

cinéma québec

NO 56

\$1.25

LES STUDIOS DE LA VICTORINE

ER
841

S



OH! CANNES...

2 INÉDITS:



L'INDUSTRIE DU
LONG MÉTRAGE



L'ÉTAT QUÉBÉCOIS
ET LE CINÉMA

AU QUÉBEC
ÇA REDEMARRE

LA PETITE GUERRE
FRANCE-QUÉBEC
SUR LE DOUBLAGE

LE GUIDE DES
PRODUCTIONS
QUÉBÉCOISES

LES ABRIS FISCAUX

un festival
compétitif

DEUXIÈME FESTIVAL DES FILMS DU MONDE

MONTREAL 1978

25 AOÛT — 3 SEPTEMBRE 1978

Article 1

Le Festival des Films du Monde — Montréal 1978 aura lieu à Montréal (Québec) du 25 août au 3 septembre 1978. Le but du Festival est d'encourager la compréhension entre les peuples, de propager l'art cinématographique, d'encourager les rencontres en Amérique du Nord entre les professionnels du cinéma du monde entier et de stimuler le développement de l'industrie cinématographique.

Article 2

Le Festival choisit et invite tous les films qui seront présentés au Festival. Tout producteur peut soumettre son ou ses films pour être éventuellement invités par le Festival.

Article 3

Le Festival de Montréal 1978 aura les catégories suivantes:

- I) Compétition officielle
- II) Section hors concours
- III) Cinéma de l'Amérique latine
- IV) Cinéma canadien
- V) Présence du Cinéma français
- VI) Hommages: "Cinéma d'hier, d'aujourd'hui et de demain".

Article 6

La documentation complète sur chaque film (formulaire d'inscription, texte de présentation, photographies, etc.) devra parvenir au Bureau du Festival avant le 15 juin 1978.

Article 10

Le Jury attribuera les prix suivants:

- LE GRAND PRIX DES AMERIQUES DU FESTIVAL DE MONTREAL 1978
(GRAND PRIX OF THE AMERICAS — MONTREAL FILM FESTIVAL 1978)
- Le PRIX d'interprétation féminine;
- Le PRIX d'interprétation masculine;
- Deux PRIX du Jury dont il détermine la nature;

ainsi que:

- LE GRAND PRIX DE MONTREAL pour le meilleur court métrage;
- PRIX DU JURY 2ème meilleur court métrage.

SECRETARIAT: FESTIVAL DES FILMS DU MONDE — MONTREAL 1978

1455, Bd. de Maisonneuve ouest
Montréal, Québec
Canada
H3G 1M8

Téléphone: (514) 879-4057
(514) 879-7285

Télex: WOFILMFEST
— MTL 05-25-472

A Cannes, David Novek, directeur des relations publiques, hôtel Carlton
21ème MARCHE INTERNATIONAL DU FILM — MONTREAL 1978
FESTIVAL DES FILMS DU MONDE — MONTREAL 1978
1455 Bd. de Maisonneuve ouest
Montréal, Qué. Canada
H3G 1M8
Téléphone: (514) 879-4057
(514) 879-7285
Télex: WOFILMFEST — MTL 05-25-472

cinéma québec

Direction: Jean-Pierre Tadros. **Comité de rédaction:** Michel Euvrard, Richard Gay, Francine Laurendeau, Yves Lever, Jean-Pierre Tadros. **Collaborateurs:** Claude R. Blouin, Pierre Demers, Pierre Grégoire, Guy Hennebelle, André A. Lafrance, André Pâquet, Roland Paret, Michel Pouliot. **Secrétariat de la rédaction:** France Sauvageau. **Conception graphique:** Louis Charpentier. **Administration:** Connie Tadros. **Publicité:** Yvan Girouard, France Sauvageau. **Abonnements:** Sylvie Galipeault.

Index: *Cinéma/Québec* est indexé dans Périodex, Radar, l'Index International des Revues de Cinéma, et Film Literature Index. **La revue** s'engage à considérer avec la plus grande attention tous les manuscrits qui lui seront adressés. Les manuscrits ne sont pas rendus; on invite donc les auteurs à en conserver une photocopie. La revue n'est pas responsable des manuscrits qui lui sont envoyés. Les opinions exprimées à l'intérieur de la revue n'engagent que leurs auteurs. **Tous droits réservés.** Toute reproduction d'un extrait quelconque de la revue par quelque procédé que ce soit et notamment par photocopie et microfilm, est interdite sans autorisation spéciale de la direction. **ISSN 0317-2333**

No 56 (volume 6, no 6)



"L'affaire Bronswik"

- 4 L'OFFICE NATIONAL DU FILM DU CANADA
ET L'UNITE CANADIENNE
- 9 EH OUI! LE CANADA L'A
- 10 LE PRAGMATISME POLITIQUE
DU GOUVERNEMENT CANADIEN
- 17 L'INDUSTRIE CANADIENNE DU LONG METRAGE
- 26 LE LIVRE BLANC SUR LA CULTURE
 - a) La situation du cinéma au Québec
 - b) L'Etat québécois et le cinéma
- 31 L'INSTITUT QUEBECOIS DU CINEMA
- 32 LA DIRECTION GENERALE DU CINEMA (DGCA)
- 34 LE CINEMA EDUCATIF AU CANADA
- 35 AU QUEBEC, C'EST LA MECQUE
- 36 CLAUDE TEDGUY ET LES STUDIOS DE LA VICTORINE
- 40 OFFENSIVE DANS LE FIEF DU DOUBLAGE FRANCAIS
- 42 FISCALITE ET ABRIS FISCAUX
- 45 LE GUIDE DES PRODUCTIONS QUEBECOISES

Photo couverture:
petite vue sur Cannes

Adresser chèques et mandats postaux
à l'ordre de: *Cinéma/Québec*

Toute correspondance sera adres-
sée à:

Cinéma/Québec
C.P. 309, Station Outremont
Montréal, Québec H2V 4N1
Téléphone: (514) 272-1058

Courrier de la deuxième classe. Enregis-
trement no 2583. Dépôt légal: Biblio-
thèque nationale du Québec.

Abonnements (10 numéros):
Québec/Canada: \$10.00
Etudiants: \$8.50
(adresse québécoise seulement)
Compagnies: \$15.00
Bibliothèques et institutions: \$15.00
Etranger: \$15.00

Volumes reliés:
volume 1: \$25
volumes 2, 3 et 4: \$20 chacun
volume 5: \$15

Publicité:
Yvan Girouard
France Sauvageau (514) 272-8462

Abonnements:
Sylvie Galipeault (514) 272-1058

Distribution:
Kiosques, tabagies (514) 931-4221
Librairies: (514) 272-1058

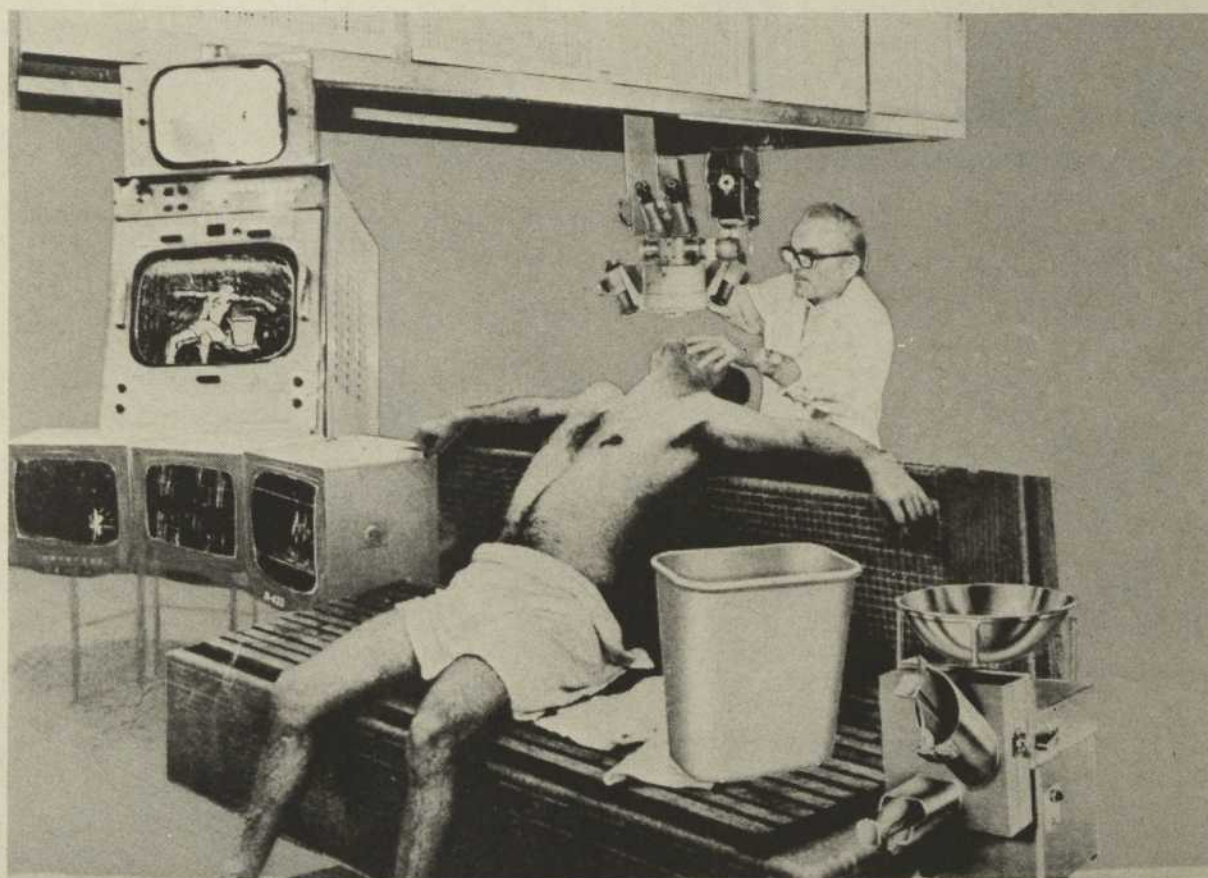
Tarifs spéciaux pour les abonnements grou-
pés ou les achats en bloc de numéros de la
revue. **Anciens numéros** disponibles sur de-
mande. Les abonnements ne sont pas rembour-
sables.

L'ONF ET L'UNITÉ CANADIENNE

CE TEXTE CONSTITUE L'INTEGRAL DU MEMOIRE PRESENTE PAR M. ANDRE LAMY, PRESIDENT DE L'ONF, AU GROUPE DE TRAVAIL SUR L'UNITÉ CANADIENNE. COMME ON SAIT L'IMPORTANCE DE CE DEBAT DEPUIS LE 15 NOVEMBRE 1976, IL ETAIT IMPORTANT DE PRENDRE CONNAISSANCE DE CE TEXTE QUI REPLACE L'OFFICE AUX PREMIERES LIGNES DE CE COMBAT POUR LA SAUVEGARDE DU CANADA...

Il n'est peut-être pas inutile de reprendre ici brièvement ce qui a souvent été dit dans le passé, à l'effet que l'Office national du film fut créé par une loi du Parlement en 1939 et que d'après le texte de cette loi (révisé en 1950), son mandat est "d'entreprendre (en premier lieu) et favoriser la production et la distribution de films dans l'intérêt national et notamment pour produire et distribuer (et favoriser la production et la distribution) des films destinés à mieux faire connaître et comprendre le Canada aux Canadiens et aux autres nations". Il peut être utile aussi de rappeler l'énoncé du texte original de la loi nationale sur le film de 1939 qui précise le mandat de l'Office comme étant "la production et la distribution de films d'intérêt national devant permettre aux Canadiens de mieux comprendre les façons de vivre et les problèmes des Canadiens vivant dans d'autres parties du pays que la leur", objectif explicite qui reste encore présent à l'esprit des générations subséquentes d'employés de l'Office.

L'ONF, depuis maintenant 39 ans, en accord avec les termes de la loi nationale sur le film, a orienté ses efforts vers l'identification des caractéristiques culturelles et sociales propres



"L'affaire Bronswik" de Robert Awad et André Leduc, ou comment vaincre l'aliénation!

à la société canadienne. A cette fin, il a cherché non seulement à décrire et garder témoignage de la diversité de la vie canadienne, mais a été aussi une manifestation dynamique de cette société, au sein de laquelle d'ailleurs on pouvait constater un esprit de tolérance et de confraternité.

S'il faut trouver une définition acceptable de ce que signifie l'unité pour notre pays, le point de départ réside dans la prise de conscience et l'appréciation de ces deux facteurs qui, pour l'Office sont essentiels même si, en ces instants de réflexion collective, des notions telles que la tolérance et la



au Festival de Cannes
16 au 30 mai 1978

**action
amour
drame
comédie
suspense**
**LE CANADA L'A
EN 1978**

Hotel Carlton, chambre 116

Tél: 99-57-00

Cinéma Vox
76 rue d'Antibes



Secrétariat
d'Etat

Secretary
of State

confraternité soulèvent le doute quand ce n'est pas le mépris.

Activités générales

L'Office produit et distribue annuellement un ensemble de films, et de documents connexes produits par deux unités de production installées au siège social de Montréal et travaillant chacune depuis 1964 dans l'une des deux langues officielles. Dès ses premières années, l'Office a reconnu l'intérêt et l'utilité d'offrir, lorsque c'était possible, une version de ses productions dans l'autre langue officielle.

Ses productions traduisent directement ou indirectement les matières et les thèmes qui intéressent les utilisateurs de films canadiens en milieu scolaire, universitaire, communautaire et au sein d'organismes à vocation culturelle, sans oublier les marchés du cinéma et de la télévision. L'Office n'étant pas sujet comme la radio, la télévision ou la presse à une programmation quotidienne ne peut au jour le jour adapter ses thèmes à l'événement. Elle doit par conséquent, comme une maison d'édition, choisir ses sujets d'analyse ou de commentaire en s'assurant de leur intérêt à moyen ou long terme. Un film ONF de bonne qualité jouit habituellement d'une espérance de vie d'environ dix années; mais plusieurs titres demeurent en distribution active bien plus longtemps. L'expression "distribution active" signifie que le film est disponible pour tout groupe ou individu responsable sans égard à sa capacité de payer des frais de location ou d'achat de copie. Les productions de l'Office, pouvant être obtenues sur demande, font donc partie du patrimoine culturel et intellectuel de notre société pour une période relativement longue contrairement en cela aux productions télévisuelles ou radiophoniques.

Au cours des dernières années, le choc des intérêts régionaux, les revendications croissantes des groupes minoritaires, les disputes sur les droits culturels et linguistiques et l'enracinement d'un certain sentiment d'injustice stimulé par les disparités économiques devinrent de plus en plus manifestes dans le réseau très sophistiqué de nos communications contemporaines, empruntant souvent en cela d'ailleurs l'allure du "spectacle des confrontations" ou encore peut-être de "l'apo-

calypse instantanée". Le processus de production du cinéma et les modes de distribution ne se prêtant pas à ce genre d'expression, ces points chauds de l'évolution sociale trouvent quand même leur expression dans les productions de l'ONF mais, toutefois, après un certain mûrissement acquis par le temps de réflexion et dès lors dépouillés, du moins l'espérons-nous, de certaines manipulations.

Une programmation pertinente

L'ONF s'inscrit de diverses façons dans le débat national sur l'avenir du Canada. Il y participe par ses programmes spéciaux et par certains éléments de sa programmation générale. Le programme sur "les mécanismes gouvernementaux" s'intéresse aux divers paliers de notre système de gouvernement — fédéral, provincial et municipal. Des films comme *Flora* et *I Hate To Lose* montraient en action les mécanismes de notre système politique, la manière dont les citoyens y participent et comment ils en sont influencés par la suite.

La série *Références* illustrera comment dans d'autres pays se vivent ou se sont vécues certaines situations que nous connaissons présentement.

La série *Adventures In History* qui nous a déjà donné plusieurs tableaux sur l'histoire sociale du Canada connaît beaucoup de succès et sera particulièrement en demande en milieu scolaire.

Creative Canadians est un programme de multi-media qui utilise les diapositives, les films fixes, les imprimés et les autres matériaux pour interpréter la culture canadienne à la jeunesse.

Le *Programme multiculturel* qui se veut le témoin de l'évolution des minorités culturelles dans le contexte canadien produisait notamment au cours de 1977 une série de courts métrages intitulée *Children of Canada* qui fut présentée en entier au réseau anglais de la télévision d'Etat dans la semaine entre Noël et le Jour de l'An.

Le tout nouveau programme *Vignettes Canada*, subventionné par le Programme culturel sur l'unité nationale, produira un ensemble de courts métrages (durée d'une à cinq minutes) pour la télévision qui seront présentés aux meilleures périodes d'écoute de la journée. Le programme fera appel

à des cinéastes canadiens chevronnés dans les domaines de l'animation, de la fiction et du documentaire, et constituera une anthologie de l'imagerie canadienne et de ses plus belles légendes.

Le film, outil de savoir

C'est dans le domaine de l'éducation réservé aux provinces par la constitution et où la présence fédérale ne peut se manifester qu'à leur invitation que les films et films fixes de l'ONF ont eu un impact particulièrement important. De contenu essentiellement canadien, ils ont jusqu'à un certain point permis de corriger la situation de surabondance des produits américains sur nos marchés. L'équilibre se refait progressivement avec l'apport des gouvernements provinciaux et du secteur privé en matériel éducatif, mais les produits de l'ONF continueront à être requis, tant pour leur contenu que pour leur qualité, là où la production locale reste faible ou inexistante. L'Office a collaboré étroitement avec le Conseil des Ministres de l'Éducation à l'élaboration de plans de production à long terme. Des fonds fédéraux spéciaux (Programme d'Aide à l'éducation) ont été votés à cet effet et seront principalement utilisés dans le domaine des "Études canadiennes". D'ailleurs, l'amorce de cette programmation a déjà été faite avec un certain nombre de films sur la littérature canadienne.

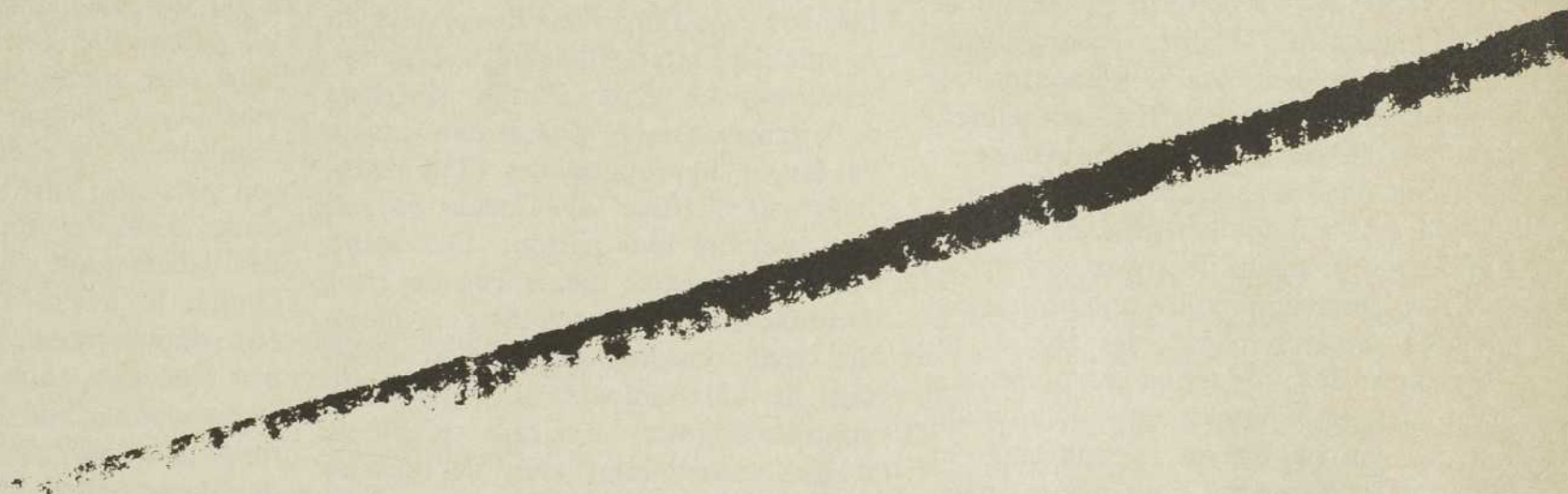
Présence régionale

La régionalisation du système de distribution de l'ONF date de la première époque de son histoire. Toutefois l'ouverture de centres régionaux de production est plus récente. Elle était le résultat d'une double constatation: d'abord, la nécessité de faire une plus grande place à la dimension régionale dans la programmation nationale et en contrepartie, une demande croissante de nos auditoires régionaux pour des documents faisant spécifiquement référence aux problèmes et réalisations de leurs régions. Elle avait aussi un autre objectif: rendre les talents et services de l'ONF plus accessibles aux cinéastes locaux professionnels et amateurs.

La présence régionale de l'Office se chiffre maintenant à 29 bureaux de distribution, dont 6 sont des sièges administratifs, reliés à 100 cinéma-

commercialisation
de droits cinématographiques

vente télédiffusion
 copies 16 mm
 vidéocassettes



**Bouchard
& associés**

Courtiers

136 est, St-Paul
Montréal H2Y 1G6
(514) 861-0983

35 Britain Street
Toronto M5A 1R7
(416) 862-9174

thèques affiliées (non-ONF) donnant accès sans frais aux produits ONF. Ses bureaux de production pour leur part sont situés à Vancouver (pour la région du Pacifique), Winnipeg (région des Prairies), Toronto (région de l'Ontario), Halifax (région de l'Atlantique). La production française est représentée dans cette dernière région par son bureau de Moncton au Nouveau-Brunswick et possède aussi un bureau à Toronto et à Winnipeg. Le studio de production des Prairies possède enfin un bureau auxiliaire à Edmonton coordonnant ce qui se fait en Alberta et dans les Territoires du Nord-Ouest.

En plus d'apporter leur contribution à la production générale de l'Office et de servir de foyer aux activités cinématographiques non-professionnelles de leur région, les studios régionaux de production participent à de nombreux projets en collaboration avec des ministères provinciaux et divers organismes publics ou parapublics. Dans la région de l'Atlantique par exemple, le bureau d'Halifax a des projets en marche avec le Ministère du Service Social du Nouveau-Brunswick, la Commission de l'Energie de la Nouvelle Ecosse et le Service de l'éducation permanente de l'Université Memorial à Terre-Neuve. Le studio régional de l'Office en Ontario, situé à Toronto, qui collabore avec le Grand River Authority, le Department of Environment et le gouvernement de l'Ontario; celui des Prairies collabore avec le Cultural Heritage Branch du gouvernement de l'Alberta et l'Association canadienne-française de l'Alberta, de même qu'avec l'Alberta Educational Communications Corporation. Le studio du Pacifique à Vancouver est en rapport étroit avec le Bureau du secrétaire de la province et le ministère de l'Education de la Colombie Britannique, et ce qui suit illustre bien l'étendue des projets qui s'entreprennent, puisqu'il est ici question de collaboration dans la préparation de programmes expérimentaux d'enseignement à grande distance, impliquant la transmission par le satellite Hermès des contenus de cours dans quatre régions éloignées de la Colombie Britannique. Dans ce projet, comme dans d'autres, on peut voir une agence du gouvernement fédéral coopérer efficacement sur le plan fonctionnel avec d'autres paliers du gouverne-

ment dans les domaines connexes de la culture et de l'éducation.

Distribution internationale

La présence des films canadiens à l'étranger repose en grande partie sur le réseau de distribution gratuit de l'ONF formé par les 93 cinémathèques des missions diplomatiques du gouvernement canadien. Mais l'Office distribue aussi ses films dans divers pays du monde par l'intermédiaire d'agents commerciaux. Le type de film distribué à l'étranger est en général une version en langue appropriée des films distribués par l'Office au Canada et s'ils ont toujours joui partout d'un excellent accueil, et ce même dans des pays historiquement très sensibles au moindre style de propagande, c'est qu'en fait ils ont toujours su éviter cette approche; cette remarque n'en est d'ailleurs pas moins vraie de tous les films distribués par l'Office au Canada. Et d'une pierre deux coups, ces versions en langue étrangère sont aussi souvent que possible utilisés par le Programme multiculturel de l'Office au Canada.

Le patrimoine cinématographique canadien

Les premiers films canadiens n'ont pas été faits à l'ONF, mais l'Office représente le premier grand jalon de notre histoire cinématographique. Par la poursuite ininterrompue de son oeuvre et la qualité qu'elle a su lui imposer, l'Office continue d'être une influence importante dans notre oeuvre cinématographique et le patrimoine qu'elle nous lègue. Nombreux sont ceux, des centaines peut-être, qui travaillent aujourd'hui dans le secteur privé et qui doivent leur apprentissage d'un métier du cinéma ou de l'une de ses facettes à une période d'emploi à l'Office et ce, qu'ils soient du segment francophone ou anglophone de l'industrie.

Conclusion

John Grierson écrivait en 1942 à propos de l'ONF que "dans un pays de grandes distances géographiques et psychologiques, la nécessité de sauvegarder l'unité nationale n'était qu'un — et non le plus important — des mo-

tifs" par lesquels le film avait fait sa place dans la fonction publique. Il ajoutait que la principale raison d'être de l'Office était "d'appriivoiser pour l'intelligence la suite des événements et faire naître des solidarités à partir de l'observation de ces événements". Le Canada de 1978 n'est plus le Canada de 1942 et l'Office de 1978 n'est point davantage celui de ses jeunes années et pourtant, dans ses façons d'agir de maintenant comme d'alors, les paroles de Grierson trouvent toujours leur application. L'ONF a vu le jour à une époque de transition et le changement l'a pressé tout au long de son existence institutionnelle (et continue d'ailleurs toujours). Au milieu des débats soulevés par la question de l'unité, le travail de l'Office pourrait être défini comme étant de proposer une documentation pour approfondir la discussion. Nos documents retracent notre passé lointain et récent et parlent de nous comme individus ou comme collectivité et de ce qui nous arrive comme pays. Ils apportent leur part de réponse aux nombreuses questions surgissant autour de l'idée d'unité.

Le document cinématographique qui se veut perméable aux courants qui façonnent la société qui l'environne peut traduire des réalités qui ont échappé à l'observation générales des événements et à leur compréhension. C'est en partie grâce au film et aux autres types de communication audio-visuelle que nous commençons à réaliser que plusieurs de nos concitoyens habitant comme nous ce vaste espace que nous nommons le Canada vivent dans des conditions qui constituent un affront à nos principes sociaux, notre économie et nos institutions. Le fait de le savoir n'élimine évidemment pas la discrimination et l'injustice, mais il peut aider à préparer le changement.

Si une part du rôle de l'Office est de faire état de certains côtés sombres de la réalité qui nous entoure, il peut être bon de noter que les meilleures oeuvres de l'Office, ou certaines d'entre elles, ont aussi témoigné de la générosité et de l'humanisme d'un peuple qui aujourd'hui trouverait peut-être avantage à s'en rappeler. Sans cette volonté positive l'Office ne pourrait avoir qu'une signification marginale pour une société en pleine crise de conscience.

EH OUI! LE CANADA L'A

"Le Canada l'a en 1978"

C'est à l'aide de ce slogan qu'on essayera de vendre, cette année, le Canada au reste de monde à l'occasion du Festival international du film de Cannes.

Oui, le Canada l'a, sinon pourquoi se présenterait-il à Cannes en si grande force? Mais qu'a-t-il au juste?

Des films, naturellement, mais dont aucun ne se révélera pourtant du calibre d'un festival international puisque vous ne retrouverez, cette année, le Canada ni à la compétition officielle (rappelez-vous que l'année dernière il avait remporté une Palme d'or grâce à l'interprétation de Monique Mercure dans **J.A. Martin, photographe** de Jean Beaudin; et qu'il y a trois ans c'était le prix de la mise en scène pour **Les Ordres** de Michel Brault), ni à la Quinzaine des réalisateurs (où il a toujours été en force), ni à la Semaine de la critique, ni à Un certain regard... Car, précisément, de regard, on ne semble plus en avoir, mais plus du tout. Ceux qui en avaient n'arrivent plus à tourner de films de fiction, surtout au Québec. Car un regard, suppose un point de vue, donc un certain support culturel. Or, de culture, l'industrie cinématographique canadienne n'en veut absolument pas, surtout si elle se prétend canadienne ou, pire, québécoise. Tant et si bien que l'année dernière, à Cannes, on avait pris la peine d'effectuer une rigoureuse séparation entre les films "culturels" et les films dits "commerciaux", afin de ne pas porter ombrage à ces derniers. Cette année, cette division ne sera même plus nécessaire, puisque de films culturels on n'en a même plus, ou si peu qu'on n'éprouve plus la peine de s'en préoccuper.

Donc les Carle, Jutra, Arcand, Brault, Brassard, Forcier, Jean-Pierre Lefebvre ne seront pas au rendez-vous de Cannes. Ils ne sont pas assez "commerciaux" pour qu'on leur confie des films dont les budgets, au Canada, dépassent maintenant le million de dollars, et se situent davantage entre 2 et 3 millions de dollars.

Oui, le Canada l'a, et c'est le virus international. Ce virus a pu d'autant mieux se développer que le Canada semble en avoir tout à coup les moyens. Oui, et le monde l'a vite découvert, il peut aujourd'hui se permettre quelques petites folies cinématographiques grâce aux intéressants avantages fiscaux que le gouvernement canadien a décidé de consentir à ceux qui investissent dans les films certifiés canadiens. Ne

faut-il pas à tout prix développer une industrie du cinéma? D'où, brusquement, un apport d'argent considérable (qui peut dépasser les \$10 millions par année) dans un milieu qui avait l'habitude de se contenter de miettes. Et grâce aux accords de coproduction, on a vu se faire quelques films importants (par leur budget, le nom de leurs vedettes, et les prétentions de leur producteur), mais qu'il reste toujours à "tester". Car, chose curieuse dans ce milieu qui a tout pour surprendre même les plus avertis, si l'aventure a commencé il y a maintenant plus de deux ans, aucun de ces films (à l'exception de **Une journée particulière**) n'est encore parvenu sur nos écrans. Même le **Blood Relatives** de Claude Chabrol, tourné à Montréal, mais qu'on a préféré lancer à Paris avec le succès que l'on sait. Même **Full Circle**, une coproduction avec la Grande-Bretagne, que Londres aura malgré tout pu voir...

Le Canada l'a donc, son cinéma commercial. Mais dans la conjoncture actuelle, on comprendra qu'il se doit d'être résolument anglais. Cette année, à Cannes, un seul film québécois, réalisé en français, sera présenté au marché du film. Il s'agit de **Panique** de Jean-Claude Lord. Cependant, ce sera la version anglaise que l'on essayera avant tout de vendre! Ainsi, semble-t-il, le veulent les lois du marché international.

Le Canada l'a, je vous l'assure, cette touche commerciale indispensable. Mais je vais malgré tout vous confier un petit secret: les films culturels continuent à exister, et même à prendre un nouvel essor, mais au Canada-anglais. Dans cette catégorie on classera naturellement les **Outrageous!**, les **Why Shoot The Teacher?**, les **Who Has Seen The Wind** que l'on connaît déjà. A cette liste on pourra ajouter **Blood and Guts** de Paul Lynch (sûrement l'un des plus intéressants parmi les nouveaux venus), **The Third Walker** de Terry McLuhan (apparemment une révélation; et quand on est la fille de McLuhan, on passe difficilement inaperçue), **The Fighting Man** de Don Shebib (pas son meilleur film, loin de là; mais un film qui s'inscrit résolument dans la problématique canadienne; réalisé pour la télévision canadienne, le film a été complété pour satisfaire à une distribution en salles, **I Maureen** de Janine Manatis, etc.

Le Canada l'a, et ses illusions sont nombreuses. Aussi, ce sera avec un grain d'humour qu'il faut accueillir la bonne nouvelle. Car l'année prochaine le slogan pourra bien être:

"On l'a perdu!"

LE PRAGMATISME DU GOUVERNEMENT CANADIEN

LE 11 AVRIL, DANS LA PLUS GRANDE DISCRETION, LE SECRETAIRE D'ETAT REVELAIT LA "POLITIQUE DU FILM" DU GOUVERNEMENT CANADIEN. ON L'ATTENDAIT DEPUIS DES MOIS; ET DEPUIS DES MOIS D'ENORMES PRESSIONS S'EXERCAIENT SUR M. ROBERTS POUR QU'IL NE PRENNE PAS DE MESURES COERCITIVES... IL EVITERA DONC D'EN PRENDRE, MAIS LANCERA UN ULTIMATUM, EN MEME TEMPS QU'IL S'EMPLOIERA A CLARIFIER LE ROLE ET LA PLACE DES DIFFERENTES AGENCES GOUVERNEMENTALES ...

Il y en a qui se montrent pessimistes, et d'autres qui se disent résolument optimistes. Le Secrétaire d'Etat, responsable de la culture (donc du cinéma!), fait partie de cette dernière catégorie. Aussi n'aura-t-il pas jugé nécessaire, après de longues réflexions d'annoncer une véritable politique du film. Et c'est ainsi que, le 11 avril dernier, devant le Comité permanent de la radiodiffusion, des films et de l'assistance aux arts, M. John Roberts, se sera contenté de faire quelques propositions visant à contenter tout le monde et à ne déplaire à personne, et en tout premier lieu aux distributeurs américains et à leur puissant lobby canadien.

Pour le Secrétaire d'Etat, en effet, "l'industrie cinématographique a considérablement progressé au cours des dernières années. Le Canada, surtout grâce à l'Office national du film, produit régulièrement de bons documentaires et de bons courts métrages. Depuis l'établissement, en 1968, de la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne (SDICC), le Canada a aussi ajouté à son crédit des réalisations importantes, toute une kyrielle de longs métrages qui valent non seulement par leurs aspects commerciaux mais aussi sur le plan de la qualité artistique. Plus de 200 longs métrages ont été réalisés au cours de la décennie.

"Devant cette floraison, je n'ai pas proposé de transformations radicales de la politique gouvernementale d'aide à l'industrie cinématographique. L'indus-

trie a connu ces dernières années une période tellement fructueuse et a besoin d'une certaine stabilité pour continuer sur sa lancée; elle doit donc compter que les règles du jeu ne seront pas complètement changées à tout bout de champ. Si nous fouillons continuellement la terre pour vérifier les racines, nous ne ferons que retarder l'épanouissement des fruits. Ce qu'il faut, c'est renforcer l'arbre, non le replanter.

"Je vois les choses de façon pragmatique: notre industrie du film est en plein essor. Je crois même qu'avec un

bon appui et de bonnes attentions, elle pourra prendre un nouvel envol. Ce qu'il faut surtout maintenant pour qu'elle puisse poursuivre son ascension, c'est de mieux définir le rôle des différents secteurs de l'industrie. A mes yeux, ma tâche ne consiste pas à jouer les Moïses qui descendent du Sinaï et à vous présenter les tables de nouvelles institutions. Il ne s'agit pas de rénover en profondeur mais plutôt de remodeler les institutions et les mécanismes actuels pour assurer à l'industrie un cadre propice à son épanouissement.

L'INDUSTRIE DU LONG METRAGE

Pour le Secrétaire d'Etat, donc, l'industrie du long métrage au Canada existe, et se porte bien. Ce qui ne veut pas dire qu'elle n'a pas à se débattre avec certains problèmes, comme il devait le rappeler dans son allocution du 11 avril.

"L'industrie a un passé encourageant. Depuis l'établissement de la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne (SDICC), il y a dix ans, et depuis l'introduction de la déduction de 100 pourcent pour amortissement, l'industrie canadienne s'est considérablement développée.

"Ce que la Société nous a aidé à faire, et qui est l'essence même de son objectif et de son mandat, ce fut de mettre sur pied une industrie cinématographique vigoureuse qui s'est signalée par sa diversité et par sa complexité. L'introduction de la déduction de 100 pourcent pour amortissement appliquée aux longs métrages canadiens, puis étendue à tous les films canadiens, est venue renforcer l'action de la Société. Nous avons maintenant des compagnies de production cinématographique qui peuvent veiller à tous les aspects de la production des films et des bandes

magnétoscopiques et qui peuvent conclure des accords de coopération avec les compagnies étrangères, ce qui en assure la survie, fournit du travail aux acteurs et au personnel technique et leur permet d'établir une infrastructure cinématographique.

"Notre industrie fait encore néanmoins face à de grands problèmes. Elle est encore jeune et elle est encore considérée comme présentant de grands risques aux investisseurs, aux banques et aux autres établissements de prêt. Cette réflexion s'applique encore à toute l'industrie même si, sur le plan des investissements, les choses sont plus souriantes aujourd'hui qu'elles ne l'étaient, disons, il y a cinq ans. Elle lutte toujours pour vraiment se faire accepter par le public canadien dont les regards sont portés à se tourner vers les films fastueux qui sont réalisés à grands frais et diffusés à grands coups de propagande par les étrangers, notamment les Américains. Elle n'a pas encore acquis le doigté de ses concurrents étrangers sur le double plan des affaires et de l'administration. Elle a peine à trouver des scénarios qui offrent des chances raisonnables de succès aux guichets. Elle doit essayer de donner à ses films un cachet canadien sans pour cela risquer de leur faire perdre leurs chances d'être acceptés et aimés sur les marchés étrangers.

Le problème du financement

"Des consultations et des discussions que j'ai eues, et surtout de l'analyse que nous en avons faite, deux secteurs ont émergé comme les grands obstacles à la poursuite du développement de l'industrie, celui du financement et celui de la distribution.

"La question du financement peut se formuler assez simplement. Le coût de fabrication des films a augmenté de façon radicale au cours des dernières années. Il en coûte plus de quatre millions de dollars en moyenne aux Etats-Unis pour faire un film. Et il n'est pas rare qu'on prévoie des fonds de près de 20 millions pour un seul film. De fait, pour bien des producteurs il y a un rapport direct entre l'argent dépensé pour faire un film et les chances de réussite commerciale. Au Canada, cela coûte beaucoup moins cher, mais nos films doivent pouvoir concurrencer les productions étrangères faites à coups de millions. On dit qu'en général, pour pouvoir rentrer dans ses frais, un film doit rapporter aux guichets de quatre à cinq fois ce qu'il a coûté. Il est extrêmement difficile au Canada, si l'on con-



Une scène "punk" de "Outrageous!"

sidère ce qu'il en coûte pour faire un film, de faire suffisamment de recettes aux guichets des cinémas pour pouvoir espérer faire des bénéfices. Et il l'est encore davantage pour les producteurs de longs métrages en français au Québec. Il en résulte que les investisseurs hésitent longuement avant de bailler des fonds et prennent soin de s'assurer que le film pourra aussi intéresser les autres pays et non seulement le marché restreint du Canada.

"Ce qui ne cesse de me préoccuper, c'est que les recettes perçues aux guichets canadiens sont drainées, dans une très large mesure, hors du Canada et contribuent pour bien peu au financement des productions canadiennes. Les guichets de nos cinémas ont perçu près de 240 millions de dollars en 1975; sur ce total, près de 60 millions représentent la location de films à des distributeurs étrangers, et une bonne partie de ces 60 millions est sortie du pays. Par contre, les longs métrages canadiens ont rapporté seulement 3 millions aux guichets. Il va de soi qu'il faut mettre fin à un tel déséquilibre.

"J'en ai parlé avec l'association canadienne des distributeurs de films et avec sa société mère, la Motion Picture Association of America. Je leur ai fait comprendre que la chose ne pouvait durer. J'espère qu'elles prendront rapidement les mesures voulues pour assurer des investissements plus considérables non seulement pour les films

faits au Canada mais aussi pour les films qui satisfont aux critères de la déduction de 100 pourcent pour amortissement dont peuvent jouir les films canadiens. Je me propose de suivre attentivement ce qu'elles feront dans la pratique au cours des douze prochains mois et de vérifier dans quelle mesure elles ont donné suite à nos préoccupations.

"La déduction de 100 pourcent pour amortissement devient de plus en plus un instrument important à l'appui des sociétés cinématographiques, en particulier pour les films destinés au marché international. Mais je crois que la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne a un rôle de plus en plus important à jouer dans le financement des films canadiens de valeur culturelle, ceux qui présentent le Canada aux Canadiens, et qu'il faut faire même s'ils ne nous offrent que peu de chances de réussite commerciale car ils sont difficilement présentables outre-frontière.

La diffusion des films canadiens

"Nombreux sont les films canadiens qui ne sont pas projetés aussi souvent qu'ils le devraient, que ce soit au Canada ou à l'étranger. Certains prétendent que les films canadiens n'ont pas la qualité commerciale voulue pour attirer les foules; d'autres disent que notre système de distribution et de présentation n'offre pas au film canadien

une bonne chance de percer sur le marché. On a dit que les distributeurs et exploitants sous contrôle étranger préféreraient présenter des films étrangers, ou sont tenus de le faire parce qu'on peut appeler des arrangements liés, même si les films n'offrent pas grand intérêt. Il arrive parfois qu'on présente des films étrangers de second ordre, au lieu d'un film canadien, comme prix à payer pour obtenir un certain succès aux guichets. En outre, d'après certains producteurs canadiens de films, les maisons de distribution d'appartenance étrangère, habituées à la promotion de films étrangers, ont peu d'expérience dans la commercialisation des produits canadiens et n'ont d'ailleurs pas tellement le goût de les diffuser.

A la difficulté de rendre le marché canadien accessible aux films canadiens s'ajoute celle de commercialiser les films canadiens sur le marché international. Je le répète, le coût de fabrication des films a beaucoup augmenté. Pour chaque dollar dépensé pour la production d'un film, il faut rentrer \$5 aux guichets pour que l'investissement rapporte. Ce qui veut dire que les films canadiens, pour la grande majorité, ne font pas leurs frais s'ils ne connaissent pas un certain succès aussi à l'extérieur du pays. Il faut qu'un film fasse des bénéfices à l'étranger pour être rentable."

Pour ce qui est des solutions: "Dans l'idée d'améliorer nos méthodes de distribution, nous avons élargi le champ d'activité de la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne. J'ai demandé à la Société d'établir un réseau de projection des longs métrages dans certains théâtres; dans les écoles et dans d'autres salles comme débouchés: pour les films à vocation culturelle que les cinémas ne veulent ou ne peuvent présenter.

"L'essai que nous en avons fait au Québec (avec le Nouveau Réseau) nous a fourni des renseignements utiles qui nous permettront d'étendre la chose à tout le pays. Il reste à en arrêter les détails, mais le principe est établi: explorer toutes les avenues possibles pour étendre la distribution de nos films au Canada.

"La Société de développement va d'autre part élargir le champ de ses investissements pour investir aussi dans la production de films pour télévision. Je considère la télévision comme un important système parallèle de distribution pour les longs métrages. Elle peut correspondre, dans un certain sens, aux films de catégorie B des an-

nées 30 et 40. Le film télévisé, aux Etats-Unis, a fourni un terrain d'éclosion pour les talents cinématographiques et une porte d'entrée, pour les nouveaux producteurs de films, dans l'industrie fort onéreuse de la production des films cinématographiques. S'il y avait plus de débouchés pour les films de télévision, les producteurs de films canadiens pourraient retirer des avantages analogues. La possibilité de voir arriver la télévision à péage au Canada — et il faut qu'elle contribue à renforcer l'industrie cinématographique canadienne — rend évidemment plus impérieuse encore l'aide à accorder à la production de films faits spécialement pour la télévision.

"Je vais inciter Radio-Canada à respecter son engagement et à acheter plus de pellicules du secteur privé.

Un avertissement aux Américains

"J'aimerais parler maintenant de l'efficacité des réseaux actuel de distribution. Permettent-ils aux films canadiens d'avoir la place qui est la leur? J'ai déjà indiqué le déséquilibre qu'il y a entre les films canadiens qu'on présente par comparaison aux produits étrangers. Il est inacceptable de voir les réseaux actuels présenter en masse des films étrangers et faire si peu pour établir un marché pour les films canadiens. Et il est tout aussi décourageant de constater que les distributeurs internationaux ont fait si peu pour présenter des films canadiens à l'étranger.

Pour ce qui est de la question du financement, j'en ai discuté avec des distributeurs canadiens et avec des distributeurs américains. **Il doivent savoir maintenant que nous sommes résolus à ne pas tolérer davantage un tel déséquilibre. J'espère qu'ils trouveront moyen non seulement d'établir de meilleurs canaux de distribution pour les films canadiens au Canada mais de leur assurer aussi une place sur le marché international. Au chapitre du financement, je vais surveiller leur façon d'agir avec grand soin au coeur des douze prochains mois.**

"La suggestion qui m'a été faite le plus souvent, c'est que nous adoptions l'idée du plan britannique Eady qui consisterait à prélever une certaine fraction des recettes aux guichets pour la réaffecter directement ou indirectement au financement des films canadiens. De cette façon, une plus grande partie des recettes reviendrait aider les productions canadiennes.

"Une autre suggestion qui m'est souvent faite serait de prélever un impôt au niveau du distributeur, avec abattement pour les films canadiens qu'il présente. Ce système offrirait un stimulant aux distributeurs pour qu'ils diffusent davantage de films canadiens au pays et à l'étranger. Mais je tiens à préciser que seul le ministre des Finances peut modifier le régime fiscal."

Et on le verra en page 22, le ministre des Finances n'y tient pas! Je vous prie de ne pas interpréter ce que je dis comme une indication qu'il pourra y avoir des modifications fiscales. Naturellement, lui et moi étudions sans cesse les propositions de modifications fiscales qui nous sont faites par la communauté cinématographique.

Il n'est donc plus question d'imposer des mesures coercitives auprès des distributeurs de films, comme M. John Roberts en avait eu un moment l'intention. Des discussions avec Jack Valenti, en particulier, l'aurait convaincu de la bonne volonté des Américains. Ceux-ci n'auraient plus à coeur que le bon développement de l'industrie cinématographique canadienne et ne demanderaient donc pas mieux que d'aider à son essor. Le CMPDA (qui regroupe tous les majors opérant au Canada) aurait déjà indiqué son intention d'aider à la promotion du film canadien aux Etats-Unis; et un programme d'aide à la scénarisation a été mis sur pied par ce même organisme qui est devenu, ces dernières années, très actif.

Il est donc intéressant de comparer les vœux formulés par le Secrétaire d'Etat au chapitre de la distribution aux mesures préconisées quelque mois plus tôt et qu'on trouvera en page 17 sous le titre: "L'industrie canadienne du long métrage".

L'O.N.F.

L'Office national du film du Canada, c'est à la fois la fierté du Canada en matière cinématographique, et la bête noire des producteurs de film indépendants. En fait, le plus gros problème pour le gouvernement canadien, lorsque l'on parle de l'ONF, c'est son succès. Son succès à l'étranger plus particulièrement. Ainsi, cette année, deux films de l'ONF ont remporté un Oscar. Et l'année dernière, c'était la Palme d'or à Monique Mercure pour **J-A Martin, photographe...** une production

de l'ONF. Cette année, à Cannes, le seul film canadien à participer à l'une des manifestations cannoises est un film de l'ONF (ce film, *L'Affaire Bronswik*, participe à la compétition officielle dans la catégorie des courts métrages). Oui, l'ONF est partout. D'où l'embarras du gouvernement canadien.

Cela peut paraître paradoxal! Seulement voilà: lorsqu'on essaye de créer une industrie cinématographique canadienne et qu'on a décidé d'injecter des millions pour ce faire, il est naturellement embêtant de voir un organisme fédéral saper vos initiatives. Or l'ONF, en étant à la fois producteur et distributeur de ses films, en ayant son propre réseau de cinémathèques à travers le pays et le monde, en utilisant ses propres laboratoires et services techniques; en étant donc un véritable "état" dans l'état du cinéma qu'on essaye de construire de peine et de misère, l'ONF gêne donc tout le monde. Et pourtant on ne peut pas le détruire; on ne peut même pas en restreindre les ambitions puisqu'elles rapportent au moins du prestige. Et c'est un prestige absolument, totalement canadien. Oui, ne serait-ce que pour le Canada, pour promouvoir son unité nationale, l'ONF a sa raison d'être; il restera donc, en a décidé le Secrétaire d'Etat, qui lui permet même de continuer à produire des longs métrages de fiction (après le succès de Cannes, l'année dernière, il a fallu en effet revenir sur la décision d'arrêter toute production de longs métrages de fiction à l'Office).

On va donc se contenter de mieux répartir les fonds dont disposaient l'Office, surtout en ce qui concerne la commandite gouvernementale, pour en faire profiter le secteur privé; va aussi l'inciter à mieux coopérer avec l'industrie privée; et on va faire en sorte que les produits de l'ONF ne fassent pas de concurrence déloyale à ceux produits par les producteurs indépendants.

Voici d'ailleurs les mesures prises par le Secrétariat d'Etat à ce sujet:

"Il y a plusieurs années, l'ONF produisait lui-même pratiquement tous les films commandités par les ministères et les organismes du gouvernement; il n'en produit maintenant que la moitié. Le secteur privé prend ombrage, et cela se comprend, du fait que l'ONF peut décider, de par la loi, des films qu'il fait faire à l'extérieur et des films qu'il fait lui-même. Si l'Office exerce ce pouvoir discrétionnaire de façon unilatérale, il peut, au dire du secteur privé, retenir pour lui-même les projets les plus intéressants.



Co Hoedeman préparant son "château de sable" qui allait remporter un Oscar

(1) De façon à satisfaire avec un maximum d'objectivité aux demandes des ministères et organismes du gouvernement en fait de films et d'autres documents audio-visuels et à les répartir, de façon optimale, entre le secteur public et le secteur privé, qu'on réexamine, en collaboration avec le Conseil du Trésor et le ministère des Approvisionnements et des Services, les méthodes de soumission et d'impartition en usage au sein du programme des films commandités.

(2) Qu'on fasse faire par le secteur privé 50 pourcent des premiers 4 millions de dollars (en dollars constants en 1977) de films commandités annuellement par les ministères ou organismes du gouvernement, plus 75 pourcent de la valeur de la production des films commandités en sus de 4 millions.

"En outre, le président de l'Office est en train d'établir un Conseil de révision du programme des films commandités, qui se composera de représentants du secteur privé et de l'ONF et qui sera chargé d'examiner et d'évaluer, à intervalles réguliers, nos méthodes de soumission et d'impartition; ce Conseil servira aussi de lieu de consultation entre le secteur privé et l'ONF pour toutes les questions qui ont trait aux films commandités. Ce Conseil relèvera du président de l'Office qui me tiendra régulièrement au courant.

"J'ai aussi demandé à l'Office national du film de faire en sorte que les producteurs privés aient l'accès voulu auprès des divers ministères et puissent ainsi, eux aussi, se faire une idée des films qui intéresseraient ces ministères.

Les renseignements donnés à l'Office sur les sujets d'intérêt des ministères et sur les projets de films seront aussi transmis aux producteurs privés.

"Et maintenant, pour ce qui est de la politique de détermination des prix, j'ai demandé à l'Office de me préparer un barème complet des prix de tous les documents audio-visuels produits au Canada. L'établissement de ce barème va comporter une révision des prix actuellement pratiqués par l'Office et, s'il y a des cas où ces prix mettent le secteur privé en position désavantageuse, ce sera corrigé.

"Autre chose. J'ai demandé à l'ONF de faire un essai en 1978-1979 et de faire davantage usage des talents du secteur privé en répartissant autrement ses dépenses de biens et de services de façon à augmenter considérablement le poste budgétaire en vertu duquel il donne à forfait ou commande des projets de grands films aux compagnies privées.

"Ensuite, j'ai demandé à l'ONF de préparer chaque année un rapport donnant la ventilation de toutes les dépenses qu'il fait dans le secteur privé. Ce rapport comportera aussi une liste de toutes les compagnies de production qui se voient adjuger des contrats pour produire des films soit aux termes du programme commandité soit aux termes du programme général de l'ONF; il indiquera les sommes dépensées au sein même de l'ONF et celles reliées à des contrats donnés à l'extérieur; il contiendra aussi toutes sortes d'autres renseignements pertinents. Ce rapport sera mis à la disposition de tous les intéressés.

un sondage auprès du public

OUI, AU CINÉMA CANADIEN... MAIS NE TOUCHEZ PAS AUX FILMS AMÉRICAINS

L'argumentation est classique: on veut bien produire des films canadiens, mais le public n'en veut pas, alors pourquoi en faire? En effet, il est un axiome chez la plupart des distributeurs et exploitants canadiens et étrangers opérant au Canada, et c'est que le public ne veut pas voir de films canadiens, aussi bien au cinéma qu'à la télévision. Pourquoi donc en produire? Et s'il fallait malgré tout succomber à la tentation, alors, de grâce, faites donc des films canadiens avec des vedettes que tout le monde connaît (donc américaines ou américanisées) avec des histoires que tout le monde peut comprendre et facilement apprécier (c'est-à-dire à la sauce hollywoodienne). Mais personne, en cours de route, ne se préoccupera de savoir si on en a vraiment et les moyens et les capacités (ce qui reste toujours à démontrer après les récentes tentatives).

Dans ces conditions, on comprendra qu'au Canada on en soit toujours à se demander si le public aime ou n'aime pas les productions nationales, particulièrement à la télévision (submergée par les séries et les programmes américains) et au cinéma (noyé par la marée des films américains). Et si on lui demande s'il aime ou n'aime pas, c'est naturellement pour savoir s'il en veut davantage ou non. Pour en avoir donc le cœur net, on lui a tout simplement posé la question au cours d'une vaste enquête-sondage sur plusieurs sujets qui avait été commanditée par différentes agences du gouvernement fédéral. Nous n'avons retenu ci-après que les résultats concernant le cinéma, et par ricochets, la télévision.

Il en ressort que les Canadiens estiment ne pas avoir un assez grand choix de films canadiens et qu'ils accepteraient donc qu'on accorde de plus importantes subventions à la Canadian Broadcasting Company-Société

Radio-Canada et à l'Office national du film afin de mieux promouvoir les programmes canadiens.

En ce qui concerne "l'influence américaine dans les média électroniques", l'enquête montre que "la majorité du public est très favorable (12 pourcent) ou favorable (46 pourcent) à l'augmentation des sommes allouées à CBC-Radio-Canada et à l'Office national du film afin de pouvoir subventionner plus de productions canadiennes. Le tiers n'est pas favorable (22 pourcent) ou très favorable (10 pourcent) à cette proposition, alors que 11 pourcent des gens interrogés n'ont pas donné de réponse.

Six personnes sur dix se disent d'autre part très défavorables (20 pourcent) ou défavorables (41 pourcent) à la réduction du nombre des stations américaines que l'on peut recevoir par le câble. Seulement 5 pourcent sont très favorables et 20 pourcent sont favorables à cette suggestion, alors que 14 pourcent n'ont pas d'opinion sur le sujet.

Une majorité de Canadiens demanderait à ce que tous les cinémas du pays montrent au moins 10 pourcent de films canadiens au cours de l'année. Partageant cette opinion, 11 pourcent se disent très favorables, et 44 pourcent favorables; alors que 24 pourcent sont défavorables et 9 pourcent très défavorables; 14 pourcent n'ont pas d'opinion.

Il apparaît d'autre part que le public serait défavorable (32 pourcent) ou très défavorable (15 pourcent) à l'imposition d'une taxe spéciale de 35 cents sur tous les films ce qui revient à une taxe supplémentaire de 10 pourcent sur le prix du billet d'entrée pour permettre de subventionner les cinéastes canadiens. Quatre sur 10 se disent très favorables (8 pourcent) ou favorables (32 pourcent) à cette idée, alors que 13 pourcent n'ont pas d'opinion.

Les Canadiens se retrouvent divisés sur la question de savoir si les stations de télévision canadiennes montrent trop peu (40 pourcent) ou assez (42 pourcent) de programmes à contenu canadien. Relativement peu de gens (10 pourcent estiment que les stations présentent trop de programmes canadiens. Les francophones ont indiqués plus fréquemment (47 pourcent) que les anglophones qu'il y avait trop peu de programmes canadiens.

En ce qui concerne le contenu américain, la situation se retrouve inversée. Un tiers (33 pourcent) du public affirme qu'il y a trop de programmes américains à la télévision, alors que 47 pourcent considèrent qu'il y en a suffisamment, et que 10 pourcent n'ont pas d'opinion.

Pour ce qui est maintenant du cinéma canadien, le public semble mieux ressentir la rareté de films canadiens. Alors que le pourcentage de ceux qui estiment qu'il y a trop peu de films canadiens (42 pourcent) est identique à celui pour la télévision; moins de gens estiment qu'il y a assez (29 pourcent) ou trop (4 pourcent) de films canadiens. Le pourcentage élevé de ceux qui n'ont pas répondu (25 pourcent) reflète peut-être le fait que 44 pourcent de Canadiens disent ne pas être allés voir de films canadiens durant l'année.

Les Canadiens pensent enfin que le choix de films américains est suffisant (45 pourcent). Cependant, 28 pourcent disent que trop de films américains sont montrés, et 4 pourcent pas assez. Vingt-trois pourcent n'ont pas d'opinion à ce sujet.

Le sondage a été effectué par CROP.

(On trouvera un résumé complet du sondage dans le tableau à la page suivante.)

RESULTATS D'UN SONDAGE SUR LE CINEMA CANADIEN

A votre avis, les stations de télévision canadiennes montrent-elles trop, assez ou trop peu d'émissions de:

	contenu canadien	contenu américain
trop	10 pourcent	33 pourcent
assez	42 pourcent	47 pourcent
trop peu	40 pourcent	10 pourcent
sans opinion	8 pourcent	10 pourcent

A votre avis, les cinémas canadiens montrent-ils trop, assez ou trop peu de:

	films canadiens	films américains
trop	4 pourcent	28 pourcent
assez	29 pourcent	45 pourcent
trop peu	42 pourcent	4 pourcent
sans opinion	25 pourcent	23 pourcent

Vous trouverez ici un certain nombre de suggestions qui ont été faites. Pour chacune d'entre elles, dites si vous êtes très favorable, favorable, défavorable ou très défavorable:

	très favorable	favorable	défavorable	très défavorable	sans opinion
1. Augmenter les dépenses gouvernementales pour CBC-Radio-Canada et l'ONF afin de pouvoir subventionner plus de productions canadiennes	12 pourcent	46 pourcent	22 pourcent	10 pourcent	11 pourcent
2. Réduire le nombre de stations de télévision américaines que l'on peut recevoir par le câble	5 pourcent	20 pourcent	41 pourcent	20 pourcent	14 pourcent
3. Exiger que toutes les salles de cinéma de montrent au moins 10 pourcent de leur temps des films canadiens	11 pourcent	44 pourcent	24 pourcent	9 pourcent	14 pourcent
4. Ajouter une somme de 35 cents sur tous les films et utiliser cette somme pour aider les cinéastes canadiens	8 pourcent	32 pourcent	32 pourcent	15 pourcent	13 pourcent



MONTREAL — TORONTO

DOUBLAGE ET POST-SYNCHRONISATION FOREIGN LANGUAGE DUBBING

Philippe Garcia

1025, RUE BLEURY,
MONTREAL, QUE. H2Z 1M7
TÉL: (514) 866-8933
CABLE: TELESYNC

Ron Hastings

205 RICHMOND STREET WEST,
SUITE 203,
TORONTO, ONT. M5V 1V5
TEL. (416) 367-0834

SELECTION OFFICIELLE DE LA FRANCE À CANNES

L'histoire d'un crime exceptionnel

Violette Nozière

ISABELLE HUPPERT (la Dentellière)
STÉPHANE AUDRAN · JEAN CARMET
avec Lisa LANGLOIS · Jean DALMAIN · Guy HOFFMANN
mise en scène de CLAUDE CHABROL
produit par Eugène LEPICIER · Denis HÉROUX

UNE CO-PRODUCTION FRANCO-CANADIENNE

 **Cinepax inc.**

8275 Mayrand, Montreal P.Q. H4P 2C8 Canada
tel: (514) 342-2340 telex 055 60547

L'INDUSTRIE CANADIENNE DU LONG MÉTRAGE

ON PRENDRA CONNAISSANCE CI-APRES D'UN PROJET DE POLITIQUE DU FILM QUE M. JOHN ROBERTS, SECRETAIRE D'ETAT, A DU RELEGUER AUX OUBLIETTES A CAUSE DE FORTES PRESSIONS EXERCEES SUR LUI, NOTAMMENT DE LA PART DES "MAJORS" AMERICAINS. ON LIRA DONC AVEC INTERET SES PROPOSITIONS "RADICALES" QU'ON NE RETROUVERA PLUS DANS LA POLITIQUE DU 11 AVRIL...

OBJET

1 Etudier le problème de l'expansion de l'industrie canadienne du long métrage et le rôle que jouent les longs métrages canadiens dans la vie culturelle du pays.

APERCU GENERAL

2 L'industrie canadienne du long métrage continue d'éprouver des difficultés à trouver l'argent nécessaire au financement de ses productions et à assurer la distribution et la présentation de ses oeuvres cinématographiques au Canada et à l'étranger. Les investissements réalisés par la SDICC et les efforts déployés par le Conseil des Arts du Canada pour stimuler les investissements privés ont contribué à améliorer la situation; en effet, sans l'intervention de ces organismes, il y aurait très peu de longs métrages canadiens réalisés. Depuis 1968, la SDICC a investi quelque 23 millions de dollars dans la production de 202 longs métrages canadiens. Néanmoins, il est maintenant temps de renforcer l'efficacité de la SDICC en clarifiant son mandat (sans toutefois réviser la législation) et d'élargir sa sphère d'activités. Il est également temps d'utiliser une partie des bénéfices provenant de la distribution de films étrangers au Canada pour financer l'industrie canadienne ou la favoriser par ailleurs.

CONSIDERATIONS

3 Les longs métrages canadiens constituent un important moyen de communications entre les Canadiens. Les longs métrages réalisés par des Canadiens, principalement pour des Canadiens, sont tout aussi essentiels pour la promotion de la culture et la sensibilisation du public aux réalités canadiennes que les livres, les revues, les arts d'interprétation et les arts plastiques.

4 La plupart des moyens artistiques ne seront jamais rentables du fait de leur coût élevé de production et (ou) du petit nombre d'amateurs. Les longs métrages canadiens resteront longtemps, sinon peut-être toujours, dans cette catégorie. Leur production et leur distribution devront donc être subventionnées et facilitées d'une façon ou d'une autre, comme le sont la plupart des activités créatrices au Canada.

5 Les longs métrages qui appuient les objectifs culturels du Canada n'attirent qu'occasionnellement un vaste public, que ce soit au cinéma ou à la télévision. Ceci ne diminue en rien leur importance culturelle. En effet, le succès d'un long métrage canadien doit être jugé en fonction de l'attrait qu'il présente pour une certaine partie de la population canadienne, et de son habilité à traduire certains aspects de la réalité du pays. En outre, un long métrage de qualité n'est pas une oeuvre éphémère, car il enrichit notre patrimoine national au même titre qu'un bon livre, qu'une pièce de bonne facture ou qu'un beau monument.

6 Le succès ou l'échec des mesures de subvention, par l'Etat, de l'industrie canadienne du long métrage ne peut pas se mesurer en termes de rentabilité. Les réseaux anglais et français de Radio-Canada, ainsi que l'ONF oeuvrent dans le secteur commercial, mais leur efficacité ne doit pas s'évaluer d'après la rentabilité de leurs activités. Il est vrai que les subventions de la SDICC revêtent la forme d'investissements et que, lors de la création de cet organisme, le gouvernement prévoyait que les décisions d'investir seraient prises en fonction du potentiel commercial et de la valeur intrinsèque du film. Toutefois, il n'a jamais été question de juger du succès de la société d'après ses profits. La notion de rentabilité, en tant que seul ou principal critère de réussite, ne doit pas être imposée maintenant. Les programmes de la SDICC ne peuvent s'évaluer qu'en fonction de la qualité des films produits (reflètent-ils fidèlement certains aspects de la réalité canadienne?) et du succès qu'ils remportent auprès du public (le nombre de spectateurs canadiens qui les ont vus justifie-t-il leur réalisation?). Il faut bien entendu que la SDICC soit efficace; toutefois, la juger en fonction de la rentabilité des investissements revient à déformer sa vocation et à amoindrir son efficacité en tant qu'organisme culturel. Il s'ensuit que la SDICC ne devrait nullement se sentir obligée de participer à la production d'un film sans valeur culturelle dans le seul but d'accroître sa rentabilité,

mais au contraire se sentir parfaitement libre de financer des films qui risquent peu d'être rentables, mais qu'il vaut la peine de réaliser pour d'autres raisons.

7 Le Conseil des arts a augmenté ses subventions dans le cadre de son Programme d'aide au cinéma. Toutefois, comme le long métrage constitue la forme artistique la plus onéreuse (un film modeste coûte facilement un million de dollars), l'aide gouvernementale par le truchement des investissements de la SDICC demeure indispensable.

8 Il reste difficile d'assurer au Canada l'exploitation dans les cinémas des films canadiens, même de ceux qui ont une grande valeur. Les chaînes de cinéma sont sous contrôle étranger et les films qu'elles présentent s'adressent principalement à un public habitué aux produits étrangers. Elles se soucient d'avantage d'exploiter commercialement leurs films nationaux (quand bien même ils ne présentent pas particulièrement d'intérêt pour le public) que de créer un marché pour les films canadiens. Il faut donc trouver de nouveaux moyens d'offrir des longs métrages canadiens de qualité à un public fait pour eux.

9 La part de l'industrie cinématographique canadienne qui est sous contrôle étranger (c'est-à-dire probablement plus de 90 pourcent de la branche d'activités) est extrêmement lucrative, chose particulièrement vraie des revenus bruts de l'ordre de 60 millions de dollars en location de films et en rapatriement la majeure partie aux États-Unis.

Le Canada représente le plus grand marché étranger du monde pour les films américains. Pourtant, ces distributeurs n'ont jamais réellement contribué au développement de l'industrie canadienne, soit en y investissant, soit en assurant une distribution efficace des films canadiens au pays ou à l'étranger. Les principaux distributeurs américains sont les suivants; Paramount, 20th Century Fox, Warner Bros., M.G.M., Columbia, United Artists et Universal.

SOLUTIONS DE RECHANGE

Concentration des activités cinématographiques du gouvernement

10 On pourrait envisager de concentrer toutes les activités cinématographiques du gouvernement entre les mains d'un seul organisme, en imitant l'exemple australien. Nous ne recommandons pas pour le moment une telle mesure, car (i) il faudrait adopter une nouvelle législation; (ii) la Société Radio-Canada (le plus important organisme gouverne-

mental qui réalise des films) ne pourrait être intégrée dans un tel système; (iii) on discerne encore mal pour le moment les avantages d'une telle formule. Toutefois, l'expérience australienne est intéressante et il faudrait la suivre de près pour voir le genre d'enseignement que l'on pourrait en tirer.

Renonciation au subventionnement des longs métrages

11 Avant la création de la SDICC, il n'y avait pratiquement pas de longs métrages réalisés au Canada. Depuis 1968, la société a investi 23 millions de dollars dans la production de 202 films. Les investissements réalisés durant la même période par le secteur privé ce sont chiffrés à plus de 60 millions de dollars. Sans l'effet catalytique des investissements de la SDICC, il est fort probable que les investissements privés auraient été beaucoup moins importants et qu'un moins grand nombre de longs métrages aurait été produit. Bien que la déduction pour amortissement de 100 pourcent ait largement contribué à favoriser de nouveaux investissements dans la production de longs métrages, l'industrie n'aurait peut-être pas survécu sans l'aide qu'accorde le gouvernement par le truchement des subventions de la SDICC.

12 Comme la production de films est une branche d'activités intensives, la majorité des fonds investis a servi à rémunérer les acteurs, les techniciens et les équipes de production, ainsi qu'à subventionner des petites entreprises telles que des laboratoires cinématographiques et des sociétés de location de matériel. Dans un même temps, les longs métrages sont devenus un produit d'exportation de plus en plus important; en effet, la valeur des longs métrages vendus à l'étranger est passée de 1.5 million de dollars en 1974-1975 à 3.4 millions de dollars en 1976-1977.

Mesures fiscales

13 Nombreux sont les pays qui ont une industrie du long métrage (les États-Unis constituent à cet égard une exception notable) et qui l'aident en taxant directement ou indirectement l'industrie proprement dite et en consacrant, d'après certains critères, le produit de la taxe à la production de films nationaux. De plus, la plupart de ces pays imposent un quota aux exploitants de façon à ne pas défavoriser la production nationale. En adoptant ces deux genres de mesures (en l'occurrence la taxe et le quota), ces pays reconnaissent qu'il est indispensable de

protéger leurs industries cinématographiques contre l'écrasante concurrence américaine, en raison de leur importance culturelle. Ces mesures sont typiques des pays dotés d'une industrie du long métrage, tels que la Grande-Bretagne, la France, l'Allemagne, l'Italie et les pays scandinaves. En imposant une telle taxe, nous n'inventerions rien et ne ferions qu'adopter une pratique couramment utilisée par les pays désireux de faire profiter leurs citoyens de cette forme de communication; nous pourrions:

(I) imposer une taxe sur les recettes de guichet. En effet, en prélevant une taxe de 5 pourcent sur les recettes brutes provenant de la distribution des films commerciaux, le gouvernement pourrait percevoir environ douze millions de dollars qu'il pourrait consacrer, directement ou indirectement, à la production de films canadiens.

(II) imposer une taxe sur les recettes locatives brutes que perçoivent les distributeurs de films et en consacrer le produit à la production de films canadiens. Si la taxe était de 10 pourcent, elle rapporterait environ cinq à six millions de dollars;

(III) imposer une taxe sur les recettes locatives brutes que perçoivent les distributeurs de films, en leur accordant une remise équivalant au montant global qu'ils versent à des producteurs canadiens par suite de la distribution de films canadiens au Canada ou à l'étranger. Le produit éventuel de la taxe serait imputé au compte des recettes générales. Pour bénéficier d'une remise fiscale intégrale, les distributeurs auraient (collectivement) à porter la valeur annuelle des recettes brutes de guichet réalisées au titre des films canadiens (et représentant actuellement en moyenne 2.5 à 3 millions de dollars) à environ 30 millions de dollars par an, seuil qu'ils ont peu de chances d'atteindre ou même d'approcher;

(IV) varier (III), c'est-à-dire verser le produit de la taxe à la SDICC pour qu'elle l'investisse dans la production de films canadiens, sans l'imputer au compte des recettes générales.

14 Les formules (I), (II) et (IV) mettaient en jeu une taxe destinée à un usage précis et s'appuient sur le principe que l'utilisateur paie. La taxe est acquittée par le spectateur et son produit est versé au producteur de

façon à ce qu'il puisse réaliser des films en plus grand nombre et de meilleure qualité. Les gens qui ne vont pas au cinéma ne sont pas frappés. La majorité des pays occidentaux recourent à ce genre de taxe (en l'appliquant de différentes façons) pour financer leur industrie cinématographique. Bien que cette forme de taxation offre tous les avantages d'une formule où l'usager paie, elle présente aussi les inconvénients suivants:

(1) Si l'on considère que la production de longs métrages canadiens de qualité est dans l'intérêt de toute la nation, le financement devrait être normalement l'affaire de tous les contribuables, et pas seulement des cinéphiles. Dans ce cas, les fonds devraient être versés à même le compte des recettes générales;

(2) la plupart des Canadiens vont au cinéma pour voir de préférence des films américains. Bien que notre politique ait pour but de modifier cette tendance en faisant produire de meilleurs films canadiens, le cinéophile pourrait se demander entre temps pourquoi ce serait plutôt à lui d'en financer la production qu'aux Canadiens qui préfèrent regarder la télévision ou assister à des matchs de football;

(3) bien que la Grande-Bretagne utilise une "taxe" destinée à un usage précis pour aider financièrement son industrie cinématographique, sa politique fiscale (comme celle du Canada) est en principe défavorable aux taxes de ce genre. On devrait donc financer les projets à même les recettes générales en tenant compte de leurs mérites et non de la provenance des recettes fiscales.

15 C'est pourquoi la formule (III) est la plus séduisante et la plus acceptable: Le produit de la taxe à la distribution est imputé au compte des recettes générales, et non versé à la SDICC il devrait toutefois suffire à couvrir les subventions plus importantes que l'on propose d'accorder à la SDICC. De plus, par le biais de la remise; la formule encourage fortement le distributeur à distribuer et à promouvoir des films canadiens, ainsi qu'à participer à la production de longs métrages canadiens prometteurs sur le plan des recettes de guichet.

Achat d'une chaîne de cinémas par des Canadiens

16 Plus de 25 pourcent des cinémas



Mia Farrow dans une coproduction Canada-Grande-Bretagne intitulée "Full Circle"

au Canada (y compris la majorité des principaux établissements) appartiennent à l'une ou l'autre des deux chaînes étrangères d'exploitation: Famous Players et Odeon. L'une d'entre elles (Odeon) a récemment été mise en vente (1) et il se peut que la participation étrangère (51 pourcent des actions) dans la chaîne Famous Players le soit également. Le gouvernement et le public canadiens auraient manifestement avantage à ce que ces deux chaînes passent sous contrôle canadien. Un propriétaire canadien serait plus enclin, sans toutefois prendre de risques, à favoriser la distribution de films canadiens. (2). Ce transfert de propriété pourrait se faire même sans l'intervention de l'Etat; dans le cas contraire, le gouvernement pourrait aider l'un ou l'autre des groupes canadiens à rassembler les fonds nécessaires (de 25 à 30 millions de dollars). Il pourrait accorder cette aide sous forme d'une subvention, d'un prêt ou d'une participation aux actions ordinaires (en posant comme condition que la chaîne présente des films canadiens conformément à un accord préalable) de façon à assurer une meilleure

distribution des longs métrages nationaux. (3).

Autres mesures

17 Outre les mesures décrites aux alinéas 13 (III) et (IV), il est possible d'améliorer la qualité des films canadiens, d'en augmenter le nombre et de promouvoir leur distribution au Canada;

(I) Exploitation parallèle

La SDICC a créé un nouveau réseau de distribution pour les films canadiens de qualité qui ne trouvent pas de débouchés dans les cinémas commerciaux. Après six mois de service, le réseau qui s'adresse pour le moment à un public francophone uniquement, a atteint 75,000 personnes. Il est exploité par une société privée travaillant sous contrat pour le compte de la SDICC; un montant de \$2 est prélevé par billet et le réseau a contribué à augmenter considérablement le nombre total de spectateurs de films canadiens au Québec.

La SDICC devrait étendre cette expérience dans tout le pays par le truchement de points de distribution commerciaux et non commerciaux. Dans le Canada d'expression anglaise, le réseau serait exploité par des directeurs régionaux relevant d'un organisme de contrôle travaillant sous contrat pour la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne. L'Institut canadien du film, organisme national sans but lucratif, pourrait assurer la programmation, de concert avec des groupes locaux, fournir les films et exploiter les cinémas. L'Institut du film a déjà des employés qui pourraient très bien faire ce travail, et il disposerait donc d'un revenu supplémentaire.

(II) La Société Radio-Canada et les maisons de radio-diffusion privées

La Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne a longtemps soutenu qu'elle devrait pouvoir investir dans des feuilletons pour la télévision, étant donné que cette catégorie et ce moyen de distribution touchent un plus grand nombre de spectateurs et permettent mieux que les longs métrages présentés dans les cinémas de rentabiliser les investissements.

La Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne pourrait investir dans la production d'émissions télévisées spéciales qui pourraient être considérées comme des "longs métrages". Les sociétés privées en assureraient la production de concert avec la Société Radio-Canada, Télé-Métropole, CTV ou Global. Ces films porteraient sur des thèmes canadiens et seraient diffusés dans les deux langues officielles. L'élément fondamental de la proposition est qu'ils soient diffusés au moins sur l'un des réseaux de chaque langue officielle. La Société Radio-Canada légalement tenue de promouvoir l'unité nationale, se sentirait certainement dans l'obligation de participer à ces projets.

(III) Les coproductions avec les autres pays

Face à l'emprise américaine permanente sur le marché mondial

du film, d'autres pays se sont lancés dans des projets conjoints en signant des accords de coproduction. Le Canada a ainsi conclu des ententes avec la France, l'Italie et la Grande-Bretagne, et en signera bientôt une avec l'Allemagne de l'Ouest. Israël et la Mexique sont les prochains pays envisagés. Étant donné qu'il n'est pas possible de produire des films individuels où la participation des deux pays serait exactement la même, les accords sont normalement valables pour cinq ans; en effet, on espère qu'il y aurait ainsi, à la fin de cette période, un équilibre global



Francine Racette dans "The Disappearance"

pour la participation et des profits sensiblement égaux. L'extension des accords de coproduction pourrait constituer un apport remarquable à l'industrie cinématographique canadienne, car chaque pays participant doit contribuer sur le plan artistique, technique et financier. Il est très enrichissant pour les Canadiens de pouvoir travailler avec des producteurs étrangers très expérimentés. Toutefois, un accord qui n'exige pas une participation entière de la part des Canadiens

nuirait à l'industrie canadienne plus qu'autre chose. On procède actuellement à une étude approfondie des accords existants avant d'envisager de les renouveler, de façon à s'assurer qu'ils profitent vraiment à l'industrie canadienne et à déterminer s'il y a moyen d'exiger que les participants canadiens soient des Canadiens au vrai sens du terme et non (comme cela a déjà été le cas) des étrangers qui sont pendant une brève période des immigrants reçus.

(IV) Réalisation de scénarios

L'échec commercial de bien des longs métrages canadiens et les mauvaises critiques dont ils font l'objet s'expliquent, entre autres, par la médiocrité des scénarios. C'est sur ceux-ci que se fondent tous les autres éléments du film; leur mauvaise qualité peut engendrer de graves problèmes dans toute l'industrie et souvent éclipser les autres éléments cinématographiques de qualité: interprétation remarquable, effets visuels et photographiques extraordinaires, excellente bande sonore, etc. Deux raisons expliquent la mauvaise qualité d'un scénario: l'inexpérience de bien de nos scénaristes et le manque de crédits au cours des premières étapes de la réalisation d'un film. Il faut que le scénario soit au point avant le tournage du film. Cependant, comme ni le secteur privé ni le secteur public ne veulent investir de l'argent avant que la production ne commence, bien des producteurs sont obligés de bâcler la préparation pour pouvoir faire démarrer le tournage le plus tôt possible, et ce, non seulement pour retirer les premiers profits, mais aussi pour réduire leurs frais généraux. Le scénario souffre de cette situation. Le choix de "l'affiche" constitue un autre aspect important de la réalisation du scénario; les producteurs doivent se servir de ce dernier pour engager des têtes d'affiche bien connues et un directeur de production. Ces derniers vont rehausser le potentiel commercial du film au sujet des distributeurs et des commanditaires. Le choix de "l'affiche" est une opération longue et difficile dont le coût doit être prévu dans le budget des dépenses engagées avant la production.

A titre de comparaison, voici les budgets approuvés par le Conseil du Trésor pour les années 1977-1978 et 1978-1979:

1977-1978 (budget des dépenses)

investissements et prêts	\$2,936,000
distribution et promotion	\$528,000
Total	\$3,464,000
moins recettes prévues	\$800,000
dépenses nettes	\$2,664,000
administration	\$679,000
Grand Total	\$3,343,000

1978-1979 (prévisions approuvées par le Conseil du Trésor)

investissements dans la production de longs métrages	\$2,936,000
distribution	\$570,000
Total	\$3,506,000
moins recettes prévues	\$800,000
dépenses nettes	\$2,706,000
administration	\$742,000
Grand Total	\$3,448,000

Considérations financières

18 SDICC Si les recommandations formulées dans ce document sont acceptées, les crédits annuels alloués à la SDICC sur une période de cinq ans (à compter de l'exercice 1978-1979) permettront de réaliser des dépenses nettes de programme et d'investissement représentant en moyenne six millions de dollars par an, abstraction faite des dépenses d'administration (\$750,000 durant l'exercice 1978-1979). En 1978-1979, la ventilation des crédits serait la suivante:

\$3,750,000: investissements dans la production de longs métrages
 \$1,250,000: investissements dans la production de longs métrages pour la télévision
 \$250,000: réalisation de scénarios
 \$750,000: nouveau réseau (réseau parallèle de présentation)
 Soit un total de \$6,000,000 (plus \$750,000 pour les dépenses d'administration)

TAXE FEDERALE

19 Taxation des recettes provenant de la location de films:

Nous recommandons dans le présent document d'imposer une taxe fédérale spéciale de 10 pourcent sur toutes les recettes brutes que tirent les distributeurs de films de location de longs métrages non canadiens. Durant l'exer-

cice 1975-1976, les recettes de cette provenance qu'ont perçues au Canada les principales maisons de distribution sous contrôle américain se sont chiffrées à quelque 60 millions de dollars, tandis que les distributeurs canadiens ont réalisé approximativement dix millions de dollars de recettes par ce biais. La taxe de 10 pour-cent devrait donc rapporter à peu près sept millions de dollars par an. Toutefois, si les distributeurs profitaient de la remise recommandée, les recettes fiscales se trouveraient réduites (peut-être même à néant, quoique la chose paraisse improbable). Il est donc impossible d'évaluer les répercussions financières d'une telle mesure.

20 Achat d'une chaîne de cinémas:

Cette mesure n'aurait aucune répercussion financière dans l'immédiat et, peut-être même, à plus long terme. Toutefois, si l'une des deux chaînes (Famous Players et Odeon) ne pouvait passer sous contrôle canadien que par le biais de l'octroi d'un prêt garanti par le gouvernement ou d'une participation de ce dernier aux actions ordinaires, le Secrétariat d'Etat recommanderait d'y procéder, jusqu'à concurrence de cinq millions de dollars.

RELATIONS FEDERALES-PROVINCIALES

21 Des discussions ont eu lieu avec la province de l'Ontario pour savoir si l'on

ne pourrait pas exiger qu'un nombre minimum de films canadiens soit projeté dans les cinémas (au lieu du système volontaire actuel). Il incomberait aux provinces d'imposer cette exigence, puisque l'octroi des permis d'exploitation de cinémas relève du gouvernement provincial. Même si l'Ontario et certaines autres provinces (entre autres, le Québec et le Manitoba) sont en faveur de cette disposition, il est peu probable que celle-ci soit bientôt appliquée.

D'autre part, les gouvernements provinciaux ne se sont pas engagés directement. Cependant, la plupart des provinces, particulièrement celles qui sont dotées d'une industrie cinématographique, ont manifesté un certain intérêt pour l'adoption de mesures propres à favoriser la production et la distribution de films canadiens.

AUTRES CONSIDERATIONS

22 Les distributeurs étrangers s'élèveront violemment contre les mesures fiscales et useront de leur influence à Washington. Le gouvernement américain menacera probablement de prendre des mesures de rétorsion, et notamment, d'exclure les films canadiens du marché américain. Il est peu probable que le gouvernement américain veuille risquer de perdre le marché canadien, qui est extrêmement rentable. Pratiquement tous les pays ont déjà adopté des mesures équivalant (quand elles ne sont pas plus radicales) à celles que nous préconisons ici. De plus, il se peut que les principales maisons de distribution américaines soient soumises, aux Etats-Unis, à des règlements commerciaux plus rigoureux qu'au Canada. Dans ce cas, nous pourrions, à juste titre, durcir les règlements canadiens pour les rendre au moins aussi rigoureux. Le problème à cet égard est que les transactions entre le distributeur et l'exploitant sont entourées de grands mystères.

23 En fin de compte, on répercutera probablement la taxe sur le public, ce qui risque de diminuer davantage le taux de fréquentation, surtout dans certains petits cinémas indépendants qui sont déjà marginaux. Cependant, ils peuvent compter sur les enquêtes que fait mener actuellement le ministère de la Consommation et des Corporations à la suite de diverses pétitions et plaintes que certains éléments de l'industrie cinématographique ont déposées au sujet de certaines pratiques commerciales restrictives des principaux distributeurs. La nouvelle Loi relative aux

enquêtes sur les coalitions pourrait peut-être aussi permettre à des propriétaires de cinémas indépendants d'affronter la concurrence sur un pied d'égalité.

24 Les propriétaires de cinémas ne manqueront pas de rejeter sur le gouvernement fédéral la responsabilité des augmentations du prix des billets, qu'ils répercuteront sur le public. Toutefois, ils ne pourraient le faire qu'une seule fois: il leur serait impossible de rendre le gouvernement responsable des augmentations de prix ultérieures (qui se produisent fréquemment), de sorte qu'il semble peu probable que les répercussions politiques seraient graves ou durables.

CONSULTATIONS INTERMINISTÉRIELLES

25 Des consultations ont eu lieu avec le Secrétariat du Conseil du Trésor, le Bureau du Conseil privé, le ministère de l'Industrie et du Commerce, le ministère des Affaires extérieures et le ministère des Finances mais ce dernier n'appuie pas les mesures fiscales proposées.

RELATIONS PUBLIQUES

26 Ces propositions susciteront un vif intérêt dans l'industrie cinématographique et le monde culturel, et éveilleront l'intérêt général des Canadiens si elles sont approuvées. Elles devraient constituer l'essence d'un important discours que je me propose de prononcer dans les prochaines six semaines.

27 Il est presque certain que l'imposition d'une taxe à n'importe quelle étape de la production cinématographique va faire augmenter le prix des billets. Si l'on se fonde sur la réaction du public devant les récentes fortes augmentations imposées par les chaînes de cinémas elles-mêmes, une nouvelle augmentation ne provoquerait probablement pas le mécontentement des cinéphiles. D'après le président de Famous Players, les dernières augmentations à Toronto, où le prix du billet est passé à \$3.75, n'ont pas influé sur la fréquentation de ses cinémas. Le cinéma reste une des distractions commerciales les moins coûteuses, par rapport aux sports, aux concerts et aux théâtres, et la fréquentation dépend essentiellement de la qualité du film et non du prix d'entrée.

Il faudra, toutefois, expliquer clairement aux cinéphiles les raisons qui militent en faveur de l'imposition de cette taxe par le gouvernement.

RECAPITULATION

28 La croissance de l'industrie privée canadienne du long métrage a été fortement entravée par la concurrence écrasante exercée par les industries étrangères, particulièrement celle des États-Unis. L'industrie américaine contrôle notre réseau de distribution et de présentation, et décide en grande partie des films que voient les Canadiens. Les films américains ont un coût de production élevé que rentabilise leur distribution sur un marché dix fois plus grand que le nôtre. Les films canadiens, budgétisés en fonction de notre marché plus étroit, ont du mal à concurrencer les films réalisés avec un plus gros budget, pour lesquels le marché canadien, quoique intéressant, demeure marginal. La mainmise des distributeurs américains sur les réseaux de distribution au Canada et à l'étranger fait qu'il est de plus en plus difficile aux films canadiens d'être compétitifs, car en temps normal les distributeurs américains préfèrent exploiter les films produits par leur pays.

29 Créée en 1968 pour favoriser l'expansion de l'industrie canadienne du long métrage, la SDICC s'est vu confier deux tâches contradictoires: produire des films culturels et faire de l'argent.

Il importe de commencer à s'attaquer à ces deux problèmes. Parmi les mesures possibles que nous venons de mentionner, celles qui risquent d'être les plus efficaces sont les suivantes:

- (1) Adopter des mesures fiscales, notamment imposer sur les recettes locatives une taxe (avec octroi d'une remise) dont le produit net serait directement consacré à la production de longs métrages canadiens;
- (2) Favoriser l'achat, par des Canadiens, d'une chaîne de cinémas sous contrôle étranger (Odeon);
- (3) Étendre le "nouveau réseau" (réseau parallèle de distribution);
- (4) Investir dans la production de films pour la télévision et favoriser la présentation de programmes canadiens à la télévision;
- (5) Encourager les coproductions internationales;
- (6) Elargir le programme de réalisation de scénarios.

le Secrétaire d'Etat

cinéma/québec

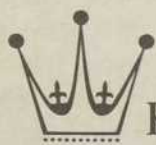
TABLE DE
MONTAGE



MODELE
ST901

L'écran de vision reproduit une image parfaitement lumineuse et définie par utilisation d'un prisme réflecteur à 18 faces. La manette de commande de défilement des images est très souple et on peut rebobiner automatiquement.

Pour de plus amples renseignements sur le ST901 et nos autres gammes d'appareils, veuillez nous écrire à l'adresse suivante:



KINGSWAY FILM EQUIPMENT LTD.

821 KIPLING AVENUE, TORONTO 18, ONTARIO, CANADA

- REPIQUAGES
- SYNCHRONISATION
- VISIONNEMENT
- MONTAGE
- ENREGISTREMENT
- POST-SYNCHRONISATION
- EFFETS SONORES
- BRUITAGE
- MIXAGE
- OPTIQUES
- DOUBLAGE

pour tous les travaux de post-production

TELE-MONTAGE INC.



1110 bleury montréal • 875-6323

Les Films Images du Monde inc.

et son président
Claude Tedguy

sont fiers
d'annoncer
que depuis
le 1^{er} mai 1978
ils ont repris

Les Studios de la Victorine

A la disposition de l'industrie cinématographique internationale

- 1 studio spécialement réservé à la télévision
- 3 studios pour le cinéma
- des facilités pour le montage, le mixage, la post-synchronisation, etc.

Au calendrier des Studios de la Victorine:

- | | |
|--------------|--|
| MAI 1978 | <ul style="list-style-type: none">• <i>The Passage</i> (General Film Company) avec James Mason et Anthony Quinn• <i>Justice</i>, d'André Cayatte• <i>Killing Seasons</i>, production canadienne de Harry Gulkin |
| JUIN 1978 | <ul style="list-style-type: none">• <i>Chapeau melon et bottes de cuir</i>
13 émissions de 52 min. pour la télévision |
| JUILLET 1978 | <ul style="list-style-type: none">• <i>Nijinsky</i>, une production Harry Saltzman avec Mikhail Barychnikov, réalisé par Herbert Ross
début du tournage en janvier 1979 |
| AOUT 1978 | <ul style="list-style-type: none">• <i>Incredible Miss Chadwick</i>,
production canadienne de Harry Gulkin |
| Automne 1978 | <ul style="list-style-type: none">• <i>Cairo</i>, une production de Jim Aubrey• <i>Indiscreet</i>, une production de Albert Ruddy• ainsi que trois films de Wild Far Production (Jim Rokos et Andrei Krokowski), dont <i>Casino</i> et <i>Berk</i> |

Les Studios de la Victorine

16, avenue Edouard-Grinda, Nice
Téléphone: (93) 83-10-16

LE LIVRE BLANC SUR LA CULTURE

IL ETAIT DIFFICILE POUR LE PARTI QUEBECOIS, AU LENDEMAIN DE LA VICTOIRE DU 15 NOV., DE NE PAS FAIRE DE LA CULTURE L'UNE DE SES PRIORITES, AU MEME TITRE QUE LA LANGUE. IL A DONC ETAIT TRES TOT QUESTION D'UN LIVRE BLANC SUR LA CULTURE QUI PRECISERAIT ET EXPLICITERAIT LES INTENTIONS DU GOUVERNEMENT EN MATIERE CULTURELLE. CE "LIVRE BLANC" DEVRAIT PARAÎTRE EN JUIN. UNE FUITE NOUS AURA PERMIS DE PRENDRE CONNAISSANCE D'UNE DES DERNIERES VERSIONS DE CE DOCUMENT. CE N'EST PAS LA VERSION DEFINITIVE, MAIS IL NOUS A PARU BON DE REVELER MALGRE TOUT LA PARTIE CONCERNANT LE CINEMA DANS CE DOCUMENT DE 425 PAGES...

A) SITUATION DU CINEMA AU QUÉBEC

Ce que nous appelons de plus en plus couramment les industries culturelles désigne une réalité multiforme. Cette prolifération tient à des transformations décisives et, pour la plupart, récentes de nos sociétés. La culture héritée et élaborée dans les contacts concrets de la vie quotidienne n'est pas disparue: plus qu'on ne le prétend parfois à partir d'observations superficielles, elle continue d'exercer son emprise sur nos attitudes et nos comportements. Mais s'y ajoutent des éléments de plus en plus nombreux, transmis et parfois conçus par de véritables entreprises pareilles à celles qui président à la vie économique, obéissant aux mêmes lois de marché et de rentabilité, suscitant de semblables pouvoirs, faisant souvent appel à une technologie complexe.

Considérées dans leur extension la plus vaste, les industries culturelles comprennent donc le livre et les périodiques, le disque, le cinéma, les métiers d'art et l'artisanat, la radio, la télévision, la presse écrite. Prises ainsi dans toute leur étendue, les industries culturelles commandent au Québec un chiffre d'affaires annuel qui dépasse un milliard de dollars. Ainsi, en particulier, si on tient compte des importations en 1976, le chiffre d'affaires pour les livres et les périodiques s'élevait au moins à 100 millions de dollars, celui des ventes au détail des disques atteignait environ 85 millions de dollars, celui du cinéma représentait près de 100 millions de dollars (dont plus de la moitié provenant des recettes des salles et des cinéparcs), celui des ventes au détail des produits des métiers d'art et de l'artisanat était d'environ 150 millions de dollars.

On compte au Québec un nombre considérable de sociétés de production cinématographique. Il y en avait 90 en 1975. Certaines ont disparu mais d'autres sont nées, soit spontanément, soit par suite du fractionnement de sociétés existantes. On constate de plus l'émergence d'un cinéma régional: on produit à Rimouski, au Lac St-Jean, aux Trois-Rivières, à Rouyn-Noranda.

Depuis quelques années, on assiste à la création de compagnies polyvalentes de communications qui agissent dans le domaine de l'audiovisuel au même titre que certaines agences de publicité. Enfin, des sociétés se forment pour la production d'un seul long métrage.

Il n'est pas facile, dans ces conditions, d'établir le nombre exact des maisons de production de même que

leur chiffre d'affaires, d'autant plus que les données varient selon les sources consultées 3 (1).

On peut cependant avancer qu'il en existe une centaine au Québec en 1978, dont plusieurs ne sont qu'une raison sociale. Il s'agit pour la plupart, de petites compagnies. Ainsi, près de 50 d'entre elles auraient un revenu annuel ne dépassant guère \$100,000; une quarantaine évoluerait entre les \$100,000 et les \$500,000, tandis que le maigre peloton des "\$500,000 et plus" atteindrait la douzaine, dont une demi-douzaine de compagnies "millionnaires".

Les revenus des maisons de production au Québec proviennent de deux sources: l'industrie et les investisseurs privés d'une part (commandites diverses, information, publicité, films pour la télévision privée, longs métrages destinés aux salles, etc.) et les fonds publics d'autre part, qu'ils proviennent d'Ottawa (commandes des ministères et organismes publics, Radio-Canada, Société de développement de l'industrie cinématographique) ou de Québec (commandes des ministères et organismes publics, Radio-Québec, Institut québécois du cinéma). Les films commandités par les gouvernements et les réseaux de télévision, la publicité filmée et les films éducatifs apportent le pain et le beurre aux maisons de

production. La production de longs métrages est certes spectaculaire, mais ce n'est pas elle seule, dans la plupart des cas, qui pourra assurer la survie ou le développement des maisons de production; le volume de la clientèle québécoise est beaucoup trop faible et trop forte est la concurrence de la production étrangère qui exporte ici un type de cinéma fabriqué avec des moyens considérables.

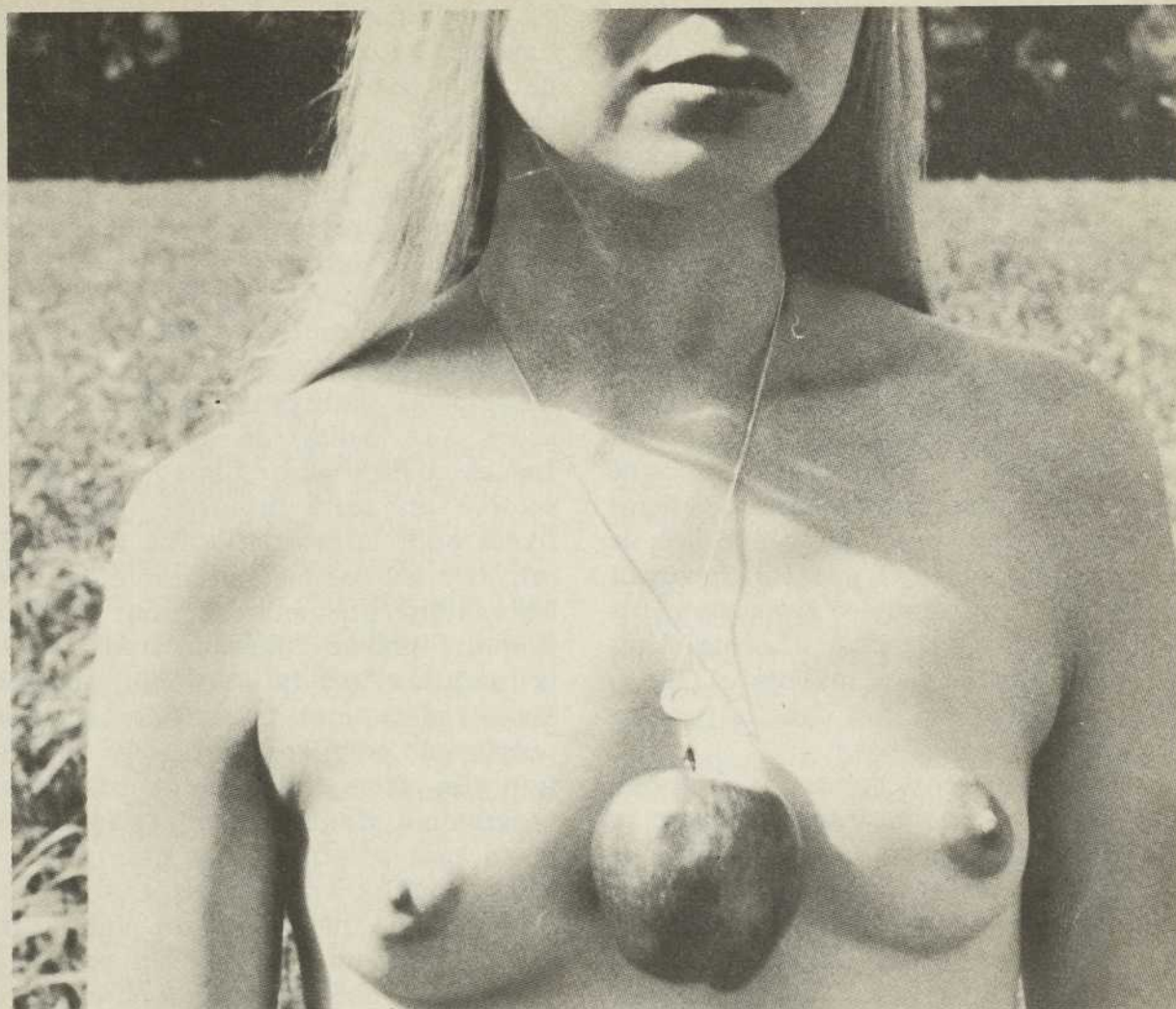
La production de l'industrie cinématographique québécoise est donc largement dépendante, directement ou indirectement, de l'action des gouvernements. Or, il y a deux centres de décision: Québec et Ottawa. Nous ne disposons d'aucun pouvoir direct sur les politiques fédérales, dont les orientations sont lourdes de conséquences pour les maisons de production. Ainsi, les initiatives de la SDICC, de l'ONF, du Conseil des arts, de Radio-Canada, du gouvernement fédéral lui-même en matière de fiscalité ou de télévision à péage peuvent impliquer la décroissance, la stagnation ou l'extension des maisons de production. Ces choix, quels qu'ils soient, ont des conséquences sur le type de production, donc sur notre développement culturel.

Au Québec, les maisons de distribution se répartissent en deux groupes: les multinationales et les indépendantes.

Les multinationales diffusent en priorité les films qu'elles produisent; elles sélectionnent, en outre, pour fins de distribution les films rentables sur le marché international. Ainsi, United Artists distribue les films produits par United Artists mais aussi des films produits par des maisons européennes concurrentes. Ces multinationales distribuent des films de tous les formats pour les salles, les ciné-parcs, les réseaux "non-commerciaux" (ciné-clubs, écoles), pour la télévision. Leur processus d'intégration (production, distribution, circuit des salles) permet de toucher le profit du producteur, celui du distributeur et celui de l'exploitant...

La plupart des maisons indépendantes sont de petite dimension; quelques-unes ont des relations organiques avec une maison de production ou avec des salles. Il existe aussi des distributeurs québécois qui sont propriétaires ou gèrent des circuits de salles, dont un, France Film, contrôle 40 écrans et plus de 21,000 sièges.

Il n'est guère besoin d'insister: à toutes fins utiles, les multinationales maîtrisent une part importante de la distribution des films sur le marché québécois. Elles fabriquent ou obtien-



"Ultimatum" de Jean-Pierre Lefebvre

nent les films qu'elles désirent, elles les montrent quand et où elles veulent et aux conditions qu'elles déterminent. Les petites entreprises québécoises d'exploitation cinématographique, pour leur part, obtiennent des films à des conditions souvent inadmissibles, suivant les variantes du **Block Booking**.

Au Québec, on compte 383 établissements commerciaux de projection cinématographique, salles et ciné-parcs y compris. Ils sont la propriété de 190 entreprises d'exploitation. Encore faut-il préciser que trois d'entre elles contrôlent 30 pourcent des écrans et 35 pourcent des sièges: il s'agit, dans l'ordre, des Cinémas-Unis, de France-Film et d'Odeon. Vingt-trois entreprises moyennes accaparent 25 pourcent du marché; 165 petites entreprises se partagent les 45 pourcent qui restent 4 (2). La situation est plus grave encore. 23 pourcent des écrans au Québec rapportent un chiffre d'affaires inférieur à \$20,000, 53 pourcent moins de \$100,000; 80 pourcent ne dépassent pas \$250,000.

Les recettes au guichet s'élevaient en 1976 à \$53 millions. La région 05 (Montréal et ses environs) prélève à elle seule \$32.1 millions, soit 60.3 pourcent de la recette au guichet. Les régions de Québec et de Montréal

accumulent \$39 millions, soit 75.5 pourcent des recettes brutes. A Montréal seulement, les multinationales disposent de 77 écrans, soit 41.1 pourcent de l'ensemble. Il s'agit des meilleures salles, concentrées principalement au centre-ville. En 1974, les 87 salles des multinationales ont réalisé des entrées pour une valeur de \$16 millions sur \$44.5 millions pour l'ensemble du Québec, soit 35 pourcent. Cela ne représente cependant qu'une partie de leur revenu: la combinaison de la production, de la distribution, de l'exploitation l'accroît encore.

Le même rapport nous apprend, et cela ne peut qu'inquiéter, que la recette des productions québécoises est passée de \$4 millions en 1974 à \$1.8 millions en 1976. Cette chute tient plus à la baisse du nombre de films présentés qu'à un changement de la demande ou à la performance individuelle des longs métrages.

On le voit, l'économie est importante en cette affaire. La culture ne l'est pas moins. Quels films faut-il montrer au Québec? Les décisions sont prises à Los Angeles, à New York et à Toronto. En 1975, le gouvernement du Canada a conclu une entente à l'amiable avec Cinéma Unis et Odeon pour augmenter le contenu canadien

dans les programmations des circuits. De l'aveu même de la SDICC dans son dernier rapport annuel, ni l'une ni l'autre société n'a strictement tenu ses engagements de projeter des longs métrages canadiens quatre semaines par année, dans chacune de leurs salles et une semaine dans leurs ciné-parcs. L'on note toutefois que globalement la compagnie Cinémas Unis a atteint 90 pourcent de ses objectifs de contingentement et Odeon 65 pourcent. Ces deux compagnies poursuivent officiellement ces objectifs pour une deuxième année, leurs réalisations étant d'ores et déjà supérieures à celles de la première année. L'entente prévoyait aussi un programme d'investissements qui a été suivi; ainsi Cinéma Unis a investi plus de deux millions et Odeon plus d'un demi-million dans la production de films canadiens.

Quand on veut, comme il s'impose, exercer une certaine intervention en ce domaine, on se heurte à (deux obstacles majeurs: le défaut d'accès du cinéma québécois (et canadien) aux meilleures salles, l'absence de disponibilité de versions françaises des films étrangers, au moment où ces derniers connaissent leur première sortie au Québec.

Citons, à cet égard, une étude de O.J. Firestone: "Etant donné, d'une part, que les salles de cinéma montréalaises de premier ordre et de langue anglaise montrent des films généralement américains ou anglais et que, d'autre part, toutes ces salles ne sont contrôlées que par une seule chaîne de cinémas (il s'agit de la chaîne américaine Famous Players dont les salles sont administrées ici par Consolidated Theatre Ltd), on peut se demander

si les films de qualité produits au Canada — et en particulier les films qui ne sont pas produits avec des fonds américains — ont accès à des salles de premier ordre. On peut même se demander si les films de langue française sont jamais présentés dans les salles de premier ordre (....) Et pourtant, si l'on veut que les films produits au Canada aient toutes les chances d'être présentés dans tous le pays,... il est absolument indispensable qu'ils aient accès aux salles de premier ordre. La circulation des films au Québec soulève un autre problème. Les dates fixées pour la circulation de la version originale en langue anglaise d'un film britannique ou américain sont presque toujours prévues plusieurs mois avant la parution de la version française. Mais tandis que la version anglaise paraît en première sortie, la version française fait généralement partie du programme double d'une salle de cinéma sans prestige. C'est pourquoi les films doublés en français sont considérés comme une reprise du film plutôt que comme un spectacle en première sortie. Le public francophone éprouve un certain ressentiment à l'égard de ce traitement de "seconde classe" qui (...) l'oblige à voir la version anglaise originale puisqu'il faudra encore attendre plusieurs mois avant que le film paraisse dans une salle secondaire comme un film en reprise"⁵ (3).

Or, l'industrie québécoise tant privée que gouvernementale, a produit, depuis 1964, quelque 250 longs métrages de toutes catégories. Ceux d'entre eux qui

étaient destinés aux salles commerciales n'y ont pas toujours eu un accès facile, notamment à cause de l'organisation des circuits décrits plus haut 6 (4). Certes, il n'est pas question d'enfermer les cinéphiles dans un ghetto. Les cinémas québécois devront toujours être largement alimentés par une production étrangère indispensable à notre enrichissement culturel. **Il y a tout de même une marge entre l'ouverture au monde et la colonisation systématiquement organisée de l'extérieur.**

Partout au Québec, un certain nombre de salles tant dans les grandes villes que dans les autres localités ne sont pas particulièrement attrayantes. D'autre part, plusieurs petits propriétaires n'ont guère réagi aux changements majeurs survenus dans le domaine des médias depuis vingt ans. Toutefois, se dessinent des signes encourageants d'une reprise en main de leur part: un souci plus marqué d'adapter la programmation à la population locale, une meilleure gestion financière, un effort pour améliorer les salles. La conjoncture demeure difficile. En surcroît des difficultés que nous avons déjà soulignées, certains propriétaires de salles sont victimes d'une concurrence de la part d'organismes ou de groupes à but non lucratif. Personne ne met en doute la nécessité pour les maisons d'éducation de donner une culture cinématographique aux étudiants; on peut cependant s'inquiéter quand des établissements financés par les fonds publics servent à présenter un cinéma à portée nettement commerciale.

(1) Le cinéma au Québec: Bilan d'une industrie, 1975; Association des producteurs de films du Québec; Office du Film du Québec et Direction générale du cinéma et de l'audiovisuel; diverses études commandées par le Secrétariat d'Etat du Canada.

(2) Etude de l'industrie du long métrage au Québec, menée pour l'Institut québécois du cinéma, sous la responsabilité de J.-P. Dubreuil, 1977.

(3) O.J. Firestone, "Problèmes particuliers du Québec en matière de distribution cinématographique", *Sociologie et sociétés*, Presses de l'Université de Montréal, vol. 8, no. 1, 1976, 62. Famous Players s'appelle maintenant Cinémas Unis.

(4) M. Brulé, "Les impacts du cinéma américain sur la société québécoise", *Sociologie et sociétés*, Presses de l'Université de Montréal, vol. 8, no. 1, avril 1976, 39.

B) L'ÉTAT ET LE CINÉMA

En vue de répondre à l'aspiration des Québécois de communier à l'ensemble des cultures humaines et d'exprimer leur identité culturelle propre dans cet ensemble complexe, le réseau des industries culturelles devrait comporter un certain équilibre dans la poursuite de deux objectifs qui sont, à première vue, quelque peu contradictoires: d'une part, garantir l'accès des Québécois à la production culturelle étrangère sur le marché national; assurer d'autre part une position privilégiée à la production et à la diffusion des oeuvres culturelles québécoises.

Selon que les sociétés politiques sont construites ou non sur la base d'une identité culturelle dominante, suivant qu'elles sont plus ou moins autarciques

économiquement et qu'elles ont des rapports pacifiques ou hostiles avec les autres sociétés politiques, le réseau des industries culturelles aura tendance à s'approcher de l'un ou de l'autre des deux pôles de cette tension. En effet, le degré d'ouverture, donc d'autarcie et de protectionnisme, d'un réseau d'industries culturelles, ne se détermine pas selon des normes idéales ou absolues.

Par exemple, en raison de la longue diaspora des britanniques dans leur immense Empire où leur culture fut longtemps dominante, il est possible que le Canadien anglophone soit porté à s'identifier à cette nouvelle version de sa culture qu'est la civilisation états-unienne. Si c'était le cas, l'incroyable ouverture du commerce culturel canadien à la production américaine ne serait qu'une conséquence fatale d'une forte dissociation entre la réalité politique canadienne et l'univers culturel de référence de la majorité anglophone du Canada. Ne faut-il pas s'inquiéter, par exemple, de la migration des artistes et auteurs anglophones outre frontières? En tout cas, il est possible de penser, sur la base d'observations du même ordre, que la majorité francophone du Québec, qui possède une identité culturelle incontestable, a absolument besoin que ses industries culturelles comptent sur une sélection plus subtile et sur un éventail plus large des apports culturels extérieurs. Cette hypothèse est d'ailleurs confirmée par les caractéristiques des industries culturelles du Québec par rapport à celles du reste du Canada, et ce en dépit de la longue tradition de non-intervention du pouvoir politique québécois en matière d'organisation des marchés. Au départ, la question soulevée est de nature politique et l'on aurait tort d'en minimiser l'importance en réduisant le problème des industries culturelles à ses seuls aspects commerciaux et sous prétexte qu'il s'agit surtout d'entreprises privées. Pour la diffusion des produits culturels, le système présentement en place, fondamentalement basé sur la seule logique de la rentabilité commerciale, ne substituera pas aisément un produit culturel québécois à un produit étranger qui assure des profits intéressants.

Il revient à l'Etat d'empêcher un dangereux processus d'altération culturelle qui gagne l'ensemble du marché intérieur dans une mesure et selon des modes de contrôle carrément défavorables à la production et à la diffusion des oeuvres culturelles québécoises. Aussi longtemps qu ne seront pas assurés les besoins du citoyen québécois comme producteur et consommateur de biens culturels, la politique de l'Etat devra être d'abord axée sur un effort de réorganisation des marchés. Cette politique aura en outre pour objet de favoriser l'extension du réseau québécois de diffusion des produits culturels qui, dans certains cas, ne débordent guère les grandes agglomérations. Une attention particulière sera portée à la situation des petites villes et au système d'alimentation des points de vente qui offrent le produit culturel à grande diffusion.

Bien sûr, le Québec ne pourra jamais prétendre à l'autosuffisance pour nombre d'activités qui se déroulent sur son territoire, y compris pour la production culturelle. Cela est incontestable même en ce qui touche à la majorité francophone. Notre appartenance au continent nord-américain nous invite à être réceptifs aux courants culturels qui s'en dégagent. Il serait irréaliste d'imaginer qu'il ne puisse un jour exister chez nous que des industries culturelles exclusivement québécoises et francophones quant à la propriété et quant au contenu de ce qu'elles produisent et diffusent.

Mais reconnaître notre nécessaire dépendance envers les apports culturels extérieurs, ce n'est pas la subir passivement. Du reste, tous les apports culturels étrangers ne jouent pas de la même façon sur l'avenir de notre culture. S'il nous faut rester ouverts à la civilisation américaine pour vivre et prospérer sur ce continent, il nous est autant nécessaire d'être réceptifs à l'immense courant de civilisation francophone afin de travailler plus efficacement à renforcer les caractères spécifiques de notre culture. Au lieu de nous confiner à l'impuissance et à l'inertie d'une solitude québécoise, sous prétexte de combattre le colonialisme, il faut faire confiance à notre dynamisme historique et à notre capacité collective d'assimiler de manière originale des courants culturels variés.

Fidèle à cette perspective, l'Etat québécois devra définir un ensemble pertinent de conditions et de règles d'opération sur son territoire. Il devra aussi prendre des mesures de soutien appropriées au développement d'entreprises québécoises dont la production contribue à l'essor du Québec.

Les politiques sectorielles: le cinéma

Le cinéma étant à la fois art et industrie, la politique de l'Etat à son égard doit refléter cette dualité de nature. Il importe donc que l'intervention gouvernementale tienne compte à la fois de l'impact culturel et des exigences économiques du cinéma. Cela suppose, de la part de l'Etat, la recherche d'un équilibre constant entre ces deux pôles dans la conception et la mise en oeuvre de mesures de développement d'un septième art authentiquement québécois.

Cette volonté gouvernementale de promouvoir l'épanouissement d'un cinéma national s'exprimera évidemment de diverses façons selon qu'il s'agira de production, des industries techniques, de distribution, d'exploitation ou de promotion. Les initiatives qui pourront être prises devront être cohérentes, complémentaires, ordonnées, rationnelles et réalistes. Ainsi seulement sera-t-il possible d'avancer sur tous les fronts de parvenir à une démarche globale. Ce bond en avant, le gouvernement entend l'entreprendre avec rigueur, mais il ne saurait le réussir sans la collaboration des gens de cinéma. Car s'il lui appartient et s'il est de son devoir de mettre à leur disposition les moyens les plus efficaces possibles d'épanouissement, il entend bien se garder de tout excès de bureaucratisation de l'activité cinématographique. Dans ces conditions, on reconnaîtra aisément à l'Etat qu'il lui revient, compte tenu de l'intérêt collectif, de définir les grandes orientations et les stratégies de développement du cinéma québécois.

Encore faut-il que l'Etat soit le premier, et de façon exemplaire, à respecter les grands principes que nous venons d'évoquer.

Ainsi, pour ce qui concerne son propre pouvoir d'achat, le gouvernement verra-t-il, une fois pour toutes, à ce qu'il soit véritablement concentré et coordonné tout autant en ce qui a trait aux commandes en provenance des ministères et des organismes publics que relativement à l'acquisition d'équipements audiovisuels.

Un tel choix aura pour le moins cinq effets bénéfiques pour le secteur de la production: 1) les règles du jeu entre les producteurs et le gouvernement seront enfin clairement établies; 2) le secteur de la production saura à quoi s'en tenir quant au volume de l'investissement prévisible des ministères et organismes publics; 3) les producteurs n'auront qu'un seul interlocuteur; 4) les économies réalisées grâce

à une comptabilité et à une coordination véritables des programmes de production augmenteront le volume des sommes injectées dans l'industrie indépendante; 5) les projets de nature spécifiquement cinématographique ou audiovisuelle seront systématiquement et directement confiés aux producteurs, à l'exclusion de tout intermédiaire par ailleurs inutilement coûteux pour l'Etat.

Quant au contrôle des achats d'équipements, il entraînera, grâce au regroupement des commandes, des économies appréciables et amènera les ministères et organismes publics, sauf exceptions fortement justifiées, à utiliser les équipements disponibles, et largement, dans l'entreprise privée.

Conscient de la baisse sensible, depuis 1973-74, du nombre de longs métrages produits annuellement, le gouvernement tentera de redresser la situation soit en augmentant ses propres investissements, soit par voie d'incitation fiscale ou encore en utilisant l'un et l'autre moyen. Il faudra, de toute façon, appliquer au cinéma un régime fiscal qui tienne compte de la nature particulière de cette activité, qui soit clair et qui, dans toute la mesure du possible, soit en harmonie avec celui que pratique le gouvernement fédéral.

Aussi longtemps que durera le régime politique actuel, le gouvernement devra tenir compte dans l'élaboration et la mise en oeuvre de sa politique du cinéma, de l'existence de nombreux et puissants organismes fédéraux agissant dans le même domaine. Il lui faudra faire preuve d'originalité dans sa démarche, éviter les dédoublements coûteux et ne pas hésiter à s'engager dans des initiatives conjointes avec l'un ou l'autre des intervenants fédéraux sous réserve que ces initiatives contribuent d'évidente façon à la promotion d'un cinéma québécois spécifique. Au pro rata de sa population, le Québec contribue pour 25 pourcent à tout le moins au financement d'organismes fédéraux dont le budget est consacré en totalité ou partiellement à la chose cinématographique. Il finance de plus à 100 pourcent la politique d'aide du gouvernement québécois. Il arrive ainsi qu'à cause notamment de ces interventions parallèles, le citoyen du Québec est celui qui, per capita, paie le plus cher, et de loin, pour le développement du cinéma: près de \$4 par tête d'habitant, alors que la moyenne des pays occidentaux se situe entre \$1.50 et \$2.00.

Afin d'augmenter les investissements dans la production, le gouvernement tentera d'amener les réseaux de télévision et les grandes entreprises de câblodiffusion à jouer un rôle beaucoup plus percutant dans le financement de films de tous genres. Cette association TV-cinéma se pratique depuis quelques années dans de nombreux pays et elle a donné d'excellents résultats.

La production ne constitue cependant pas, loin de là, l'unique préoccupation du gouvernement. Les programmes d'aide à la distribution, à l'exploitation, à la promotion, à la création, à la recherche, à la formation et à l'innovation se verront attribuer, et d'une manière stable, des disponibilités financières plus considérables.

Le gouvernement soutiendra toute initiative de nature à assurer aux distributeurs québécois une part plus importante du marché intérieur et un pouvoir d'achat plus considérable sur les marchés extérieurs. Il incitera donc les exploitants de salles et de cinéparcs à s'approvisionner plus largement auprès des distributeurs québécois, ces derniers disposant dès lors d'un plus large éventail de produits. Des mesures seront prises afin de protéger les petits exploitants contre les excès du système du "block booking" et, de façon générale, contre toutes autres formes de pratiques abusives.

Une des grandes préoccupations du gouvernement, c'est que tous les citoyens du Québec, où qu'ils se trouvent sur le territoire national, aient également accès à une programmation variée et de qualité. Dans toutes les régions du Québec, et non seulement dans quelques grands centres urbains, la programmation devra être constituée — ce qui n'est pas le cas en ce moment — de telle sorte que les citoyens, de Gaspé à Rouyn-Noranda, puissent véritablement choisir; sur une période de quelques mois, les films qu'ils désirent voir.

Pour ce qui est des circuits d'exploitation dit parallèles, le gouvernement verra à ce que les équipements

du secteur public ne servent pas à concurrencer abusivement le secteur privé.

Un effort considérable devra être fait pour s'assurer la conquête de marchés étrangers. Le gouvernement entend s'y consacrer avec énergie. Les moyens à mettre en oeuvre pour atteindre cet objectif vont bien au-delà des initiatives ponctuelles telles la participation à des festivals ou à des marchés du film. Outre une utilisation continue des moyens les plus modernes de promotion, outre le versionnement d'une sélection de nos meilleures oeuvres en langues étrangères (et d'abord en langue anglaise), il importe que le cinéma québécois soit représenté au départ et de façon permanente dans deux grands marchés à tout le moins: celui de la Communauté économique européenne et celui des Etats Unis. SODIC pourrait se voir confier le mandat de susciter la création d'une entreprise qui puisse assurer, de façon rentable la mise en marché du cinéma québécois à l'étranger.

S'agissant des industries techniques, notamment les laboratoires, il verra à ce que les films québécois soient traités au Québec et que ce soit également le cas, dans la mesure du possible, des autres films tournés ici. Il aura soin de faire en sorte qu'une proportion substantielle des films doublés qui passent sur nos écrans le soient au Québec. Le gouvernement intensifiera les négociations à ce propos, notamment avec la France.

En outre, l'information statistique étant vitale pour l'élaboration des politiques gouvernementales tout autant que pour l'industrie, le gouvernement instaurera un programme intégré de cueillette de données et ce, dans tous les secteurs de l'industrie cinématographique: production, services techniques, distribution et exploitation. Enfin, il prendra les mesures nécessaires pour qu'aucune entreprise québécoise jouant un rôle de quelque importance pour l'avenir du cinéma québécois ne passe en des mains étrangères.

cinéma
québec

CINEMA/QUEBEC

a déjà publié dans son numéro 53 (volume 6, no 3)

le texte complet du

MEMOIRE DES REALISATEURS AU PREMIER MINISTRE

sur la problématique:

LA CULTURE ET LE CINEMA AU QUEBEC

Un texte capital qu'il faut avoir lu

L'INSTITUT QUÉBÉCOIS DU CINÉMA



Pendant le tournage de "Le Grand remue-ménage"

C'est la loi No. 1 du cinéma votée en juin 1975 par l'Assemblée nationale du Québec, qui allait créer l'Institut québécois du cinéma, un organisme autonome géré par le milieu cinématographique et financé par des fonds publics. Un conseil d'administration de sept membres est nommé par le ministre des Communications après un processus de consultation avec les différents secteurs de l'industrie cinématographique; processus long et laborieux que fixe soigneusement la loi. Cinq membres du conseil d'administration doivent représenter respectivement les exploitants, les distributeurs, les producteurs, les réalisateurs et les techniciens; un autre représente le public; et le dernier est choisi indépendamment de sa "représentativité".

Les membres actuels du conseil d'administration sont, dans l'ordre précédemment indiqué: Paul Gendron, Rock Demers (président), Guy Fournier, Jean Dansereau, François Protat, Louise Cousineau et Soucy-D. Gagné. Ce mois-ci, cependant, les mandats des représentants des distributeurs et

des producteurs étant arrivés à leur terme, il faudra trouver des remplaçants à MM. Rock Demers et Guy Fournier.

Depuis la démission de M. Yvon Desrochers, au début du mois de novembre, l'Institut n'a pas de directeur général. On en a cherché un désespérément; les noms de Pierre Lamy, Jacques Godbout, Jacques Gagné, etc. ont été avancés à plusieurs reprises. Il semblerait cependant que le 12 mai, le conseil d'administration en vienne à nommer son actuel président au poste de directeur général, c'est-à-dire M. Rock Demers, le président de Faroun Films. Cette nomination reste cependant à être confirmée. Et on notera au passage que la difficulté à trouver un nouveau titulaire témoigne fort éloquentement de la nature plus que délicate de ce poste au sein de l'industrie cinématographique québécoise.

N'empêche, l'Institut québécois du cinéma aura vu ses crédits augmentés, puisqu'ils seront de plus de \$4 millions pour l'année 1978-79.

Rappelons que l'action de l'Institut québécois du cinéma doit concourir à réaliser les objectifs de la politique cinématographique du Québec tels que définis à l'article 3 de la loi no 1 sur le cinéma. A savoir:

- a) l'implantation et le développement de l'infrastructure artistique, industrielle et commerciale d'un cinéma qui reflète et développe la spécificité culturelle des Québécois;
- b) le développement d'un cinéma québécois de qualité et l'épanouissement de la culture cinématographique dans toutes les régions du Québec;
- c) la liberté de création et d'expression;
- d) la liberté de choix des consommateurs;
- e) l'implantation et le développement d'entreprises québécoises indépendantes et financièrement autonomes dans le domaine du cinéma;
- f) le développement du cinéma pour enfants et le développement du court métrage.

Au 1er mars 1978, après sept mois d'opération, l'Institut avait engagé des sommes totales de \$2,314,977.30 dans 93 projets qui se décomposaient de la manière suivante:

long métrage de fiction	8
long métrage documentaire	2
moyen métrage de fiction	2
moyen métrage documentaire	10
court métrage de fiction	8
court métrage documentaire	7
série télévision	7
doublage ou sous-titrage de films québécois	4
promotion et publicité	1
doublage ou sous-titrage de films étrangers	2
doublage de séries de télévision étrangère	1
distribution de films québécois à l'étranger	1
distribution de films québécois au Québec	2
projets de scénarisation	24
bourse de recyclage	1
projets de recherche	4
revue de cinéma	2
projets spéciaux	7

LA D.G.C.A.

La DGCA, ce qu'elle est.

Pour mieux faire comprendre la nature et le rôle de la Direction générale du cinéma et de l'audiovisuel, procédons par différenciations. Si l'Institut québécois du cinéma est une corporation au sens du code civil, l'Office national du film, une agence gouvernementale, la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne, une société de la Couronne, la Direction générale du cinéma et de l'audiovisuel, est une unité constituante du ministère des Communications soit une composante au même titre que la Direction générale des services techniques, la Direction générale des communications gouvernementales, etc.

On voit donc tout de suite que la DGCA n'est pas un organisme au sens propre puisqu'elle n'a pas, comme l'institut québécois du cinéma, l'ONF ou la SDICC, une autonomie par rapport au pouvoir ministériel. La DGCA a cependant des caractéristiques qui la distinguent d'autres directions générales puisque son mandat a une dimension "service" (à l'égard des autres ministères et organismes publics et auprès du public) et une dimension "politique" puisqu'elle élabore des politiques en matière de cinéma et d'audiovisuel. D'autre part, alors que les autres directions générales du ministère des Communications, à l'exception de l'Editeur officiel, tirent leur existence de la loi du ministère des Communications, la DGCA est directement et exclusivement branchée sur la loi du cinéma.

La DGCA, ce qu'elle fait.

A) Elle coordonne la production des oeuvres commandées et réalisées par les ministères et certains organismes publics.

Son rôle ici a été l'établissement de normes, de règles et de procédures pour établir des relations saines entre les différents ministères et l'entreprise privée.

La DGCA agit comme expert-conseil auprès des ministères en donnant son avis sur les plans technique et budgétaire pour tout ce qui regarde les commandes que l'Etat passe à l'entreprise privée.

Par ses producteurs délégués elle voit à la bonne marche des documents cinématographiques et audiovisuels,

réalisés par les maisons de production. En moins d'un an, la DGCA a supervisé des productions totalisant un budget \$1,167,000. Par ailleurs, étant donné que les besoins des ministères en matière audiovisuelle ne nécessitent pas toujours de recours aux entreprises privées, nous avons mis sur pied des ateliers de production qui réalisent, pour le compte de divers ministères, de petites audiovisions destinées à leur usage interne, c'est-à-dire à l'exclusion du grand public. Il va sans dire que nous conseillons également les ministères qui sont équipés pour fabriquer de tels documents. Depuis décembre 1977, les ateliers de production ont réalisé, en l'espace de quatre mois, quelques 243 productions de tout genre, audiovisuelles, vidéos, documents sonores, travaux graphiques, travaux de duplication de films. Ce nouveau service de la DGCA ne vise en aucune façon à minimiser notre politique de "faire-faire", bien au contraire puisque le rôle de coordonnateur que nous exerçons pour les productions dites "internes" oblige les clients ministériels à mieux cerner leurs besoins et les clientèles auxquelles ils s'adressent.

Par ailleurs, l'équipement technique dont nous disposons sert au traitement des chutes, stock-shot, éléments de tirage des productions gouvernementales.

B) Mise en valeur des productions gouvernementales et contribution à la promotion générale du cinéma québécois.

Le service de la promotion a pour objectif premier de voir à la mise en valeur sous quelque forme que ce soit des productions gouvernementales, c'est-à-dire, à maximiser leur accessibilité au public en général. Au cours de l'année dernière, le service de la promotion a participé, soit par l'inscription de films, soit par la participation de représentants de la Direction générale à près de 40 festivals et 70 manifestations cinématographiques tant au Québec qu'à l'étranger. 320 films gouvernementaux et 150 films québécois non-gouvernementaux ont été présentés au public à ces occasions. La promotion du film gouvernemental s'est aussi concrétisée par la vente directe ou indirecte de copies de documents audiovisuels pour un montant approximatif de \$136,000 et par la vente de droits pour représentation de ces documents pour

environ \$38,000. Le service de la promotion a en outre continué à faire connaître les films acquis par la Cinémathèque de la DGCA dans le cadre des ciné-mercredis de la Cinémathèque. C'est dans ce contexte qu'a été présentée l'importante rétrospective Albert Tessier un des pionniers du cinéma québécois. Enfin, la DGCA a contribué pour une large part au financement de divers organismes à but non lucratif oeuvrant d'une façon concrète dans le domaine du cinéma et ayant plus particulièrement comme objectif de promouvoir le cinéma québécois et l'épanouissement de la culture cinématographique. Cette contribution s'est faite sous forme de subventions et nous avons versé à 11 organismes la somme de \$129,000. Nous avons également contribué à déléguer un bon nombre de cinéastes québécois dans des festivals à l'étranger.

C) Conservation

De par son mandat d'acquérir et de conserver des exemplaires cinématographiques produits au Québec ou intéressant le Québec, la DGCA par son service de cinémathèque a fait l'acquisition de l'oeuvre d'un des plus importants pionniers du cinéma québécois, Maurice Proulx. De plus, nous avons acquis 292 titres de films représentant 981 copies ainsi que 65 séries d'audiovisions pour enrichir notre service du prêt gratuit. Ce service principalement ouvert à la clientèle scolaire, gouvernementale et communautaire reçoit près de 60,000 demandes de prêt de films par année ce qui nous donne un bon indice du rayonnement de notre action.

Le Centre de documentation cinématographique de la DGCA est l'un des plus importants à l'échelle mondiale. Il possède un cardex de près de 60,000 fiches et il a acquis l'an dernier plus de 1,400 volumes et a maintenu ses 600 abonnements annuels. Malgré l'exigüité des locaux, le Centre a accueilli plus de 3,000 personnes et a prêté 15,000 documents.

Toujours au chapitre de la conservation, nous avons accordé à la Cinémathèque québécoise une subvention de l'ordre de \$176,000, soit trois fois plus que pour l'année précédente. Cette augmentation n'est pas due à un accroissement du budget de la DGCA mais à un effort tout particulier visant à concrétiser l'estime que nous avons pour l'important travail de la Cinémathèque québécoise.

D) Autres activités

La DGCA a réussi l'année dernière à débroussailler tout le dossier des cinéparcs et on peut dire maintenant que chacun des cinéparcs du Québec est

en règle avec la loi et que nous pouvons donner à cette clientèle le service d'information et de documentation auquel elle a droit.

D'autre part, nous avons fait un effort particulier pour amorcer dès cette année des recherches en matière de statistiques sur l'état des diverses composantes de l'industrie cinématographique.

Dans un autre ordre d'idée, la DGCA a été extrêmement active dans la préparation des travaux pour une refonte globale de la loi du cinéma. Il s'agit, comme chacun le sait, d'une très lourde responsabilité puisqu'elle engage le mieux-être du cinéma québécois en particulier du développement des industries cinématographiques et de l'impact que peut avoir la législation pour la culture des québécois.

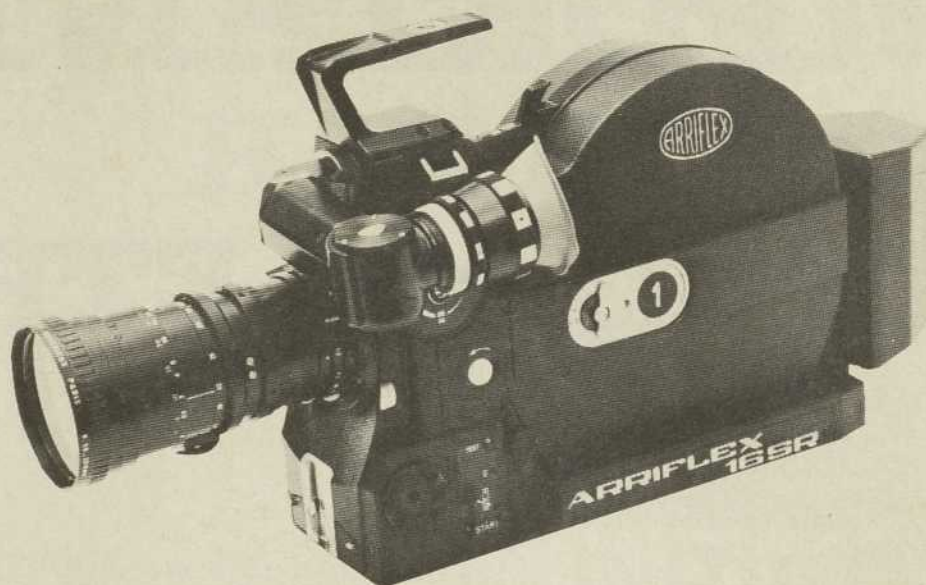
Le dossier du doublage nous a particulièrement préoccupé cette année. La DGCA a été à l'origine de trois missions pour discuter avec le gouvernement français des problèmes que soulève l'interdit de projeter en France des films qui auraient été doublés au Québec. La première mission a eu pour lieu de rencontre Paris alors qu'en août 1977, c'était au tour de la délégation française de venir discuter de ces problèmes à Montréal et à la mi-mai 1978, des représentants des industries techniques se sont rendus à Paris pour discuter avec leurs homologues français. Il va sans dire que les industries techniques plus particulièrement les maisons de doublage ont été très étroitement associées à tout le travail que nous avons fait.

En résumé on peut décomposer le mandat global de la DGCA en deux grands rôles, soit un rôle de service et un rôle "politique". La DGCA joue un rôle de service à l'égard des ministères et à l'égard de certains organismes publics commanditaires de documents audiovisuels puisqu'elle contribue à la réalisation de documents d'information et de formation au meilleur coût possible en fonction de la qualité désirée.

Elle joue aussi un rôle de service à l'égard des citoyens d'aujourd'hui par la diffusion et la promotion des documents gouvernementaux et d'une documentation sur le cinéma et à l'égard des futurs citoyens par son souci de conserver et d'acquérir des documents pouvant intéresser les Québécois.

D'autre part, la DGCA joue un rôle "politique" puisqu'elle conseille le ministre pour le développement des politiques cinématographiques, ce qui touche à la fois les personnes liées aux industries et l'ensemble des citoyens.

PASSEZ À ARRIFLEX



LA CAMÉRA QUE VOUS NE POURREZ DÉPASSER

La 16SR ne sera jamais prise au dépourvu: elle s'adapte à la technologie sans cesse changeante de l'industrie cinématographique d'aujourd'hui. Etant la plus récente addition à la gamme des caméras cinématographiques déjà très bien cotées, la 16SR a été conçue en fonction de l'adaptabilité, en s'appuyant sur des années de spécialisation internationale de l'équipement cinématographique standard. Cette adaptabilité inhérente vous donnera un système que vous ne pourrez jamais dépasser.

La 16SR pèse à peine 11 livres et mesure environ 11-1/2 x 3-1/2 x 7-1/2 pouces, pour se glisser aisément sous votre siège d'avion.

La liste des caractéristiques de cette caméra sonore synchrone est aussi longue qu'impressionnante, dans toute la tradition Arriflex. Appelez-nous et il nous fera plaisir de vous exposer toutes les raisons pour lesquelles vous devriez passer à Arriflex.

ARRI/NAGRA
INC.

6467 Northam Drive, Mississauga, Ontario L4V 1J2

(416) 677-4033

Distributeur canadien pour les caméras cinématographiques Arriflex, les magnétophones Nagra et l'équipement d'enregistrement Multi Track Magnetic.

UN MARCHÉ IMPORTANT ENVAHI PAR LES FILMS ÉTRANGERS

Le marché du film éducatif au Canada est fort lucratif pour qui sait l'exploiter. Mais des récentes enquêtes (en particulier, celle menée par l'Office national du film en 1975 et rendue publique l'année suivante) ont révélé que les États-Unis avaient, encore une fois, la haute main en ce domaine (particulièrement au Canada-anglais; au Québec, c'est l'Office national du film qui demeure le plus gros fournisseur de documents éducatifs audio-visuels). Récemment, le Secrétaire d'Etat indiquait que ce marché pouvait être évalué à 20 millions de dollars. Certains contestent cependant ce chiffre, ils estiment plutôt le marché du film et vidéocassette éducatifs à 10 millions de dollars répartis ainsi: 20 millions au Québec, et 8 millions au Canada-anglais. Cela reste donc un marché très intéressant.

De plus, comme allait le rappeler le Secrétaire d'Etat lors de son allocution du 11 avril dernier sur la politique du film, "les documents audiovisuels ont plus que jamais une influence déterminante sur les écoliers". Car, que se passe-t-il généralement? "Avant l'école, après l'école, durant les fins de semaine, l'enfant est littéralement submergé d'images étrangères à la télévision ou au cinéma. Si nous voulons donc conférer à l'enfant une véritable identité cana-

dienne, il faut au moins tâcher de le faire à l'école, ce qui n'est pas le cas présentement."

En effet, les deux tiers des films au catalogue des bibliothèques scolaires sont étrangers (1). "C'est une anomalie pour le moins troublante dans un pays qui, il n'y a pas si longtemps, était la tête de pont sur le plan des films documentaires et des films éducatifs", note le Secrétaire d'Etat. "Le grand concurrent du film éducatif canadien, c'est le film américain. Les producteurs américains ont de plus vastes débouchés dans leur pays et peuvent en général se permettre de dépenser davantage pour leurs films que les Canadiens. Cela nous rend la concurrence ardue. Les Canadiens pourraient toujours, en guise de solution, choisir comme matière à leurs films des sujets authentiquement canadiens, des thèmes donc que ne nous offrent pas les Américains; mais ces films se vendent en général assez mal à l'extérieur du pays et il n'est pas facile de survivre si l'on se fie uniquement aux recettes en provenance du marché canadien qui n'est pas très étendu. C'est une situation difficile qui fait que les producteurs ont souvent maille à partir avec l'Office national du film qui peut puiser dans des fonds qu'ils sont portés à envier et qui, par surcroît, ne compte pas sur ses recettes pour survivre."

Car, lorsque l'on est un producteur privé de films éducatifs, la prédominance du film américain sur le marché canadien n'est pas la seule anomalie, il en est en effet une autre qui s'appelle Office national du film. Car, l'ONF domine largement le tiers du marché restant puisqu'il "peut vendre ses pro-

duits à des prix de beaucoup inférieurs à ceux que peuvent pratiquer les producteurs privés".

Pour le Secrétaire d'Etat, il est cependant "de la toute première importance de ne pas laisser cette friction entre l'ONF et le secteur privé nous voiler un problème beaucoup plus vaste: comme faire pour attribuer aux Canadiens une plus large tranche de notre marché du film éducatif? Il faut que l'ONF, les producteurs privés, le gouvernement fédéral et les gouvernements provinciaux travaillent ici en étroite collaboration.

Le Secrétaire d'état allait donc révéler à cette occasion qu'il est en train "de rédiger une proposition qui visera à atténuer les problèmes financiers des producteurs canadiens de films éducatifs. "Je songe à proposer au gouvernement fédéral d'affecter certains fonds pour compléter les gains de ces producteurs de films. Ces fonds seraient répartis entre les producteurs, et la somme que chacun recevra sera calculée en fonction des recettes qu'il perçoit de sa vente de films canadiens aux maisons canadiennes d'enseignement. Cette proposition en est encore à l'état embryonnaire et bien des détails restent à déterminer. J'aimerais aussi en parler aux provinces pour voir si elles ne pourraient pas participer à une programme du genre. Je me demande aussi s'il n'y aurait pas lieu de subventionner de la sorte ceux qui achètent ces films. Evidemment, il nous faudra aussi trouver les fonds voulus et j'aimerais bien connaître l'opinion des gens de l'industrie à cet égard."

La parole est donc à vous.

(1) Pourtant, l'enquête de l'ONF allait révéler que les professeurs se servent en classe de deux fois plus de films canadiens que de films étrangers! Signalons que d'importants extraits des résultats de cette enquête de l'ONF ont été publiés par *Cinéma/Québec* (volume 4, numéros 9-10, pages 72 à 80) sous le titre: "Le sort du cinéma éducatif".

AU QUÉBEC, C'EST LA MECQUE

Il existerait au Québec, nous l'avons déjà dit, un marché de \$2 millions pour le film et le vidéo-cassette à caractère éducatif. Mais c'est un "marché sclérosé et très peu animé", nous dira Jacques Bouchard, de Bouchard & Associés. Il faut donc le stimuler. Et pour ce faire, plusieurs organismes publics et compagnies privées ont décidé de s'associer dans l'espoir de relancer ce marché du film éducatif au Québec. Cet automne sera donc organisé un marché du film éducatif qu'on a dénommé la MECQUE (pour Manifestation des moyens d'éducation par le cinéma et l'audiovisuel du Québec).

La MECQUE est régie par une chartre de société sans but lucratif et à laquelle participe des organismes gouvernementaux (comme la Direction générale du cinéma et de l'audiovisuel, l'Office national du film, Radio-Québec, le Service général des moyens d'enseignement, des compagnies privées (comme Adimec-Secas, Bouchard & Associés, Explo-Mundo) et Informatèque France-Québec (un organisme visant à favoriser l'échange de documents audiovisuels et de livres scientifiques).

A cette MECQUE seront invités de 400 à 500 personnes qui sont intéressées à l'usage de productions audiovisuelles à des fins d'éducation. Il s'agira avant tout de les informer et de les sensibiliser aux productions québécoises. On espère ainsi arriver à doubler le pouvoir d'achat qui passerait ainsi de 2 à 4 millions de dollars.

La MECQUE sera donc le pendant québécois du "Film Showcase" qu'organise annuellement l'Ontario Film Association à Geneva Park.

Pour Jacques Bouchard, cette initiative québécoise est d'autant plus importante qu'actuellement, dans les institutions canadiennes, les plus gros budgets d'achat de films éducatifs en langue française se trouvent en Ontario! "Au Québec, nous rappellerait-il, on a préféré développer le hardware, on a préféré acheter de l'équipement, se monter des studios de télévision peu ou pas utilisés que d'acheter des films et autre documents audiovisuels. C'est une tendance qu'il faudra renverser".

D'autant plus que le cinéma documentaire éducatif produit au Québec par des compagnies privées connaîtrait, ces dernières années, une percée importante. Cependant, note Jacques Bouchard, les jeunes réalisateurs sont plus portés aujourd'hui vers les documents sociaux qu'éducatifs; or, il nous faudrait des documents à portée pédagogique ou didactique pour satisfaire les demandes importantes du marché. "Les films éducatifs ou didactiques sur la géographie québécoise, sur les sports et les loisirs, sur l'économie, sur l'administration sont très demandés; il est donc dommage que les jeunes réalisateurs n'en produisent pas."

Le marché du film éducatif est ainsi plein de promesses au Québec. Et la MECQUE s'emploiera très bientôt à redresser la situation pour que ces promesses puissent enfin se réaliser.

★★★ cinéma ★★★★★
québec
abonnez-vous!

LES PRESSES
DE L'UNIVERSITÉ
DE MONTRÉAL

C.P. 6128, Succ. "A"
Montréal, Québec H3C 3J7
Tél.: 343-6321/6325

INITIATION À L'ÉQUIPE DE TOURNAGE André A. Lafrance

- par un spécialiste, professeur, chercheur et scripteur...
- un ouvrage dynamique, une synthèse sur la répartition et la description des tâches, sur l'organisation d'une équipe de tournage non professionnelle.

1978, 140 pages, 25 illustrations \$8.25

EUROPE: Librairie l'Ecole (CLUF),
11 rue de Sèvres, 75006 Paris, France
CANADA: en librairie et chez l'éditeur.

BON DE COMMANDE

- Veuillez m'expédier exemplaire(s) de:
INITIATION À L'ÉQUIPE DE TOURNAGE
- Paiement ci-joint (chèque à l'ordre des Presses)

Nom

Adresse



CLAUDE TEDGUY

ET LES STUDIOS DE LA VICTORINE

Depuis le 1er mai, les Studios de La Victorine, à Nice, ont été repris par une compagnie canadienne, Les Films Image du Monde Inc., qui en assurera l'exploitation pour une période de deux ans, renouvelable. M. Claude Tedguy, président des Films Images du Monde, a d'autre part indiqué que sa compagnie se trouvait en "négociations avancées" avec les actuels propriétaires de la Victorine pour l'achat de ces studios. Pourquoi cette acquisition?

Pour Claude Tedguy, les raisons sont multiples. Car ce n'est finalement pas un hasard si c'est précisément une compagnie canadienne qui prend aujourd'hui en charge les studios de la Victorine; studios qui, il faut le rappeler connaissaient de graves problèmes financiers depuis quelques années.

En étant Canadien, semble-t-il, les chances seront plus grandes d'attirer les producteurs étrangers, depuis toujours intéressés à Nice. Ce qui permettrait, d'après Claude Tedguy:

- a) de relancer l'industrie cinématographique française;
- b) d'initier d'intéressantes coproductions franco-canadiennes; le Canada étant le seul pays possédant actuellement un régime d'abris fiscaux bien fait pour les investissements cinématographiques;
- c) de donner au cinéma nord-américain une sorte de correspondant en France qui n'existait pas avant.

Ce sont là autant de raisons, indique M. Tedguy, qui feront de l'achat de ces studios par une compagnie canadienne une affaire rentable. Et puis, ajoute-t-il, "on ne parle pas assez du film canadien en France; or le fait que ce soit maintenant des Canadiens qui s'impliquent dans l'industrie cinématographique française en introduisant des professionnels canadiens en France, cela va aider à développer les liens entre les deux pays, donc à mieux se connaître." Ce qui aura donc des répercussions promotionnelles.

Il reste naturellement à discuter du prix et des modalités d'acquisition. Maia M. Tedguy se montre on ne peut plus confiant sur ce sujet. Pour ce qui

est de la location des studios, elle s'élève à 84,000 F par mois (soit approximativement, \$18,000 par mois). Le coût d'exploitation annuel est estimé à 1 million. Ce qui fait que, indépendamment des investissements prévus pour rentabiliser ces studios il suffirait d'assurer chaque année la production de quatre films dont les budgets de production seraient d'environ \$2,500,000 (les services de studio représentant 28 à 33 pourcent du budget de production d'un film).

Il s'agit de OFIP Inc. (pour Organisation, Formation, Investissement, Publicité) qui est une société de gestion. Les Enfants du Monde Inc. s'occupe de commercialiser les dessins des films d'animation coproduits et distribués par Images du Monde. Quant à Alef Production, c'est une maison qui produit des disques, mais qui n'a à son catalogue qu'un 45 tours et un 33 tours d'une jeune auteur-compositeur-interprète, Diane Luckman.

La gérance de ces studios sera donc assurée par Les Films Images du Monde Inc. M. Tedguy est en train, nous a-t-il d'autre part révélé, de mettre sur pied une équipe de direction canadienne qui sera sur place. Il s'agirait en fait de trois personnes dont les noms restent cependant à confirmer.

Les Films Images du Monde a coproduit avec les Japonais des séries animées pour la télévision. Il s'agit de **Démétane, la petite grenouille**, 39 demi-heures que Radio-Canada a présentées l'année dernière; **Le petit prince orphelin**, 39 demi-heures présentées à Radio-Québec; **Atchoum le magicien** 26 quinze minutes présentés à Radio-Québec. Tous ces films ont été réalisés au Japon.

Images du Monde s'occupe aussi de distribution et a à son catalogue quelques films de jeunes réalisateurs français. (**Vincent mit l'âne dans un pré; Pauline et l'ordinateur; Haro**). Pourquoi des jeunes réalisateurs. "Je crois que le cinéma est dans le premier souffle", nous répondra Claude Tedguy.

D'autres compagnies se retrouvent sous la présidence de Claude Tedguy.

Pour Claude Tedguy, le cinéma est une industrie qui mérite d'être gérée, ce qui n'est pas le cas actuellement. "Le cinéma pourra sortir de ses ornières quand il comprendra qu'il a besoin de gestionnaires. Les affaires, c'est avant tout une question de gestion; et c'est pourquoi je me suis recyclé dans la gestion." Mais Claude Tedguy n'aime pas parler de lui; il acceptera juste de révéler qu'il avait été professeur de lettres et de philo avant d'entrer dans l'édition par la porte étroite, puis dans le cinéma par le biais de ses propres compagnies (Images du Monde a été fondée vers la fin de 1973).

Claude Tedguy prévoit investir près de \$2 millions dans les Studios de la Victorine. Il prévoit aussi construire un "silent stage" afin de répondre à une demande qu'il dit croissante. Il se dit d'autre part uniquement intéressé par les studios, mais il reconnaît que les investisseurs qui l'appuient peuvent avoir d'autres plans de développements immobilier et touristique. "Mais il faut d'abord acheter les studios, et puis après les projets immobiliers pourront aller de l'avant, comme par exemple la construction d'un hôtel de 400 chambres, avec les salles de congrès, etc." Pour le moment la priorité est donc donnée aux studios et au cinéma; et les investisseurs ont entériné ce choix.

C'est Jean-Pierre Boeghner qui aura l'exclusivité d'utilisation des studios pour tous les films de langue anglaise. Et des producteurs américains auraient déjà décidé de s'installer à la Victorine, comme Harry Saltzman.

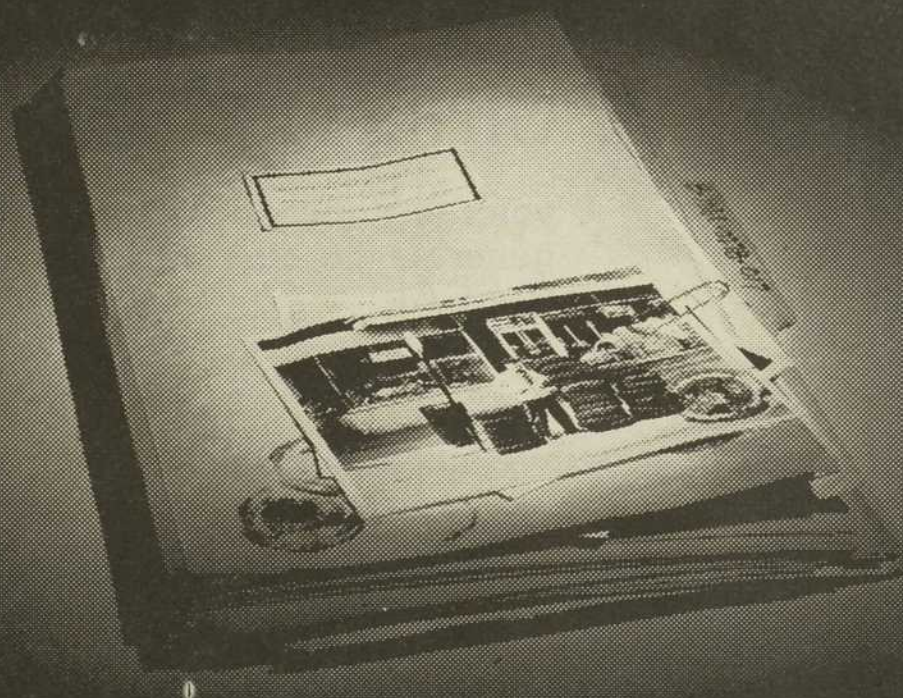
D'autre part, le producteur canadien Harry Gulkin (**Lies My Father Told Me, Jacob Two-Two; Two Solitudes**) s'est associé à Jean-Pierre Boeghner pour former une compagnie canadienne qui accordera aux producteurs indépendants une variété d'assistance technique et financière (financement, "package", marketing, garantie de "bonne fin", etc.)

Le cinéma canadien s'internationalise donc.

Sélection officielle dans la catégorie courts métrages,
le Canada présente

L'affaire Bronswik

un film de Robert Awad et André Leduc



Le récit d'un monumental complot contre
l'humanité autour de la Bronswik,
un appareil de télévision particulier.



Une production de l'Office national du film du Canada

**CINEMA
CANADA**

Bureau:
Hôtel Carlton
Chambre 116
Tél. 99. 57. 00

Ventes à l'étranger:
Office national du film du Canada
Case postale 6100
Montréal, Canada
H3C 3H5

Représentant à Cannes: Yves Blanchard Hotel Montfleury

Ciné
Québec



Cine
Québec



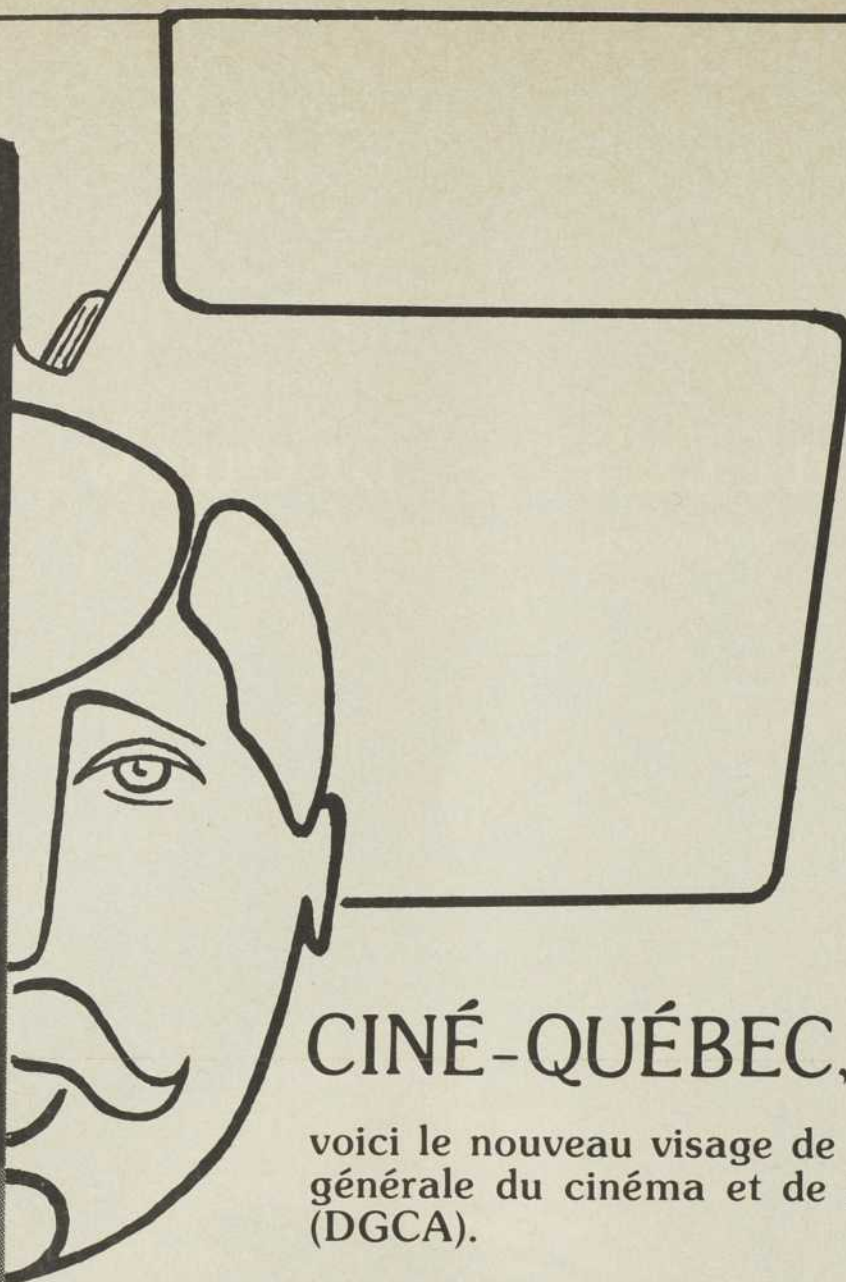
Québec



Québec



Québec



CINÉ-QUÉBEC,

voici le nouveau visage de la Direction
générale du cinéma et de l'audiovisuel
(DGCA).

La DGCA oeuvre aux niveaux de:

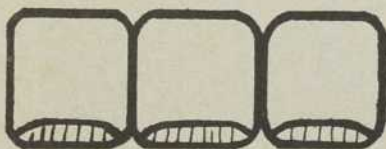
- la production gouvernementale. Elle coordonne la production des oeuvres cinématographiques des ministères et organismes publics.
- la promotion. Elle fait connaître au Québec et à l'étranger les productions cinématographiques du gouvernement.
- la diffusion. Elle offre des services de cinémathèque et de vente de documents.

La DGCA contribue, par ses activités, à
l'épanouissement de la culture cinématographique au
Québec.

Gouvernement du Québec
Ministère des Communications
**Direction générale du Cinéma
et de l'Audiovisuel**

360, RUE MCGILL,
MONTREAL, QUÉ.
H2Y 2E9
(514) 873-8391

1601, BOUL. HAMEL,
QUÉBEC, QUÉ.
G1N 3Y7
(418) 643-5168



2e FESTIVAL
INTERNATIONAL
DU FILM
DE LA CRITIQUE
QUEBECOISE

Montréal du 2 au 10 août 1978
salle Maisonneuve Place des Arts



FRANCE FILM

didier farré
pierre rené

CINÉMA CANADA
HÔTEL CARLTON
SUITE 115



STEPHANIE KINNE • Comédienne de film

**ON VOUS
ATTEND!**

Pour votre prochaine
commande

**DEVELOPPEMENT ET
IMPRESSION DE FILMS**

**Ektachrome
Eastmancouleur**
noir et blanc

Transfert de son

16mm • Super 16mm •
35mm

**TOUJOURS
À VOTRE SERVICE**

*"Suivez
Les Professionnels"*



**Les Laboratoires de
Film Québec**

1085 rue St-Alexandre
Montréal, P.Q.
Tél.: (514) 861-5483

OFFENSIVE DANS LE FIEF DU DOUBLAGE FRANÇAIS

Dans son livre blanc sur la culture, qui devrait paraître au mois de juin, le gouvernement québécois ne cache pas son intention d'en arriver au plus vite à un accord avec la France sur l'épineuse question du doublage des films français au Québec.

"Pour les maisons de doublage (québécoises) s'offre un marché potentiel fort vaste: celui du doublage de longs métrages. Il est potentiel car, à l'heure actuelle, les films doublés qui ont accès à notre territoire le sont à l'étranger. L'explication est fort simple: le France détient le quasi-monopole du doublage en français puisqu'elle exige que tous les films doublés qui passent sur son territoire le soient chez elle, à l'exception de ceux provenant des pays de la Communauté économique européenne (CEE). Un producteur étranger qui songe à faire doubler un film pourrait théoriquement faire exécuter ce travail ici, mais son film doublé au Québec n'aurait pas accès aux salles françaises... à moins qu'il ne le fasse redoubler en France. On comprend qu'il est beaucoup plus simple et économique pour le producteur de s'adresser à des maisons de France. Le gouvernement considère cette situation injuste pour les industries cinématographiques québécoises ne peut plus durer. C'est dans le cadre des négociations entreprises il y a plusieurs mois déjà avec la France que devra être trouvée une solution équitable et satisfaisante pour les deux parties."

Voilà donc relancé un débat qui avait brusquement tourné cours au mois de novembre dernier lorsque les comédiens-interprètes français ont décidé de faire grève. Les raisons de ce geste pour le moins spectaculaire (d'autant plus qu'il coïncidait avec la visite officielle du premier ministre du Québec en France): "Protester contre un pro-

jet québécois de doublage à destination des pays francophones à partir de Montréal".

Or, ce "projet machiavélique" du Québec se résume tout simplement à voir avec la France comment faire pour que l'interdit qui pèse sur les films doublés en dehors du territoire français ou des pays du Marché Commun (c'est-à-dire au Québec) soit levé. Le Québec ne fait donc que demander à la France de reconnaître le principe de la libre concurrence en ce qui concerne le doublage de films. C'est tout!

Mais cela semble déjà trop pour les comédiens-interprètes français qui craignent cette concurrence qu'ils estiment (si l'on en croit leur geste) désastreuse pour leur industrie du doublage. Un article paru dans France-Soir du 3 octobre 1977 note en effet que "sur un total de 133 films de langue anglaise doublés cette année en France, les Québécois affirment avoir les moyens techniques d'en doubler une centaine". Soit, mais cela ne veut pas dire que les Québécois doubleront automatiquement ces cent films destinés à la France. On est bien loin de là; car cet interdit, il faut le rappeler, ne touche pas les films présentés à la télévision française, et malgré cela, une grande partie des films et séries télévisées sont doublés en France. (Il faut dire que certaines séries sont doublées à nouveau au Québec pour satisfaire le marché local; la télévision pouvant plus facilement se permettre ces coûts additionnels).

Mais le chiffre cent avait été effectivement avancé lors d'une discussion entre fonctionnaires français et québécois. Mais comme allait le souligner M. Michel Brûlé, directeur général de la DGCA, ce nombre avait été lancé tout simplement pour établir un maximum de films doublés au Québec et susceptibles d'être présentés en France.

"Il n'est aucunement question d'obliger la France à montrer cent films par an doublés au Québec. Ce que nous demandons, c'est que la France reconnaisse le principe de la libre concurrence en ce qui concerne le doublage des films; c'est tout. Parce que devant les réticences manifestées par nos interlocuteurs français, on a accepté en quelque sorte de s'auto-limiter pendant une période de trois ans en offrant la possibilité de restreindre à cent films par an le nombre maximum de films doublés au Québec et pouvant être diffusés en France."

M. André Fleury, qui représente les industries techniques québécoises, rappelait pour sa part que dans toute cette affaire le Québec ne demandait aucune faveur particulière à la France. "La démarche québécoise a été la plus honnête possible, et il faudra bien qu'on en arrive à un compromis". Ce qui ne semble pas facile à trouver.

En tout cas, cette affaire du doublage entre la France et le Québec est devenue une "affaire politique", car c'est tout le problème des échanges culturels entre la France et le Québec qui pourrait bien être remis en cause. Même si, dans le Livre blanc sur la culture on évite de brandir cette menace.

Deux rencontres ont déjà eu lieu sur ce sujet. C'est le sous-ministre des Communications du Québec, M. Gérard Frigon, qui dirigeait la délégation québécoise. C'est dire l'importance que le Québec attache à cette question. Ces deux rencontres ont eu lieu en juin et août derniers. Depuis, rien ne s'est passé; et si le dossier est toujours ouvert, on attend de la France qu'elle fasse un geste. Et on l'espère positif.

D'ici là, une rencontre informelle va avoir lieu ce mois-ci entre des représentants québécois et français de l'industrie du doublage. Espère-t-on ainsi sortir de l'ornière politique?

LE MEILLEUR AU CANADA!

C'est beaucoup dire mais pour les gens dans l'industrie du film, cela signifie Bellevue Pathé... automatiquement. Ce qui prouve que les bonnes nouvelles se répandent vite dans un domaine où il faut produire — ou mourir.

C'est aussi une indication de la qualité. Nous nous imposons un degré d'excellence plus haut que celui du client le plus exigeant. Nos gens ont la compétence technique et notre équipement a les plus récentes innovations techniques. Ensemble, ils font des amis de nos clients. Et c'est une autre indication de qualité, comme: Productions Mutuelles - Cinévidéo - Vidéofilms - O.N.F. - Cinepix - Paramount - 20th Century Fox - Columbia - CBC - Warner Bros. - United Artists - MCA - Universal - Agora Films - Les Productions Cinak.

Notre cercle d'amis et de clients ne cesse de grandir.

Parmi nos récentes productions et réalisations originales:

Angela
Rimbaud est Mort
Panique
Les Maléfices -
Cathy's Curse

In Praise of Older Women
Blackout
Jacob Two Two
The Uncanny

Rituals
L'Ange et la Femme
Two Solitudes
Kings and Desparate Men

Film récemment doublés:

Eric
Les Mensonges que mon
Père me Contait
Massacre à la Scie
Ils étaient Cinq

Le Chien Enragé
Duddy Kravitz
L'Autre Versant de la
Montagne

Lancer, frappé
Brrr
Visage de la Peur
Ces Adorables Victoriennes
A bout de Nerf

LE PLUS GRAND LABORATOIRE DE FILMS ET ORGANISATION DE FILMS SONORES AU CANADA



BELLEVUE *Pathé*

*UNE DIVISION DE ASTRAL BELLEVUE PATHE LTD./LTEE

MONTREAL
2000, av. Northcliffe
Montréal, Québec
H4A 3K5
(514) 484-1186

TORONTO
720 ouest, rue King
Toronto, Ontario
M5V 2T3
(416) 364-3894

Pathé Sound Studios
121, rue St-Patrick
Toronto, Ontario
M5T 1V3
(416) 598-2521

FISCALITE ET ABRIS FISCAUX



Peter O'Toole dans "Cour d'Etat"

En août 1975, à la demande de M. Hugh Faulkner, alors Secrétaire d'Etat, des modifications étaient apportées aux règlements de la Loi sur le Revenu. En vertu de ces nouvelles dispositions, les investisseurs dans les films canadiens avaient désormais le droit de réclamer 100 pourcent de dégrèvements fiscaux sur leurs investissements. Cela allait attirer des millions de dollars du côté de l'industrie cinématographique de long métrage, et allait profondément en changer la physionomie.

Afin d'éliminer certains problèmes soulevés par ces règlements (qui obligent entre autres que le tournage principal d'un film soit terminé au plus tard le 31 décembre à minuit), le ministre des Finances vient d'annoncer certaines modifications. La loi de l'im-

pôt concernant l'amortissement spécial à l'égard des investissements dans les productions cinématographiques canadiennes s'en trouve grandement assouplie puisqu'elle permettra désormais que le tournage principal de ces films se terminent dans les 60 jours suivant la fin de l'année. Ainsi, le tournage d'un film n'aura plus besoin de se terminer avec l'année de l'imposition; ce qui avait créé des situations fort cocasses à l'occasion, le producteur se trouvant obligé d'accélérer les prises de vue (allant même jusqu'à travailler simultanément avec deux équipes de tournage) pour respecter cette échéance.

Cependant, le ministre canadien des Finances en a aussi profité pour éliminer certains abus. En effet, ne pourront plus bénéficier de cet amortissement

que les sommes réellement investies dans le film. Une pratique s'était en effet développée garantissant aux investisseurs des retours sur une partie de leur investissement. Désormais, la somme déductible pour l'investisseur sera limitée à son engagement, c'est-à-dire diminuée de tout remboursement ou recettes qui ont été garantis.

Le ministre québécois des Finances aura, lui aussi, une bonne nouvelle à annoncer aux producteurs québécois. A la toute fin de son discours du budget, il allait en effet indiquer que:

"En vue d'améliorer la situation concurrentielle de l'industrie d'enregistrement de son et d'images, la taxe de vente applicable sur le prix des films, rubans magnétiques et magnétoscopiques, des enregistrements sur disques et autres biens de même nature est abolie à compter de minuit ce soir, lorsque ces biens sont acquis en vue d'une diffusion publique. Cette mesure constituera un stimulant de \$2 millions pour cette industrie".

Et naturellement, l'un des secteurs qui en profitera le plus sera celui du cinéma, et plus particulièrement le film publicitaire. Celui-ci se trouvait en effet taxé au Québec alors qu'il ne l'était pas en Ontario. D'où l'exode des productions de messages publicités du côté de la Ville-Reine, y compris des versions françaises. C'est pour arrêter cette hémorragie qui avait fait perdre plusieurs millions à l'industrie québécoise depuis cinq ans que l'intervention gouvernementale était devenue indispensable. D'autant plus qu'une enquête menée par le Publicité-Club de Montréal allait révéler dernièrement que plus de la moitié des messages publicitaires francophones était conçue et réalisée à Toronto.

Le gouvernement québécois ne pouvait rester insensible à cet état de chose. Il a donc décidé de prendre les mesures qui s'imposaient pour aider les producteurs québécois.

Location d'équipement cinématographique

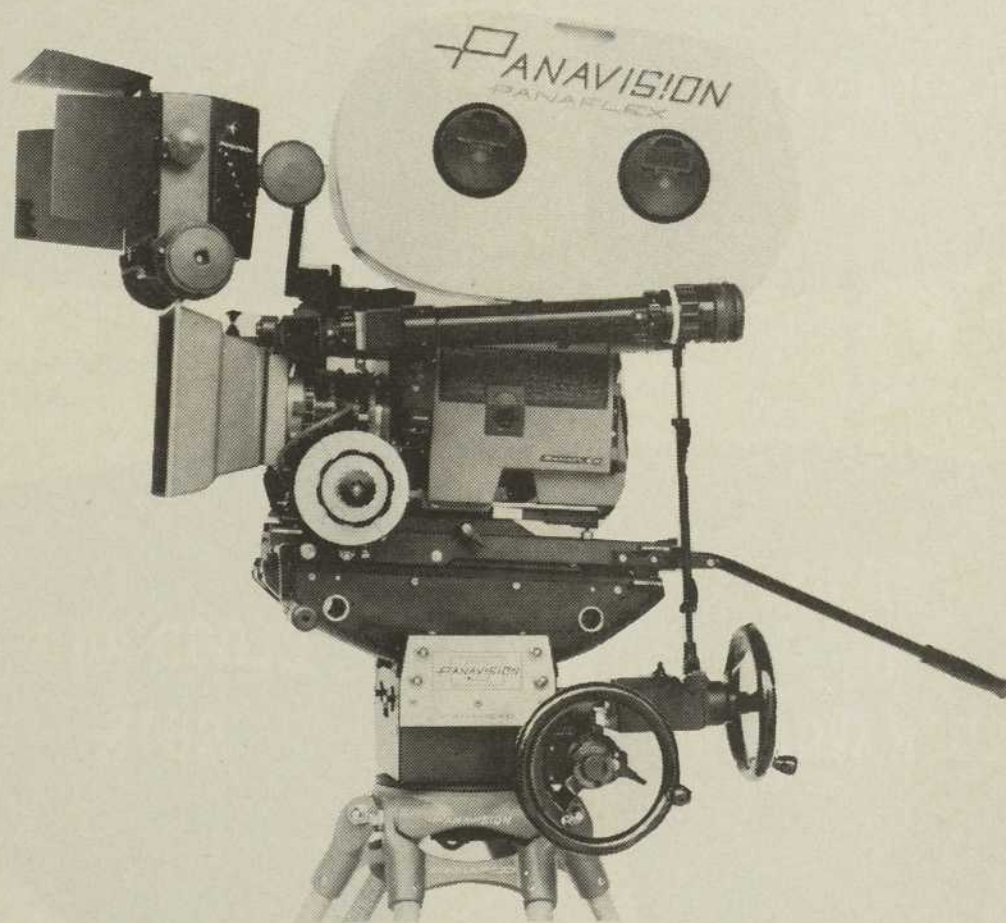
Caméras -16 et 35mm. Son

Eclairage Générateurs

Studios de son

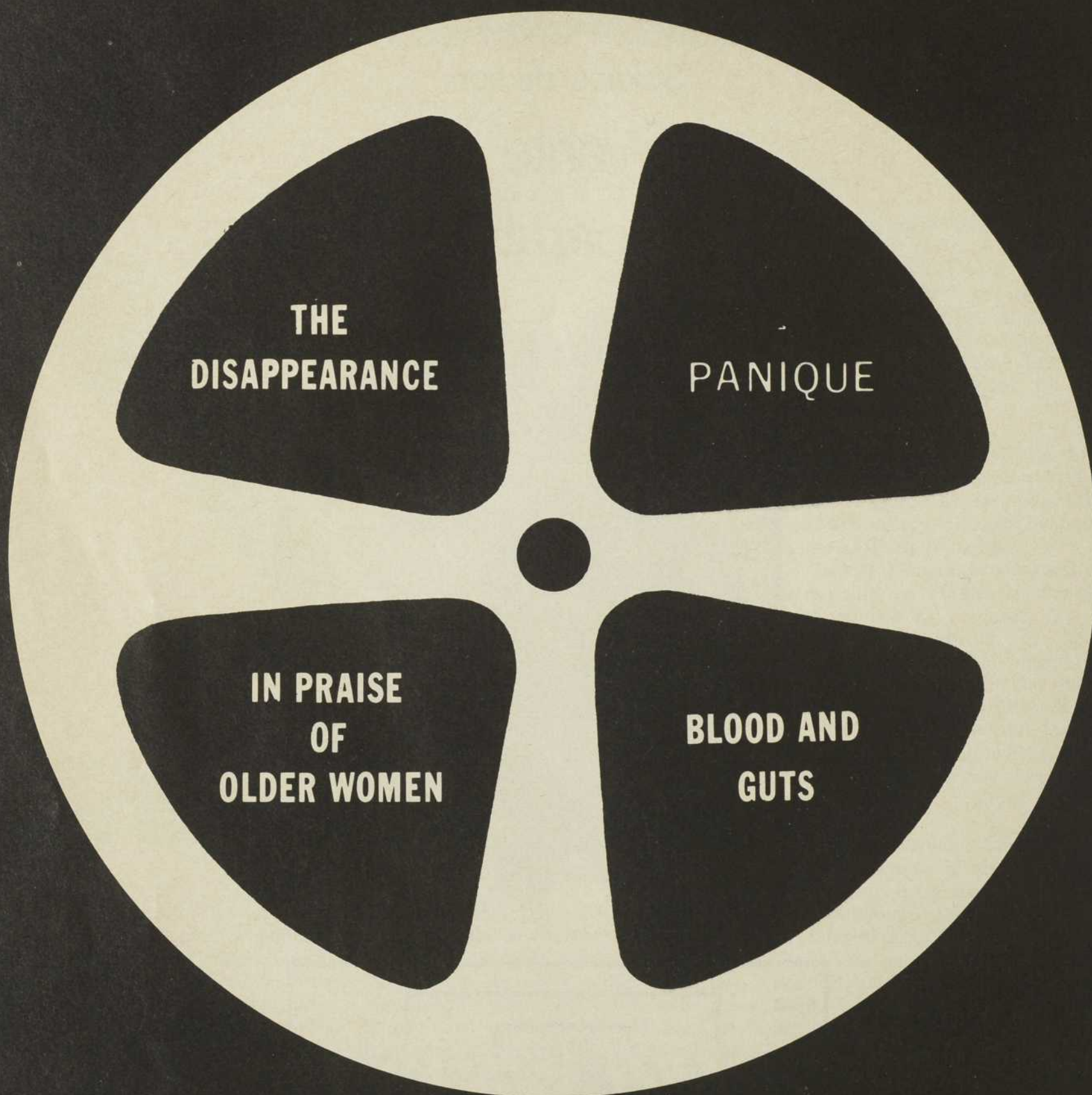
Vente

Réparation



2000 rue Northcliffe, Montréal (514) 487-5010
2264 ouest, boul. Lakeshore, Toronto (416) 252-5457
571 Homer St., Vancouver (604) 687-8351

Films canadiens



PRODUITS AVEC L'AIDE DE
**La Société de Développement
de l'Industrie Cinématographique Canadienne**

MONTREAL
800 place victoria, suite 2220
(514) 283-6363

TORONTO
111 avenue road, suite 602
(416) 966-6436

LE GUIDE

DES PRODUCTIONS QUÉBÉCOISES

Ce guide ne tient compte que des longs métrages terminés depuis mai dernier. Par "production québécoise", nous entendons ici tous les films réalisés au Québec par des équipes majoritairement québécoises.

Amour

Un film de Fernand Dansereau. **Scénario:** Fernand Dansereau, Iolande Cadrin-Rossignol en collaboration avec un groupe de citoyens de Thetford Mines. **Images:** Guy Dufaux. **Interprètes:** Théo Gagnon, Lucille Drouin, André Plante et plusieurs habitants de Thetford Mines. **Producteurs:** Marcia Couelle, Claude Godbout. **Production:** Les Productions Prisma Inc. **Caractéristiques:** 16mm, couleur. **Etat:** En tournage.

Avoir seize ans

Un film de Jean-Pierre Lefebvre. **Scénario:** Claude Paquette, Jean-Pierre Lefebvre. **Images:** Guy Dufaux. **Montage:** Marguerite Duparc. **Interprètes:** Michèle Magny, Gilles Renaud, Patrick Peuvion, Yves Benoit, Marthe Choquette. **Producteur:** Marguerite Duparc. **Production:** Cinak Ltée. **Caractéristiques:** 35mm couleur. **Etat:** montage.

Blackout

Un film de Eddy Matalon. **Scénario:** John C.W. Saxton. **Images:** Jean-Jacques Tarbes. **Montage:** Debbie Karen. **Interprètes:** Jim Mitchum, Belinda J. Montgomery, Robert Carradine, June Allyson, Jean-Pierre Aumont, Ray Milland, Don Granbery, Terry Haig, Victor B. Tyler. **Producteur:** Nicole Boisvert. **Production:** Blackout Production Ltd. **Caractéristiques:** 35mm couleur. **Etat:** Complété.

Blood Relatives

Un film de Claude Chabrol. **Scénario:** Sydney Banks, Claude Chabrol. **Images:** Jean Rabier. **Montage:** Yves Langlois. **Interprètes:** Donald Sutherland, Stéphane Audran, Micheline Lanctôt, Jan Chamberlain, Aude Landry, Laurent Mallet, Lisa Langlois, David Hemmings. **Producteurs:** Denis Héroux, Eugène Lépicier. **Production:** Classic Film Industries et Cinévidéo (Montréal)/(Paris). **Caractéristiques:** 35mm couleur. **Etat:** En montage. **Note:** Coproduction Franco-Canadienne

D'abord ménagère (Gagner sa vie)

Un film de Luce Guilbeault. **Images:** Serge Giguère. **Montage:** Babalou Hamelin. **Producteur:** Luce Guilbeault. **Production:** Les reines du foyer Inc. **Caractéristiques:** 16mm couleur. **Etat:** En montage.

Derrière l'image

Un film de Jacques Godbout. **Scénario:** Florian Sauvageau. **Montage:** Werner Nolde. **Images:** Jean-Pierre Lachapelle. **Musique:** François Dompierre. **Producteur:** Paul Larose. **Production:** Office national du film. **Durée:** 113 minutes 55 secondes. **Caractéristiques:** 16mm couleur. **Distribution:** Office national du film.

Un éclair au chocolat

Un film de Jean-Claude Lord. **Scénario:** Jean Salvy, Jean-Claude Lord. **Images:** François Protat. **Montage:** Marcel Poirier. **Interprètes:** Lise Thouin, Jean-Louis Roux, Jean Gascon, Aubert Pallascio. **Producteur:** Robert Ménard. **Production:** Productions Mutuelles Ltée. **Caractéristiques:** 35mm, couleur. **Distribution:** Les Films Mutuels. **Etat:** En tournage.

(L')Enigme des soucoupes volantes

Un documentaire-montage de Jean-Pierre Gauthier. **Montage:** Lise Caron. **Animation:** Peelcraft, Transfocal, Film Truca. **Effets spéciaux:** Films Optical, Film Truca. **Mixage:** Peter Strobl. **Musique:** "Oxygène" Jean-Michel Jarre. **Producteur délégué:** François Prévost. **Production:** Explo-Mundo. **Caractéristiques:** 16mm couleur. **Durée:** 90 minutes. **Distribution:** Explo-Mundo. **Première:** Grand Théâtre de Québec (ciné-conférence). **Note:** Fait partie de la série: Les grandes énigmes.

Le grand remue-ménage

Un film de Sylvie Groulx et Francine Allaire. **Images:** Bruno Carrière, Serge Giguère. **Musique:** Conventum. **Montage:** Jean Saulnier, Jean Gagné. **Production:** Les Productions de l'Envol. **Caractéristiques:** 16mm couleur. **Distribution:** Les Films du Crépuscule. **Durée:** 70 minutes. **Première:** Semaine du cinéma québécois.

(L') Hiver bleu

Un film de André Blanchard. **Scénario:** André Blanchard, Jeanne-Mance Delisle. **Images:** Alain Dupras. **Montage:** Francis Van Den Heuvel. **Producteur:** Marguerite Duparc. **Production:** Cinak Ltée. **Etat:** En montage.

cinéma québec

COUPON D'ABONNEMENT

(voir tarifs en page 3)

Je souscris à un abonnement d'un an (dix numéros) à partir du numéro au prix de
vous trouverez le paiement ci-joint: par chèque ... par mandat-postal ...
à l'ordre de CINEMA/QUEBEC
C.P. 309, station "Outremont"
Montréal, H2V 4N1

NOM

ADRESSE

TEL

In Praise of Older Women

Un film de George Kaczender. **Scénario:** Paul Gottlieb. **Images:** Miklos Lente. **Montage:** George Kaczender. **Interprètes:** Tom Berenger, Karen Black, Susan Strasberg, Alexandra Stewart, Marilyn Lightstone, Susan Watson, Marianne McIsaac, Helen Shaver, Ian Tracey, Louise Marleau. **Production:** Astral Bellevue Pathé Ltée/R.S.L. Productions Ltée. **Producteurs:** Robert Lantos, Denis Héroux. **Caractéristiques:** 35mm couleur. **Etat:** En montage.

Pea Soup

Un film documentaire de Pierre Falardeau et Julien Poulin. **Images:** Pierre Falardeau, **Son:** Julien Poulin **Montage:** Pierre Falardeau, Julien Poulin. **Producteur:** Pierre Falardeau, Julien Poulin **Production:** Pea Soup Films. **Caractéristique vidéo** 1/2", soufflé en 16mm. **Durée:** 94 minutes. **Distribution:** Pea Soup Films.

Premières questions sur le bonheur

Une coproduction franco-mexicaine de Gilles Groulx. **Assistant réalisateur:** Jacques Kasma. **Images:** Alain Dostie, Pierre Mignot, Manuel Garcia. **Musique:** Les gens de Santa Gertrudis et Norman Groulx et Robert Wales. **Son:** Ernesto "Cato" Estrada. **Narration:** Monica Sardo, Julio Moguel **Producteur délégué:** Hector Ramires. **Producteur:** Jean-Marc Garant, Roger Frappier, Vicente Silva, Bosco Arochi. **Production:** Office national du film et Centro de Produccion de Cortometraje (Mexico) Cine Difusion SET (Mexico). **Caractéristiques:** 16mm couleur. **Durée:** 100 minutes 42 secondes. **Distribution:** Office national du film.



"In Praise of Older Women"



Raymond Cloutier dans "Two Solitudes"

Québec et après

Un film de Denys Arcand. **Images:** Alain Dostie. **Montage:** Pierre Bernier. **Producteurs:** Roger Frappier, Jacques Gagné. **Production:** Office national du film du Canada. **Caractéristiques:** 16mm couleur. **Etat:** en tournage.

(Les) Servantes du Bon Dieu

Un film de Diane Létourneau. **Images:** Jean-Charles Tremblay. **Montage:** Josée Lecours. **Producteur:** Claude Godbout. **Production:** Les Productions Prisma Inc. **Etat:** En montage. **Caractéristiques:** 16mm couleur.

(Les) Servantes du Bon Dieu

Un film de Diane Létourneau. **Images:** Jean-Charles Tremblay. **Montage:** Josée Lecours. **Producteur:** Claude Godbout. **Production:** Les Productions Prisma Inc. **Etat:** En montage. **Caractéristiques:** 16mm couleur.

(Les) Six doigts de la main

Un film de André Melançon. **Scénario:** André Melançon. **Images:** Guy Dufaux. **Montage:** André Melançon. **Interprètes:** Eric Beauséjour, Philippe Bouchard, Sylvain Provencher, Daniel Murray, Caroline Laroche, Nancy Normandin, José Neves. **Producteurs:** Claude Godbout, Marcia Couelle. **Production:** Productions Prisma Inc. **Caractéristiques:** 16mm couleur. **Etat:** En montage.

Tomorrow Never Comes

Un film de Peter Collinson. **Scénario:** David Pursall, Jack Seddon. **Images:** François Protat. **Montage:** John Shirley. **Interprètes:** Oliver Reed, Susan

George, Donald Pleasence, Raymond Burr, Stephen McHattie, John Ireland, Richard Donat, Cec Linder. **Producteurs:** Denis Héroux, Robert Sterne. **Production:** Classic Industries (MTL)/Nessborne Ltd. (London). **Caractéristiques:** 35 mm couleur. **Etat:** En montage. **Note:** Coproduction Anglo-canadienne.

Two Solitudes

Un film de Lionel Chetwyn. **Images:** René Verzier. **Montage:** Ralph Brunjes cfe. **Interprètes:** Stacy Keach, Jean-Pierre Aumont, Gloria Carlin, Claude Jutra, Christopher Wiggins, Mary Petie, J. Léo Gagnon, Jean-Louis Roux, Raymond Cloutier. **Producteur:** James Shevick. **Production:** Two Solitudes Film Corporation. **Caractéristiques:** 35 couleur. **Etat:** En tournage.

Une amie d'enfance

Un film de Francis Mankiewicz. **Scénario:** Louise Roy, Louis Saia. **Images:** François Gill. **Montage:** Francine Saia. **Interprètes:** Jean-Pierre Cartier, Pauline Lapointe, Pauline Martin, Jean-Guy Viau. **Producteur:** Jean Salvy. **Production:** Les Productions du Verseau Inc. **Caractéristiques:** 16mm couleur. **Etat:** En montage.

Le ventre de la nuit

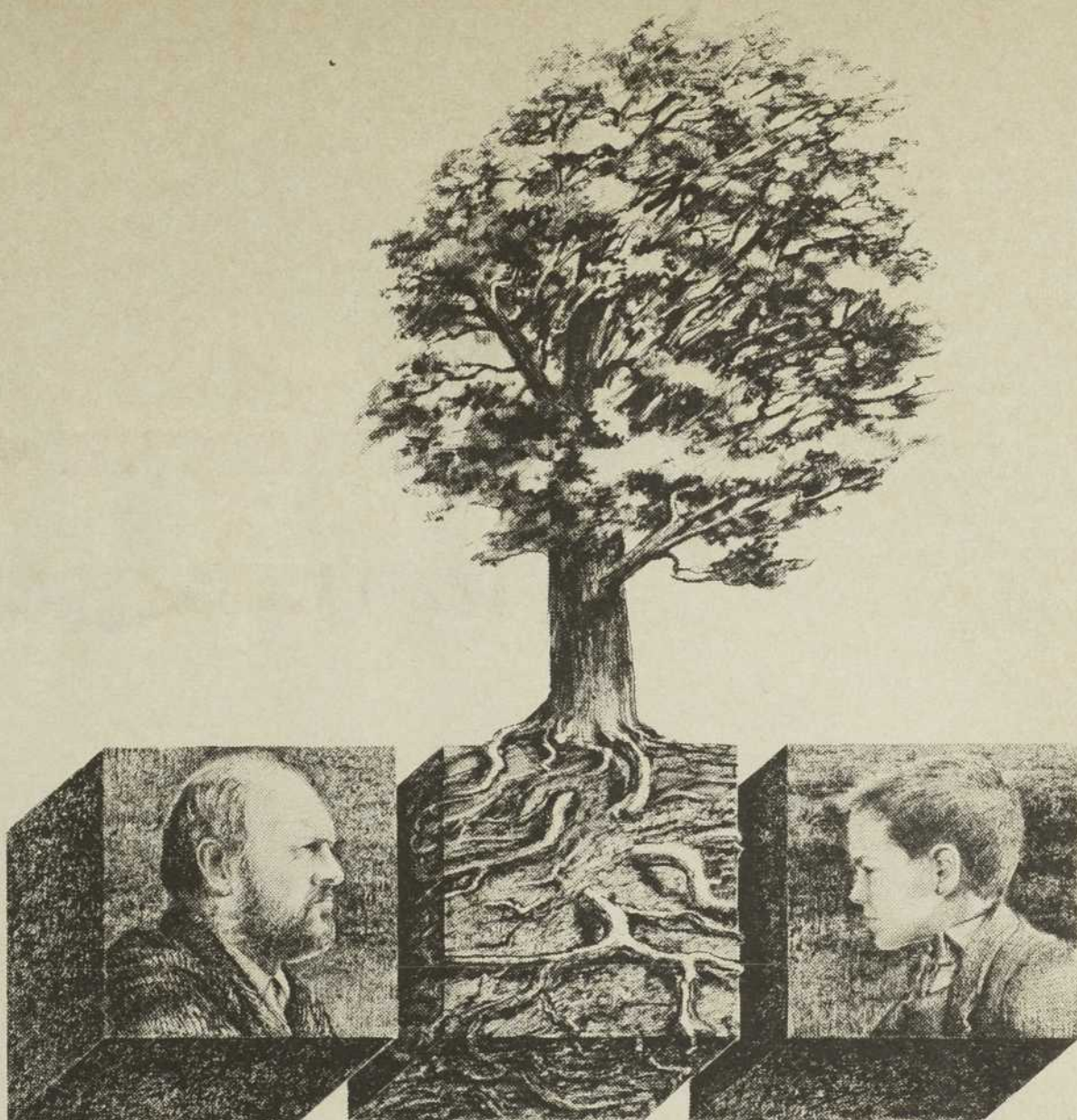
Un film de Jacques Leduc, Pierre Bernier, Jean Chabot, Claude Grenier, Roger Frappier. **Images:** Pierre Letarte, Martial Fillion, Benoît Rivard, Jean-Charles Tremblay, André Gagnon. **Son:** Alain Corneau, Jacques Blain, André Dussault, Pierre Bernier, Claude Lefebvre. **Montage:** Fernand Bélanger. **Producteur:** Jacques Bobet. **Production:** Office national du film du Canada. **Caractéristiques:** 16mm couleur. **Durée:** 82 minutes. **Distribution:** Office national du film

Violette Nozière

Une coproduction franco-québécoise de Claude Chabrol. **Scénario:** Odine Barsky, Claude Chabrol. **Images:** Jean-Rabier. **Son:** Patrick Rousseau. **Montage:** Yves Langlois. **Interprètes:** Isabelle Hupert, Stéphan Audran, Jean Carmin, J.-F. Jarraud, Lisa Langlois, Philippe Procat, Guy Hoffman, Jean Dalmin, Bernadette Lafond. **Producteur:** Eugène Lépicier, Denis Héroux. **Administration:** Claude Léger. **Production:** (Paris) Filmel, (Montréal) Cinévidéo. **Caractéristiques:** 35mm couleur. **Durée:** 90 minutes. **Distribution au Canada:** Cinépix. **Distribution à l'étranger:** Gaumont.

(Les) Vrais perdants

Un film de André Melançon. **Images:** Pierre Mignot. **Montage:** Josée Lecours. **Producteur:** Jacques Gagné **Production:** Office national du film. **Caractéristiques:** 16mm couleur. **Etat:** En montage.



PADRE PADRONE

PADRE PADRONE ALLONSANFAN
SAINT MICHEL AVAIT UN COQ

...trois films réalisés par les frères Taviani

...Et distribués au Canada par:

FAROUN FILMS (CANADA) LTÉE

136 A est, rue St-Paul, Montréal, Canada H2Y 1G6

Tél. (514) 866-8831 — Télégr. FARFILM — Télex 05560910



ER
-841

- ER
-841

(s.p.)

841

