciences

Mémoire présenté en vue de l'obtention du grade de M.A. en cinéma

Août 2022

© Laurence Baril, 2022

RÉSUMÉ

Les longs-métrages de fiction québécois produits avant l'ère numérique sont parfois difficiles à trouver aujourd'hui. Ce mémoire permettra d'analyser le processus complet de la distribution d'un film afin de comprendre l'influence de celle-ci sur sa survie. Nous comprendrons la distribution comme étant une différente étape de la chronologie de médias et la séparerons en deux catégories, soit la distribution initiale et la distribution de pérennité. La distribution initiale fait référence à la distribution permettant les premiers visionnements d'un film par le public, c'est-à-dire : les festivals, la sortie en salle et les plateformes numériques diffusant des nouveautés. Les étapes qui suivent la distribution initiale seront envisagées comme distribution de pérennité. Ce terme englobera donc la distribution en ligne à la suite du retrait des salles, les projections en cinémathèque ou ciné-clubs, la diffusion à la télévision, la vente institutionnelle et la sortie vidéo. La distribution de pérennité n'est pas toujours conçue de manière efficace. Ce qui en résulte parfois est la perte ou le manque de visibilité d'un film. Le film n'est alors plus accessible ni en vidéo ni en ligne et il devient très ardu de le trouver. Nous utiliserons la plateforme Éléphant : mémoire du cinéma québécois comme étude de cas et nous analyserons sa pertinence pour la vie active des films québécois au-delà des étapes initiales de distribution.

Mots-clés : Cinéma québécois, distribution cinématographique, chronologie des médias, plateforme Éléphant

ABSTRACT

Quebec feature fiction films produced before the digital era can be hard to find today. This thesis will analyze the complete distribution process in order to understand the influence it can have on the longevity of a film. We will understand distribution as the different stages of the media chronology and will classify it into two categories, initial distribution, and sustainability distribution. Initial distribution refers to the distribution that leads to the first viewing of the film by the public in festivals, movie theatres and platforms diffusing new releases. We will understand the steps that follow the initial distribution as sustainability distribution. This notion encompasses online distribution following the films' withdrawal from theatres, screenings in cinemathèques or film clubs, television broadcasting, institutional sales, and video releases. Sustainability distribution is not always conducted efficiently which can result in the loss or lack of visibility of a film. No longer available in video or online, it becomes difficult to access. This thesis will use the platform *Éléphant: mémoire du cinéma québécois* as a main case study and will provide an analysis of its relevance to Quebec films' active live beyond the initial stages of distribution.

Keywords : Quebec cinema, Film distribution, Media chronology, *Éléphant* platform

TABLE DES MATIÈRES

Résumé.....	II
Table des matières.....	IV
Remerciements.....	VI
Introduction.....	7
Chapitre 1 : La distribution « initiale ».....	14
Les festivals de films.....	22
Les salles de cinéma.....	25
Les plateformes.....	30
Conclusion partielle.....	34
Chapitre 2 : La distribution « de pérennité »	36
La sortie vidéo.....	38
La diffusion à la télévision.....	42
Les plateformes.....	45
La cinémathèque et les ciné-clubs.....	48
La vente institutionnelle.....	51
Conclusion partielle.....	53
Chapitre 3 : Le cinéma québécois.....	56
Distribution du cinéma québécois.....	56
Identité et nationalisme.....	58
Brève rétrospective historique du cinéma au Québec.....	60
Cinéma national.....	62
Le cinéma indépendant vs. le cinéma commercial.....	65
L'implication gouvernementale.....	69
Conclusion partielle.....	72
Chapitre 4 : La plateforme Éléphant : une nouvelle forme de distribution ?.....	76
Mémoire et archives.....	81
Statistiques.....	85
Conclusion partielle.....	94
Conclusion.....	98
CODA : La Découvrabilité.....	102

Bibliographie..... 105

REMERCIEMENTS

Je remercie
mes parents et ma famille qui m'ont toujours soutenue,
mon amoureux, pour ses encouragements et son support,
et ma directrice de maîtrise, Zaira Zarza, pour ses précieux conseils et sa confiance.

INTRODUCTION

Les longs-métrages de fiction québécois produits avant l'ère numérique sont parfois difficiles à trouver aujourd'hui. Cette recherche permettra d'analyser les aspects technologiques, économiques et politico-culturelles de toutes les étapes du processus de la distribution cinématographique afin de comprendre son influence sur la survie des films. Bien que, tout au long de ce mémoire, nous travaillons avec diverses définitions de distribution, celle-ci comprend, de manière générale, les actions et les stratégies concernant la vente du film, le marketing et l'exploitation orientent dans le but d'inciter le public à visionner un film.¹ Le marketing implique, entre autres, les bandes-annonces, les affiches, la publicité, tandis que l'exploitation fait référence aux sorties en salle. Dans ce travail, nous séparons la distribution en deux catégories, soit la distribution « initiale » et la distribution de « pérennité ». Cette distinction n'est pas faite dans la littérature académique à ce sujet. Nous avons alors choisi de la faire nous-mêmes en définissant ces deux termes. Dans ce mémoire, la distribution initiale fait référence à la distribution permettant les premiers visionnements d'un film par le public donc : 1) les festivals, 2) les salles de cinéma et 3) les plateformes numériques diffusant des nouveautés. Nous entendons par distribution de pérennité les étapes après la distribution initiale, donc après la nouveauté, dans le but de continuer à rendre le film accessible à divers publics. C'est-à-dire : la distribution en ligne suite au retrait des salles, les projections en cinémathèque ou ciné-clubs, la diffusion à la télévision, la vente institutionnelle et la sortie vidéo. Ces étapes ultérieures du processus de distribution ne sont pas toujours faites de manière efficace et ce qui en résulte

¹ Larousse, réf. du 15 octobre 2021, https://www.larousse.fr/encyclopedie/divers/distribution_et_exploitation_des_films/181620.

parfois est la perte ou le manque de visibilité d'un film. De ce fait, le film n'est plus accessible ni en vidéo ni en ligne et il devient très ardu de le trouver.

Nous effectuerons une analyse exhaustive de la chronologie des médias — « une règle fixant des écarts temporels entre la sortie d'un film en salle et sa diffusion sur d'autres supports » —² en cherchant ce qui arrive après ce deuxième moment dans le processus de distribution. Notamment, s'il n'a pas été effectué de façon à bien préserver le film, est-ce toujours possible de le retrouver de quelconque façon ? Nous pensons que certaines méthodes de distribution sont plus efficaces que d'autres.

Nous tenterons de répondre à la question suivante : **quel est le moyen le plus efficace d'assurer l'accessibilité aux longs-métrages de fiction francophones québécois qui ont déjà passé leur période de distribution initiale ?** Pour répondre à cette question, nous explorerons les différents moments du processus de distribution d'un film tout au long de sa vie. Nous croyons que les types de distribution offrant une meilleure visibilité aux films après leur sortie initiale seraient la distribution sur plateformes, la distribution éducative et la diffusion en ciné-clubs et en cinémathèque. Ces méthodes seraient plus efficaces que la sortie vidéo et la diffusion à la télévision à cause du déclin graduel de ces dernières. En effet, la vente de DVD et les cotes d'écoute à la télévision ont considérablement diminué ces dernières années. Bien que nous croyions que ces méthodes ont été efficaces à une certaine époque, ce n'est plus tout à fait le cas

² Inès Soraya Benanaya. « Cinéma, nouveaux usages et modes de financement : vers une nécessaire évolution de la chronologie des médias » (mémoire de maîtrise, Université Laval, Canada et Université Paris-Sud, France), 2019, récupéré sur *Corpus* : <https://corpus.ulaval.ca/jspui/bitstream/20.500.11794/38197/1/35714.pdf>, p. ii.

aujourd'hui. Puisqu'à l'ère du numérique les plateformes en ligne permettent de nouvelles formes de distribution cinématographique en rendant des films plus anciens accessibles à de larges publics qui n'auraient pas pu les voir autrement, de nouvelles stratégies de marketing sont mises en place pour inciter les spectateurs à les regarder, principalement avec l'aide des réseaux sociaux. Même si ce processus ne se déroule que bien après la première des films, une nouvelle vie leur est offerte en les restaurant et en les réactivant. La distribution typique implique que l'intérêt d'un film diminue avec le temps. Cependant, certains éléments des stratégies de distribution peuvent être réactivés et réutilisés dans la vie ultérieure du film.

En nous penchant sur une historiographie de la chronologie des médias où la distribution est la clé, nous allons décrire et analyser ces éléments en nous concentrant sur l'étude de cas *Éléphant* : mémoire du cinéma québécois. Une façon efficace de retrouver les longs-métrages québécois datant d'avant l'ère numérique, lancée en 2008 par Pierre Karl Péladeau, cette plateforme en ligne appartient à Québecor, une entreprise québécoise de médias de masse et de communication. Bien qu'il ne s'agisse pas d'une compagnie de distribution ou d'une plateforme TVOD (*transactional video on demand*) typiques, *Éléphant* sert de véhicule à un processus où les clients paient pour chaque visionnement en se rendant sur Illico ou iTunes. Leur mission est de rassembler tous les longs-métrages québécois jamais produits, de les numériser et d'acquérir les droits pour leur diffusion en ligne. Étant la seule organisation avec cette fonction, *Éléphant* a déjà numérisé environ deux cent trente films. Pour cette raison, une analyse approfondie de son fonctionnement sera l'un de nos objectifs de recherche.³

³ Pour être dans la même lignée que la plateforme de notre étude de cas, seulement la distribution des longs-métrages de fiction francophones provenant du Québec sera abordée tout au long du mémoire.

Éléphant fonctionne aussi comme une archive active qui mobilise et remédie des films québécois en les aidant à toucher un public nouveau et plus grand. Autrement dit, nous soutiendrons que les aspects vitaux du processus de la distribution continuent d'exister en cherchant à commercialiser les films, en trouvant de nouvelles avenues pour les projections et en offrant de l'information qui attire l'audience. Nous croyons surtout que la pérennité de la vie active d'un film dépend grandement de la façon dont il a d'abord été distribué, c'est-à-dire si le distributeur a réussi à bien saisir le public cible du film avant sa sortie et à le vendre en conséquence. L'importance de définir le public cible est de déterminer vers qui diriger la campagne de marketing, ce qui influencera comment celle-ci attire des spectateurs touchés par le sujet du film. Dans ce cas, les distributeurs seraient les mieux placés pour assurer la pérennité des films plutôt que les producteurs⁴ qui décident de distribuer leurs films eux-mêmes ou lorsqu'ils font affaire avec des agrégateurs.⁵

Divers facteurs peuvent influencer les moyens par lesquels un film peut toucher le public. L'exploitation et la distribution étant indissociables, ce mémoire abordera les types d'exploitation dont la pertinence est déterminée par le distributeur. Ce sujet a été choisi, certes par intérêt, mais aussi en raison du manque d'information. En effet, la littérature sur la distribution après la sortie en salle n'est pas abondante. Il en va de même pour la littérature sur la plateforme Éléphant. Ce mémoire permettra donc de participer aux textes écrits sur ce sujet. De

⁴ Le masculin sera utilisé dans ce texte dans le but d'alléger la lecture.

⁵ Un agrégateur sert d'intermédiaire entre le distributeur et la plateforme numérique pour établir des relations de ventes.

plus, sans avoir la prétention d'établir un plan de mise en marché s'appliquant à tous les films, nous espérons que ce mémoire pourrait tout de même contribuer à la façon dont les films seront distribués à l'avenir.

Les deux premiers chapitres visent à explorer les différentes étapes de la distribution des films et présentent la chronologie des médias de manière exhaustive. Le premier se concentrera sur la distribution « initiale, » c'est-à-dire les étapes d'exploitation qui permettent le premier visionnement du film par le public, en d'autres mots, sa sortie, et le deuxième sur la distribution de « pérennité », renvoyant à toutes les étapes qui suivent la sortie du film et qui permettent de garantir sa longévité. Le troisième chapitre portera sur le cinéma québécois en débutant par un bref historique suivi d'une description de la distribution cinématographique, spécifiquement au Québec. Le quatrième et dernier chapitre sera entièrement destiné à l'analyse des caractéristiques et des fonctions de l'étude de cas : la plateforme Éléphant, qui ne diffuse que des longs-métrages de fiction québécois. Ce chapitre permettra donc d'expliquer comment cette plateforme fonctionne, quel est son but, qu'est-ce qu'elle représente ainsi que les notions de patrimoine et de mémoire culturelle qui lui sont inévitablement liées. Nous nous pencherons aussi sur sa fonction comme espace d'archivage numérique et sur les politiques culturelles qui permettent son existence. La plateforme Éléphant a été choisie comme objet d'étude bien qu'elle ne soit pas une compagnie de distribution traditionnelle. Il s'agit plutôt d'une plateforme de promotion et d'exploitation, activités indissociables à la distribution. Mais elle n'en permet pas moins d'approfondir notre réflexion sur l'importance de la conservation des films pour assurer leur survie. Finalement, la conclusion permettra de rassembler toutes les informations fournies tout au

long du mémoire et d'analyser les résultats en lien avec la question principale. La conclusion servira aussi à boucler le sujet abordé dans le mémoire et à réfléchir à d'autres avenues concernant l'actuel contexte numérique.

Notre hypothèse suggère que la méthode la plus efficace pour rendre un film accessible et le maintenir en circulation plusieurs années après sa sortie est sa mise à long terme sur une plateforme. Cette idée reposera sur des arguments issus de recherches et d'observations effectuées par d'autres auteurs et par nous. Ainsi, nous tenterons de confirmer ou d'infirmer notre hypothèse par une analyse critique étayée par des exemples. Il s'agira alors d'examiner des approches historiographiques et théoriques du domaine et de créer des liens avec nos questions afin de tirer des conclusions permettant d'y répondre. En raison de la rareté des données disponibles sur la distribution de films québécois datant de la fin du 20^e siècle, les films utilisés en exemple seront ceux dont ces informations sont accessibles.

Le sujet de ce mémoire étant complexe et spécifique, plusieurs des éléments traités dans les quatre chapitres suivants reposent sur l'observation participante de l'autrice en tant qu'employée dans la compagnie de distribution Les Films du 3 Mars. En générale la distribution se fait au cas par cas et de nombreux aspects du processus demeurent variables et parfois confus. Bien que les approches qualitatives et quantitatives soient toutes deux appliquées dans cette recherche, étant donné la difficulté d'obtenir des données et des statistiques sur les ventes et les revenus des films, l'approche qualitative sera privilégiée pour analyser les informations recueillies auprès des sources primaires et secondaires. Les statistiques sont souvent absentes des textes sur la

distribution du cinéma québécois. Alors, nous nous concentrerons davantage sur les notions théoriques définies dans la littérature spécialisée.⁶ Par ailleurs, deux éléments fondamentaux de la problématique, à savoir les stratégies pour assurer la pérennité d'un film et la plateforme Éléphant elle-même —bien qu'elle existe depuis plus de dix ans—, ne sont presque jamais abordés dans les textes académiques. La diffusion en ciné-club et à la cinémathèque, mais surtout la distribution institutionnelle sont la plupart du temps absents des réflexions critiques sur le cinéma québécois. Cette recherche cherche donc à combler ces vides actuels dans les champs tant de la distribution des films de manière générale que du cinéma réalisé au Québec, en particulier.

⁶ Seulement quelques auteurs introduisent des graphiques et des statistiques à leur réflexion, et ce, rarement sur un film spécifique. C'est le cas du texte de Bernard Bérubé et Richard Magnan.

CHAPITRE 1

LA DISTRIBUTION INITIALE

Le processus de création d'un film est bien long et est constitué de plusieurs étapes, autant lors de la pré-production, de la production et de la post-production. On parle souvent des étapes liées à la création ou au financement des films. Cependant, la distribution est un élément parfois négligé et très peu abordé du cinéma. Tel qu'affirmé par Ramon Lobato : « [c]ompared to production, the distribution sector receives little public attention, yet it constitutes the biggest part of the overall industry in terms of personnel and revenues. »⁷ Pourtant, il s'agit d'une étape cruciale dans la vie d'un film puisque sans distribution, il ne peut pas être vu par le public. Lorsque l'on parle de distribution cinématographique, on entend la vente du film et les projections toujours en prenant en compte les spectateurs. Elle regroupe plusieurs éléments de marketing notamment la création des affiches publicitaires, les bandes-annonces, les campagnes de publicité, la vente aux exploitants de salle, etc. L'association avec un distributeur peut se faire de plusieurs façons soit avant ou après la production du film, ou bien ce dernier peut travailler à acquérir un film provenant d'un autre pays pour le distribuer chez lui. Très important pour assurer la visibilité de films sur le plan national comme sur le plan international, les festivals jouent aussi un rôle de marché où les agents de vente se rendent pour y vendre leurs films et les distributeurs, pour les acheter.

⁷ Ramon Lobato. « Introduction » et « Distribution from Above and Below », dans *Shadow Economies of Cinema: Mapping Informal Film Distribution*, Bloomsbury Publishing, 2012, Londres, p. 11.

Roderik Smits définit la distribution comme le processus à travers lequel : « [d]istributors [...] acquire distribution rights from sales agents and release films in local or national markets ».⁸

La distribution peut être faite de plusieurs façons, selon la plateforme choisie, mais aussi selon le public visé. La façon dont s'y prend le distributeur pour vendre le film peut avoir un impact sur la vie de ce dernier une fois qu'il n'est plus en salle ni en festival. En effet, la vente de productions cinématographiques dépend de plusieurs éléments puisqu'une comédie romantique et un film d'horreur n'auront pas du tout la même campagne de marketing. Ainsi, le film lui-même va avoir un impact sur la façon de faire de la publicité, de même que de trouver son public cible. Une comédie romantique vendue comme un film d'horreur ou un film d'horreur vendu comme une comédie romantique n'obtiendra pas de reconnaissance auprès du public cible puisque ce n'est pas ce qu'il recherche. Les distributeurs doivent donc s'assurer que la campagne de marketing va parfaitement dans le même sens que le film et son public.

En sachant que les DVD (*Digital Versatile Disc* ou, en français, disque numérique polyvalent) ne se vendent plus comme avant, les distributeurs doivent avoir recours à d'autres techniques pour que les films continuent d'être visionnés. En effet, la cassette vidéo a permis aux spectateurs de visionner des films à la maison. Ils pouvaient finalement les regarder quand et où ils en avaient envie avec la possibilité de mettre pause et de reculer. Les cassettes vidéo ont été remplacées par les DVD qui ont ensuite été remplacés par les Blu-ray et, finalement, par les plateformes. Il s'agit du même principe dans le sens où les spectateurs ont la possibilité de regarder le film dont

⁸ Roderik Smits. « Film Distribution and the Role of Gatekeeping » dans *Gatekeeping in the Evolving Business of Independent Film Distribution*, Palgrave Macmillan, 2019, New York, p. 3.

ils ont envie. La différence c'est qu'ils ne possèdent pas d'objet physique. De plus, il s'agit plutôt d'une location et non d'un achat. Netflix était initialement une compagnie de location de films et a évolué en plateforme de vidéo sur demande. Dans son mémoire, Jeffrey W. Hamlin⁹ vante les bienfaits des DVD plutôt que de la salle notamment parce qu'ils donnent la liberté aux spectateurs de ne pas avoir à suivre un programme et un horaire prédéterminé. Bien que son texte ne soit plus tout à fait d'actualité en raison du déclin du DVD, des arguments similaires pourraient être utilisés pour décrire les plateformes dans le sens où le DVD et la plateforme permettent un visionnement libre. Dans un autre ordre d'idée, les plateformes ne sont pas la seule façon de visionner des films ailleurs qu'en salle de cinéma. Les films peuvent aussi être visionnés par le public dans les cinémathèques, dans les ciné-clubs et même dans des établissements scolaires.

Un distributeur peut être joint au projet à n'importe quelle étape de la vie d'un film, que ce soit lorsque le scénario n'est qu'une ébauche ou lorsque le film est terminé. Par contre, au Québec, la Société de développement des entreprises culturelles (SODEC) et Téléfilm Canada demandent d'avoir un distributeur avant de financer le film, c'est-à-dire que le distributeur doit être associé au film relativement tôt. De cette façon, les cinéastes ou les producteurs contactent généralement les distributeurs alors qu'ils n'ont qu'un scénario ou un début de scénario. Les critères de sélection des distributeurs pour choisir les films qu'ils représenteront varient d'un distributeur à l'autre. Dans tous les cas, une fois le film accepté et le contrat signé, le distributeur s'engage à

⁹ Jeffrey W. Hamlin. « The Process and Methodology of Distributing Independent Films on DVD », (mémoire de maîtrise, Michigan State University, East Lansing, États-Unis) 2004, réf. du 1er mai 2021, <https://www.proquest.com/openview/d64c4495a58bfd831500fd5dd1ecb078/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750&diss=y>.

faire de la publicité pour le film et à faire en sorte que le film soit accepté dans le plus grand nombre de festivals afin de lui assurer une visibilité mondiale. Les festivals sont généralement la première présentation des films, surtout pour les films d'auteur, indépendants et à petit budget. Il est donc primordial que le distributeur effectue son travail pour faire en sorte que le film soit sélectionné dans de nombreux festivals.

Malgré l'importance des plateformes pour offrir une meilleure visibilité aux films, celles-ci menacent le rôle du distributeur lorsque l'on parle de nouveauté. En effet, les films produits et diffusés sur des plateformes telles que Netflix n'ont pas à rechercher un distributeur extérieur puisqu'ils sont directement mis sur la plateforme. Comme l'indiquent Kevin Zhu¹⁰ et Roderik Smits,¹¹ la distribution évolue beaucoup avec l'avènement du numérique et pourrait être amenée à disparaître. Il est vrai qu'un film produit indépendamment d'une plateforme pourrait y être vendu par la suite, mais dans ce cas, seulement un agrégateur pourrait être nécessaire dans le cas de la distribution sur plateforme. L'agrégateur ne fait que créer un lien entre les producteurs et les plateformes. Il représente une figure relativement récente dans l'industrie du cinéma avec l'avènement des plateformes. Roderik Smits donne une excellente définition des agrégateurs dans le neuvième chapitre de son livre : « [c]ontent aggregators are online gatekeepers who aggregate large collections of films from rights holders (e.g. the producer, sales agents or distributor) in order to provide access for those films to VOD platforms. »¹² Bien que ceux-ci facilitent peut-être le travail des producteurs lorsque ces derniers font directement affaire avec les

¹⁰ Kevin Zhu. « Internet-based Distribution of Digital Videos: The Economic Impacts of Digitization on the Motion Picture Industry », *Electronic Markets*, Vol. 11, No. 4, 2004, pp. 276-277.

¹¹ Roderik Smits. *Op cit.*

¹² *Ibid*, p. 194.

agrégateurs¹³ plutôt que les distributeurs, il n'en demeure pas moins qu'ils menacent le travail des distributeurs. Prenons l'exemple d'un producteur qui choisit de ne distribuer son film que sur des plateformes. Dans ce cas de figure, il n'aura pas besoin de l'aide des distributeurs, mais de celle des agrégateurs. Un film requiert un distributeur pour se faire vendre. Le producteur peut décider de prendre cette tâche en charge ou de faire affaire avec un agrégateur s'il souhaite diffuser le film sur plateforme. Il n'en demeure pas moins que c'est le distributeur qui est spécialisé dans la vente de film et donc, il établira le public cible de ce film pour faire son plan de marketing en conséquence. Évidemment, le plan de vente d'un long-métrage d'animation pour enfants ne sera pas vendu de la même façon qu'un documentaire sur un conflit politique. C'est donc le travail du distributeur de juger qui le cinéaste tente de toucher avec son film et de déterminer la façon la plus efficace de rassembler ce groupe de personnes pour qu'elles aillent voir le film.

Somme toute, la distribution représente un enjeu de taille pour certains films, principalement les films à petit budget qui peinent à se trouver un distributeur désirant les représenter. En effet, comme dans presque tous les domaines artistiques, les films indépendants ou à petit budget ont moins de chance d'être distribués parce qu'ils représentent un risque financier pour les distributeurs. Les films plus commerciaux ont évidemment plus de chances de plaire au public et donc, ne représentent pas un réel risque pour les distributeurs. En fait, les grandes compagnies de distribution ne sont aucunement intéressées par la distribution de films indépendants puisqu'ils ne s'alignent pas avec ce qu'elles distribuent habituellement. Comme l'indiquent les auteures

¹³ Notamment H264 à Montréal. <https://www.h264distribution.com>.

Argelia Muñoz Larroa et Natàlia Ferrer-Roca dans le contexte de Nouvelle-Zélande, les distributeurs analysent longuement le passé du cinéaste, son succès avec ses autres films, le succès de films similaires avant de se décider.¹⁴ Heureusement, certains distributeurs se spécialisent en films indépendants à l'aide de subventions gouvernementales, comme c'est le cas avec Les Films du 3 mars, un distributeur indépendant québécois qui se concentre majoritairement sur les documentaires.

On retrouve cette peur du risque financier à plus grande échelle. En effet, si les distributeurs québécois redoutent les films québécois indépendants, à plus grande échelle ce sont les films québécois en général qui sont redoutés par les distributeurs internationaux. Hollywood exerce presque un monopole sur la distribution internationale. En sachant que les films hollywoodiens rapportent plus de revenus, ces derniers sont nécessairement plus attrayants sur un plan économique puisqu'ils attirent un plus grand public. Alors, Hollywood a historiquement représenté une menace pour le cinéma national, d'autant plus que les spectateurs des pays anglophones sont moins portés à visionner un film sous-titré ou doublé en raison de l'omniprésence des films hollywoodiens qui les a habitués à regarder des films dans la langue originale.¹⁵ La question devient donc : devrait-on établir un quota de films nationaux en salle pour s'assurer d'offrir une certaine visibilité aux films qui, autrement, se font mettre de côté au profit des films hollywoodiens ? Selon Lauren Carroll Harris, la réponse est non. Plutôt que de limiter les films américains, il faudrait promouvoir les films nationaux de façon plus efficace et

¹⁴ Argelia Muñoz Larroa et Natàlia Ferrer-Roca. « Film Distribution in New Zealand: Industrial Organization, Power Relations, and Market Failure », *Media Industries*, vol. 4, n.2, 2017, p. 6.

¹⁵ Tim Raats, Ilse Schooneknaep et Caroline Pauwels. « Supporting Film Distribution in Europe: Why Is Overcoming National Barriers so Difficult? », *Handbook of State Aid for Film*, Springer International Publishing, 2018, New York, pp. 196-197.

financer la distribution plutôt que la production. Ne financer que la production et non la distribution fait en sorte que trop de films sont produits sans pouvoir être distribués.¹⁶ C'est pour cette raison que les cinéastes indépendants sont enclins à accepter les offres de distribution sur plateformes. Bien que l'idée puisse être alléchante sur le coup pour les cinéastes moins connus, ils sont parfois déçus parce que leur film est moins mis de l'avant que les autres. Avec la multitude de titres disponibles sur des plateformes telles que Netflix ou Amazon Prime, les films indépendants se retrouvent perdus dans cette mer de contenu. Les grandes plateformes ne font pas la promotion de ce genre de films :

Elles ne savent pas faire naître et faire émerger des cinéastes, les porter sur le devant de la scène, car elles sont bien trop occupées avec ceux ayant déjà de la notoriété. Par conséquent, ces jeunes ayant cédé à l'offre sont déçus et frustrés par la mise en valeur de leur film.¹⁷

Par conséquent, la distribution de films peut être interprétée de différentes façons et peut être représentée par différents types de distribution. Dans tous les cas, on y retrouve des avantages et des inconvénients, surtout pour les films indépendants et à petit budget.

En littérature académique, on parle de cinéma québécois sous plusieurs angles, que ce soit en tant que cinéma national, pour discuter de son esthétique et de ses thèmes, en tant qu'industrie ou encore de son exportation à l'international. Quant à la distribution, elle est abordée sous l'angle de la distribution initiale et non sous celui de la distribution de pérennité. Les textes se concentrent rarement sur la distribution du cinéma québécois, sauf par des auteurs comme Anne-

¹⁶ Lauren Carroll Harris. « Film Distribution as Policy: Current Standards and Alternatives », *International Journal of Cultural Policy*, vol. 24, n. 2, 2018, pp. 247-248.

¹⁷ Quentin Paquet. « La SVOD : nouvelle terre d'accueil du cinéma et des consommateurs ? », *Les acquisitions des films indépendants américains en France : une économie victime d'une filière en mutation* (mémoire de maîtrise, La Fémis, Paris, France) 2020, réf. du 30 avril 2021, https://www.femis.fr/IMG/pdf/distribution_paquet.pdf, p. 69.

Claire Villeneuve¹⁸ ou Pierre Mondor.¹⁹ Plus souvent, la distribution est abordée dans les autres pays, mais ces textes sont tout autant utiles pour comprendre le fonctionnement de l'industrie, d'ici ou d'ailleurs et ce, à différentes époques. Il est encore plus difficile de trouver des données industrielles sur des films spécifiques, mis à part le box-office parce que le cinéma québécois ne semble pas partager autant ses statistiques que d'autres cinémas, comme le cinéma hollywoodien, par exemple. En fait, seulement le texte de Bernard Bérubé et Richard Magnan sur la distribution des films québécois aux États-Unis discute de statistiques et de données.²⁰

Dans ce chapitre, nous nous pencherons uniquement sur la distribution « initiale. » Telle que définie plus tôt, elle ne représente que les actions permettant le premier visionnement du film par le public. Il s'agit donc de la première étape de la chronologie des médias. Nous aborderons les trois types de distribution initiale typique soit les festivals, la sortie en salle et l'exploitation sur plateforme. Nous n'aborderons donc pas la sortie en vidéo ni les téléfilms, deux types de distribution initiale qui ne sont plus d'actualité. En effet, la distribution directement sur vidéo, c'est-à-dire lorsqu'un film n'est jamais distribué en salle et que sa toute première sortie se fait en VHS, en DVD ou en Blu-ray est quelque peu désuète à nos jours. Les ventes de DVD et de Blu-ray sont à la baisse et les VHS sont tout simplement une technologie obsolète. Dans la même optique, les téléfilms ne sont jamais présentés en salle, mais sortent plutôt directement à la télévision. Il est vrai que ceux-ci sont aujourd'hui toujours produits sur des chaînes américaines

¹⁸ Anne-Claire Villeneuve. « Le lien entre le succès commercial du cinéma québécois et l'évolution récente du secteur de la distribution au Québec » (mémoire de maîtrise, Université du Québec à Montréal, Canada), 2008, récupéré de l'archive de publications électroniques de l'UQAM : <https://archipel.uqam.ca/896/>.

¹⁹ Pierre Mondor. « La distribution de films au Québec en 2011 » (mémoire de maîtrise, Université de Montréal, Montréal, Canada) 2011, récupéré de papyrus, <https://papyrus.bib.umontreal.ca/xmlui/handle/1866/8321>.

²⁰ Bernard Bérubé et Richard Magnan. « La distribution des films québécois aux États-Unis », *Cinéma. Revue d'études cinématographiques = Journal of Film Studies*, vol. 7, n. 3, printemps 1997, pp. 31-59.

comme Hallmark et Lifetime. Cependant, le Québec n'a pas de chaîne équivalente et les téléfilms québécois ne sont pas aussi communs que les téléfilms aux États-Unis ou dans le Canada anglophone. Pour ces raisons, nous n'élaborerons pas plus ces deux sortes de distribution. Toutes autres formes de distributions exceptionnelles ou atypiques seront aussi exclues puisqu'elles ne sont pas assez connues et communes. Rappelons que notre objectif est de déterminer la façon la plus efficace d'assurer la vie active des films québécois et les méthodes peu conventionnelles ou désuètes ne répondent pas à cet objectif.

LES FESTIVALS DE FILMS

Les festivals représentent habituellement la première étape de la chronologie des médias. Il existe plusieurs types de festivals qui se spécialisent en différents genres, des films concernant des identités ou des sujets spécifiques, ou des cinémas nationaux. Certains festivals ne se concentrent que sur les films d'horreur et de science-fiction, comme c'est le cas du Festival SPASM à Montréal, ou encore que sur les films documentaires, comme le Festival international du film documentaire d'Amsterdam (IDFA), ou que sur un cinéma national, comme le Festival du film canadien de Dieppe. Nous nous concentrerons que sur des cas de films présentés en festivals en tant que première mondiale, première internationale ou première nationale,²¹ c'est-à-dire, les films qui n'ont pas encore été présentés en salle. Effectivement, lorsqu'on parle de distribution initiale, il n'y a que ce type de festivals qui nous intéresse. Cette nuance est

²¹ La différence entre première mondiale et internationale est que la première mondiale est la toute première fois que le film est présenté alors que la première internationale est la première fois que le film est présenté ailleurs que dans son pays de production.

importante parce que certains festivals prennent des films qui ont déjà joué en salle, et ce, parfois même depuis quelques années. Puis, il y a les festivals qui font les deux, qui ont des films récents et anciens à la programmation. Évidemment, les festivals sont beaucoup plus importants dans la vie d'un film quand celui-ci est présenté en première plutôt que quelques années après puisque c'est au tout début que le film a le plus de chances d'être vendu puisque les nouveautés sont généralement plus attirantes que les vieux films. Il est vrai qu'un film de quelques années peut être vendu sur plateforme ou projeté à nouveau en salle, mais nous en reparlerons dans le deuxième chapitre.

Les festivals ont, entre autres, deux fonctions principales pour les films d'auteur ou indépendantes. D'une part, ils leur permettent d'être vus, leur offrant ainsi la possibilité d'une carrière. Les films d'auteur, les films à petit budget ou même les documentaires et les courts-métrages ont moins de chance d'être distribués en salle s'ils n'ont pas préalablement obtenu un certain succès en festivals. Seulement une fois que les exploitants ont la certitude que ce film peut être apprécié par le public, accepteront-ils de le diffuser. Les festivals agissent donc comme un sceau d'approbation. D'autre part, ils donnent la possibilité aux distributeurs de magasiner. Les festivals sont considérés comme un marché où les distributeurs peuvent se rendre et choisir les films qu'ils ont envie de distribuer dans leur pays. La présence d'un film en festival permet à ce film d'avoir plus de chances d'être distribué à l'international : « bien que la présence dans les festivals ne soit pas la solution miracle au succès commercial à l'étranger, cela constitue néanmoins une vitrine sans égal pour augmenter les chances qu'un film se fasse acheter par un

distributeur. »²² Pour le cinéma québécois, les festivals semblent être, à cet égard, un atout non négligeable. Comme Villeneuve, Mondoux et Ménard le mentionnent, la présence en festival n'assure pas automatiquement l'achat du film par des distributeurs, mais elle est utile. Cependant, bien des films n'auront pas la chance d'intéresser suffisamment les distributeurs : « [d]epuis un bon moment déjà, les festivals sont devenus un véritable circuit de distribution parallèle. La très grande majorité des films produits dans le monde ne connaîtront qu'une carrière en festival. »²³

Souvent, bien que pas toujours, les festivals sont des compétitions où les films peuvent gagner des prix. La plupart du temps, ce genre de festivals ont aussi des sections hors compétition où les films sont séparés en catégories. Certains des prix à gagner en festivals sont très prestigieux. En effet, un film ayant remporté la Palme d'or au Festival de Cannes ou l'Ours d'or à la Berlinale aura sans doute une meilleure chance de distribution. En fait, seulement une mention que le film a été accepté par un de ces festivals peut l'aider à être distribué. Forcément, certains festivals sont beaucoup moins prestigieux que d'autres, mais il n'en demeure pas moins qu'une présence en festival, peu importe lequel, aide à la reconnaissance et à la visibilité d'un film.

Les festivals ont lieu généralement une fois par année pendant la même période. Avant la pandémie de COVID-19, la majorité des festivals projetaient tous les films en salle. En 2020, plusieurs festivals ont adopté la formule en ligne où les films sont disponibles à la location pour

²² Anne-Claire Villeneuve, André Mondoux et Marc Ménard. *Le défi de l'exportation du cinéma québécois : État des lieux*. UQAM, Montréal, octobre 2008, p.41. https://chairerenemalo.uqam.ca/wp-content/uploads/sites/21/2016/06/Exp01_Ledefi.pdf

²³ Bruno Dequen. « Au royaume des orphelins : diffusion et distribution du cinéma contemporain », *24 images*, n. 175, décembre 2015/janvier 2016, p. 12.

quelques jours. Évidemment, ce ne sont pas tous les festivals qui ont voulu se résoudre à la formule en ligne et plusieurs ont préféré annuler l'événement. Avec la réouverture graduelle des salles de cinéma, les festivals optent maintenant plutôt pour une formule hybride, c'est-à-dire des films disponibles à la fois en salle et en ligne. Les spectateurs paient le prix d'entrée d'un billet régulier pour visionner le film en ligne ou une passe pour le festival entier et regardent le film chez eux. Le fonctionnement du festival reste le même étant donné que les films sont tout de même en compétition et gagnent des prix. Par ailleurs, la soumission en festival se fait lors d'un appel aux soumissions où les festivals, pour une durée limitée, acceptent les demandes de films soit directement sur leur site ou sur des sites prévus à cet effet comme FilmFreeway, Festagent ou encore Shortfilmdepot. Les distributeurs sont habituellement ceux qui vont faire ces soumissions. Ils accordent un certain montant à chaque film dans ce but puisque bien souvent, les soumissions en festival ne sont pas gratuites. Si certains festivals demandent des sommes plus modiques, d'autres impliquent des frais de soumission élevés pour l'évaluation des films.

LES SALLES DE CINÉMA

La salle de cinéma remonte à loin. D'ailleurs, certains considèrent que le cinéma a été inventé lors de la première projection publique des frères Lumière le 28 décembre 1895 alors que les vues animées existaient déjà. La salle de cinéma représente une des toutes premières façons de visionner un film mis à part les appareils comme les kinétoscopes, qui ne permettaient pas le visionnement en groupe. Évidemment, l'expérience a beaucoup changé. Il n'y a plus de bonimenteurs ni d'orchestre pour accompagner les films. À l'époque, les projections étaient

souvent précédées ou suivies de représentations d'autres formes d'art. Il s'agissait d'un spectacle complet et c'était un bien plus gros événement qu'aujourd'hui.

Au Québec, la première projection a eu lieu en juin 1896 à Montréal, seulement six mois après celle des frères Lumière. La projection était alors faite par des projectionnistes ambulants présentant des films des frères Lumière. Cette projection est vue par Léo-Ernest Ouimet, qui travaillait alors dans le milieu du théâtre. Très intéressé par l'idée, il commence à tourner ses propres vues animées et ouvre le tout premier cinéma de la province en 1906, le Ouimetoscope.²⁴

Au fil des ans, le Québec étant très religieux et l'Église ayant une entreprise très prégnante sur la culture, les films sont projetés dans les églises.²⁵ Il n'en demeure pas moins que des cinémas ouvrent leurs portes après le Ouimetoscope. Des années 1910 à 1930, la mode est aux *movie palaces*, ces cinémas construits selon des styles égyptien ou grec.²⁶ Avec son architecture grandiose, le théâtre Empress en est un exemple à Montréal. Évidemment avec le temps, les technologies ont évolué et les cinémas aussi. Les chaînes de cinémas prennent de l'ampleur par exemple, au Québec on retrouve notamment les Cinéplex et les Cinémas Guzzo. Certaines succursales sont munies de salles IMAX ou UltraAVX. IMAX offre un écran bien plus grand alors que UltraAVX se concentre plutôt sur le son pour rendre l'expérience plus immersive. Ces deux chaînes œuvrent majoritairement dans le cinéma commercial. Pour ce qui est du cinéma indépendant, les cinémas sont généralement plus petits et non franchisés. Malgré cela, certaines salles offrent tout de même une expérience visuelle ou sonore intéressante. C'est le cas

²⁴ Yves Laberge. « Un siècle de cinéma au Québec », *Cap-aux-Diamants*, n. 38, 1994, p.10.

²⁵ O. J. Firestone. « Problèmes particuliers au Québec en matière de distribution cinématographique (document) », *Sociologie et sociétés*, vol. 8, n. 1, avril 1976, p. 50.

²⁶ Charlotte Herzog. « The Movie Palace and the Theatrical Sources of Its Architectural Style », *Cinema Journal*, vol. 20, n. 2, 1981, p. 15.

notamment du Cinéma Moderne qui projète parfois ses films avec un son Atmos, un son englobant créé par des haut-parleurs disposés tout autour de la salle. Donc, la salle de cinéma a bien évolué depuis ses débuts, mais elle demeure toujours présente et importante dans la vie d'un film, et ce, même aujourd'hui. ²⁷

Les exploitants de salle sont les personnes qui travaillent pour un cinéma. Ce sont ceux qui décident de leur programmation et s'organisent en conséquence pour avoir les films qui seront projetés dans leur.s salle.s. Ils représentent aussi l'intermédiaire entre les distributeurs et les salles de cinéma. La salle de cinéma est accessible par le contact avec des exploitants de salle. Alors, les distributeurs négocient les diffusions avec les exploitants. Tout dépendant du film et du cinéma, la demande d'exploitation du film peut provenir du distributeur ou de l'exploitant. Dans le cas des gros films américains, les distributeurs vendent même leurs films en paquet, c'est-à-dire que si l'exploitant veut le prochain gros film hollywoodien à l'affiche dans son cinéma, il doit aussi en acheter de plus petits. C'est une façon pour eux de s'assurer que ces films à plus petit budget seront aussi vendus et visionnés. Également, avec un pourcentage variable, les coûts des entrées sont partagés entre le distributeur, l'exploitant et plusieurs autres parties incluses. Lorsqu'une entente entre un exploitant et un distributeur est conclue pour la projection d'un film dans une salle de cinéma, le pourcentage du billet que recevra le distributeur est déterminé.

²⁷ Bien que les salles de cinéma aient bien évolué depuis leurs débuts et demeurent toujours présentes et importantes dans la vie d'un film, elles semblent avoir perdu de son intérêt dans les dernières années parce que le public les fréquente de moins en moins en raison de l'avènement des plateformes de vidéos sur demande. Pour en savoir plus sur ce sujet, voir Bruno Dequen. « Au royaume des orphelins : diffusion et distribution du cinéma contemporain », *24 images*, n. 175, décembre 2015/janvier 2016, p. 12.

Plusieurs stratégies peuvent être entreprises pour la sortie et la projection des films. Celles-ci ont évolué avec le temps grâce à la technologie. Tout d'abord, il existe deux types de sorties, la sortie massive, renvoyant au fait que le film sort à la fois dans plusieurs cinémas, (surtout utilisée pour les films commerciaux), et les sorties sporadiques dans différentes salles (que connaissent plutôt les films indépendants). Ensuite, pour ce qui est des films québécois, ils sont généralement vendus à l'unité et non en paquet comme les films hollywoodiens. Une entente est signée entre le distributeur et l'exploitant et ce premier envoie le film au cinéma. Aujourd'hui, le format le plus répandu pour projeter des films en salle est le *digital cinema package* (DCP) — une copie numérique de haute définition du film. En cas de problème avec le DCP ou que le distributeur se retrouve dans une impasse, il peut toujours envoyer une copie Blu-ray ou un format numérique du film au cinéma. Avant l'ère numérique, les cinémas projetaient des films à partir de pellicule. Les copies pellicules étaient inflammables, elles se détérioraient avec le temps et elles étaient beaucoup plus chères à produire. Effectivement, si une grosse compagnie de distribution peut avoir plusieurs copies du même film, une petite compagnie peut n'en avoir que deux ou trois. Contrairement à une copie pellicule, un DCP peut facilement faire le tour des cinémas qui présentent le film et être copié sur leur serveur. De plus, non seulement la pellicule est plus onéreuse, mais l'équipement pour projeter ce type de copie aussi. Par exemple, le film *The Hateful Eight* (Quentin Tarantino, 2015) a été tourné et projeté en 70 mm, à la demande de Tarantino. Par contre, le film devait obligatoirement exister en format DCP aussi parce que très peu de salles étaient équipées pour projeter du 70 mm, dont deux à Montréal qui fut d'ailleurs le seul endroit au Canada à avoir deux salles pour projeter le film.²⁸

²⁸ Frédéric Guindon. « Hateful Eight » : le nouveau film de Quentin Tarantino projeté en 70mm sur 2 écrans à Montréal » dans *Journal de Montréal*, 16 décembre 2015.

La salle de cinéma permet plusieurs avantages. Tout d'abord, c'est une façon pour le public de pouvoir visionner le film de façon immédiate en plus de permettre aux spectateurs de vivre l'expérience de visionnement collectif. Le public attend parfois des années la sortie d'un film et se précipite donc au cinéma une fois celui-ci en salle malgré la baisse de fréquentation des cinémas des dernières années. On peut le constater avec des films très attendus, des suites de séries notamment, où le nombre d'entrées est élevé. Néanmoins, elle n'est pas complètement désuète comme le soutient Christian Poirier :

La sortie en salle demeure cependant essentielle, et ce même dans un environnement "multiécran". Alors qu'elle a joué historiquement un rôle d'exploitation et de valorisation marchande de l'ensemble de la filière avec remontée des recettes (Creton, 2006, p. 123), la salle devient dorénavant une vitrine, un dispositif promotionnel destiné à "propulser" le film vers de multiples autres valorisations médiatiques et écraniques.²⁹

Pour plusieurs films, la salle ne représente pas la toute première sortie. Généralement, les films indépendants ou d'auteurs vont sortir d'abord en festivals alors que les films à gros budget comme les superproductions ou blockbusters hollywoodiens vont sortir directement en salle. Les gros films n'ont pas besoin de la visibilité qu'offrent les festivals pour espérer obtenir du succès en salle comme c'est le cas des films à plus petit budget.

Par ailleurs, le succès d'un film dépend certes des critiques, mais surtout de la popularité en salle. Le nombre de semaines d'exploitation d'un film en salle est souvent très déterminant pour le juger puisqu'il reste au cinéma tant qu'il attire des spectateurs. Lorsque l'intérêt pour les

²⁹ Anne-Claire Villeneuve, André Mondoux et Marc Ménard. *Op. cit.*, p.36.

projections en salle diminue, le nombre de semaines d'exploitation d'un film s'est également réduit. Le box-office ou la somme d'argent rapportée par la vente de billets grâce aux entrées du film est souvent aussi comment l'on détermine de sa popularité.

[L]a durée de vie en salles des films diminue sans cesse, ce qui ne laisse pas beaucoup de temps pour qu'un film fasse ses preuves. Le mode de mise en marché dominant, soit celui de la sortie massive, fait en sorte que les films doivent performer dès la première fin de semaine et sa fenêtre de performance n'est que de deux semaines.³⁰

Les plateformes numériques sont, depuis quelques années déjà, les rivales principales des salles de cinéma. Par contre, avec la pandémie de la COVID-19 et la fermeture d'espaces physiques de diffusion, bien des exploitants de salle ont dû se résigner à se tourner vers les plateformes dans le but d'espérer continuer à diffuser leurs films d'une quelconque façon. Maintenant que les salles sont ré-ouvertes, les exploitants conservent tout de même la formule hybride pour l'exploitation cinématographique.

LES PLATEFORMES

On retrouve deux types de mise en ligne de films sur plateformes. Il y a les films qui sont ajoutés à celles-ci quelque temps après leur sortie officielle, mais il y a aussi les films produits par les studios de ces plateformes et qui connaissent leur première en ligne. Ce dernier cas est de plus en plus fréquent notamment avec des plateformes comme Netflix qui produit les *Netflix Originals* dont l'affiche est marquée d'un « N » rouge dans le coin supérieur gauche pour les distinguer. Le fonctionnement des plateformes diffère d'une compagnie à l'autre. Habituellement,

³⁰ *Ibidem.*

elles fonctionnent soit par abonnement *subscription video on demand* (SVOD) comme Netflix ou Amazon Prime, par location *transactional video on demand* (TVOD) comme Tënk ou iTunes ou alors elle est gratuite *advertising-based video on demand* (AVOD) comme YouTube ou Vimeo. Il est commun qu'on retrouve plus qu'une formule par plateforme comme sur Disney+ par exemple qui fonctionne majoritairement par abonnement, mais dont les nouveautés ne sont que disponibles à la location. Les plateformes *SVOD* fonctionnent généralement selon un algorithme, c'est-à-dire que plus le client regarde de films, plus l'algorithme va lui suggérer des titres similaires. Dans cette partie du chapitre, nous ne nous concentrerons que sur les films qui ont leur première sur les plateformes.

Comme mentionné plus tôt, plusieurs festivals et les salles de cinéma ont dû se résoudre à se créer des plateformes numériques pour survivre lors de la crise sanitaire. Ce changement a modifié cette conception de sortie sur plateforme. En effet, plusieurs films destinés à la salle ont plutôt été distribués en ligne lors de leur première en festival ou en salle. Pré-COVID le débat entre les festivals et les salles sévissait contre les plateformes. On se demandait si l'on pouvait accepter les films de plateformes en festivals sans qu'ils aient été présentés en salle au préalable. Ce débat trouve son origine dans le fait que les plateformes prennent lentement le dessus sur les salles qui semblent être victimes du désintérêt des spectateurs. Ce questionnement n'est donc pas sans fondement : « les plateformes comme Netflix ou Amazon, sont-elles en train de voler progressivement le cinéma indépendant américain aux salles de cinéma ? »³¹ Avec l'avènement des premières en ligne, la distribution en multiplateforme simultanée est de plus en plus

³¹ Quentin Paquet. *Op. cit.*, p. 63.

populaire. Il s'agit de la distribution de films en salle et en ligne à la fois lors de la première du film. Cette façon de faire permet de générer un revenu de box-office des premières semaines plus élevé puisque les spectateurs proviennent de deux endroits différents. Disney est un bon exemple de compagnie qui a souvent recours à la distribution simultanée pour ses films.

Tout dépendant du film et de la plateforme, le marketing fait autour de la sortie varie grandement. Un film qui sort en salle va voir son affiche être exposée dans les cinémas le présentant et parfois dans d'autres endroits publics; de même que sa bande-annonce va jouer en salle et, parfois même, à la télévision ou sur les réseaux sociaux. Les distributeurs auront recours à différents outils promotionnels dans le but d'inciter le plus grand public possible à aller voir le film. Les plateformes n'ont pas ces mêmes ressources pour tous leurs films. Évidemment, lorsque Netflix sort des films comme *Roma* (Alfonso Cuarón, 2018) ou *The Irishman* (Martin Scorsese, 2019), ils vont faire une campagne publicitaire similaire à celle faite par les distributeurs pour leurs films en salle. Par contre, Netflix a sorti des milliers de séries et de films *originaux* dans les dernières années. On comprend qu'il n'est pas possible pour la plateforme d'offrir la même visibilité à tous ces films à la fois. Par conséquent, plusieurs titres sont dilués à travers les quelques milliers de films disponibles sur la plateforme.

La force de la SVOD réside dans son flux de contenus, en renouvellement permanent, afin de satisfaire le client en lui donnant le sentiment qu'il reste encore plein de choses à découvrir. Pour cela, la plateforme se doit d'avoir des nouveautés tout en laissant paraître l'impression d'une profondeur de catalogue quasi-infinie.³²

³² Quentin Paquet. *Op. cit.* p. 61.

Ainsi, il devient difficile pour les cinéastes de se démarquer. De plus, les plateformes qui fonctionnent par abonnement demandent habituellement l'exclusivité puisqu'elles paient un plus gros montant aux distributeurs pour avoir le film. Cette exclusivité attire les spectateurs parce que le film ne peut être trouvé ailleurs.

SVOD platforms are required to pay a relatively high distribution fee for the online rights in return for showing such content exclusively on their platform. This notion of exclusivity through restricted access is perceived as an important quality in creating a brand identity, playing an important role in attracting audiences.³³

Bien que cette exclusivité soit bénéfique pour les plateformes, puisqu'elles deviennent alors plus intéressantes aux yeux des spectateurs, et pour les distributeurs en raison du montant plus élevé qu'ils reçoivent, elle l'est moins pour les cinéastes. En effet, les films qui n'obtiennent pas autant de visibilité que d'autres deviennent alors très difficiles à voir puisque la seule plateforme qui le détient ne le met pas de l'avant.

Finalement, il existe aussi plusieurs sites pour le visionnement et le téléchargement illégal de contenu audiovisuel.³⁴ Cette façon d'obtenir des films est très taboue, mais elle permet à certains films d'être vus. Le piratage est évidemment bien mal vu par l'industrie du cinéma puisque cette pratique illégale fait perdre de l'argent aux membres impliqués dans le film piraté. Cependant, dans des pays où la censure est très forte, comme en Chine par exemple, le piratage devient parfois la seule option pour que les films soient diffusés : « [p]roviding the Chinese public an

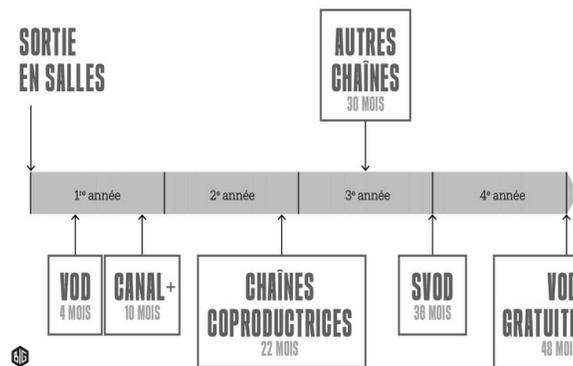
³³ Roderik Smits. *Op. cit.*, p. 155.

³⁴ Le piratage est la forme de distribution en ligne de contenu audiovisuel la plus répandue. Pour en savoir plus, consulter Lobato, Ramon. *Shadow Economies of Cinema: Mapping Informal Film Distribution*, Bloomsbury Publishing, 2012, Londres.

underground channel of access to those rare films, piracy is regarded by Li (2012, p.544) as an alternative cultural sphere that allows the public access to barred information. »³⁵ Bien que certains cinéastes veuillent que leur film leur soit rentable, d'autres souhaitent seulement que leur film soit visionné.

CONCLUSION PARTIELLE

FIGURE 1 : SCHÉMA DE LA CHRONOLOGIE DES MÉDIAS³⁶



Enfin, nous pouvons constater que la distribution initiale est parfois un long processus, trois à quatre ans si l'on se fie au schéma de la chronologie des médias ci-haut. Dans ce schéma, on constate aussi que la distribution de pérennité, qui sera abordée dans le chapitre suivant, n'est représentée que par la télévision et les plateformes. De plus, l'on considère que la sortie en salle est le commencement de la vie d'un film en omettant complètement les festivals, une étape pourtant non négligeable pour les films indépendants. Ce schéma de la chronologie des médias

³⁵ Lin Feng. « Online Video Sharing, an Alternative Channel for Film Distribution? Enforcement, Censorship, and Chinese Independent Cinema », *Chinese Journal of Communication*, vol. 10, n. 3, 2017, p. 10.

³⁶ Roxane Gray. « La chronologie des médias bousculée par la diffusion numérique », *Au-delà du service public*, 7 juillet 2017, <https://wp.unil.ch/tvelargie/2017/07/la-chronologie-des-medias-bousculee-par-la-diffusion-numerique/>.

est similaire à ceux que l'on retrouve dans la littérature académique alors que plusieurs types d'exploitation n'y figurent pas.

Bien que les trois types de distributions mentionnés dans ce chapitre soient décrits comme étant distincts, ils forment une chronologie linéaire dans la vie d'un film, notamment pour les films indépendants. Effectivement, si certains films vont connaître leur première mondiale de l'une ou l'autre de ces trois façons, plusieurs d'entre eux vont plutôt connaître les trois en commençant par les festivals, ensuite la salle et finalement la plateforme. Par contre, dans ce cas chaque étape sera considérée différemment. C'est-à-dire que la sortie en festival serait bien considérée comme la première mondiale. La sortie en salle serait alors la première devant public. Puis, la mise sur plateforme serait soit la première devant public si le film est mis directement en ligne ou si elle est simultanée avec la sortie en salle sinon, elle ferait partie de la distribution « de pérennité » puisqu'elle n'aurait lieu qu'après les festivals et les salles. La méthode de distribution initiale est choisie et pensée selon le film et son public cible, mais aussi selon les désirs du cinéaste en collaboration avec le distributeur. De cette façon, un cinéaste ou un distributeur peut décider de prioriser la sortie d'un film sur une plateforme numérique et la chronologie des médias sera différente dans ce cas.

CHAPITRE 2 LA DISTRIBUTION DE PÉRENNITÉ

Comme on l'a vu dans le chapitre précédent, la distribution initiale est une étape cruciale dans la vie d'un film. Une production cinématographique peut faire la tournée des festivals pendant quelques mois à un an avant d'être distribuée en salle où la période à l'affiche varie entre une semaine et quelques mois.³⁷ Bien souvent, la chronologie des médias s'arrête après la sortie sur plateforme, qui peut avoir lieu simultanément à la sortie en salle ou quelque temps après. Cependant, il existe plusieurs autres façons de faire perdurer les films dont on fait moins mention. Les distributeurs signent des contrats avec les producteurs et les cinéastes d'une durée de plusieurs années ce qui surpasse évidemment le temps en salle et la mise sur plateformes par la suite. Ils sont donc responsables de s'assurer que le film continue d'être vu plusieurs années après la mise en ligne. Ces contrats sont valides quelques années selon l'entente et ils sont renouvelables jusqu'à ce qu'un des partis décide d'y mettre fin.³⁸ L'effort pour garder le film en circulation dépend du film, mais aussi du distributeur. Des films ayant été populaires lors de leur sortie en salle obtiendront beaucoup plus d'intérêt de la part des salles indépendantes, des plateformes ou encore des télédiffuseurs longtemps après leur première mondiale. Le distributeur peut choisir de créer un événement autour d'un film plus ancien, ce qui permet à ce film d'être vu par un nouveau public. Par exemple, à l'occasion des dix ans de la grève étudiante, Les Films du 3 Mars³⁹ organise une projection spéciale en compagnie d'invités du film *Carré rouge sur*

³⁷ Stephanie M. Brewer, Jason M. Kelley et James J. Jozefowicz. « A blueprint for success in the US film industry », *Applied Economics*, vol. 41, n. 5, 2009, p. 589.

³⁸ Comme plusieurs autres éléments discutés dans ce mémoire, cette information n'est pas mentionnée dans la littérature académique, mais elle fait partie de nos connaissances grâce à l'observation participante en tant qu'employée dans une entreprise de distribution.

³⁹ Un distributeur de films indépendants québécois se spécialisant dans le documentaire.

fond noir (Santiago Bertolini et Hugo Samson, 2013) en collaboration avec la Cinémathèque québécoise.⁴⁰ D'un autre côté, les compagnies de distribution peuvent être plus ou moins grandes et plus elles ont des films, moins elles seront enclines à investir du temps dans la survie des films moins populaires auprès du public. L'intérêt provient alors des exploitants, des diffuseurs ou des institutions qui contactent les distributeurs pour avoir accès à ces films.

La notion de distribution de pérennité n'a pas été définie par des auteurs académiques, nous avons donc créé ce terme pour le distinguer de la distribution initiale. La distribution de pérennité représente les mesures entreprises par les distributeurs pour s'assurer que le film soit vu après son retrait des salles et après sa diffusion limitée dans des plateformes numériques —si jamais il y en a une. En d'autres mots, nous cherchons à savoir quelles sont les méthodes qui permettent de garder un film en circulation plusieurs années après sa sortie et lesquelles semblent les plus efficaces. Ces méthodes dépendent des films, mais aussi des distributeurs. En effet, une société de distribution de films indépendants et une autre qui distribue des films commerciaux n'auront pas les mêmes recours.

Les droits sont signés aux distributeurs pour plusieurs années et la durée du contrat est prédéfinie. Lorsque cette période tire à sa fin, les producteurs et cinéastes ont le choix de le renouveler. Auquel cas, les distributeurs demeurent responsables de la visibilité du film. Si le contrat n'est pas renouvelé, les producteurs sont alors responsables du film. Ils peuvent choisir d'agir en distributeur ou de signer les droits à une autre société de distribution qui sera alors

⁴⁰ *La cinémathèque québécoise*, « Carré rouge sur fond noir », réf. du 30 avril 2022, <https://www.cinematheque.qc.ca/fr/cinema/carre-rouge-sur-fond-noir/>.

responsable de la nouvelle période de circulation du film. Alors, comment rendre ces films accessibles à tous plusieurs années après leur sortie en salle ? Dans ce chapitre, nous nous concentrerons sur cinq de ces méthodes soit la sortie vidéo, la diffusion à la télévision, la distribution de longue durée sur plateforme contrairement à la distribution initiale sur plateforme, les projections en ciné-club et en cinémathèque puis la vente institutionnelle. En raison de sa variabilité, nous n'aborderons pas la distribution illégale sur le web malgré le fait que pour certains films, elle représente la principale — ou parfois la seule— façon d'être visionnés.⁴¹

LA SORTIE VIDÉO

La sortie vidéo a généralement lieu quelques mois après la sortie en salle, dont la période dépend du succès du film. Elle permet aux spectateurs de se procurer une copie d'un film qu'ils ont apprécié et de le visionner autant de fois qu'ils le désirent à la maison. L'expérience en salle et l'expérience vidéo sont bien différentes : « [p]our Aumont, « toute présentation de film qui me laisse libre d'interrompre ou de moduler cette expérience [DVD, etc.] *n'est pas* cinématographique. »⁴² Il est vrai que bien souvent, les films sont produits avec la projection sur grand écran, et non sur téléviseur, en tête. L'image et le son ne peuvent pas être reproduits avec la même qualité à la maison qu'au cinéma, malgré l'évolution technologique des appareils électroniques et des systèmes de son. En plus d'être une question de qualité, peut-on réellement être concentré sur un film si on peut l'arrêter pour aller à la salle de bain ou chercher quelque

⁴¹ Toutes autres formes de distribuer des films qui permettent de perpétuer la survie de celui-ci ne seront pas abordées dans ce mémoire puisqu'elles ne sont pas assez communes pour faire une réelle différence, comme la sortie directement en DVD.

⁴² Christian Poirier. *Op. cit.*, p. 77.

chose à manger ? Selon certains, la réponse est non à moins que le film soit pensé avec un entracte. C'est le cas de *The Hateful Eight* (Quentin Tarantino, 2015), le film est d'une durée d'un peu plus de trois heures et le cinéaste a décidé de prévoir un entracte de douze minutes vers la moitié du film.⁴³ En fait, les films étaient souvent séparés par un entracte dans le cinéma des premiers temps pour donner l'opportunité aux projectionnistes de changer de bobine, cela permettait également aux spectateurs de prendre une pause.⁴⁴ Les films d'aujourd'hui sont en moyenne plus longs que ceux de l'époque et pourtant, les entractes ne sont plus d'actualité au cinéma. Alfred Hitchcock aurait dit : « The length of a film should be directly related to the endurance of the human bladder. »⁴⁵ Ainsi, selon Aumont, une expérience n'est pas cinématographique si le film est arrêté lors du visionnement. Dans ce sens, serait-il réellement juste de dire que mettre pause à un DVD s'éloigne réellement de l'expérience cinématographique ?

Introduits au public dans les années 1970, les Video Home System (VHS) sont la première forme de visionnement vidéo à la maison. Les usagers peuvent désormais regarder des films chez eux. Avec les VHS, ils peuvent regarder les films qu'ils veulent et les mettre en pause. Ce système devient très populaire auprès du public et les spectateurs commencent à faire leur propre collection de films à la maison. Ensuite, les VHS sont remplacés par les Digital Versatile Disc (DVD), plus petits et plus compacts. Ils prennent moins de place, mais surtout, ils peuvent

⁴³ Elizabeth Lepage-Boily. « Le film *The Hateful Eight* sera présenté avec entracte dans deux versions différentes en salles », *Cinoche*, 13 octobre 2015, réf. du 31 octobre 2021, <https://www.cinoche.com/actualites/le-film-the-hateful-eight-sera-presente-avec-entracte-dans-deux-versions-differentes-en-salles>.

⁴⁴ Nathan Hartman. « What Happened to the Movie Intermission? », *Medium*, 26 avril 2014, réf. du 31 octobre 2021, <https://medium.com/the-outtake/what-happened-to-the-movie-intermission-45afcda475ae>.

⁴⁵ *BrainQuote*, réf. du 31 octobre 2021, https://www.brainyquote.com/quotes/alfred_hitchcock_104553.

contenir plus d'heures de matériel que les VHS. À la différence des VHS, les DVD permettent de changer la langue et les sous-titres du film. Un autre avantage est la possibilité d'avoir accès à des bonus comme des entrevues avec ceux qui ont participé à la production du film, des documentaires sur la réalisation, etc. Ces bonus communiquent donc de l'information supplémentaire sur le film. Ensuite, dans les années 2000 le Blu-Ray est commercialisé. Il est similaire au DVD, mais la définition est supérieure. Évidemment, du VHS au Blu-Ray, les usagers doivent se munir de lecteurs. La popularité de la vidéo mène à la popularité du cinéma maison. Les usagers se procurent des téléviseurs de meilleure qualité et un meilleur système de son dans le but d'avoir une expérience de visionnement qui se rapproche de celle au cinéma. Les téléviseurs sont nécessairement plus petits que les écrans de cinéma alors certains installent même une toile ou projettent directement sur un mur pour recréer le grand écran.

Avant l'arrivée du VHS, les usagers n'avaient que deux options pour voir un film, en salle ou à la télévision. Dans les deux cas, ils n'ont pas le contrôle sur ce qu'ils visionnent. En effet, un spectateur qui a apprécié un film en salle et qui aimerait le revoir quand il n'est plus à l'affiche ne peut parfois qu'espérer que ce film soit diffusé à la télévision. D'autant plus que lors du gain en popularité de la télévision dans les années 1950, le cinéma a grandement évolué de peur de perdre ses spectateurs. Ces évolutions comme le Cinémascope,⁴⁶ la synthèse d'images tridimensionnelles ou 3D ou encore la couleur n'étaient pas toujours disponibles à la télévision. L'aspect ration de la télévision dans les années 1950 est de 1.33:1 alors que celui du Cinémascope est de 2.39:1. Les films tournés en Cinémascope ne peuvent être retransmis à la

⁴⁶ Le CinémaScope est un procédé filmique pour écran large où le film est tourné en pellicule 35mm avec un rapport de compression de deux, puis est étiré à la projection pour devenir une image panoramique avec un ratio de 2.39:1.

télévision sans être recadrés ou avec des panoramiques artificiels créés en post-production afin de suivre l'action principale, mais qui coupe tout de même une partie de l'écran. Ces éléments font en sorte que bien que les spectateurs puissent revoir un film à la télévision, le visionnement à la télévision est bien différent de celui en salle. Lorsque les VHS sont introduits dans les années 1970, ils présentent les films qui n'ont pas le même aspect ratio que la télévision avec des bandes latérales dans le but de cadrer le film dans le téléviseur. Avec l'avènement des téléviseurs haute définition et des cinémas maison, ces problèmes de transposition du grand écran au petit écran sont moins flagrants.

Malgré le fait que les VHS, DVD et Blu-Ray sont de moins en moins populaires auprès du public, il fut un temps où les ventes de DVD ont rapporté plus que le box-office en salle. À un point tel où la sortie en salle était plutôt considérée comme du marketing pour la sortie DVD :

theatrical releases are more often than not being looked on as mainly a way to promote and market the upcoming DVD. In fact, 2001 was the first year in which DVD sales eclipsed the total box office take of all films released to theaters.⁴⁷

À ce moment, les consommateurs achetaient en moyenne quinze DVD par année⁴⁸ et cette pratique de visionnement représentait la façon la plus efficace de distribuer les films indépendants.⁴⁹ La popularité des cassettes et ensuite des DVD a engendré la création de clubs vidéo où les usagers pouvaient louer des films. Par contre, malgré la popularité que les DVD ont pu avoir, la vente vidéo est maintenant à la baisse. En fait : « DVD and Blu-ray revenue dropped

⁴⁷ Jeffrey W. Hamlin. *Op cit.*, p.7.

⁴⁸ *Ibid.*, p.8.

⁴⁹ *Ibid.*, p.6.

from \$16.3 billions (87%) in 2010 to \$11.76 billions (65%) in 2013. »⁵⁰ Cette perte d'intérêt pour les DVD a causé la fermeture de nombreux clubs vidéo.

LA DIFFUSION À LA TÉLÉVISION

Comme mentionné plus tôt, la télévision est depuis longtemps l'étape qui suit la projection en salle. Encore aujourd'hui, les télédiffuseurs cherchent à ajouter des films à leur programmation. Qu'il s'agisse de films pour les vendredis soir ou des programmations spéciales des fêtes, les télédiffuseurs ont besoin de films pour combler leur horaire, jusqu'à en faire des programmations récurrentes. En effet, plusieurs chaînes ont des plages horaires spécifiquement pour la diffusion de films. Certaines chaînes planifient même des programmations spéciales. C'est le cas notamment de Télé-Québec avec Ciné-cadeau qui présente des films de Noël pendant la période des fêtes. D'autres chaînes ne se concentrent que sur la présentation de films. C'est le cas de Super Écran qui diffuse des nouveautés ou de Ciné-Pop qui diffuse des classiques. D'ailleurs, certaines chaînes de télévision financent le cinéma québécois, comme Super Écran, Télé-Québec et, parfois même, ICI Radio-Canada.

Dans tous les cas, comme pour les exploitants, les télédiffuseurs signent un contrat avec les distributeurs. La différence est que les droits contractuels de la télévision sur le film ont plusieurs conditions. Ils peuvent être exclusifs ou non exclusifs, une durée est prédéterminée et le contexte de diffusion est prédéfini. Par contexte, on entend à la télévision ou en ligne. En effet, plusieurs

⁵⁰ Roderik Smits. *Op. cit.*, p. 149.

chaînes possèdent aussi des plateformes, comme ICI Radio-Canada avec ICI TOU.TV, ou encore Noovo, qui est à la fois une chaîne de télévision et une plateforme de diffusion sur Internet.

Bien que la télévision représente l'une des toutes premières façons de diffuser des films qui ne sont plus en salle, et que cela perdure encore aujourd'hui, il n'en demeure pas moins que l'industrie cinématographique n'a pas toujours considéré la télévision comme positive. Effectivement, dans les années 1950 et 1960, la venue de la télévision a été perçue comme une menace pour l'industrie cinématographique pour plusieurs raisons. Tout d'abord, on craignait que la télévision n'exerce un certain contrôle psychologique, physique et social sur les spectateurs en raison de sa présence et son accès en continu dans la maison.⁵¹ La télévision pourrait aussi manipuler la réalité et propager de fausses nouvelles aux spectateurs. En effet, puisque la télévision mise sur l'immédiateté, sur le direct, cela pourrait donner une impression de réalité aux spectateurs même lorsque ce n'est pas le cas.⁵² Ensuite, la plus grande menace de la télévision pour l'industrie cinématographique est sans nul doute la perte de spectateurs. En raison de la facilité d'accès à la télévision due à sa présence dans les foyers, les spectateurs pourraient choisir de rester à la maison et de regarder la télévision plutôt que d'aller au cinéma où ils doivent sortir de chez eux et déboursier un certain montant pour acheter un billet. La télévision représente un divertissement à porter de main. Elle peut être laissée ouverte comme bruit de fond lorsque la famille vaque à ses occupations,⁵³ créant ainsi une sorte d'omniprésence dans la vie des consommateurs. Toutes ces inquiétudes sont fondées principalement sur le fait que

⁵¹ Viva Paci. « Entre promesse et menace : le cinéma regarde la télé », p. 530.

⁵² *Ibid.*

⁵³ John Ellis. "Chapter 8: Broadcast as Sound and Image." Dans *Visible Fictions: Cinema: Television: Video*. Revised Edition, Londres. Routledge, 1992, p. 139.

l'augmentation du nombre de téléviseurs dans les foyers est inversement proportionnelle à la fréquentation des salles de cinéma. Si de 1946 à 1952, le pourcentage de téléviseurs dans les foyers est passé de 0.2% à 34%, la fréquentation des salles de cinéma a baissé de 50% pour la même période.⁵⁴ L'industrie cinématographique tente donc de contrer la menace qu'elle perçoit dans la venue de la télévision. Sa stratégie est principalement de rendre le cinéma plus attrayant. Si certains films sont déjà présentés à la télévision, le nouveau contenu qui sort en salle se veut plus intéressant grâce à différents procédés technologiques ou narratifs. Le cinéma a maintenant de nouvelles technologies qui ne peuvent pas être retransmises de façon fidèle à la télévision, faisant en sorte que ces films ne peuvent être vus qu'en salle.

Malgré la menace que ressentait le cinéma envers la télévision dans les années 1950-1960 aujourd'hui, il lui demande son aide. En effet, au Québec, l'industrie cinématographique demande l'aide du gouvernement pour assurer la transition du cinéma à la télévision : « [I]es représentants du milieu cinématographique continuent de revendiquer [...] une politique de convergence du cinéma et de la télévision. »⁵⁵ Celle-ci est alors plutôt considérée comme une suite logique à la vie d'un film. Cependant, la télévision obtient moins de cotes d'écoute qu'avant⁵⁶ alors qu'elle représente un atout dont le cinéma s'est toujours servi, c'est à se demander si son efficacité perdurera.

⁵⁴ Viva Paci. *Op. cit.*, p. 529.

⁵⁵ Claude Gauvreau et Gaëtan Tremblay. P. 6.

⁵⁶ « L'écoute de la télé en direct à la baisse », *Le Soleil numérique*, 4 avril 2016, réf. du 2 novembre 2021, <https://www.lesoleil.com/arts/tele--radio/lecoute-de-latele-en-direct-a-labaisse-752b1fb2223509b77186330e4ad34adb>.

LES PLATEFORMES

Les plateformes ont été abordées dans le chapitre précédent, mais sous l'angle la distribution initiale, elles seront abordées ici selon celui de la distribution de « pérennité ». Les plateformes contribuent autant à la distribution initiale; d'un film en diffusant des nouveautés qu'elles permettent la pérennité ou l'extension de la vie active de films qui ne sont plus en salle. La majorité des plateformes diffusent autant des nouveautés que des films plus anciens dans le but qu'ils soient visionnés. Ainsi, elles fonctionnent aussi avec les formats SVOD, TVOD et AVOD. En fait, les plateformes de vidéo sur demande offraient initialement des films qui ne sont plus en salle et fonctionnaient de la même manière que les clubs vidéo. Netflix était un club vidéo en ligne qui livrait les copies du film chez les consommateurs avant d'être une plateforme de vidéo sur demande. Si les salles de cinéma voient leur fréquentation baisser depuis l'avènement des plateformes de vidéo sur demande, les clubs vidéo sont déjà presque tous fermés au Québec depuis le gain de popularité de celles-ci. En effet, Blockbuster a fait faillite il y a plusieurs années, tout comme le Superclub Vidéotron, dont toutes les succursales sont désormais fermées.⁵⁷

Certaines plateformes ont pour mission de rassembler le même type de film. C'est le cas notamment de la plateforme Éléphant qui ne diffuse que des longs-métrages de fiction québécois. Par contre, toutes les plateformes ne se donnent pas de telles missions. Dans ce cas, malgré le fait

⁵⁷ Marika Bellavance. « Le ByTowne rouvrira, le Superclub Vidéotron ferme : joie et misère des cinéphiles », *ICI Radio-Canada*, 27 mai 2021, réf. du 3 novembre 2021, <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1796638/cinema-bytowne-reouverture-nouveaux-proprietaires-fermeture-superclub-videotron-films-location-vente-outaouais-fin>.

que les films sont habituellement classés selon des catégories, il devient tout de même plus difficile de retrouver des titres particuliers. Comme mentionné dans le chapitre précédent, les plateformes ont tendance à faire rouler leur matériel assez régulièrement et si les nouveautés produites par les plateformes elles-mêmes restent habituellement dans le catalogue, ce n'est pas le cas pour les autres films. Ces titres y sont normalement pour un certain temps, tout dépendant de leur popularité. Une fois qu'ils sont retirés, ils redeviennent plus ardues à trouver. Évidemment, ils peuvent être visionnés selon les autres méthodes de distribution mentionnées dans ce chapitre, mais dans le cas de la télévision, des cinéclubs, et de la programmation de cinémathèques, leur disponibilité dépendra de la programmation de ces entités. Par contre, les plateformes sont la méthode de distribution qui offre la plus grande liberté aux spectateurs. En effet, contrairement aux diffusions à la télévision ou en salle, les spectateurs qui visionnent des films sur plateformes ont la possibilité de choisir le film qu'ils leur plaisent et selon leur propre condition. On retrouve une liberté similaire avec les cassettes ou les DVD, mais les spectateurs sont alors encombrés d'un objet qu'ils doivent se procurer, ce qui n'est pas le cas avec les plateformes. De plus, celles-ci sont généralement bien moins onéreuses que les vidéos.

Leur fonctionnement diffère d'une plateforme à l'autre, mais elles fonctionnent presque toutes avec un algorithme. On propose aux consommateurs des films qui se rapprochent de ceux qu'ils ont déjà visionnés. Plus ils regardent de films, plus l'algorithme sera juste. En ce sens, différents algorithmes font ressortir plusieurs catégories recommandées aux spectateurs, qu'ils s'adressent à eux directement ou non.

Le système combine plusieurs algorithmes : le *Top-N Video Ranker* fait remonter en page d'accueil les contenus susceptibles d'être appréciés au sein des titres les plus populaires, tandis que le *video-video similarity* (à l'origine de la catégorie « Parce que vous avez regardé... ») se concentre sur des corrélations génériques (Gomez-Uribe et Hunt, 2016). L'algorithme *Trending Now* fait, lui, remonter les tendances récentes, dans une logique proche des « Top des ventes » sur les plateformes VOD.⁵⁸

Tout dépendant des pays, le temps entre la sortie du film et sa mise sur plateforme est réglementé. Dans certains pays, ce temps est plutôt aléatoire et donc, la chronologie des médias ne s'inscrit pas sur une ligne du temps prédéfinie contrairement à la France par exemple. Cette chronologie des médias est alors considérée selon la loi notamment dans le but de protéger les films des sorties trop hâtives sur plateforme. Alors qu'ailleurs, la chronologie des médias sert plutôt de guide à la vie d'un film.

[L]a sélection « Nouveautés » répond à l'un de principaux usages constatés des plateformes de VOD : procéder à du cinéma de rattrapage en ciblant les contenus récents. Seules les plateformes de VOD sont en mesure de répondre à cette demande, quatre mois après la sortie en salles : les plateformes de SVOD sont, elles, contraintes par la chronologie des médias à attendre trente-six mois.⁵⁹

Aujourd'hui, il est difficile de parler des plateformes numériques sans parler des agrégateurs. Il s'agit d'un poste assez récent dans l'industrie cinématographique puisqu'il survient avec la popularité des plateformes. Le distributeur, ou le producteur, va négocier le contrat de diffusion avec l'agrégateur qui va ensuite faire le contrat avec la plateforme dans le but d'y ajouter le film. Évidemment, le distributeur pourrait être en mesure d'effectuer ce travail, mais l'agrégateur facilite sa tâche en ayant déjà les contacts et en sachant au préalable quelles sont les requêtes de la plateforme. Il est aussi plus simple pour les plateformes de passer un accord avec un seul

⁵⁸ Chloé Delaporte. *Op. cit.*, p. 177.

⁵⁹ Chloé Delaporte. *Op. cit.*, p. 161.

agrégateur qu'avec plusieurs distributeurs. Certes, il pourrait sembler que ce poste menace celui de la distribution puisqu'avec l'avenue des plateformes qui gagnent en popularité au profit des autres méthodes de distribution, le poste d'agrégateur gagne en importance. Ainsi, les producteurs pourraient choisir de ne distribuer leurs films que sur plateformes avec un agrégateur et donc, de ne pas passer par un distributeur.

LA CINÉMATHÈQUE ET LES CINÉ-CLUBS

Les cinémathèques et le ciné-clubs font partie de la dernière étape de la chronologie des médias. Quand un film ne joue plus en salle après sa sortie, il n'est plus reproduit de manière commerciale sur vidéo et est retiré des plateformes traditionnelles, il se retrouve alors souvent dans les archives d'une cinémathèque qui assure sa restauration et sa préservation. Une cinémathèque est une institution visant à archiver des films et des objets relatifs au cinéma. Elle offre généralement une exposition sur les dispositifs du cinéma accessible au public ainsi qu'une bibliothèque sur la littérature cinématographique en plus de projeter des films. La Cinémathèque québécoise est un organisme sans but lucratif. Elle agit un peu comme un cinéma indépendant en projetant des films indépendants et des films d'auteur récents et plus anciens. Elle sert à la fois de musée et de salle de cinéma « [u]ne cinémathèque nationale est nécessaire, plus que jamais. »⁶⁰ En effet, elle donne de la visibilité à tout type de film, récent comme ancien. De cette façon, les cinémathèques possèdent généralement une copie des films qui ne sont pas disponibles ailleurs.

⁶⁰ Pierre Pageau. « La cinémathèque québécoise : 50 ans voués au cinéma », *Séquences : la revue de cinéma*, n. 286, septembre-octobre 2013, p.15.

La Cinémathèque québécoise possède plus de 40 000 films et vidéos. Fondée en 1963 par Guy L. Côté, Michel Patenaude, Rock Demers et Jacques Giraldeau, elle représente l'histoire du cinéma, son passé, mais aussi son présent. En effet, cette institution présente régulièrement des premières de films québécois indépendants. Seulement à titre d'exemple, elle a récemment été la première salle à projeter *Sous un même soleil* (François Jacob, 2021)⁶¹ et *Soumissions* (Emmanuel Tardif, 2021),⁶² les séances étaient suivies de discussions avec les cinéastes. De cette façon, elle assure la conservation des films québécois plus anciens, mais elle offre aussi aux films récents d'être projetés sur grand écran.

La Cinémathèque québécoise a donc deux fonctions : celle de restaurer et de conserver et celle de projeter. La conservation lui a été mandatée par le gouvernement :

la loi québécoise sur le cinéma lui confie le mandat de conserver les films de la production québécoise courante ; tous les longs métrages produits au Québec depuis 1984 et une grande partie des courts métrages sont d'ores et déjà archivés.⁶³

Malgré la grande importance de cette tâche qui lui a été confiée, ce n'est pas celle-ci qui la rend la plus visible auprès du public, mais celle de la diffusion : « [s]i la conservation est l'activité principale de la Cinémathèque, la diffusion, sous toutes ses formes (projections, publications, information), est son activité la plus publique, la plus visible. »⁶⁴ Puisqu'en plus de projeter des

⁶¹ « Sous un même soleil », *Cinémathèque qc.*, réf. du 27 août 2021, <https://www.cinematheque.qc.ca/fr/cinema/sous-un-meme-soleil>.

⁶² « Soumissions », *Cinémathèque qc.*, réf. du 8 octobre 2021, <https://www.cinematheque.qc.ca/fr/cinema/soumissions>.

⁶³ Robert Daudelin. « La cinémathèque québécoise », *Continuité*, n. 41, automne 1988, p. 28.

⁶⁴ *Ibid*, p. 28.

nouveautés, elle projette aussi des films plus anciens, parfois dans le cadre de rétrospective de l'œuvre complète d'un cinéaste ou pour des raisons autres. Cependant, elle ne s'en tient pas qu'aux films québécois pour ces projections.

De leur côté, les ciné-clubs se définissent comme « la réunion régulière des adhérents d'une association en vue de regarder des films dans un espace de projection cinématographique ou audiovisuel selon une visée non commerciale et culturelle. »⁶⁵ Les ciné-clubs existent depuis bien longtemps. Le premier a été créé en 1907.⁶⁶ Ils permettent de rassembler des cinéphiles afin de visionner des films en groupe, et ce, à travers le monde. Bien souvent, les ciné-clubs s'attardent à diffuser des films non commerciaux. Au Québec, les ciné-clubs proviennent du contexte scolaire :

[à] l'origine l'enseignement du cinéma faisait partie des sujets à option en dehors de 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.⁶⁷

Aujourd'hui, au Québec, les ciné-clubs ne se retrouvent pas que dans le contexte scolaire, bien que plusieurs CÉGEPs et universités en ont encore en plus de leur programme d'études cinématographiques. Ces ciné-clubs agissent comme des cinémas en présentant des films offerts aux spectateurs moyennant le coût d'un billet. Ces projections sont parfois accompagnées de discussions soit avec des invités ou entre spectateurs.

⁶⁵Pascal Laborderie. « Ciné-club », *Publictionnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics*, 12 novembre 2018, réf. du 10 mai 2021, <http://docplayer.fr/123125539-Cine-club-pascal-laborderie.html>.

⁶⁶ Pascal Laborderie. *Op. cit.*

⁶⁷ O. J. Firestone. *Op. cit.* p. 52.

Les ciné-clubs indépendants et scolaires ne sont pas les seuls types de ciné-clubs. Dans les petites villes, les ciné-clubs remplacent les cinémas. Ceux-ci projettent habituellement des films après leur retrait de la salle. En ce sens, ils permettent de prolonger la vie des films sur grand écran. Ils ne diffusent pas que des films récents, mais donnent aussi accès à des films plus anciens. De cette façon, les spectateurs peuvent voir ou revoir sur grand écran des films qui ont été retirés des salles il y a bien longtemps. Les ciné-clubs québécois sont représentés par l'Association des cinémas parallèles du Québec (AC PQ). Selon leur site, leur mission est de : « [r]egrouper les organisations du cinéma non commercial du Québec dans le but de promouvoir auprès des Québécois la culture cinématographique et de développer une activité de loisir cinématographique diversifiée et de qualité. »⁶⁸ Ils tentent de rendre disponibles les projections en salle partout à travers la province. Ils fonctionnent de la même façon que les salles de cinéma dans le sens où la personne responsable contacte le distributeur dans le but de projeter le film et fait une entente avec ce dernier.

LA VENTE INSTITUTIONNELLE

Plusieurs films sont visionnés dans les CÉGEPs et dans les universités. La distribution en milieu scolaire est une autre façon d'assurer la pérennité de certains films. Les établissements scolaires achètent ou louent des copies de films auprès des distributeurs de ces mêmes films pour faire le visionnement en classe ou pour établir une bibliothèque des films accessibles aux

⁶⁸ « À propos », *Association des cinémas parallèles du Québec*, réf. du 4 novembre 2021, <https://www.cinemasparalleles.qc.ca/pages.asp?id=835>.

étudiants. Bien que cette pratique soit effectuée partout à travers le monde, il y a très peu d'informations sur le sujet.

Bien que nous ayons mentionné dans la section plus haute que les écoles organisent des ciné-clubs dans le but de faire visionner des films aux élèves et d'en discuter par la suite, la vente institutionnelle est bien différente. Dans ce genre de situation, le ciné-club agit plutôt comme un cinéma où il signe une entente de diffusion avec le distributeur. La vente institutionnelle est un achat du film, généralement sous forme de DVD ou de Blu-Ray afin de bâtir une collection de films accessibles en tout temps aux élèves. Ces films seront donc visionnés en classe, mais ils peuvent aussi être empruntés par les élèves pour des visionnements personnels.

La particularité de la vente institutionnelle est que les établissements scolaires ne peuvent pas tout simplement acheter un DVD dans un magasin et le projeter en classe. Ils doivent payer les droits institutionnels auprès du distributeur, ce qui leur donne le droit de présenter le film devant un public scolaire. Si un DVD peut coûter autour de 20\$ en magasin, un DVD avec les droits institutionnels peut coûter quelques centaines de dollars au Québec pour un film indépendant.⁶⁹ L'intérêt de la vente institutionnelle est qu'elle donne accès aux étudiants à des films qui sont autrement difficiles à trouver. En effet, en contactant directement les distributeurs, les établissements scolaires peuvent obtenir plus facilement des films qui ne sont pas toujours disponibles au public. Cela permet à ces films de continuer à être vus, bien que cela reste dans un

⁶⁹ Alliance des arts médiatiques indépendants. *Barèmes de diffusion de l'AAMI pour l'année 2019*, réf. du 1 mars 2022, https://www.imaa.ca/wp-content/uploads/2017/05/IMAA-fee-sched-2019_FR.pdf.

cadre assez restreint. Souvent, les achats institutionnels sont réservés aux élèves des programmes d'études cinématographiques.

Évidemment, la vente institutionnelle n'assure pas que tous les films dont un distributeur détient les droits seront achetés dans le but d'être visionnés par une école, mais il n'en demeure pas moins qu'elle permet à ces films de se trouver une niche et de subsister. En effet, un film peut être vendu à un établissement scolaire à n'importe quel moment, peu importe le nombre d'années depuis sa production, du moment où il est encore possible d'en faire des DVD ou des Blu-Ray. Certains distributeurs ne détiennent que des versions cassettes, que ce soit en format Beta SP (*superior performance*), HDCAM, etc. Si c'est le cas, ils doivent déboursier pour créer un format numérique et les coûts peuvent être élevés. Alors, certains distributeurs jugent que certains films ne sont pas assez populaires pour déboursier cette somme. Ainsi, il sera encore plus difficile de disposer de ces films.

CONCLUSION PARTIELLE

Il existe donc plusieurs façons de faire perdurer un film après sa sortie en salle (qui surpassent celles mentionnées dans ce chapitre). Par exemple, certains festivals organisent parfois des projections spéciales dans le but de donner une visibilité à des films qui n'ont plus la possibilité d'être vus sur grand écran, et ce, depuis bien longtemps. Le Festival de Cannes est un exemple de ces projections. En effet, lors du festival, des projections sur la plage Macé de la Croisette sont organisées presque tous les soirs. À l'édition 2021, on pouvait entre autres voir *In*

the Mood for Love (Wong-Kar Wai, 2000), *L'épouvantail* (Jerry Schatzberg, 1973), *Chat noir, chat blanc* (Emir Kusturica, 1998) ou encore *JFK* (Oliver Stone, 1991).⁷⁰ Dans l'introduction, nous avons mentionné que nous ne nous attardons pas sur la distribution illégale. Cependant, comme nous l'avons mentionné dans le chapitre précédent, elle permet à plusieurs films d'être vus alors qu'ils ne sont pas disponibles ailleurs pour le public, et c'est encore plus vrai pour la distribution de pérennité que pour la distribution initiale. En effet, souvent plus le film est vieux plus il devient difficile de le retrouver de manière légale et, au contraire, plus il devient facile de le retrouver de manière illégale. Parfois même, sans avoir à passer par des sites de piratage, on peut facilement retrouver certains de ces films sur YouTube. En effet, au Canada, après cinquante ans, les droits d'auteur d'une œuvre cinématographique ne sont plus en vigueur.⁷¹

Évidemment, malgré les nombreuses méthodes de distribution disponibles, un film n'est jamais assuré de connaître une longue vie après sa sortie en salle. Cette longévité dépend souvent de sa popularité en salle, mais pas toujours. Il arrive que certains films ne soient pas populaires lorsqu'ils sont à l'affiche, mais qu'ils le deviennent par la suite. C'est d'ailleurs ce qui est arrivé au film *The Rocky Horror Picture Show* (Jim Sharman, 1975). À sa sortie, le film fut un échec rapidement retiré des salles. En avril 1976, on a l'idée de le présenter en tant que film de minuit à New York et c'est à ce moment que le film obtient du succès.⁷² Les spectateurs retournent voir le film plusieurs fois, un phénomène alors peu commun, déguisés en personnages du film et en

⁷⁰ « Le cinéma de la plage 2021 », *Festival de Cannes*, réf. du 6 novembre 2021, <https://www.festival-cannes.com/fr/infos-communiqués/communiqué/articles/le-cinéma-de-la-plage-2021>.

⁷¹ « Le guide du droit d'auteur » *Le gouvernement du Canada*, réf. du 19 février 2022, https://www.ic.gc.ca/eic/site/cipointernet-internetopic.nsf/fra/h_wr02281.html.

⁷² Solomon, Evans. *The cinematic experience and popular religion: Understanding the Religious Implications of a Cult Film*. Mémoire de maîtrise, Université McGill, Montréal, Canada, 1992, p. 2.

interagissant avec eux Le film qui fut d’abord un échec en salle, détient aujourd’hui le record pour le film ayant joué le plus longtemps sur grand écran (puisque plus de quarante ans plus tard, il est encore projeté).⁷³ On voit par cette exemple comment la popularité en salle n’est pas toujours une garantie de longévité. Il est ardu de déterminer laquelle des méthodes ci-haut est la plus efficace pour assurer la survie d’un film, car tout diffère d’un film à l’autre.

Finalement, nous devons tenir compte du fait que toutes ces organisations impliquées dans la chronologie des médias — en particulier celles du deuxième chapitre—, à travers un processus de distribution cinématographique, ont créé leurs propres archives de films. Ces collections deviennent alors une partie des patrimoines nationaux qui doivent être gérés, entretenus et mobilisés. En réfléchissant dans le sens de notre hypothèse, bien que toutes les méthodes abordées dans le chapitre 1 et 2 contribuent positivement à la survie des films, il semblerait que les plateformes numériques, la Cinémathèque et les ciné-clubs, de même que la vente institutionnelle, soient les plus efficaces pour permettre la circulation des vieux films. Ces idées seront discutées dans les chapitres suivants qui approfondissent l’analyse géopolitique et structurelle des études de cas spécifiques de ce mémoire : le cinéma québécois et la plateforme Éléphant comme initiative de réactivation des films nationaux.

⁷³ Larushka Ivan-Zadeh. « The Rocky Horror Picture Show: The Film that’s Saved Lives », *BBC*, 19 juin 2020, réf. du 7 novembre 2021, <https://www.bbc.com/culture/article/20200618-the-rocky-horror-picture-show-the-film-thats-saved-lives>.

CHAPITRE 3

LE CINÉMA QUÉBÉCOIS : LA DISTRIBUTION DE FILMS NATIONAUX

DISTRIBUTION DE FILMS QUÉBÉCOIS

Le défi principal du cinéma québécois est d'être vu. Le cinéma québécois n'est pas celui qui est le plus mis de l'avant par les membres de l'industrie canadienne et internationale, autant dans le financement que dans la distribution et l'exploitation. Hollywood monopolise le marché mondial et le Québec ne fait pas exception à la règle. Les films québécois rapportent moins que les films hollywoodiens et donc, les distributeurs ont moins envie de les distribuer et les exploitants sont moins intéressés à les projeter. Il y a bien sûr de rares exceptions comme *Les Boys* (Louis Saia, 1997) qui a surpassé le nombre d'entrées de *Titanic* (James Cameron, 1997) à sa première fin de semaine alors que *Les Boys* en était à sa deuxième. Le Québec est d'ailleurs le seul endroit dans le monde où un autre film que *Titanic* était le plus gros box-office cette semaine-là.⁷⁴ Cela étant dit, il ne s'agit pas du tout d'une récurrence. Habituellement, les films québécois reçoivent moins d'entrées en salle que les films hollywoodiens et aussi moins d'intérêt de l'industrie et des spectateurs.

La distribution à l'international est donc plus ardue. Premièrement, comme discuté plus tôt, les films qui ne sont pas anglophones ont souvent moins de chances d'être distribués dans les pays anglophones, ce qui inclut d'ailleurs le Canada anglais. Cependant, la langue n'est pas le seul

⁷⁴ Cédric Bélanger. « *Les Boys* : la petite histoire d'un grand succès québécois », *Journal de Montréal*, 21 novembre 2020. <https://www.journaldequebec.com/2020/11/21/les-boys-la-petite-histoire-dun-grand-succes-quebecois>.

obstacle. À ce sujet, Pierre Véronneau conclut que la langue française n'est pas le problème, mais plutôt le fait que les films québécois anglophones semblent être de pâles copies des films hollywoodiens. Hollywood préfère souvent refaire un film plutôt que de distribuer l'original, c'est ce qui est arrivé avec *Starbucks* (Ken Scott, 2011) qui a été refait en 2013 sous le titre *Delivery Man* (Ken Scott). Certains genres cinématographiques s'exportent très mal. C'est le cas d'ailleurs de la comédie, et *Starbucks* en est une. Chaque pays a son propre humour qui peut facilement être incompris par un public étranger. Les comédies québécoises s'exportent donc très mal.⁷⁵ Par contre, dans leur propre pays, les comédies fonctionnent généralement très bien. Le contraire est aussi vrai, certains films fonctionnent bien dans d'autres pays, mais pas dans le leur. Citons ici *Les amours imaginaires* (Xavier Dolan) qui a remporté des prix à l'étranger, mais pas au Québec. Il s'agit donc d'un dilemme, à savoir si on souhaite que le film fonctionne bien sur le plan national ou international. Cependant, garantir le succès est bien difficile. Mais certaines recettes semblent plus sûres que d'autres, notamment :

[p]our que les films québécois obtiennent une distribution minimale sur le marché des salles aux États-Unis ou atteignent un relatif succès financier, la reconnaissance internationale à travers le réseau des festivals, de même qu'une renommée due à un succès commercial dans leur propre pays deviennent des atouts essentiels.⁷⁶

Cependant, bien que les festivals soient primordiaux pour espérer distribuer un film à l'international, il n'en demeure pas moins que : « [...] une grande part du succès est imputable au “timing”, c'est-à-dire d'avoir le bon produit au bon moment, et en ce sens il y a encore trop de facteurs incontrôlables entrant en ligne de compte. »⁷⁷ De cette façon, il est possible de se douter

⁷⁵ Anne-Claire Villeneuve, André Mondoux et Marc Ménard. *Op. cit.*, p. 29.

⁷⁶ Bernard Bérubé et Richard Magnan. *Op. cit.*, p. 56.

⁷⁷ Anne-Claire Villeneuve, André Mondoux et Marc Ménard. *Op. cit.*, p. 42.

du succès d'un film auprès du public et de la critique selon les sujets qu'il aborde et le public cible, mais il n'est pas possible de s'assurer du succès. Un film représente toujours un risque financier probable. C'est pour cette raison que les distributeurs préfèrent parfois s'en tenir aux valeurs sûres pour limiter les risques.

IDENTITÉ ET NATIONALISME

Il est important de saisir le fondement de l'identité individuelle, mais surtout collective, pour comprendre le cinéma québécois. Étant l'un des seuls peuples francophones d'Amérique du Nord, le peuple québécois a vécu une grande crise identitaire, surtout au milieu du 20^e siècle. C'est d'ailleurs à ce moment qu'il a décidé de ne plus se définir comme « Canadien-français », mais plutôt comme « Québécois ». En raison de son importance dans la culture québécoise, il n'est pas étonnant d'apprendre que l'identité est un thème très récurrent dans le cinéma québécois, qu'elle soit représentée de façon explicite ou implicite. Elle est parfois aussi claire que dans le film *Le chat dans le sac* (Gilles Groulx, 1964) où le protagoniste Claude se présente en disant : « Je suis canadien-français donc je me cherche. » Bien que ce ne soit pas toujours exprimé de façon aussi directe, plusieurs films mettent de l'avant des personnages en quête d'identité. *La mort d'un bûcheron* (Gilles Carle, 1973), où la protagoniste part à la recherche de son père disparu pour tenter de découvrir qui elle est, en est un exemple. On retrouve aussi cette quête d'identité dans des films plus récents, bien que les enjeux ont quelque peu changé. Dans les films des dernières années, cette recherche du soi québécois se retrouve fréquemment dans des personnages adolescents comme dans *Une colonie* (Geneviève Dulude-De Celles, 2018), ou

encore dans *Jeune Juliette* (Anne Émond, 2019), ou à travers des personnages queer comme dans *C.R.A.Z.Y.* (Jean-Marc Vallée, 2005) ou *J'ai tué ma mère* (Xavier Dolan, 2009).

Le désir du peuple québécois de définir son identité est intimement lié à son fort nationalisme. « [L]e nationalisme québécois est associé à l'idée que le Québec forme une « société distincte » non seulement en raison de sa langue et de sa culture, mais également en raison de son modèle économique et social. »⁷⁸ Le mouvement nationaliste au Québec remonte à loin et a porté au pouvoir le Parti Québécois (PQ) en 1976, avec à sa tête René Lévesque. L'arrivée au pouvoir de René Lévesque survient après la Révolution tranquille, une époque de révolte à la suite du mandat de Maurice Duplessis, un premier ministre très conservateur. La période au pouvoir de Duplessis est surnommée la Grande noirceur en raison de son incitation à vivre sous le pouvoir de l'Église qui contrôlait excessivement la vie des croyants. La Révolution tranquille sous Jean Lesage met de l'avant un État plus laïque et moderne. Elle permet une certaine libération de la religion jusqu'alors très directrice. C'est aussi à cette époque que les Canadiens français décident de devenir les Québécois tout en se réappropriant leur culture et leur identité qui avaient été quelque peu brimées au cours des dernières décennies. En 1980 a eu lieu le premier référendum portant sur la souveraineté du Québec. En effet, le PQ proposait à ses électeurs de devenir un pays. Cependant, le camp du « non » a remporté la victoire avec 59,56% des votes. Un deuxième référendum a eu lieu en 1995, tenu par le PQ alors dirigé par Jacques Parizeau. Cette fois, le camp du « non » l'emporte à 50,58%.

⁷⁸ Daniel Béland et André Lecours. « Le nationalisme et la gauche au Québec », *Globe*, v. 14, n. 1, 2011, p. 38.

L'identification à sa province est beaucoup plus forte au Québec que dans le reste du Canada. Selon le sondage réalisé par CROP-CRDIP, 58% des Québécois s'identifiaient d'abord comme Québécois avant de s'identifier comme Canadiens. De plus, selon le sondage de Léger Marketing, 82% des Québécois affirmaient que « [l]e Québec, à cause de sa langue et de son héritage, est différent du reste du Canada. »⁷⁹ Il possède sa propre industrie artistique avec un vedettariat propre et ces références ne sont pas souvent reconnues par les autres provinces. C'est ainsi que, comme la France et les États-Unis, le Canada anglais, au lieu de distribuer les films québécois à succès, en produit des remakes.

Plutôt que doubler ou sous-titrer des films, les producteurs et distributeurs américains préfèrent acheter les droits et en faire une nouvelle version [...] Cette pratique est similaire en ce qui concerne le cinéma français : il est la plupart du temps “rejoué” par les studios.⁸⁰

C'est le cas notamment du film *La grande séduction* (Jean-François Pouliot, 2003) qui a été repris au Canada anglais par Don McKellar en 2013 sous le titre *The Grand Seduction*.

BRÈVE RÉTROSPECTIVE HISTORIQUE DU CINÉMA AU QUÉBEC

Le cinéma est déjà quelque peu présent au Québec depuis le début du 20^e siècle, notamment avec des figures comme Léo-Ernest Ouimet. Il a créé la première salle de cinéma de la province en plus de produire ses propres films. Cependant, c'est surtout lors du déménagement des bureaux de l'Office national du film (ONF) d'Ottawa à Montréal en 1956 que le cinéma

⁷⁹ « Québécois, notre façon d'être canadiens », *Gouvernement du Québec*, 2017, réf. du 13 novembre 2021, <https://www.sqrc.gouv.qc.ca/documents/relations-canadiennes/politique-affirmation.pdf>, p.73.

⁸⁰ Germain Lacasse, Hubert Sabino et Gwenn Scheppler. « Le doublage cinématographique et vidéoludique au Québec : théorie et histoire », *Décadrages Cinéma, à travers champs*, 2013, p. 30.

québécois commence à se démarquer. En effet, bien que l'ONF fût créé en 1939 dans le but de contribuer à l'amélioration du cinéma canadien, le fait que le siège social se situait à Ottawa faisait en sorte que très peu de films francophones étaient produits. Avec le déménagement à Montréal, des équipes de tournage francophones se sont formées et ont pu tourner des courts-métrages comme *Les raquetteurs* (Gilles Groulx et Michel Brault, 1958) ou *La lutte* (Michel Brault, Marcel Carrière, Claude Fournier et Claude Jutra, 1961) et des longs-métrages comme *Pour la suite du monde* (Pierre Perrault et Michel Brault, 1963).

Le documentaire occupait une place bien importante auprès des cinéastes de l'ONF. Le style documentaire préconisé par ces auteurs était le cinéma direct, un style où la présence des réalisateurs ne se fait pas ressentir dans le but de représenter le réel sans altérer la vérité. Ce style de réalisation a pris une telle importance qu'il est devenu un pilier du cinéma québécois jusqu'à en influencer les films de fiction. Des titres comme *Le chat dans le sac* ou *Geneviève* (Michel Brault, 1965) brouillent les codes de la fiction et du documentaire. En effet, ces deux films sont tournés dans une esthétique de non-fiction, qui sera également utilisée, quoique de façon moins drastique, dans *Les ordres* (Michel Brault, 1974) où les personnages accordent des entrevues à la caméra. Cet héritage du cinéma direct est toujours perceptible dans le cinéma d'aujourd'hui.⁸¹ On pense ici à des cinéastes comme Robert Morin qui fait des films de fiction sous l'esthétique documentaire, notamment *Quiconque meurt, meurt à douleur* (1998) ou encore *Papa à la chasse aux lagopèdes* (2008).

⁸¹ Bill Marshall. *Quebec National Cinema*, McGill-Queen's University Press, 2000, Montréal.

Le cinéma québécois grandit en notoriété à l'international. Il ne serait pas juste de dire qu'il passait inaperçu à l'international auparavant puisque des films comme *Pour la suite du monde*, qui a été au Festival de Cannes, ou encore *Mon oncle Antoine* (Claude Jutra, 1971), qui a gagné plusieurs prix en dehors du Canada, ont été appréciés par le public étranger. Cependant, dans les dernières décennies, on peut constater une reconnaissance plus large des productions québécoises sur le plan international. En 2004, *Les invasions barbares* (Denys Arcand, 2003) a remporté l'Oscar du meilleur film en langue étrangère. Il a aussi remporté le prix du meilleur scénario au Festival de Cannes en 2003. *Incendies* (Denis Villeneuve, 2010) a participé à des festivals comme celui de Venise, a fait partie de la sélection officielle pour les Oscars et a remporté des prix dans le monde entier. D'autre part, *Mommy* (Xavier Dolan, 2014) a remporté le prix du jury au Festival de Cannes. D'ailleurs, à la suite du succès de leurs films, Villeneuve et Dolan ont réalisé des nouvelles productions cinématographiques dans d'autres pays comme les États-Unis ou la France.

CINÉMA NATIONAL

Dans ce mémoire, nous considérons le cinéma québécois comme étant un cinéma national. Il est vrai que le Québec fait partie de la nation Canada et que son cinéma y est associé. Cependant, les Québécois et les Canadiens anglais ne font pas face aux mêmes enjeux, notamment les débats pour la survie de la langue et pour l'identité culturelle. En outre le cinéma francophone québécois aborde des thèmes différents de ceux du cinéma canadien-anglais. Souvent considérée comme un amalgame de la culture française et nord-américaine, l'identité

québécoise aujourd'hui est beaucoup plus complexe et transterritoriale et doit être considérée à la lumière d'autres marqueurs d'identité, tels que les appartenances ethniques et raciales, de genre, de classe, etc.

Le terme nation peut définir un pays, un État, mais aussi tout simplement un groupe d'individus qui vivent en communauté.⁸² Un cinéma national n'est pas nécessairement défini par des thèmes et une esthétique semblables, mais rassemble plutôt tous les films produits par une même nation, peu importe de quoi ils parlent. Évidemment, si plusieurs films québécois ne partagent pas certaines similitudes, d'autres regroupent des thèmes, des esthétiques ou encore des genres similaires. D'ailleurs, des événements historiques qui renforcent l'affirmation identitaire ont aussi un impact sur le cinéma. Par exemple :

Lorsque le cinéma québécois se développe dans les années 1960, il le fait dans le contexte de la Révolution tranquille et [...] à l'époque, l'intervention étatique est motivée par un désir d'affirmation nationale. Le cinéma et sa production sont donc dominés par un souci d'affirmation identitaire plutôt que par un souci économique.⁸³

Un cinéma national est fondamental pour la représentation d'un peuple comme n'importe quelle autre forme d'art puisque : « a national culture has become entrenched as the *raison d'être* of each and every national community, its *differentia specifica* and distinguishing mark. »⁸⁴ Les individus appartenant à une nation peuvent se voir sur un écran à travers des personnages qui les représentent et auxquels ils peuvent s'identifier. Il est vrai que les spectateurs peuvent se

⁸² Benedict Anderson. *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*, Verso, Londres, 2016, 256 p.

⁸³ Anne-Claire Villeneuve. *Op cit.*, p. 10.

⁸⁴ A.D. Smith (2013) dans Tim Nieguth. *Nationalism and popular culture*, Routledge, New York, 2020, p.5.

reconnaître dans n'importe quel film provenant de n'importe quel pays, après tout l'identification à un personnage est importante au cinéma, mais dans le cas du cinéma national et son public, cette relation est d'autant plus forte. Il permet aussi de représenter un peuple auprès du public étranger. Malgré tout, le cinéma national québécois, bien qu'il représente mieux les Québécois que n'importe quel autre cinéma, rivalise fortement avec les productions hollywoodiennes dans les salles du Québec.

Dans ce mémoire, nous nous concentrons sur le cinéma québécois francophone, mais nous aborderons aussi brièvement le cinéma québécois anglophone qui est minoritaire dans le contexte québécois, mais pas dans le contexte canadien. En effet, selon le recensement de 2016, 9.6% de la population du Québec avait l'anglais pour langue maternelle.⁸⁵ L'auteur Pierre Véronneau s'est demandé si les films québécois anglophones avaient plus de chance de percer aux États-Unis. Plusieurs films n'ont pas réussi à recevoir des critiques positives dans ce pays. Le reproche principal que ces films reçoivent c'est leur tentative bâclée de copier les films hollywoodiens. En effet, à plusieurs reprises les cinéastes québécois anglophones, et même francophones qui ont tourné en anglais, s'inspirent des genres populaires états-uniens comme la comédie ou l'horreur, sans toutefois réussir à obtenir un succès similaire aux films américains de ces mêmes genres. Les cinéastes tentent de plusieurs façons d'attirer le public américain. Ils le font, par exemple, en utilisant des stratégies de cofinancement, en engageant des acteurs américains célèbres ou encore en ayant des réalisateurs québécois qui ont déjà percé aux États-Unis. Malgré tout, les films

⁸⁵ Mélanie Marquis. « Recensement 2016 : le Canada plus bilingue, le Québec plus anglophone », *La Presse*, 2 août 2017, <https://www.lapresse.ca/actualites/national/201708/02/01-5121342-recensement-2016-le-canada-plus-bilingue-le-quebec-plus-anglophone.php>.

québécois anglophones sont considérés comme un sous-produit de la culture américaine ou encore, ils sont comparés aux films de série B.

Pierre Véronneau arrive donc à la conclusion que non, le cinéma québécois anglophone n'obtient pas plus de succès aux États-Unis que le cinéma francophone. Il est plutôt considéré comme : « ...la production *low-budget*, de série B ou Z, et la presse se montre sévère à son égard, le trouvant banal, mauvais, voire exécrationnel. »⁸⁶ Au contraire, il donne l'exemple du film *Loving and Laughing* (John Sone, 1971) où les personnages québécois francophones semblent charmer la critique. Il juge que la « joie de vivre canadienne-française »⁸⁷ pourrait même être la clé du succès. Si tel est le cas, pourquoi alors, les films québécois francophones n'ont pas beaucoup plus de succès aux États-Unis ? Certes, la langue y est pour beaucoup puisque l'on sait que les anglophones n'apprécient guère les films doublés ou sous-titrés. Peut-être que la raison pour laquelle les films québécois, qu'ils soient anglophones ou francophones, n'obtiennent pas plus de succès aux États-Unis est tout simplement liée au fait que les États-Unis détiennent un certain monopole du cinéma, ailleurs dans le monde, mais surtout dans leur propre pays.

LE CINÉMA INDÉPENDANT VS LE CINÉMA COMMERCIAL AU QUÉBEC

Étant une plus petite industrie que Hollywood, les films québécois sont souvent des films indépendants « produit[s] en dehors du contrôle des majors et sans le financement ou la

⁸⁶ Pierre Véronneau. « Le cinéma québécois aux États-Unis a-t-il plus de chances d'être mieux reçu en anglais ? », *Cinémas : Revue d'études cinématographiques = Journal of Film Studies*, vol. 7, n. 3., printemps 1997, p. 109.

⁸⁷ Pierre Véronneau. *Op. cit.* p. 86.

distribution de ces grands conglomérats qui financent le cinéma hollywoodien et perpétuent l'industrie cinématographique en place en Californie du Sud. »⁸⁸ On y retrouve aussi beaucoup de cinéma d'auteur, c'est-à-dire des œuvres « caractérisée[s] par des préoccupations esthétiques, narratives et thématiques récurrentes et dont la marque ou la présence tangible sont la garantie d'une cohérence globale. »⁸⁹ Ces cinéastes qui font des films d'auteur participent au cinéma national en démontrant la réalité d'une nation selon eux. Même si un cinéaste ne souhaite pas représenter son pays dans son film, il n'en demeure pas moins que le film détient une place dans l'histoire culturelle de ce pays et, par conséquent, parle de ce dernier d'une manière ou d'une autre.

Bien qu'il existe un cinéma commercial au Québec, c'est plutôt le cinéma indépendant et le cinéma d'auteur qui dominent en matière de quantité, mais pas en ce qui concerne la popularité. La différence entre les deux est la provenance du financement. Si le film est produit par une grosse compagnie de production et/ou distribué par une grosse compagnie de distribution, on parlera alors de cinéma commercial. Si le film est produit de façon indépendante, c'est-à-dire par des fonds amassés par le cinéaste ou une boîte de production indépendante, on parlera de cinéma indépendant. L'une ou l'autre de ces méthodes de financement n'assure évidemment pas le succès d'un film, mais les films commerciaux ont généralement un plus grand budget qui permet une plus grande campagne de marketing. Selon la définition d'Anne Hurault-Paupe et Céline Murillo, le cinéma indépendant états-uniens n'est pas associé aux *majors*. Les *majors* sont des

⁸⁸ Anne Hurault-Paupe et Céline Murillo. « Et le cinéma indépendant ? / What about Independent Cinema ? Introduction », *Revue française d'études américaines*, n. 136, 2013, p. 3.

⁸⁹ Anne Hurault-Paupe et Céline Murillo. *Op. cit.*, p.4.

compagnies de distribution hollywoodiennes. Initialement il s'agit de 20 th Century Fox, Warner Bros. Pictures, Paramount Pictures, Metro-Goldwyn-Mayer (MGM), RKO Pictures et plus tard Columbia Pictures, Universal Pictures et United Artists.⁹⁰ Bien que ces compagnies n'aient pas d'équivalent au Québec, et ce, parce que l'industrie est beaucoup plus petite, il existe tout de même des sociétés de distribution plus grandes que les autres qui se concentrent principalement sur les films commerciaux. C'est le cas notamment de la société Les Films Séville, qui appartient maintenant à Entertainment One, ou encore Alliance Vivafilm. Ces deux sociétés ont d'ailleurs respectivement distribué *Bon Cop, Bad Cop* (Érik Canuel, 2006) et *De père en flic* (Émile Gaudreault, 2009), deux des films québécois ayant remporté les plus gros box-offices.

Tous les genres peuvent être autant commerciaux qu'indépendants. Néanmoins, certains genres sont davantage associés à l'un ou l'autre mode de production. Les films commerciaux sont souvent des films d'action ou des comédies, alors que les films indépendants sont généralement des films d'auteur plus personnels. Bien que ce ne soit pas toujours le cas, les comédies et les films d'action ont plus de chances de plaire au public, alors les producteurs et les distributeurs sont plus enclins à investir du temps et de l'argent dans ces films. D'ailleurs, comme mentionné plus tôt, *Bon Cop, Bad Cop* et *De père en flic* sont respectivement un film d'action et une comédie d'action. Le premier a remporté 10,6 millions de dollars et le second 10,5 millions de dollars au box-office.⁹¹ Les deux films ont eu des suites qui ont aussi été très populaires. Si nous avons indiqué que les films d'auteur ont parfois moins de succès commercial, ce n'est pas

⁹⁰ Joel Waldo Finler. « Introduction », *The Hollywood Story*, Londres, Wallflower Press, 2003, p. 1.

⁹¹ Marc-André Lussier. « *De père en flic 2* toujours au sommet du box-office québécois », *La Presse*, 8 août 2017, <https://www.lapresse.ca/cinema/cinema-quebecois/201708/08/01-5122865-de-pere-en-flic-2-toujours-au-sommet-du-box-office-quebecois.php>.

toujours le cas puisqu'un autre des films québécois ayant remporté le plus gros box-office est *Mommy*, avec des revenus de 17 millions de dollars à l'échelle mondiale.⁹² Encore selon la définition d'Anne Hurault-Paupe et Céline Murillo, un film d'auteur est un film comportant une esthétique et une thématique reconnaissables et propres à son cinéaste qui s'inscrit dans une œuvre complète. C'est le cas de *Mommy* qui s'aligne parfaitement avec la filmographie de Dolan. Avec des plans au ralenti, de gros plans et une place importante accordée à la musique, le cinéma de Dolan est souvent caractérisé par des personnages qui ont des relations tumultueuses. Ce film a été distribué par Les Films Séville. Similairement, *J'ai tué ma mère* est considéré comme étant un film d'auteur indépendant qui a obtenu un grand succès auprès du public.

De cette façon, le cinéma commercial n'est pas synonyme de succès et à l'inverse, le cinéma indépendant n'est pas synonyme de succès moindre au box-office. Toutefois, il est plus difficile pour ce dernier de trouver preneurs auprès des distributeurs et des producteurs, mais aussi auprès des exploitants. En effet, les salles de cinéma fonctionnent un peu de la même façon. Certains exploitants à Montréal se concentrent sur le cinéma commercial comme les chaînes Guzzo ou Cinéplex, et d'autres exploitants se concentrent sur le cinéma indépendant, comme la Cinémathèque québécoise, le Cinéma du Musée, le Cinéma Moderne ou encore le Cinéma Public. Les cinémas indépendants sont souvent plus petits, ils ont moins de salles et moins de places dans celles-ci. À titre d'exemple, la chaîne Guzzo possède 141 salles⁹³ avec une centaine de places chacune alors que le Cinéma Moderne possède une seule salle avec 54 places.

⁹² « Mommy (2014) », *The Numbers*, réf. du 18 novembre 2021, <https://www.the-numbers.com/movie/Mommy#tab=summary>.

⁹³ « À propos de Cinémas Guzzo ». *Cinémas Guzzo*, réf. du 19 novembre 2021, <https://www.cinemasguzzo.com/notre-histoire.html#prettyPhoto>.

L'IMPLICATION GOUVERNEMENTALE

Comme pratiquement tous les aspects culturels, le cinéma est réglementé par le gouvernement. Un des exemples le plus significatifs de l'implication du gouvernement dans l'industrie cinématographique est probablement la création de l'ONF dans le but de développer le cinéma canadien. Certes, on parle ici du gouvernement fédéral et non provincial, mais il s'agit tout de même d'une aide qui a bien profité au Québec lors du déménagement du siège social d'Ottawa à Montréal. Ensuite, le ministère du Patrimoine canadien du gouvernement fédéral a créé Téléfilm Canada qui aide à financer la production et la distribution du cinéma canadien dans le but de le promouvoir. En effet, Téléfilm Canada paie plusieurs soumissions en festivals pour les films plutôt que ce ne soit pas aux distributeurs ou aux cinéastes d'assumer ce coût. Dans le même ordre d'idée, le ministère de la Culture et des Communications du gouvernement provincial a créé la Société de développement des entreprises culturelles (SODEC) qui finance aussi le cinéma québécois et fournit un certain montant pour les campagnes de marketing. Ces deux sociétés gouvernementales servent à aider les cinéastes à financer leurs films, mais elles aident aussi financièrement les compagnies de distribution. En plus, le ministère des Affaires culturelles du gouvernement québécois finance la Cinémathèque québécoise qui, comme mentionnée dans le chapitre précédent, a pour but de préserver et de conserver le cinéma québécois. De cette façon, le cinéma québécois bénéficie, même pour sa conservation, d'aide financière autant provenant du gouvernement fédéral que du gouvernement provincial. L'implication du gouvernement dans l'industrie cinématographique est fondamentale puisqu'il est responsable d'une grande partie du financement accordé au cinéma.

En plus de créer des organismes pour aider l'industrie cinématographique, le gouvernement la réglemente. La censure au Québec a déjà été très grande en raison de l'omniprésence de l'Église dans la société. En effet :

[L]'attitude réprobatrice de l'Église à l'égard du cinéma mena d'une part à une application encore plus stricte de la censure — déjà la 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.⁹⁴

Un peu comme le Motion Picture Production Code, ou code Hays, aux États-Unis qui permet de classer les films selon les catégories d'âge, le ministère de la Culture et des Communications du Québec crée la Régie du cinéma (RCQ) en 1967 pour faire suite au Bureau de censure des vues animées de la province de Québec, créé en 1913. La Régie du cinéma du Québec classe les films en catégories selon l'âge approprié pour visionner le film. Les catégories sont : Général (G), 8 ans et plus (8+), 13 ans et plus (13+), 16 ans et plus (16+) et 18 ans et plus (18+). La catégorie 8 ans et plus n'en est pas une à part entière, mais plutôt une sous-catégorie de la classification Général. Ces catégories sont faites pour éviter la censure et réglementer qui peut visionner les films s'ils ont l'âge approprié pour le sujet de celui-ci. De cette façon, tous les films contenant de la violence ne sont plus interdits, ils sont juste restreints et seulement disponibles pour un public plus âgé. La classification est souvent accompagnée d'une explication comme « langage vulgaire », « violence » ou bien « horreur ». La Régie du cinéma du Québec affiche sa classification par un symbole dans le coin supérieur gauche de l'écran lors des premières

⁹⁴ O.J. Firestone. *Op. cit.*, p. 51.

secondes des films. Elle est déterminée par les membres du personnel du ministère.⁹⁵ On retrouve aussi un autocollant indiquant la classification sur les DVD. Cette classification est obligatoire pour la vente et la diffusion. La RCQ fait donc respecter certains aspects de la Loi sur le cinéma du Québec.

Plusieurs programmes ont été créés à travers les années qui ne sont plus applicables aujourd'hui ou qui ont été modifiés avec le temps comme la loi-cadre sur le cinéma adoptée en 1975, qui a donné lieu à la Loi sur le cinéma du Québec, établie en 1983. La loi « s'applique à tous les champs d'activité ayant trait au film, notamment la production, la distribution, la présentation de films en public et le commerce au détail de matériel vidéo »⁹⁶ et ses objectifs sont :

La politique du cinéma, tout en respectant la liberté de création et d'expression ainsi que la liberté de choix du public, doit donner la priorité aux objectifs suivants :

- 1) l'implantation et le développement de l'infrastructure artistique, industrielle et commerciale du cinéma ;
- 2) le développement du cinéma québécois et la diffusion des œuvres et de la culture cinématographiques dans toutes les régions du Québec ;
- 3) l'implantation et le développement d'entreprises québécoises indépendantes et financièrement autonomes dans le domaine du cinéma ;
- 4) la conservation et la mise en valeur du patrimoine cinématographique ;
- 5) le respect des droits relatifs à la propriété intellectuelle sur les films et l'établissement de mécanismes de surveillance de la production, de l'exploitation et de la circulation de ces œuvres ;
- 6) la participation des entreprises de télévision à la production et à la diffusion de films québécois.⁹⁷

⁹⁵ « C-18.1 - Loi sur le cinéma », *Légis Québec*, réf. du 19 novembre 2021, <http://legisquebec.gouv.qc.ca/fr/ShowDoc/es/C-18.1/>, p. 10.

⁹⁶ *Ibid*, p.3.

⁹⁷ *Ibidem*.

Chaque personne impliquée dans le processus cinématographique doit détenir un permis en plus d'être soumis à certaines exigences. Les exploitants doivent fournir un rapport de projection. Ce rapport doit contenir l'identification de l'exploitant, mais aussi celle du film ainsi que le nombre de projections, le nombre de billets vendus pour chaque projection et le montant amassé par la vente des billets. Dans le cas des distributeurs, ils se doivent de posséder un permis pour pouvoir distribuer des films parmi les deux types disponibles : le permis général et le permis spécial. Le premier : « autorise son titulaire à vendre, à louer, à prêter ou à échanger des copies de films, sur une base commerciale. » Alors que le second : « n'autorise son titulaire à vendre, à louer, à prêter ou à échanger, sur une base commerciale, que le film qui y est identifié. »⁹⁸ De plus, la Loi sur le cinéma régleme aussi la Cinémathèque québécoise dans la Section II.

CONCLUSION PARTIELLE

Plusieurs programmes ont été mis en place par le gouvernement fédéral pour encourager la production de films canadiens. Cependant, leur échec est principalement dû à la difficulté de distribuer ces films une fois qu'ils sont produits. Il y a même eu une tentative d'instaurer des quotas dans les cinémas pour les obliger à programmer un certain nombre de films canadiens, comme pour la musique francophone à la radio, mais encore une fois, cela n'a pas abouti. Pour rendre les films plus attrayants aux distributeurs américains, on a voulu faire des films avec des vedettes américaines, et dont les sujets se rapprochent de ceux abordés dans les films de ce pays. Cette technique a quelque peu fonctionné, mais les films qui portent sur la vie au Canada sont

⁹⁸ *Ibid*, p. 19.

ainsi mis de côté et ont plus de difficulté à être distribués. Au Canada, le cinéma est souvent vu comme une industrie commerciale plutôt que comme une façon d'enrichir et de montrer la culture canadienne au monde.⁹⁹ Cependant, le gouvernement continue de financer des films dont le succès commercial est très risqué. Si le cinéma canadien peine à se frayer une place dans son propre pays, le combat du cinéma québécois francophone contre le cinéma anglophone, qu'il provienne du Canada anglais ou des États-Unis est quant à lui, constant. Par ailleurs, il ne faut pas négliger le fait que les coûts de distribution et d'exploitation sont plus élevés au Québec qu'ailleurs en raison de la nécessité du doublage des films et de la traduction des publicités.¹⁰⁰

Ce n'est pas sans surprise que le cinéma hollywoodien prenne une grande place dans les cinémas québécois au détriment du cinéma national. Bien que le nationalisme québécois soit fort quand on parle d'identité, ce n'est pas toujours le cas sur le plan culturel. Certaines formes d'art sont évidemment plus populaires auprès des Québécois, mais le cinéma a parfois de la difficulté à remplir les salles de la région. Certes, il y a des films québécois, dont nous avons fait mention ci-haut, qui ont obtenu de grands succès au box-office, mais ces cas ne représentent pas la majorité. Évidemment, si un film éprouve de la difficulté à obtenir du succès en salle, il sera plus difficile d'assurer sa pérennité, et peu des options mentionnées dans le deuxième chapitre pourraient être utilisées à cette fin. En effet, la télévision ou les ciné-clubs seraient plus ou moins intéressés à diffuser un film en sachant qu'il n'a pas obtenu de succès à sa sortie. Par contre, ces films

⁹⁹ Manjunath Pendakur. « Film policies in Canada: In Whose Interest? », *Media, Culture and Society*, vol. 3, 1981, pp. 155-166.

¹⁰⁰ O.J. Firestone, *Op. cit.*, p. 50.

pourraient être archivés à la Cinémathèque et mis sur la plateforme du distributeur, s'il en a une.¹⁰¹

D'un autre côté, le nationalisme n'est pas toujours positif. La majorité de la population au Québec est blanche, francophone et de descendance européenne. Évidemment, le Québec était initialement un territoire autochtone et, aujourd'hui, il accueille plusieurs immigrants, qui représentaient 13,7% de sa population en 2016,¹⁰² en plus des Québécois anglophones. Dans ce sens, renforcer le nationalisme québécois est loin de concerner tous les citoyens de la société québécoise. Certes, il n'est pas exclu que les minorités se considèrent aussi comme nationalistes. Cependant, un sentiment nationaliste trop fort chez la majorité peut mener à un désir de protéger son peuple contre les minorités et conduire au racisme. Par exemple, en 2019, la Loi 21, ou la Loi sur la laïcité de l'État, a été adoptée par le gouvernement du Québec. Cette loi interdit, entre autres, aux employés de l'État de porter des signes religieux. Si pour la majorité du peuple québécois qui n'arbore pas de signes religieux, cela ne pose pas de problèmes, la minorité religieuse qui en porte se sent brimée. Ainsi, cette loi se voulait « neutre » pour la majorité, mais elle se révèle plutôt être contraignante pour la minorité. Cet exemple ne s'applique pas directement au cinéma, mais il permet de mettre en question le cinéma national québécois et son niveau de représentativité de l'ensemble des habitants de la région. En 2019, la journaliste Angie Landry s'est attardée à étudier la représentation de la diversité à la télévision au Québec. Elle a

¹⁰¹ Par exemple, le distributeur Les Films du 3 Mars fait une sortie numérique de tous ses films sur sa plateforme. En janvier 2022, ils ont ajouté six films, produits entre 1992 et 2009, à leur plateforme qui faisaient partis de leur catalogue, mais qui n'avaient jamais été numérisés jusqu'alors.

¹⁰² « Immigration et diversité ethnoculturelle : faits saillants du Recensement de 2016 » *Statistiques Canada*, 25 octobre 2017, <https://www150.statcan.gc.ca/n1/daily-quotidien/171025/dq171025b-fra.htm?indid=14428-1&indgeo=0>, réf. du 12 août 2022.

découvert que dans les dix séries les plus regardées, 11,1% des rôles sont tenus par des acteurs issus de la diversité. Néanmoins, seulement 8,1% sont des rôles principaux.¹⁰³ Le pourcentage de rôles représentant la minorité visible au Québec est donc relativement bas, surtout pour les premiers rôles. Cette étude se concentre sur la télévision, mais le portrait est similaire au cinéma.

¹⁰³ Angie Landry. « Diversité à l'écran : le plafond de verre des rôles vedettes », *ICI Radio-Canada*, 2 septembre 2019, réf. du 28 août 2022, <https://ici.radio-canada.ca/recit-numerique/202/diversite-television-quebec-vedettes-roles-gala>

CHAPITRE 4

LA PLATEFORME ÉLÉPHANT : UNE NOUVELLE FORME DE DISTRIBUTION ?

La plateforme Éléphant a été créée en 2008 dans l'optique de rassembler au même endroit tous les longs-métrages de fiction produits au Québec. C'est une initiative de Québecor, une entreprise de médias de masse et de communication québécoise fondée en 1965 par Pierre Péladeau et qui est dirigée depuis 1999 par le fils de celui-ci, Pierre Karl Péladeau. La mission d'Éléphant est de restaurer en numérisant et de préserver les films afin qu'ils soient accessibles au public en haute définition via la plateforme en commençant par les films plus anciens jusqu'aux plus récents. Pour l'instant, quelque deux-cents films s'y trouvent. La plateforme Éléphant a été choisie comme objet d'étude car elle contribue à la notion de durabilité qui nous intéresse ici. Il s'agit de la seule plateforme dont la mission principale est de préserver le cinéma québécois de façon chronologique tout en fonctionnant aussi comme intermédiaire entre les processus de distribution et d'exploitation, étroitement liés et essentiels à la circulation des films. Représentatif de son époque, le cinéma est un témoignage du contexte socio-culturel. Ce type de plateforme est donc essentiel non seulement pour perpétuer la culture cinématographique québécoise, mais aussi pour en assurer la pérennité.

Les films du catalogue d'Éléphant sont disponibles à la location sur Illico, pour les abonnés de Vidéotron, ou sur iTunes. En plus de rassembler le plus de films québécois possible au même endroit, cette plateforme permet le visionnement de ceux-ci. De cette façon, elle perpétue le patrimoine culturel que représente le cinéma québécois et le rend accessible au grand public. Elle

ne détient que des droits de diffusion en distribution sur la vidéo sur demande.¹⁰⁴ Sur leur site, on évoque la négociation des ententes avec les ayants droit des films et ils les invitent à les contacter s'ils souhaitent numériser leur film. Les profits récoltés par les locations de films seront remis aux détenteurs des droits et aux créateurs. Cependant, le type d'accord établi entre les intervenants et ce que les contrats impliquent de chaque partie ne sont pas mentionnés. Également, les visionnements sont géobloqués¹⁰⁵ au Canada, aux États-Unis et dans des pays francophones et anglophones d'Europe et d'Afrique. Les 50 films sous-titrés en espagnol sont disponibles, de leur côté, dans des pays hispanophones. Les sous-titrages anglais et espagnols ont été rendus possibles avec l'aide de Téléfilm Canada, en plus de la collaboration entre la Cineteca Nacional et la Délégation générale du Québec à Mexico.

Sur le site d'Éléphant, on a accès aux films de plusieurs façons. Sur la page principale sont affichées les nouveautés et les recommandations. En cliquant sur l'option « louer un film », tous les films disponibles sont présentés en ordre alphabétique, on y voit leur affiche, leur titre, leur réalisateur.trice, leur date de production et leur genre. On peut évidemment effectuer une recherche par film dans la barre de recherche ou utiliser les critères de sélection offerts par la plateforme soit l'année, le genre et l'accessibilité par Illico ou iTunes. Lorsqu'on sélectionne un film, la plateforme offre une panoplie d'informations sur sa production comme le budget, les lieux de production, les acteurs, etc., en plus d'un résumé. Plusieurs films ont des fiches sans nécessairement être disponibles pour la location. Puisqu'Éléphant numérise les films en ordre

¹⁰⁴ « FAQ », *Éléphant : mémoire du cinéma québécois*, <https://www.elephantcinema.quebec/faq/>, réf. du 20 août 2022.

¹⁰⁵ Le géoblocage ou blocage géographique permet de restreindre la distribution d'un film sur une plateforme à un territoire donné.

chronologique, les productions plus récentes ne sont pas disponibles. L'acquisition des droits et les numérisations peuvent être des enjeux qui ralentissent le processus. Si le visionnement d'un film n'est pas encore possible, Éléphant donne tout de même plusieurs informations sur ceux-ci. En ce sens, on peut aussi utiliser ce site pour obtenir des renseignements sur les films. Comme plusieurs autres compagnies contemporaines, Éléphant fait sa publicité principalement sur les réseaux sociaux [Facebook](#), [Instagram](#) et [Twitter](#). On y annonce les nouveaux ajouts sur la plateforme, les projections en collaboration avec la Cinémathèque québécoise, des nouvelles relatives au cinéma national en plus de faire la promotion de leurs films déjà disponibles.

La particularité d'Éléphant, ce qui la différencie des autres plateformes, c'est que la location ne se fait pas directement sur son site. Donc, les films sont accessibles aussi sans passer par Éléphant qui n'est que l'intermédiaire entre le client et Illico ou iTunes. En cliquant sur « louer », on envoie le client sur le site d'Illico ou sur iTunes pour louer le film à cet endroit. Bien qu'il ne s'agisse pas d'une plateforme régulière, elle fonctionne par la vidéo sur demande transactionnelle puisque les usagers paient pour chaque film et non pour un abonnement.

Tel que mentionné plus tôt, la plateforme Éléphant offre la possibilité de louer, à travers Illico et iTunes, des films québécois plus anciens, la numérisation ayant débutée de façon chronologique. Bien qu'ils ne se restreignent qu'aux longs-métrages de fiction, leur définition du cinéma québécois est assez large. Par exemple, le film *My Salinger Year* (Philippe Falardeau, 2021) a une fiche sur le site, bien que le visionnement ne soit pas possible pour l'instant. Ce film est une coproduction entre le Canada et l'Irlande, tourné en anglais avec des acteurs provenant du

Canada anglais, d'Irlande, d'Angleterre, des États-Unis. La définition du cinéma national est souvent bien ambiguë, puisque la nationalité d'un film peut être considérée selon son financement, son lieu de tournage, la nationalité de ceux qui ont travaillé sur le film, entre autres aspects. Pour quelqu'un qui n'est pas renseigné, ce film pourrait facilement ne pas sembler québécois bien qu'il soit réalisé par un québécois et financé en partie par des organismes québécois, comme la SODEC. Plusieurs autres films sur Éléphant sont anglophones. Le film *Drying up the Streets* (Robin Spry, 1978) est un autre exemple de production qui ne semble pas être québécoise, mais qui se retrouve tout de même sur la plateforme Éléphant. Il a été produit et distribué par CBC, tourné en Ontario et réalisé par une équipe de Canadiens anglais. Il n'est pas clair en quoi ce film se qualifie comme québécois pour se retrouver sur la plateforme.

Comme il convient au Canada, les films sur la plateforme sont disponibles dans leur langue originale, soit le français ou l'anglais, avec la possibilité de les visionner avec des sous-titres dans ces deux langues. Avec le français et l'anglais comme langues possibles de visionnement, les films sont accessibles pour un grand nombre de personnes à travers le monde. Éléphant a aussi fait le choix d'ajouter l'option de visionner certains films avec des sous-titres en espagnol. Ainsi, le public touché par les films s'agrandit énormément. On pourrait croire que la mission d'Éléphant n'est que de préserver les films québécois, mais il semblerait qu'ils aient aussi pour mission de permettre à un grand nombre de spectateurs d'avoir accès aux films, et ce, à travers différentes cultures.

Éléphant regroupe toutes sortes de productions cinématographiques. Dans ce mémoire, nous nous interrogeons tout particulièrement sur les films qui sont difficiles à trouver, ceux qui n'obtiennent pas beaucoup de visibilité et dont il est ardu de se procurer une copie dans le but de le visionner, qu'ils s'agissent de vieux films ou de films ayant obtenu peu de succès. Si ces films ont réussi à attirer un public au moment de leur sortie, Éléphant leur permet de (re)trouver des spectateurs. On y retrouve aussi des films qui ont déjà une grande disponibilité que ce soit en DVD, à la télévision ou en salle. Par exemple, *La guerre des tuques* (André Melançon, 1984) peut être loué à partir de la plateforme. Pourtant, ce film est très populaire et facile à trouver sur Internet. Il est même encore parfois projeté dans les cinémas¹⁰⁶ et tous les ans à la télévision dans le temps des fêtes. La plateforme propose aussi des films que l'on peut retrouver gratuitement ailleurs comme *J. A. Martin, photographe* (Jean Beaudin, 1976) qui est sur le site de l'ONF, alors qu'Éléphant l'offre au coût de 1,99\$ en location sur Illico et 2,99\$ sur iTunes. Les prix de location sont fixes pour tous les films. Si certains films sont plus chers qu'ailleurs, il arrive aussi que d'autres soient moins dispendieux que sur d'autres plateformes. Par exemple le film *Caffè Italia, Montréal* (Paul Tana, 1985) peut être loué à 4\$ sur la plateforme de son distributeur, Les Films du 3 Mars. Par contre, Éléphant offre la possibilité de visionner des films comme *Jésus de Montréal* (Denys Arcand, 1989) ou encore *Valérie* (Denis Héroux, 1969) qui sont ardu à trouver ailleurs. Nous pourrions donc croire que le but principal d'Éléphant est de rassembler des longs-métrages québécois au même endroit. Cela expliquerait aussi pourquoi certains films ont des fiches sur le site sans être disponibles à la location.

¹⁰⁶ « La guerre des tuques », *Cinéma Moderne*, réf. du 18 septembre 2021, <https://www.cinemamoderne.com/films/details/la-guerre-des-tuques>.

MÉMOIRE ET ARCHIVES

Mémoire et identité étant indissociables, l'histoire du Québec est intimement liée à la quête d'identité, et les archives contribuent à perpétuer cette mémoire nationale. Dans ce sens, nous pourrions affirmer qu'en préservant le cinéma, on conserve une partie de cette mémoire et par conséquent, l'identité d'un peuple.

[M]émoire et identité se compénètrent. Elles se renforcent mutuellement, depuis le moment de leur émergence jusqu'à leur inéluctable dissolution. Il n'y a pas de quête identitaire sans mémoire et, inversement, la quête mémorielle est toujours accompagnée d'un sentiment d'identité, au moins individuelle.¹⁰⁷

Au Québec, la Cinémathèque québécoise représente la plus grande collection d'archives cinématographiques. En plus de la possibilité de visionner des films sur Élément, certains distributeurs créent des plateformes pour diffuser leurs propres films, c'est le cas entre autres de Les Films du 3 Mars, Spira, H264. De cette façon, leurs films sont conservés et archivés puis mis à la disposition du public.

La plateforme Élément a comme sous-titre : « mémoire du cinéma québécois ». Le terme « mémoire » est fondamental ici parce qu'il s'agit d'une façon de considérer le cinéma québécois comme une forme d'héritage national. Il est donc important de le prendre en considération lorsque nous nous interrogeons sur la survie du cinéma, afin de comprendre pourquoi assurer la pérennité des films —et de la mémoire nationale— doit se faire de façon efficace. Associé au

¹⁰⁷ Wenjun Deng. « Cinéma : lieu de la construction de la mémoire collective », *Cahiers de Narratologie*, no. 26, 2014, p. 3.

cinéma québécois dans le cas d'Éléphant, le terme mémoire pourrait également être associé à la culture québécoise puisque le cinéma fait partie de la culture nationale, comme toutes formes d'art. C'est un témoin de la société. C'est le cas, par exemple, du film *Les ordres* (disponible sur Éléphant). Le film porte sur la Loi sur les mesures de guerre mise en place par le gouvernement Trudeau lors de la crise d'Octobre en 1970 en réaction aux actes du Front de libération du Québec (FLQ). Cette loi permet l'arrestation sans mandat de quiconque est jugé suspect. Avec ces arrestations arbitraires, près de 500 personnes ont été mises en détention. Le film de Michel Brault présente cinq personnages qui sont incarcérés en vertu de cette loi dans un style proche du documentaire. De cette façon, les films peuvent servir de témoins historiques et démontrer une réalité passée aux générations futures. C'est aussi le cas pour des éléments aussi banals que l'habillement ou la technologie de l'époque. Nécessairement, chaque film est influencé par son époque ainsi que son pays et la culture qui y est rattachée.

Ce qui différencie un peu le cinéma québécois, c'est qu'il se veut *directement* un « cinéma de la mémoire » dans une grande partie de son histoire, des années 1930 aux années 1970 surtout. [...] Historiens dilettantes [les cinéastes] ont conscience de mettre sur pellicule des gestes, des situations, des outils, des objets d'un monde en train de disparaître ; ils veulent en faire des repères culturels consacrés. Ils ont la volonté explicite de construire la mémoire du Québec.¹⁰⁸

C'est d'ailleurs le cas du documentaire *Pour la suite du monde* où les cinéastes souhaitent recréer la chasse aux marsouins à L'Île-aux-Coudres, une pratique presque disparue. Ce film permet de capturer les images d'une tradition avant qu'elle ne s'éteigne complètement.

Cependant, la mémoire peut être conçue de bien différente façon.

¹⁰⁸ Yves Lever. « Cinéma québécois et mémoire, » dans *Le cinéma au Québec : tradition et modernité*, édité par Stéphane-Albert Boulais, Éditions Fides, Montréal, 2006, p. 78.

[Le r]ôle de la mémoire, influence des œuvres du présent sur la perception de celles du passé, irruption du politique ou des idéologies dans le débat esthétique, prépondérance enfin des lieux d'exposition d'œuvres anciennes, tout est dit du rôle joué par les facteurs institutionnels dans la représentation d'une mémoire du cinéma appelée à devenir histoire.¹⁰⁹

Comme le mentionne l'auteur, la mémoire peut être influencée par plusieurs éléments, et plus le temps avance, plus les œuvres cinématographiques anciennes seront teintées par l'époque à laquelle elles sont visionnées. Les regards changent et évoluent. Plus un film est ancien, plus il a traversé d'époques et donc, de regards différents. Une personne qui visionne un film des décennies après qu'il a été produit et une personne qui visionne le même film à sa sortie ne le comprendra pas de la même façon.

Puisque le cinéma est considéré comme un héritage national, nous pouvons aussi le comprendre comme un patrimoine culturel qui doit être préservé. Celui-ci existe dans le but de représenter le passé aux générations futures, afin de créer des liens entre les époques et comprendre le passé. « Les communautés sont des réseaux de personnes dont le sentiment d'identité ou de liens naît d'une relation historique partagée, ancrée dans la pratique et la transmission de, ou l'attachement à leur patrimoine culturel immatériel. »¹¹⁰ Chaque film québécois représente une époque et une réalité sociale et mérite donc chacun d'être préservé comme le fait Éléphant. Tout ce que crée l'humain devient patrimoine et ceci crée la société. Dans ce sens, il est très important pour une collectivité, et assurer sa conservation l'est tout autant. Lorsque l'on parle de patrimoine

¹⁰⁹ Christophe Gauthier. « Le cinéma : une mémoire culturelle, » dans *1895. Mille huit cent quatre-vingt-quinze : Revue de l'association française de recherche sur l'histoire du cinéma*, 52, 2007, p. 21.

¹¹⁰ Chiara Bortolotto. « Le trouble du patrimoine culturel immatériel », *Terrain, le patrimoine culturel immatériel*, novembre 2011, p. 34.

cinématographique, la conservation se fait par la restauration et par l'archivage. C'est donc une étape nécessaire non seulement pour assurer la pérennité des films, mais aussi pour entretenir cette idée de conservation. C'est une façon de garder une partie de l'histoire qui est fondamentale pour l'identité d'un peuple. Toutes les œuvres commentent la société dans laquelle elles ont été produites. Certaines de ces œuvres sont perdues avec le temps, ou alors, elles ne sont tout simplement jamais archivées. On perd par là une partie de l'histoire.

La notion de mémoire culturelle et la pratique de l'archivage vont aussi de pair. « The archive is the place for the storage of documents and records. With the emergence of the modern state, it became the storehouse for the material from which national memories were constructed. »¹¹¹ Anciennement, la pellicule se détériorait facilement, ce qui pouvait donc mener à la perte des films. Dans les années 1930, la Fédération internationale des archives du film (FIAF) est créée dans le but de conserver les films qui jusqu'alors n'étaient pas activement archivés.¹¹² La conservation du cinéma est importante pour plusieurs raisons, notamment parce qu'elle représente une partie de l'histoire dont nous ne détenons pas d'images en mouvement autrement : « [c]inema, one can argue, is a trace of historical time rendered visible ».¹¹³ De cette façon, le cinéma représente une époque et il importe donc de le conserver pour sauvegarder cette représentation historique : « [l]es archives filmiques portent en effet la trace d'une époque, ou

¹¹¹ Mike Featherstone. « Archive », *Theory, Culture & Society*, v. 23, no. 2–3, mai 2006, Sage Publications, New York, p. 591.

¹¹² Pierre Guibbert. « Archives filmiques et histoire du cinéma », *Vingtième Siècle. Revue d'histoire*, no. 21, 1989, Sciences Po University Press, p. 111.

¹¹³ André Habib. « Ruin, Archive and the Time of Cinema: Peter Delpout's Lyrical Nitrate », *SubStance*, Issue 110 v. 35, no. 2, 2006, p. 122.

plus exactement d'un regard porté sur une époque. »¹¹⁴ De plus, il s'agit d'une œuvre et dans tous les cas, l'art mérite de survivre à travers le temps.

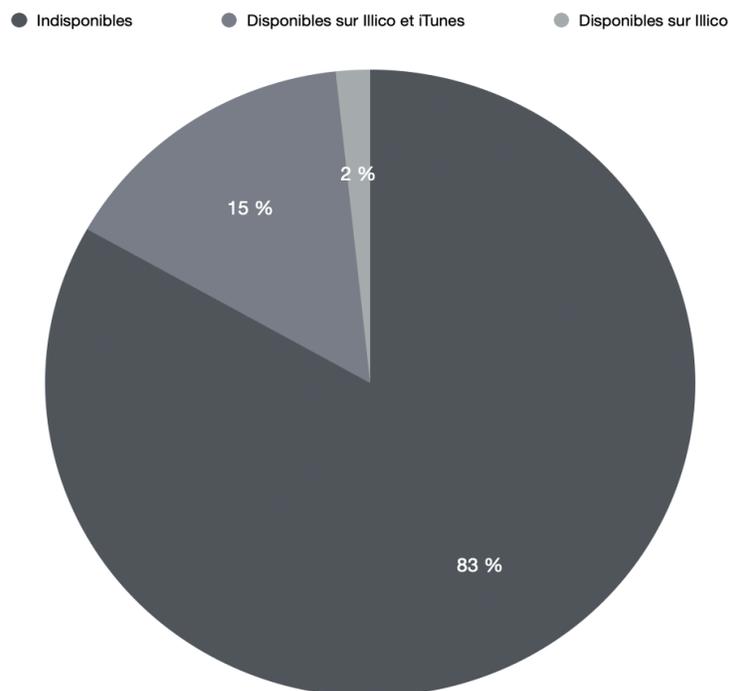
Les archives sont associées à la restauration et à la préservation. Comme mentionné plus haut, les films sur pellicule se détériorent plus rapidement et ils se doivent donc d'être restaurés pour pouvoir ensuite être préservés. Quant aux films numériques, bien qu'ils n'aient pas nécessairement besoin de restauration, il faut tout de même les préserver et c'est justement la mission d'Éléphant. Si avant, les archives filmiques étaient constituées de bobines de film, aujourd'hui elles sont devenues numériques dans une large mesure. La numérisation fait désormais partie des mécanismes de la préservation et ce procédé permet d'éviter la détérioration des films.

STATISTIQUES

Nous avons recensé les données du site d'Éléphant afin d'évaluer la sélection des films disponibles selon les années et les genres. Sur la plateforme, les recherches avancées des films se font de trois façons. Mis à part la barre de recherche, les films peuvent être recherchés selon leur année de production, leur genre ou par ordre alphabétique. Nous avons exclu la recherche par ordre alphabétique de nos statistiques, car elle n'apporte pas d'informations pertinentes. Il est important de noter que toutes les données présentes dans les graphiques suivants ont été recueillies le 22 novembre 2021.

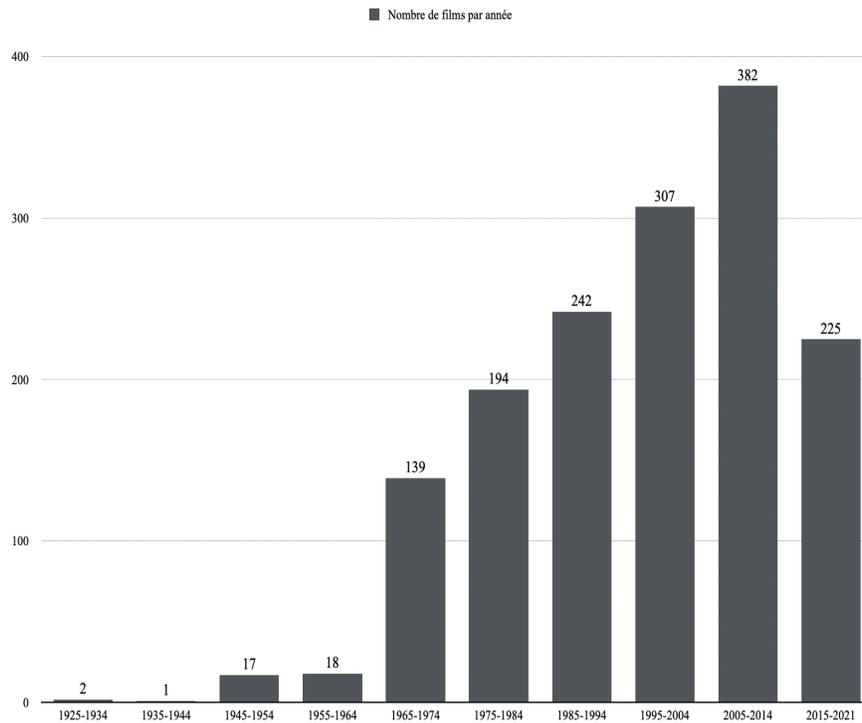
¹¹⁴ Laurent Veray. « L'Histoire peut-elle se faire avec des archives filmiques ? », *1895. Mille huit cent quatre-vingt-quinze*, no. 41, 2003, p. 4.

GRAPHIQUE 1 : DISPONIBILITÉ



Ce graphique représente le pourcentage de films disponibles au visionnement sur la plateforme Éléphant. Présentement, il y a 1527 cinéfiches créées sur la plateforme, mais seulement 231 de ces films sont disponibles au visionnement sur Illico et iTunes et 26 que sur Illico. Comme on peut voir dans le graphique, cela signifie que 83% des films présents sur Éléphant ne peuvent pas être visionnés pour diverses raisons. Ce pourcentage semble haut pour une plateforme dont la mission principale est de restaurer et de rendre les films québécois disponibles au visionnement.

GRAPHIQUE 2 : FILMS PAR ANNÉE



Les films ayant une cinéfiche sur la plateforme sont contenus entre les années 1925 et 2021. Selon le graphique, nous pouvons constater que plus les années avancent, plus le nombre de films sur la plateforme augmente. La rechute contenue entre les années 2015 et 2021 pourrait peut-être être attribuée à la pandémie. Évidemment, il manque aussi trois années à ce dernier regroupement. En moyenne, les années 1995-2004 ont 30,7 films par année et 2005-2014 ont en moyenne 38,2 films par année. Les 2015-2021 ont une moyenne de 32,1 films par année. Alors bien qu'il manque trois années et qu'il s'agit du regroupement touché par la pandémie, la tendance n'est que légèrement à la baisse. L'année 2020 n'a que 23 films, une donnée équivalente à l'année 1995. Entre 1995 et 2020, toutes les années ont un nombre de cinéfiche plus élevé que 23. L'année 2021 a un nombre encore plus bas, soit 21 films. L'année avec le plus grand nombre de cinéfiche est 2006, à raison de 55 films. Les premières années présentent sur la

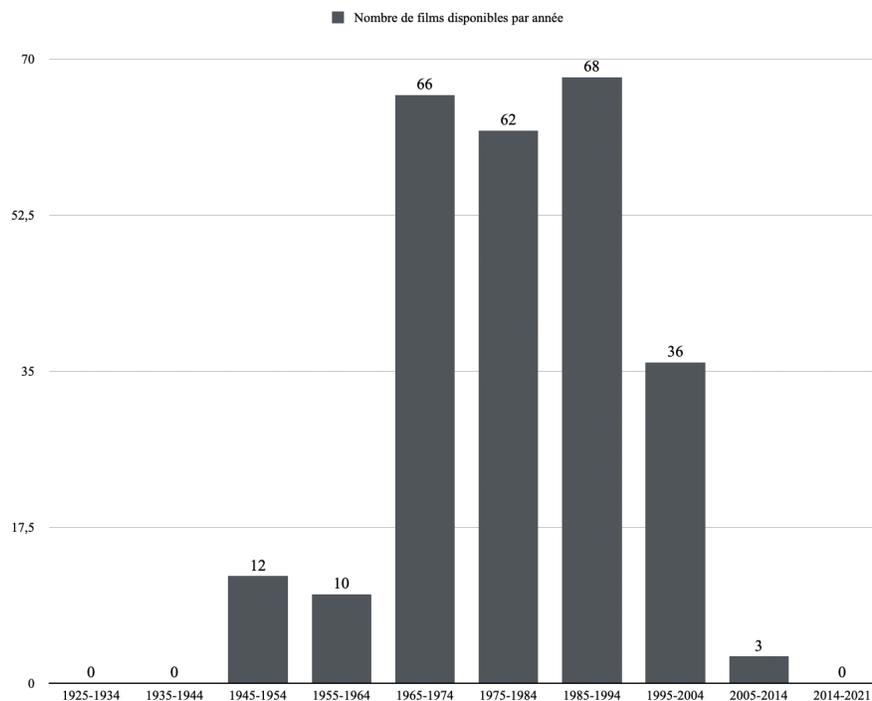
plateforme ont un taux près de zéro. En fait, de 1926 à 1933 puis de 1935 à 1942 inclusivement, il n'y a aucun film. Le saut entre les années 1955-1964 et 1965-1974 est très grand. Cela correspond aux premières années du siège de l'ONF à Montréal. Les années 1960 sont régulièrement citées comme étant le début de cinéma québécois, notamment en raison de films comme *Pour la suite du monde*. On peut ensuite constater que le nombre de films par année n'a cessé d'augmenter par la suite.

En faisant le recensement de la plateforme Éléphant, nous avons aussi constaté que plusieurs longs-métrages de fiction québécois n'y figuraient pas. C'est le cas notamment de *Le survenant* (Denys Gagnon, Maurice Leroux, Jo Martin et Paul Martin, 1957) ou encore, des films plus récents comme *Soumissions* (Emmanuel Tardif, 2021).¹¹⁵ Pour les films anciens qui ne sont pas présents sur la plateforme, nous nous sommes demandé les raisons de ces absences alors que ces films correspondent aux critères de sélection d'Éléphant. Pour les plus récents, nous nous sommes interrogés à savoir combien de temps il fallait à la plateforme pour ajouter les films. Après tout, l'année 2021 a déjà 21 films dans sa catégorie. Nous avons remarqué que d'autres films manquaient comme *Le village enchanté* (Marcel et Réal Racicot, 1955). Il s'agit d'un long-métrage d'animation, mais Éléphant ne spécifie pas prendre en compte les films d'animation, même si plusieurs sont présents sur la plateforme. Alors pourquoi pas celui-ci ? Ensuite, nous avons remarqué que le film *Speak Love* (Emmanuel Tardif, 2019) n'est pas non plus sur la plateforme. Certes, il s'agit d'une fiction art et essai, mais d'une fiction néanmoins.

¹¹⁵ Ces films ne figurent pas sur la plateforme en date du 22 novembre 2021.

De plus, nous avons constaté que plusieurs films se retrouvent en plusieurs éditions sur le site. C'est le cas de *The Peanut Butter Solution* (Michael Rubbo, 1985), *Vincent et moi* (Michael Rubbo, 1990),¹¹⁶ *Le Retour des aventuriers du timbre perdu* (Michael Rubbo, 1994), *Moustaches* (Jim Kaufman, 1997) et *Mon petit diable* (Gopi Desai, 2000). On retrouve ces films deux fois puisque les versions anglaises et françaises sont séparées. Il s'agit en fait d'une séparation entre les versions doublées et non entre les versions sous-titrées. Bien que la distinction soit aussi faite sur Illico, le lien iTunes mène pourtant à la même page. *Kamouraska* (Claude Jutra, 1985) et *Bonheur d'occasion* (Claude Fournier, 1983) sont aussi présents en deux versions, la version régulière et la version intégrale du cinéaste.

GRAPHIQUE 3 : DISPONIBILITÉ PAR ANNÉE



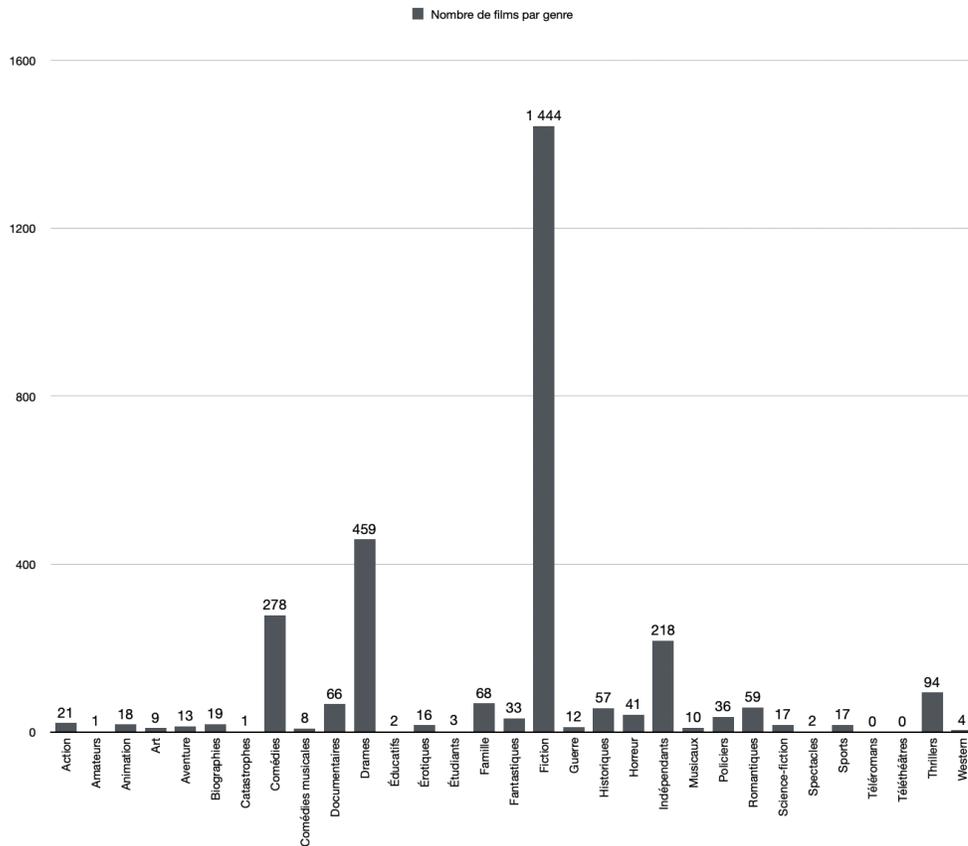
¹¹⁶ Ce film est d'ailleurs catégorisé selon 1991 et non 1990 sur *Éléphant*.

Le graphique 3 est en relation avec le graphique 2. Le graphique 2 illustre tous les films qui ont une cinéfiche sur la plateforme selon les années de production alors que le graphique 3 illustre les films qui sont disponibles au visionnement à partir d'Éléphant selon les années. Comme nous l'avons vu avec le graphique 1, la majorité des films qui ont une cinéfiche sur la plateforme ne sont pas disponibles au visionnement. Il n'est pas donc pas étonnant de constater que si peu de films sont disponibles selon les années. Pour ce graphique, nous avons choisi de ne pas faire la distinction entre les films disponibles sur Illico et iTunes à la fois et ceux disponibles que sur Illico puisque dans les deux cas, il est possible de visionner les films.

Éléphant mentionne que la préservation des films, en les rendant accessibles sur la plateforme, se fait de façon chronologique. Voilà pourquoi on passe de 36 films disponibles entre 1995 et 2004 à 3 en 2005-2014 puis à 0 entre 2015 et 2021. La plus grande disponibilité est entre 1965 et 1995. En effet, entre 1965-1974, 47,5% des films sont disponibles au visionnement, entre 1975-1984, 32% des films sont disponibles et entre 1985-1994, 28%. L'année avec le plus de films disponibles au visionnement est 1976 avec 15 films sur 24 cinéfiches, suivie de près par 1973 avec 14 films sur 27 cinéfiches. Sur le graphique 2, on constate que les trois regroupements d'années les plus prolifiques pour le nombre de films sont 1985 à 2014. Ainsi, la plus grande disponibilité de visionnement et le plus grand nombre de films se chevauchent sans se correspondent complètement. Le film le plus ancien disponible au visionnement est un film de 1945, *Le père Chopin* (Georges Freedland et Fedor Ozep) et le plus récent est *Folle de Dieu* (Jean-Daniel Lafond), un film de 2008, ce qui correspond à l'année de création de la plateforme. Ce graphique démontre le travail que fait Éléphant pour conserver le cinéma québécois,

notamment les films plus anciens. C'est pour cette raison que cette plateforme a été choisie comme étude de cas car elle correspond à la notion de pérennité que nous avons mise de l'avant.

GRAPHIQUE 4 : FILMS PAR GENRE

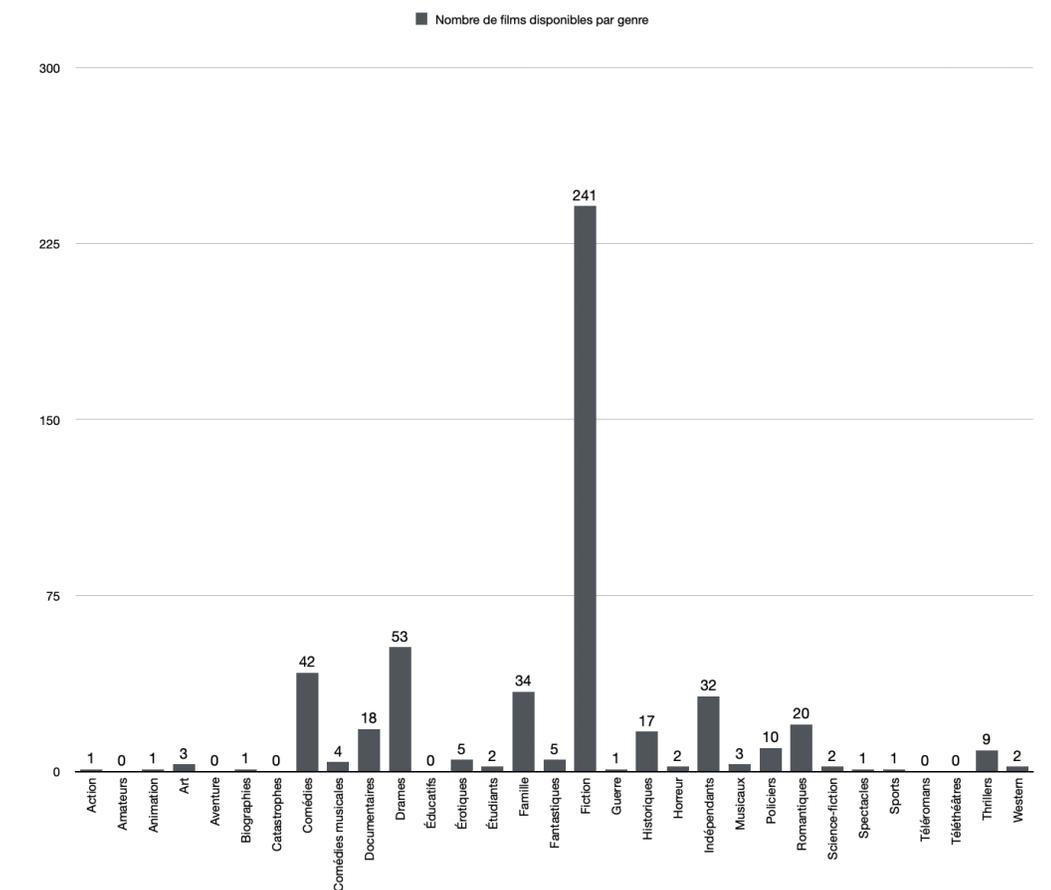


Lorsqu'on parle de cinéma, les films peuvent être classés en trois grandes catégories : la fiction, le documentaire et l'expérimental. Ensuite, chacune de ces catégories comportent plusieurs genres. Sur Éléphant, la distinction entre ces catégories et ces genres n'est pas faite, les films se retrouvant dans plusieurs genres. On retrouve 31 genres qui se chevauchent et qui regroupent un total de 3026 films. Ainsi, chaque film se retrouve en moyenne dans 1,98 genre.

Selon la mission d'Éléphant, on ne se concentre que sur les films de fiction pourtant, les films sont répartis en catégories autres que la fiction. On retrouve le genre « documentaire » qui compte 66 films et le genre « art » qui compte 9 films, en plus de « fiction » qui compte 1444 films. Les films *L'anus horribilis* (Bruno Dubuc, 2006) et *Barbaloune* (Jean Gagné et Serge Gagné, 2002) ne font partie ni de l'une ni de l'autre de ces trois catégories, étant considérés que comme « indépendants » alors qu'ils sont bien des films de fiction. De même, plusieurs films « biographiques » ne participent à aucun de ces genres. C'est le cas de *L'affaire Dumont* (Podz, 2012), de *L'enfant prodige* (Luc Dionne, 2010) et de *Gerry* (Alain Destochers, 2011) alors que pourtant, bien que ces films soient basés sur une histoire vraie, il s'agit tout de même de films de fiction. Les genres « indépendants » et « biographiques » n'excluent pas la possibilité d'un film d'être un film de fiction. Cependant Éléphant semble considérer que pour certains films, cette combinaison n'est pas possible alors que pour d'autres, elle l'est.

Étant donné la répartition des genres, nous ne sommes pas étonnés de constater que le genre « fiction » est celui qui regroupe le plus de films, notamment parce qu'Éléphant se concentrent principalement sur les films de fiction. Ensuite, les trois genres les plus communs sont « drames » avec 459 films, « comédies » avec 278 films et « indépendants » avec 218 films. Les moins populaires sont les « téléromans » et les « téléthéâtres » avec aucun film, et « amateurs » et « catastrophes » avec un film chacun. Il semble peu pertinent pour la plateforme de conserver des genres avec aucun film comme « téléromans » et « téléthéâtres », d'autant plus qu'il s'agit de genres peu communs. Peut-être ont-ils ajouté ces genres dans le but d'y ajouter éventuellement des films.

GRAPHIQUE 5 : DISPONIBILITÉ PAR GENRE



Ce graphique indique le nombre de films disponibles au visionnement selon chaque genre. Il est la suite du graphique 4. Il n'est pas étonnant que les genres ayant le plus de films disponibles soient les genres avec le plus de films dans le graphique 4, soit « comédies », « dramas » et « fiction ». En effet, ces trois genres avaient un nombre de films significativement plus élevé que les autres dans le graphique précédent. La thématique qui se démarque est « famille ». Dans le graphique 4, il est le sixième genre ayant le plus de films, avec 68 films, et dans le graphique 5, il est le quatrième avec 34 films. 50% des films de « famille » sont disponibles au visionnement, soit le plus grand pourcentage de tous les genres après « étudiants » qui a un taux de 66,67%, mais avec seulement deux films. Certes, « comédies musicales », « spectacles » et « western » ont

aussi un taux de 50%, mais le nombre initial de films étant si bas, le pourcentage élevé est peu significatif. Plusieurs genres qui n'avaient que quelques cinéfiches n'ont aucun film disponible au visionnement. C'est le cas de « amateurs », « aventures », « catastrophes » et « éducatifs ». Ensuite, plusieurs autres genres qui avaient jusqu'à quelques dizaines de films n'ont qu'un seul film disponible. C'est le cas de « action », « animation », « biographiques », « guerre », « spectacles » et « sports ». Mis à part « spectacles » qui a un taux de 50%, tous ces genres ont un pourcentage de disponibilité sous 8,33%, ce qui est aussi le pourcentage de « guerre » pour 12 cinéfiches et un film disponible. Excluant les genres n'ayant aucun film disponible, le genre avec le plus petit pourcentage est « action » avec 4,76% soit 21 cinéfiches pour un film disponible. Nous avons mentionné nous intéresser qu'au cinéma de fiction dans ce mémoire. Éléphant se concentre principalement sur la fiction. Cette plateforme représente donc une étude de cas pertinente à notre questionnement. Certes, le documentaire et l'expérimental sont tout aussi importants et ces films sont sous-représentés sur Éléphant.

CONCLUSION PARTIELLE

Avec si peu de films disponibles au visionnement sur la plateforme Éléphant, soit 17% des films que l'on retrouve sur le site, c'est à se demander si Éléphant permet réellement d'assurer la pérennité du cinéma québécois. Évidemment, nous ne remettons pas en question l'apport que fournit Éléphant au cinéma québécois, mais nous sommes tout de même étonnés de constater le taux si bas de films disponibles. La plateforme est en fonction depuis 2008 et a présentement 257 films disponibles, ce qui représente 19,77 films numérisés en moyenne par

année, donc 1,65 films par mois. Le 13 mars 2022, nous avons fait le même exercice. Il y avait alors 1651 cinéfilmes sur le site, mais le même nombre de films disponibles à la location. Ce qui signifie qu'en quatre mois, aucun film n'a été numérisé. Nous nous doutons bien que les processus d'obtention des droits et de numérisation des films peuvent varier d'un film à l'autre. Cependant, même si la numérisation des films se fait de façon graduelle, elle est non négligeable et peu importe le temps que cela prend à Éléphant, il n'en demeure pas moins qu'avec le temps, des films impossibles à trouver ailleurs seront disponibles sur la plateforme. Si le processus de restauration et numérisation est long, la plateforme s'efforce tout de même de poursuivre le travail. Les deux derniers films ayant fait leur apparition sur Éléphant le 28 juin 2022 sont *Doux aveux* (Fernand Dansereau, 1982) et *On est au coton* (Denys Arcand, 1976) comme annoncé sur leurs pages Facebook¹¹⁷ et Twitter.¹¹⁸

Évidemment, on peut alors se poser la question à savoir si une plateforme numérique est la façon la plus efficace de conserver le cinéma. D'un côté, archiver des films sur une plateforme prend moins de place physique que de posséder une copie DVD de ces films. Dans le cas d'Éléphant, la plateforme permet aux consommateurs de regarder le film plus facilement au sens où tous les films de la plateforme sont accessibles au même endroit. Par contre, d'un autre côté, le débat salle contre plateforme est toujours d'actualité. Visionner un film produit pour grand écran sur un ordinateur ou même sur un téléphone ne permet pas toujours de saisir l'essence du film, la vision

¹¹⁷ Éléphant : mémoire du cinéma québécois. Ajout de films. *Facebook*, 28 juin 2022, <https://www.facebook.com/elephantcineqc/posts/pfbid0ztmRzd5kWF4jD2kCJ2H57YzgSgjVpj9b6u91xSQ7Lor6MyLM54hxMN1Gr6dPCwLql>, réf. du 1^{er} juillet 2022.

¹¹⁸ Éléphant Cinéma Qc [@elephantcineqc]. Ajout de films. *Twitter*, 28 juin 2022, 15h38, <https://twitter.com/elephantcineqc/status/1541868713925804033>.

du cinéaste. Bien qu'Éléphant offre la majorité de ses films sur sa plateforme, une projection en salle est organisée à la Cinémathèque québécoise à tous les mois pour permettre aux films d'être vus sur grand écran. Ces projections sont régulièrement accompagnées de rencontres avec un membre de l'équipe du film. En ce sens, Éléphant ne se charge pas seulement de regrouper des films québécois sur sa plateforme, mais aussi de trouver de nouvelles manières de diffusion pour ceux-ci. Cette mission incorpore parfois des fonctions habituellement liées au travail de distribution, telles que la diffusion en salle suivie de rencontre avec les artisans du film et la publicité entourant la mise sur plateformes.

Selon ce qui est indiqué dans la section « Qu'est-ce qu'Éléphant ? », la restauration faite par la plateforme a été parfois à partir de copie de films qui étaient si abîmés qu'il n'était pas possible de les visionner. En ce sens, à moins qu'il existe une autre copie lisible ailleurs, Éléphant permet de faire revivre certains films. Il est d'ailleurs spécifié que : « [s]ans Éléphant, un pan de notre patrimoine cinématographique serait disparu à jamais. »¹¹⁹ La plateforme travaille en collaboration avec la Cinémathèque québécoise. Cette collaboration fonctionne dans les deux sens, la Cinémathèque fournit des copies de film à Éléphant dans le but de les restaurer et les numériser, ensuite ces films sont projetés à la Cinémathèque. Comme le mentionne Marie-José Raymond, qui est en charge de la mission Éléphant avec Claude Fournier, dans sa vidéo disponible sur le site, le but de la plateforme est de faire vivre le cinéma québécois et de perpétuer le patrimoine culturel québécois ici et ailleurs. La vidéo a été réalisée en 2012 et Raymond dit souhaiter rendre Éléphant accessible partout dans le monde. Aujourd'hui, les films

¹¹⁹ « Qu'est-ce qu'Éléphant ? » *Éléphant, mémoire du cinéma québécois*, réf. du 2 décembre 2021, https://www.elephantcinema.quebec/a_propos/.

sont disponibles dans les pays francophones, anglophones et même hispanophones pour certains.

Son souhait semble se concrétiser de plus en plus.

CONCLUSION

En analysant le contexte québécois, ce mémoire a eu pour but de démontrer l'importance de la distribution dans plusieurs étapes de la vie d'un film. Nous avons tenté de déterminer quelle était la méthode la plus efficace pour assurer la pérennité du cinéma québécois, notamment celle des films datant d'avant l'ère numérique. Notre hypothèse a proposé que la distribution sur plateforme numérique était la meilleure méthode. Pour ce faire, nous avons effectué une analyse de la chronologie des médias de la distribution initiale à la distribution de pérennité, avant de définir quelques aspects caractéristiques du cinéma québécois pour mieux comprendre les enjeux de sa mise en écran. Également, la plateforme Éléphant a servi d'étude de cas principale dans cette recherche.

Le premier chapitre repose sur la distribution initiale, soit la première partie de la chronologie des médias. Les trois types de distribution abordés dans ce chapitre sont la participation en festivals, la sortie de films en salle et la présentation sur plateformes numériques. Bien que ce chapitre serve principalement à analyser les trois méthodes de distribution « initiale, » nous en sommes venus à la conclusion que les trois types de distribution sont tous aussi importants les uns que les autres. Cependant, il est évident que la sortie en salle perd de plus en plus sa place au profit des plateformes, à un point tel que les sorties dans ces deux endroits sont parfois simultanées. Cela oblige les exploitants à trouver des moyens plus créatifs de programmer des films dans leurs salles. Le deuxième chapitre porte sur la distribution « de la pérennité, » à savoir les méthodes de distribution qui permettent de continuer à trouver des spectateurs pour un film

après sa sortie. Nous y avons analysé six façons d’y arriver soit par la sortie vidéo, la diffusion à la télévision, la sortie éventuelle sur les plateformes, la projection en ciné-clubs et en cinémathèques et enfin la vente institutionnelle. Nous avons conclu que la sortie sur plateformes était ce qui permet aux spectateurs de retrouver un film plus facilement, et elle semble aussi être privilégiée par ceux-ci. Le troisième chapitre a permis de définir le cinéma québécois et les défis auxquels il doit faire face, notamment le combat contre le cinéma hollywoodien et la difficulté d’exportation en raison de sa langue et ses thèmes et ce, afin de comprendre l’importance de l’objet d’étude du chapitre suivant. Puis, nous avons étudié la plateforme Éléphant. Notre analyse se fondait sur les données que nous avons pu retrouver directement sur le site, et non sur des textes académiques concernant la plateforme puisqu’ils sont presque inexistant.

Enfin, les recherches et les analyses ont confirmé notre hypothèse de départ. En effet, de nos jours, les plateformes de vidéo sur demande prennent de plus en plus de place dans la vie des spectateurs. Les usagers ont différents types d’abonnement à plusieurs plateformes à la fois. Le nombre d’entrées en salle baisse alors que le nombre de visionnements sur plateformes augmente. Il serait donc juste de croire que les plateformes sont —du moins pour le moment— la solution pour assurer la visibilité du cinéma québécois. Si Éléphant se concentre sur les films plus anciens en les restaurant, plusieurs distributeurs québécois ont entrepris la mise en ligne de leur catalogue. C’est le cas de Les Films du 3 Mars, Maison 4:3, Spira, Fragments distribution.¹²⁰ Ces distributeurs indépendants rendent leurs films accessibles sur leur site Internet soit à la

¹²⁰ Fragments distribution a été racheté et jumelé à H264, un distributeur et agrégateur. La société de distribution n’existe plus de façon indépendante, mais son catalogue est toujours disponible en ligne.

location individuelle ou par abonnement. De cette façon, leurs films ont une visibilité qu'ils n'auraient peut-être pas autrement.

Bien que les sociétés de distribution citées plus haut permettent la location de leur catalogue, il n'en demeure pas moins qu'elles se spécialisent plutôt en documentaire et en court-métrage, comme c'est surtout le cas avec Les Films du 3 Mars et Spira. De cette façon, Éléphant est la seule plateforme ayant comme mandat de faciliter l'accès aux longs-métrages de fiction québécois. D'ailleurs, l'intérêt principal d'Éléphant est la restauration dans le but de conserver une part de la culture québécoise et la rendre accessible plutôt que de faire des gains monétaires. Ainsi, avec Éléphant et les plateformes de distribution indépendantes citées plus haut, on réussit à faire un panorama plutôt complet du cinéma québécois puisqu'on y retrouve de la fiction et du documentaire, des longs-métrages et des courts-métrages, de vieux films et des films plus récents. Par contre, aucune de ces plateformes ne donne accès aux films commerciaux récents puisque tous ces distributeurs sont indépendants. Récemment Netflix a entrepris de distribuer de plus en plus de films québécois, 25 au total en date de juillet 2021. Nous pouvons maintenant y voir la trilogie *1981, 1987 et 1991* de Ricardo Trogi, *De père en flic* (Émile Gaudreault, 2008) ou encore *Starbuck* (Ken Scott, 2011). Certes, les films sur Netflix vont et viennent, ce qui rend la pérennité plus difficile, mais il n'en demeure pas moins que la plateforme offre une certaine visibilité au cinéma québécois. Notamment en produisant le tout premier film québécois *Netflix original* en 2020, *Jusqu'au déclin* (Patrice Laliberté). Le long-métrage a obtenu du succès à l'international; il a été visionné pas moins de 21 millions de fois dans le mois suivant sa mise en

ligne, et ce, principalement en Colombie, au Brésil, en Pologne, en Espagne et en Roumanie.¹²¹ Idéalement, si tous les distributeurs faisaient comme les distributeurs indépendants du Québec en créant une plateforme pour y diffuser leurs films, le problème de la perte des films n'en serait plus un avec le temps.¹²²

Dans ce mémoire, nous souhaitons déterminer quelles étapes permettent à un film de rester dans l'œil du public après son retrait des salles. Nous pensons que bien que chaque type de distribution de pérennité soit fondamental — et bien que les plateformes facilitent l'accès aux films pour le public — toutes ces formes de distribution sont nécessaires. Les différents types de distribution se complètent dans le sens où juste une d'entre elles ne serait pas suffisante pour assurer la pérennité d'un film. Un point moins abordé dans ce mémoire est l'importance du public cible et de la campagne de marketing. Si le public cible est mal évalué dès le début, le succès du film va nécessairement en souffrir. Évidemment, une campagne appropriée n'est pas toujours gage de popularité, mais elle peut y contribuer.

Le travail du distributeur touche à bien des aspects dans la vie d'un film. Il est responsable d'obtenir des fonds auprès de la SODEC et Téléfilm Canada si le film est admissible. Sans nécessairement être responsable du montage de la bande-annonce, il donne tout de même son avis sur celle-ci et fait de même pour l'affiche. Il travaille de pair avec un relationniste de presse et détermine quel type de publicité serait le plus approprié pour le film. Il contacte les exploitants

¹²¹ Annabelle Caillou. « Un succès inespéré pour « Jusqu'au déclin » sur Netflix », *Le Devoir*, 10 décembre 2020.

¹²² Une question importante pour un autre projet de recherche serait de savoir si ces processus de numérisation sont effectués avec la qualité nécessaire pour créer des copies avec la qualité requise pour tous les types d'exploitation.

et définit la date de sortie idéale. Il gère ensuite les achats par des télédiffuseurs, des plateformes, des institutions.

De cette façon, le travail du distributeur peut exercer une influence majeure sur la popularité d'un film. Une quelconque production cinématographique peut avoir beaucoup de potentiel, mais si le marketing est mal fait, les spectateurs ne seront pas portés à aller le voir. Dans ce sens, malgré les types de distribution de pérennité, si le film n'a pu obtenir une campagne de marketing adéquate, ces méthodes ne contribueront pas à sa survie. Ce qui fait de la plateforme Éléphant un projet extraordinaire c'est que leur but est de restaurer, numériser et rendre accessible tous les films québécois sans se soucier de leur succès.

CODA : LA DÉCOUVRABILITÉ

À l'ère d'Internet, la découvrabilité est une notion non négligeable. Nous avons choisi de l'exclure de ce mémoire pour nous concentrer sur les façons qui permettent de visionner les films, mais nous souhaitons tout de même lui donner sa place. On définit la découvrabilité comme renvoyant à toutes les stratégies permettant de donner de la visibilité à un contenu auprès des internautes, et ce, en fournissant des informations sur ce contenu (et non pas le contenu lui-même).¹²³ On peut parler de découvrabilité immédiate par exemple, pour un film qui prend l'affiche sous peu, en diffusant la bande-annonce avant une vidéo YouTube ou encore, en faisant une publicité sur un site rejoignant le public cible. De plus, certains réseaux sociaux permettent

¹²³ « Découvrabilité. » *Office québécois de la langue française*. https://gdt.oqlf.gouv.qc.ca/ficheOqlf.aspx?Id_Fiche=26541675, réf. du 5 août 2022.

de faire des campagnes publicitaires, comme Facebook, Twitter et Instagram. Il y a plusieurs façons de rejoindre le public.

Si ces méthodes fonctionnent bien pour donner de la visibilité à un film récent, ce n'est pas toujours le cas pour les films plus anciens. Pour assurer une découvrabilité qui perdure, il faut faire en sorte que la recherche web du film soit efficace. Effectivement, si un internaute veut se renseigner sur un film, mais que pour ce faire il doit se rendre à la troisième page de son navigateur, on ne peut parler de recherche efficace. Des sites comme Internet Movie Database (IMDb) et tout l'organisme Wikimedia — qui englobe notamment Wikipédia, Wikidata et Wikimedia Commons — permettent de donner de la visibilité aux films. Il s'agit de sites relativement simples à naviguer, mais surtout, les internautes les connaissent bien et les films ressortent toujours dans les premiers résultats à la suite d'une recherche. Ainsi, créer des pages IMDb et Wikipédia pour un film aide à sa découvrabilité.

Pour le cinéma québécois spécifiquement, *Éléphant* sert autant comme plateforme qu'à la découvrabilité. Comme nous l'avons vu dans le chapitre précédent, seulement 17% des films présents sur la plateforme peuvent être visionnés. Donc, 83% des films sur *Éléphant* n'y sont que pour la visibilité (bien qu'ils aient pour but d'éventuellement les numériser). Certaines plateformes ont pour seule mission d'accorder de la visibilité aux cinémas québécois. C'est notamment le cas d'*Aime ton cinéma*. Il s'agit de l'initiative du Regroupement des distributeurs indépendants de films du Québec. Le site répertorie les films québécois qui sont présentement à l'affiche ou qui prendront l'affiche sous peu, en salle, en ligne et à la télévision en plus d'avoir

des fiches pour les films qui ne sont plus à l'affiche. De cette façon, les spectateurs peuvent se rendre sur ce site et être informés sur la disponibilité des films québécois. Les responsables de ce site travaillent en collaboration avec Où voir, à la fonction similaire, mais non plus spécifiquement consacrée au cinéma québécois. Aime ton cinéma a donc pour seule fonction d'indiquer où sont disponibles les films et de communiquer de l'information sur les films qui ne sont pas présentement à l'affiche. Bien que moins complet qu'Éléphant comme information, Aime ton cinéma indique tout de même le titre, le cinéaste, l'année de production, le genre, ainsi qu'un synopsis, l'affiche et la bande-annonce.

BIBLIOGRAPHIE

- Anderson, Benedict. *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*, Verso, Londres, 2016, 256 p.
- Béland, Daniel et André Lecours. « Le nationalisme et la gauche au Québec », *Globe*, v. 14, n. 1, 2011, pp. 37-52.
- Bélangier, Cédric. « *Les Boys* : la petite histoire d'un grand succès québécois », *Journal de Montréal*, 21 novembre 2020. <https://www.journaldequebec.com/2020/11/21/les-boys-la-petite-histoire-dun-grand-succes-quebecois>.
- Bérubé, Bernard et Richard Magnan. « La distribution des films québécois aux États-Unis », *Cinémas. Revue d'études cinématographiques = Journal of Film Studies*, vol. 7, n. 3, printemps 1997, pp. 31-59.
- Bouchard, Serge et Marie-Christine Lévesque. *Les images que nous sommes : 60 ans de cinéma québécois*, Les éditions de l'Homme, 2013, Montréal, 272 p.
- Boudet-Dalbin, Sophie. « La distribution des films par Internet : un défi pour la politique audiovisuelle européenne », *Sens Public*, 2006, <http://www.sens-public.org/articles/321/>

Boulais, Stéphane-Albert. *Le cinéma au Québec : tradition et modernité*, Éditions Fides, 2006, Montréal, 349 p.

Bortolotto, Chiara. « Le trouble du patrimoine culturel immatériel », *Terrain, le patrimoine culturel immatériel*, novembre 2011, pp. 21-43.

Brewer, Stephanie M., Jason M. Kelley et James J. Jozefowicz. « A Blueprint for Success in the US Film Industry », *Applied Economics*, vol. 41, n. 5, 2009, pp. 589-606.

Caillou, Annabelle. « Un succès inespéré pour « Jusqu'au déclin » sur Netflix », *Le Devoir*, 10 décembre 2020.

Carroll Harris, Lauren. « Film Distribution as Policy: Current Standards and Alternatives », *International Journal of Cultural Policy*, vol. 24, n. 2, 2018, pp. 236-255.

Carroll Harris, Lauren. « Theorising Film Festivals as Distributors and Investigating the Post-Festival Distribution of Australian Films », dans *Studies in Australasian Cinema*, vol. 11, n. 2, 2016, pp. 46-58.

Christensen, Jerome. « Studio Authorship, Corporate Art (2006) », *Auteurs and Authorship: A Film Reader*, édité par Barry Keith Grant, Malden, Blackwell Publishing, 2008, pp. 167-179.

Creton, Laurent, *Économie du cinéma, perspectives stratégiques*. 2001, Paris, Nathan, 3^{éd.}

Daudelin, Robert. « La cinémathèque québécoise », *Continuité*, n. 41, automne 1988, pp. 27-28.

Delaporte, Chloé. « La médiation générique des contenus cinématographiques sur les plateformes de vidéo à la demande », *La découverte*, v. 5, n. 217, 2019, pp. 151-184.

Deng, Wenjun. « Cinéma : lieu de la construction de la mémoire collective », *Cahiers de Narratologie*, no. 26, 2014, pp. 1-10.

Dequen, Bruno. « Au royaume des orphelins : diffusion et distribution du cinéma contemporain », *24 images*, n. 175, décembre 2015/janvier 2016, pp. 12-13.

Dequen, Bruno. « *The Auteurs* et la distribution du cinéma d'auteur à l'ère du web 2.0 », *24 images*, n. 143, septembre 2009, pp. 28-29.

Ellis, John. "Chapter 8: Broadcast as Sound and Image." in *Visible Fictions : Cinema: Television: Video*. Revised Edition, Londres. Routledge, 1992, pp. 127-145.

Featherstone, Mike. « Archive », *Theory, Culture & Society*, v. 23, no. 2-3, Sage Publications, New York, mai 2006, p. 591.

Feng, Lin. « Online Video Sharing, an Alternative Channel for Film Distribution? Enforcement, Censorship, and Chinese Independent Cinema », *Chinese Journal of Communication*, vol. 10, n.3, 2017, pp. 1-37.

Firestone, O.J., « Problèmes particuliers au Québec en matière de distribution cinématographique (document) », *Sociologie et sociétés*, vol. 8, n. 1, avril 1976, pp. 43-69.

Garneau, Michèle. « La mise en patrimoine sur ONF.ca », *Imaginations*, 30 mai 2015, pp. 9-22.

Gaulejac, Vincent de. « Identité », *Vocabulaire de psychosociologie, références et positions*, Paris, Érès, 2002, pp. 174-180.

Gauthier, Christophe. « Le cinéma : une mémoire culturelle, » dans *1895. Mille huit cent quatre-vingt-quinze : Revue de l'association française de recherche sur l'histoire du cinéma*, 52, 2007, pp. 9-26.

Gauvreau, Claude et Gaëtan Tremblay. « Culture et cinéma : l'Évolution de la politique québécoise », *Journal of Canadian Studies/Revue d'études canadiennes*, vol. 30, n. 3, automne 1995, pp. 5-37.

Gendron, Nicolas. « Xavier Dolan, réalisateur de *Mommy* », *Ciné-bulles*, v. 32, n. 3, été 2014, pp. 4-9.

Gomez-Uribe, Carlos A. et Neil Hunt. «The Netflix Recommender System: Algorithms, Business Value, and Innovation », *ACM Transactions on Management Information Systems (TMIS)*, vol. 6 n. 4, art. 13, 2016, pp. 1-19.

Grugeau, Gérard. « Xavier Dolan : l'accélérateur d'intensité », *24 images*, n. 165, décembre 2013/janvier 2014, pp. 40-43.

Guibert, Pierre. « Archives filmiques et histoire du cinéma », *Vingtième Siècle. Revue d'histoire*, no. 21, 1989, Sciences Po University Press, pp. 111-115.

Habib, André. « Ruin, Archive and the Time of Cinema: Peter Delpout's Lyrical Nitrate », *SubStance*, Issue 110 v. 35, no. 2, 2006, pp. 120-139.

Hamlin, Jeffrey W. « The Process and Methodology of Distributing Independent Films on DVD », (mémoire de maîtrise, Michigan State University, East Lansing, États-Unis) 2004, réf. du 1er mai 2021, <https://www.proquest.com/openview/d64c4495a58bfd831500fd5dd1ecb078/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750&diss=y>.

Herzog, Charlotte. « The Movie Palace and the Theatrical Sources of Its Architectural Style », *Cinema Journal*, vol. 20, n. 2, 1981, pp. 15-37.

Hurault-Paupe, Anne et Céline Murillo. « Et le cinéma indépendant ? / What about Independent Cinema ? Introduction », *Revue française d'études américaines*, n. 136, 2013, pp. 3-14.

Laberge, Yves. « Un siècle de cinéma au Québec », *Cap-aux-Diamants*, n. 38, 1994, pp.10-13.

Laborderie, Pascal. « Ciné-club », *Publictionnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics*, 12 novembre 2018, réf. du 10 mai 2021, <http://docplayer.fr/123125539-Cine-club-pascal-laborderie.html>.

Lacasse, Germain, Hubert Sabino et Gwenn Scheppler. « Le doublage cinématographique et vidéoludique au Québec : théorie et histoire », *Décadrages Cinéma, à travers champs*, 2013, pp. 28-51.

Landry, Angie. « Diversité à l'écran : le plafond de verre des rôles vedettes », *ICI Radio-Canada*, 2 septembre 2019, réf. du 28 août 2022, <https://ici.radio-canada.ca/recit-numerique/202/diversite-television-quebec-vedettes-roles-gala>

Lange, André, Susanne Newman-Baudais et Thierry Hugot. *Les entreprises de distribution cinématographique en Europe*, pp. 9-22.

Lever, Yves. « Cinéma québécois et mémoire, » dans *Le cinéma au Québec : tradition et modernité*, édité par Stéphane-Albert Boulais, Éditions Fides, Montréal, 2006, pp. 77-90.

Li, Jinying. « From D-Buffs to the D-Generation: Piracy, Cinema, and an Alternative Public Sphere in Urban China », *International Journal of Communication*, vol. 6, 2012, pp. 542–563.

Lobato, Ramon. « Introduction » et « Distribution from Above and Below », dans *Shadow Economies of Cinema: Mapping Informal Film Distribution*, Bloomsbury Publishing, 2012, Londres, pp. 1-20.

Knegt, Peter. « Xavier Dolan Gets Respect », *Film Quarterly*, vol. 68, n. 2, hiver 2014, pp. 31-36.

Kotte, Claudia. « ReFocus: The Film of Xavier Dolan », *Historical Journal of Film, Radio and Television*, v. 40, n. 3, 2020, p. 624-626.

Marshall, Bill. *Quebec National Cinema*, McGill-Queen's University Press, 2000, Montréal, 400 p.

Melnyk, George. « Toward the Quebec Auteur: From Perrault to Arcand », *Cineaction*, n. 57, 2002, pp. 16-29.

Mondor, Pierre. « La distribution de films au Québec en 2011 » (mémoire de maîtrise, Université de Montréal, Montréal, Canada) 2011, récupéré de papyrus, <https://papyrus.bib.umontreal.ca/xmlui/handle/1866/8321>.

Muñoz Larroa, Argelia et Natàlia Ferrer-Roca. « Film Distribution in New Zealand: Industrial Organization, Power Relations, and Market Failure », *Media Industries*, vol. 4, n.2, 2017, pp. 1-21.

Nieguth, Tim, éditeur. *Nationalism and Popular Culture*, Routledge, New York, 2020, 180 p.

Paci, Viva. « Entre promesse et menace : le cinéma regarde la télé ». *Télévision : le moment expérimental*, Rennes, Éditions Apogée, 2011, pp. 525-532.

Pageau, Pierre. « La cinémathèque québécoise : 50 ans voués au cinéma », *Séquences : la revue de cinéma*, n. 286, septembre-octobre 2013, pp. 14-15.

Paquet, Quentin. « Le cinéma indépendant américain : une liberté complexe » et « La SVOD : nouvelle terre d'accueil du cinéma et des consommateurs ? », *Les acquisitions des films indépendants américains en France : une économie victime d'une filière en mutation* (mémoire de maîtrise, La Fémis, Paris, France) 2020, réf. du 30 avril 2021, https://www.femis.fr/IMG/pdf/distribution_paquet.pdf, pp. 5-20, 57-69.

« Patrimoine culturel, patrimoine naturel, » *Ministère de la Culture et de la Communication*,
septembre 2014, pp. 1-8.

Pendakur, Manjunath. « Film Policies in Canada: In Whose Interest? », *Media, Culture and Society*, vol. 3, 1981, pp. 155-166.

Peranson, Mark. « First You Get the Power, Then You Get the Money: Two Models of Film Festivals » dans *Dekalog 3: On Film Festivals*, édité par Richard Porton, London: Wallflower, 2009, pp. 23–37.

Poirier, Christian. « Cinéma, numérique et « multiécranité » au Québec. Considérations empiriques et réflexives », *La sociologie des médias au Québec*, v. 58, n.1, janvier-avril 2017, pp. 65-91.

Raats, Tim, Ilse Schooneknaep et Caroline Pauwels. « Supporting Film Distribution in Europe: Why Is Overcoming National Barriers so Difficult? », *Handbook of State Aid for Film*, Springer International Publishing, 2018, New York, pp. 193-210.

Rousselière, Damien. « Cinéma et diversité culturelle : le cinéma indépendant face à la mondialisation des industries culturelles », *Cultures ou mondialisation ?* v. 15, n. 2, printemps 2005, pp. 101-123.

Smits, Roderik. « Film Distribution and the Role of Gatekeeping » et « VOD Platforms in the Era of Online Availability », dans *Gatekeeping in the Evolving Business of Independent Film Distribution*, Palgrave Macmillan, 2019, New York. pp. 1-24, 147-170.

Soraya Benanaya, Inès. « Cinéma, nouveaux usages et modes de financement : vers une nécessaire évolution de la chronologie des médias » (mémoire de maîtrise, Université Laval, Canada et Université Paris-Sud, France), 2019, récupéré sur Corpus : <https://corpus.ulaval.ca/jspui/bitstream/20.500.11794/38197/1/35714.pdf>, 111 p.

Veray, Laurent. « L'Histoire peut-elle se faire avec des archives filmiques ? », *1895. Mille huit cent quatre-vingt-quinze*, no. 41, 2003, pp. 1-12.

Véronneau, Pierre. « Le cinéma québécois aux États-Unis a-t-il plus de chances d'être mieux reçu en anglais ? », *Cinémas : Revue d'études cinématographiques = Journal of Film Studies*, vol. 7, n. 3., printemps 1997, pp. 81-118.

Villeneuve, Anne-Claire. « Le lien entre le succès commercial du cinéma québécois et l'évolution récente du secteur de la distribution au Québec » (mémoire de maîtrise, Université du Québec à Montréal, Canada), 2008, récupéré de l'archive de publications électroniques de l'UQAM : <https://archipel.uqam.ca/896/>.

Villeneuve, Anne-Claire, André Mondoux et Marc Ménard. *Le défi de l'exportation du cinéma québécois : État des lieux*. UQAM, Montréal, octobre 2008, 46 p. http://www.bctq.ca/uploads/files/etat_lieux_cine_tv_cahier-1_web.pdf

White, Jerry. « National Belonging: Renewing the Concept of National Cinema for a Global Culture », *New Review of Film and Television Studies*, vol. 2, n. 2, novembre 2004, pp. 211-232.

Wilgaux, Jérôme. « Une histoire de la mémoire, de l'Antiquité à nos jours », *La vie des idées.fr*, 9 juin 2021, 6 p. <https://laviedesidees.fr/Une-histoire-de-la-memoire-de-l.html>.

Zhu, Kevin. « Internet-based Distribution of Digital Videos: The Economic Impacts of Digitization on the Motion Picture Industry », *Electronic Markets*, Vol. 11, No. 4, 2004, pp. 273-280.