

Cinéma libre

L'autre cinéma québécois

Le succès d'Anne Trister et du Déclin de l'empire américain annonce-t-il vraiment les retrouvailles du public québécois avec son cinéma? À la fin d'une année soi-disant record pour l'industrie, le vrai bilan de santé du cinéma d'ici se trouve peut-être du côté des «petits» distributeurs indépendants. Dont Cinéma libre, une boîte tenue par des femmes, qui vient de fêter ses dix ans.

par Diane Poitras



Charlotte Laurier dans «Entre-temps» de Jeannine Gagné

Tout l'été, les pages économiques des quotidiens claironnaient que 1986 serait une année record pour l'industrie du cinéma. Téléfilm Canada, pour sa part, annonçait la création d'un fonds de 165 millions \$ pour le long métrage canadien. Enfin, nous disaient-ils, la crise des salles est finie: le public, se lassant peut-être des vidéocassettes, retrouve le goût des sorties au cinéma. Tout ceci au beau milieu des étourdissantes performances du *Déclin de l'empire américain* et juste après les succès éclatants de *Pouvoir intime* et d'*Anne Trister*. C'est dans ce climat que j'ai rencontré Judith Dubeau, directrice générale de la maison de distribution Cinéma libre, et Sophie Bissonnette, présidente de son conseil d'administration.

À Cinéma libre, on a pris toutes ces nouvelles tapageuses avec un grain de sel. Le retour du public québécois à son cinéma n'est pas, dit-on, attribuable qu'à un ou deux films. C'est aussi le résultat d'un travail soutenu et souvent invisible mené depuis plusieurs années par des organismes tels que Cinéma libre, mis sur pied il y a dix ans par des cinéastes (Jean Dansereau, André Forcier, François Brault, etc.) cherchant le moyen de montrer leurs films au public. Et si ce dernier a renoué avec le cinéma québécois, c'est non seulement par les salles commerciales, mais aussi par une série de films qui ont une très grande circu-

lation en circuit fermé (réseau éducatif, syndicats, groupes de femmes...): *Caffe Italia*, *Quel numéro What Number?*, pour ne nommer que des titres récents.

Au terme de sa première décennie, malgré l'instabilité des subventions, Cinéma libre est fier de sa bonne santé financière. La gestion, l'administration, les rapports avec la clientèle et le nombre des cinéastes y confiant leurs films donnent à Cinéma libre une très forte position sur le marché. «La difficulté, explique Sophie Bissonnette, vient de ce que le secteur culturel dans son ensemble n'est pas particulièrement choyé par le Gouvernement. Les politiques culturelles tendent à favoriser quelques grosses productions. Nous, on a une perspective plus diversifiée. Il est sûr que *Le Déclin de l'empire américain* va rapporter beaucoup d'argent, mais des succès comme celui-là, il s'en fait un tous les cinq ans. Ce n'est pas sur cette vision à court terme qu'on bâtit une cinématographie nationale.»

Ces politiques culturelles ont un impact direct sur le travail des maisons de distribution. La Société générale du cinéma (Québec), par exemple, ne leur accorde plus de subventions de fonctionnement, ce qui, selon Judith Dubeau, permettait auparavant à Cinéma libre de prendre certains risques. Désormais, l'aide que la SGC accorde à tous les distributeurs est calculée en fonction des recettes provenant des productions québécoises. «Par exemple, ajou-

te Sophie Bissonnette, une compagnie qui distribuerait plusieurs productions américaines et un seul film québécois, mais un film à succès comme *Le Déclin...*, pourrait recevoir une aide de la SGC qui égale dix fois celle de Cinéma libre (dont le catalogue est pourtant constitué à 95 % de films québécois!). Pendant ce temps, ironiquement, le seul organisme qui continue de nous aider de manière soutenue est le Conseil des arts du Canada.»

À la notion de rentabilité économique, Cinéma libre oppose celle de rentabilité culturelle ou sociale. «Bien que ce soit une considération importante, on ne veut pas distribuer un film uniquement parce qu'on pense qu'il va rapporter de l'argent, précise Judith Dubeau. On le distribue parce qu'on pense qu'il a un public, ou parce qu'il nourrit un débat en cours dans la société québécoise. Ou encore, comme dans le cas de *Journal inachevé* de Marilù Mallet, parce que sa recherche cinématographique peut être stimulante pour les cinéphiles.»

Un autre choix rentable à long terme est de favoriser les premières œuvres. Si on ne donne la chance (autant à l'étape de la production que de la distribution) qu'aux cinéastes à succès, comment pourra-t-on, en effet, assurer une relève? Dubeau et Bissonnette rappellent qu'*Anne Trister* n'aurait peut-être jamais vu le jour si, à l'époque, Crépuscule, une autre maison de distribution existant aussi depuis dix ans, n'avait pas diffusé le premier film de Léa Pool. Même chose pour *Jacques et Novembre*, qui présentait, lors de sa sortie, un taux de risque élevé pour un distributeur. Pourtant, les énormes succès du film au Canada, en Europe et au Japon permettront peut-être à ses auteurs, Jean Beaudry et François Bouvier, d'avoir accès à des budgets plus sérieux à l'avenir. Mais pour accepter de distribuer des premières œuvres, en organiser la promotion, le lancement, et leur permettre de rejoindre un public, il faut des sous. Et surtout, il faut accepter d'investir sans espérer récupérer ses fonds à court terme.

Malgré ses insatisfactions vis-à-vis des politiques culturelles actuelles du Québec, Cinéma libre entend sa deuxième décennie avec la même détermination. Un des projets en chantier: percer le marché de la vidéocassette. Si la compagnie a réussi à survivre jusqu'à maintenant, n'est-ce pas entre autres grâce à ses capacités d'adaptation aux changements du marché?

Entre-temps, à l'automne, le personnel de Cinéma libre se concentrera sur le lancement de *Jean Desprez*, de Yolande Cadrin-Rossignol, et du *Rêve de voler*, de Helen Doyle. ✕