

LE CINÉMA QUÉBÉCOIS : UN SUCCÈS RÉEL OU IMAGINÉ?

Gabrielle Trépanier

Synopsis : Cette recension statistique accompagnée d'un court article cherche à vérifier si le succès réel du cinéma québécois est à la hauteur de son succès imaginé pour mettre à l'épreuve le récent couronnement politique et médiatique du cinéma québécois. En outre, le court texte d'accompagnement pose un regard critique sur le langage à partir duquel on aborde généralement le succès du cinéma québécois et sur les outils à partir desquels on le mesure.

Il n'y a pas si longtemps, la désertion des salles de cinéma dans lesquelles étaient projetés les films québécois traduisait la désaffection [1] du public pour sa cinématographie nationale. Aujourd'hui, les discours médiatiques et populaires nous laissent plutôt croire que le cinéma québécois est enfin parvenu à reconquérir le cœur de son public. En effet, les médias ne ratent pas une occasion de nous rappeler que les recettes des films québécois atteignent des sommets inégalés et que les productions cinématographiques québécoises battent sans cesse des records d'assistance. Les artisans de l'industrie se félicitent quant à eux de rivaliser avec le géant américain et célèbrent dans les festivals et galas la soudaine popularité de leur gagne-pain.

Mais le succès réel du cinéma québécois est-il à la hauteur de son succès imaginé? La croissance des recettes ne pourrait-elle pas en partie s'expliquer par une augmentation drastique du coût des billets de cinéma? L'augmentation de l'assistance ne serait-elle pas attribuable à une hausse générale de la fréquentation des salles de cinéma? La croissance des parts de marché du cinéma québécois ne serait-elle pas tout simplement due à l'augmentation du nombre de films québécois qui sortent en salle chaque année? En outre, peut-on véritablement parler d'un « succès » si la croissance de l'assistance ne concerne qu'un ou deux films par année et si l'augmentation des recettes ne profite qu'à quelques privilégiés?

Loin de vouloir jouer les trouble-fêtes en soulevant ces nombreuses interrogations, il s'agit plutôt de mettre à l'épreuve l'exactitude de certains discours médiatiques et de construire des preuves tangibles du succès de la cinématographie québécoise pour mieux légitimer sa célébration. En effet, il est indispensable de poser un regard critique sur le langage à partir duquel on aborde le succès du cinéma québécois et sur les outils à partir desquels on le mesure. Ainsi seulement pourra-t-on savoir si le succès imaginé du cinéma québécois est à la mesure de son succès réel. Ce bref article ne prétend pas offrir une analyse et une interprétation scientifique exhaustive des données présentées en annexe, mais vise à accompagner les statistiques colligées et fournir quelques pistes de recherche.

Un véritable succès?

À la lumière des figures présentées en annexe, la récente popularité du cinéma québécois semble loin d'être un mirage. En effet, les figures 1 et 2 indiquent que les recettes en dollars actualisés [2] et l'assistance des films québécois sortis en salle entre 2004 et 2006 sont 7 fois plus importantes qu'elles ne l'étaient entre 1992 et 1994. Puisque le taux de croissance des recettes selon les années est sensiblement le même que celui de l'assistance, l'augmentation des recettes ne peut pas être attribuable seulement à l'augmentation du coût des billets de cinéma.

Les courbes des figures 3 et 4 illustrent quant à elles que la croissance des recettes et de l'assistance des films québécois correspondent, depuis le tournant du millénaire, à une décroissance des recettes et de l'assistance de l'ensemble des films présentés en salle toutes origines confondues. Ainsi, le nombre de spectateurs qui se bousculent dans les salles de cinéma pour voir des films québécois au grand écran augmente de façon considérable, même si l'activité d'aller au cinéma perd graduellement en popularité. L'augmentation du nombre de spectateurs qui assistent aux projections des films québécois ne peut donc pas s'expliquer par une augmentation générale de la fréquentation des salles de cinéma.

Quant à elle, la figure 5 présentée en annexe indique qu'entre 1992 et 2006, la part de marché des films québécois a plus que quadruplé en suivant une croissance exponentielle. Cette figure illustre en outre que le cinéma québécois croît de plus en plus rapidement depuis l'an 2000. Cela signifie non seulement que le cinéma québécois prend une place de plus en plus importante dans l'ensemble du paysage cinématographique, mais aussi qu'il a véritablement pris son envol au tournant du millénaire. La figure 6 corrobore d'ailleurs cette dernière allégation en montrant que le nombre de films se retrouvant parmi les 50 films québécois les plus populaires entre 1985-2006 augmente seulement à partir de 1998-2000.

Puisque la part de marché met en perspective les recettes récoltées par les films québécois et celles recueillies par l'ensemble des films de l'année (toutes origines confondues), elle demeure le meilleur indicateur pour juger

de la popularité du cinéma québécois. Cet indicateur ne permet toutefois pas à lui seul de savoir si la récente popularité du cinéma québécois est due à une augmentation du nombre de films québécois qui sortent en salle chaque année. D'où l'utilité de la figure 7, qui démontre que la croissance du nombre de films québécois diffusés en salle chaque année est moindre que celle des parts de marché du cinéma québécois (figure 5). L'augmentation des parts de marché du cinéma québécois ne peut donc pas être uniquement attribuable à une augmentation de l'offre.

Le succès du cinéma québécois évoqué dans les médias semble donc pour l'instant correspondre à son succès réel. Les statistiques récemment publiées par la firme Cinéac nous rappellent toutefois que ce succès est encore fragile. En effet, la part de marché des films québécois est passée de 18,2 % à 11,7 % entre 2005 et 2006 et de 11,7 à 10,6 % entre 2006 et 2007. Il serait toutefois prématuré de parler d'un renversement de la tendance en se basant seulement sur les fluctuations des deux dernières années. Certains analystes utilisent néanmoins l'expression « perte de vitesse » pour qualifier le récent essoufflement de la popularité du cinéma québécois (Demers, 2008).

Avant de conclure cette section, mentionnons au passage que le tableau 1 et la figure 8 révèlent qu'il y a davantage de comédies que d'autres genres parmi les films québécois les plus populaires. En effet, presque la moitié des films qui se retrouvent dans le palmarès des 50 films québécois les plus populaires entre 1985 et 2006 sont des comédies, alors que le quart de ces films sont des drames et le reste, des comédies dramatiques, des films de famille, des drames historiques, des documentaires et des films d'action. Ces chiffres ne nous permettent toutefois pas de savoir si la popularité des comédies est due à une offre accrue de ce genre de film ou encore, à une préférence particulière des Québécois pour l'humour. Il serait toutefois intéressant d'approfondir cette question pour voir s'il y a un lien à établir entre la popularité des comédies québécoises et la popularité des festivals et galas d'humour au Québec.

Un succès qui profite à tous?

On ne pourrait clamer haut et fort le succès de l'ensemble de la cinématographie québécoise si la croissance des parts de marché était seulement redevable à la popularité d'une ou deux productions par année. Si l'on se fie aux figures 9, 10 et 11 présentées en annexe, cela ne semble toutefois pas être le cas.

La figure 9 démontre qu'entre 1992 et 2006, le nombre de films québécois qui se classent dans les 350 films les plus populaires de l'année (toutes origines confondues) passe de 10 à 29, le nombre de ceux qui se retrouvent dans le palmarès des 100 films les plus populaires de l'année bondit de 3 à 19 et le nombre de ceux qui ont leur place dans le top 20 passe de 0 à 7. Dans le même ordre d'idées, la figure 10 montre qu'entre 1992 et 2006, le nombre de films québécois visionnés par une assistance de plus de 100 000 personnes passe de 4 à 29, le nombre de ceux dont l'assistance dépasse 10 000 individus grimpe de 20 à 50 et le nombre ceux vus par plus de 1 000 spectateurs bondit de 43 à 84.

En plus d'indiquer que les films québécois parviennent de plus en plus à se démarquer de leurs rivaux du sud et d'outre-mer, ces deux figures démontrent de façon détaillée que la croissance des recettes et celle de l'assistance des films québécois profitent de façon générale à l'ensemble des artisans de l'industrie, plutôt qu'à une minorité. Cette idée est d'ailleurs corroborée par la figure 11 démontrant qu'entre 1992 et 2006, la part des recettes totales du cinéma québécois que s'accaparent les 15 films québécois les plus populaires de l'année passe de 90 % à 70 %, celle que monopolisent les 10 films québécois les plus visionnés de l'année descend de 81 % à 57 % et celle que s'approprient les 5 films québécois les plus populaires de l'année chute de 61 % à 36 %. De plus en plus nombreux sont donc les films à se partager les parts du gâteau. Plus encore, le succès de quelques grandes productions semble avoir contribué à mousser celui des plus petites. Des films d'auteurs tels que *La neuvaine* ou *Gaz bar blues*, par exemple, ne sont pas complètement laissés dans l'ombre de grandes productions telles qu'*Un homme et son péché* ou *Bon Cop Bad Cop*.

Puisque les auteurs, acteurs et réalisateurs ne détiennent à toute fin pratique aucun droit d'auteur sur leurs films, la

récente popularité du cinéma québécois profite néanmoins davantage à certains corps de métiers tels que les producteurs et les distributeurs. En outre, certaines maisons de production profitent davantage du succès de la cinématographie québécoise. Si l'on se fie aux données disponibles [3], la maison de production *Cinémaginaire inc.* a produit près du quart des films les plus populaires entre 1985 et 2006, alors que *Melenny Productions* et *Les Films Vision 4 inc.* en ont tous deux produit le dixième (figure 12). Puisqu'une vingtaine d'autres maisons de production se partagent à peu près également la moitié restante du gâteau, le marché québécois de la production cinématographique est donc loin d'être oligopolistique [4]. En outre, le tableau 2 (distribuant les films québécois les plus populaires selon leur maison de production et les années) ne nous permet pas de croire que le marché se centralise au fil du temps autour de quelques grands joueurs.

Certains diront que le système d'enveloppes à la performance mis en place par Téléfilm Canada favorise certaines maisons de production au détriment des autres. Bien que cela ne soit pas complètement faux, le tableau 3 nous permet néanmoins de constater que près d'une vingtaine de maisons de production se partagent chaque année les enveloppes à la performance, dont la COOP vidéo et l'ACPAV (Association coopérative de productions audio-visuelles) qui « soutient le film d'auteur et manifeste un intérêt particulier pour les films qui suscitent une réflexion » [5]. Malgré les effets désastreux que peut avoir le système des enveloppes à la performance sur la créativité, il faut donc être prudent lorsqu'on évoque l'existence de ce système pour avancer l'idée que le succès du cinéma québécois ne concerne que quelques grands joueurs.

Conclusion

À la lumière de ce bref survol statistique, le récent succès du cinéma québécois semble bel et bien à la hauteur de son succès imaginé, du moins si l'on considère que le succès d'un art peut se mesurer à sa popularité en termes quantitatifs et commerciaux. Plusieurs hypothèses peuvent être écartées pour expliquer l'augmentation des recettes, de l'assistance et des parts de marché du cinéma québécois : le coût des billets de cinéma, la fréquentation des salles de cinéma ou la quantité de films québécois qui

sortent en salle chaque année ne semble pas à eux seuls expliquer l'augmentation des recettes, de l'assistance et des parts de marché. En outre, ce succès semble généralisé à l'ensemble de la cinématographie québécoise, puisque de plus en plus de films se partagent les parts du gâteau. Le fait que ce succès profite davantage à certains corps de métier et à certaines maisons de production nous rappelle toutefois l'importance de relancer les débats concernant le système d'enveloppes à la performance et les droits d'auteurs des créateurs.

Pistes de réflexion

D'autres hypothèses peuvent désormais être soulevées pour expliquer le soudain engouement du public québécois pour sa cinématographie nationale. Le succès du cinéma québécois serait peut-être dû au perfectionnement des techniques de marketing, au développement du secteur de la distribution, ainsi qu'à une augmentation générale des budgets [6] consacrés aux devis de production, à la diffusion et à la publicité des films, comme le prétend Anne-Claire Villeneuve (2008). La récente popularité du cinéma québécois pourrait aussi s'expliquer par un renouveau des contenus filmiques, comme le laisse sous-entendre Christian Poirier (2004) dans sa thèse doctorale. Les thèmes et les types de récits abordés dans le cinéma québécois des dernières années sont peut-être davantage en adéquation avec ceux que le public souhaite retrouver.[7] Le cinéma québécois du troisième millénaire comporte peut-être des figures qui concordent davantage avec les aspirations identitaires des Québécois.[8] L'industrie cinématographique québécoise produit peut-être des films sur le moule du cinéma américain pour s'appropriier les parts de son marché. Ses contenus sont peut-être de plus en plus aseptisés pour rejoindre un plus large auditoire. Si tel est le cas, devrait-on vraiment se réjouir de mettre en marché des productions « commerciales » au détriment de productions plus créatives pouvant faire rayonner le Québec dans les plus prestigieux galas et festivals du monde entier?

Au terme de cette analyse statistique, une grande question demeure : peut-on vraiment mesurer le succès d'une cinématographie à ses recettes, au nombre d'entrées en salle et à sa part de marché? À notre avis, une cinématographie nationale devrait d'abord et avant tout

être envisagée comme un patrimoine culturel et non comme une industrie rentable. Le septième art ne devrait pas être soumis à des impératifs économiques parce que la richesse qu'il apporte à une culture n'a pas de prix. Peut-être est-il alors plus prudent de parler de la « popularité » du cinéma québécois plutôt que de son « succès », pour faire référence à l'augmentation de ses recettes, de son assistance et de ses parts de marché.

Notes

1. En 1982, Ginette Major avance l'idée que les Québécois boudent leur cinéma national parce qu'il leur renvoie une image miséabiliste d'eux-mêmes, au même moment où ils tentent justement de s'en détacher.

2. Les montants des recettes en dollars actualisés tiennent compte de l'inflation des prix et sont calculés à partir d'un logiciel de la Banque du Canada disponible en ligne au http://www.banqueducanada.ca/fr/taux/inflation_calc-f.html.

3. Ces données sont disponibles en ligne sur le site Internet <http://www.imdb.com>.

4. Un oligopole désigne une situation dans laquelle quelques offreurs se partagent un marché.

5. <http://www.acpav.ca/>

6. Puisque les budgets des films québécois sont confidentiels, il nous est impossible de vérifier dans le cadre de cette recherche s'il existe un lien entre la popularité des films et leur financement.

7. Selon Christian Poirier (2004), le récit de *l'enchantement d'être*, qui est plus manifeste dans le cinéma des années '80 et '90 et qui se caractérise par l'incertitude positivement assumée, rencontre davantage les faveurs du public québécois que le récit de *l'empêchement d'être*, qui est propre aux cinéma québécois des années '60 et '70 et qui s'articule autour du sentiment victimaire, du manque et du vide.

8. En 1982, Ginette Major avançait l'idée selon laquelle le cinéma québécois retrouvera son public lorsqu'il cessera d'être le reflet pathétique d'une société avachie.

BIBLIOGRAPHIE

- Demers, Maxime. 2008. « Le cinéma québécois en perte de vitesse ». *Journal de Montréal* (Montréal), 10 janvier 2008.
- Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec. 2007. *Statistiques sur l'industrie du film – Annexe statistique*. Québec, Institut de la statistique du Québec, p. 156-172.
- Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec. 2005. *Statistiques sur l'industrie du film – Annexe statistique*. Québec, Institut de la statistique du Québec, p. 104-122.
- Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec. 2001. *Statistiques sur l'industrie du film – Annexe statistique*. Québec, Institut de la statistique du Québec, p. 88-103.
- Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec. 1998. *Statistiques sur l'industrie du film – Annexe statistique*. Québec, Institut de la statistique du Québec, p. 96-113.
- Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec. 1995. *Statistiques sur l'industrie du film – Annexe statistique*. Québec, Institut de la statistique du Québec, p. 84-97.
- Major, Ginette. 1982. *Le cinéma québécois à la recherche d'un public*. Montréal : Les Presses de l'université de Montréal, 163 p.
- Poirier, Christian. 2004. « Le cinéma québécois et la question identitaire. La confrontation entre les récits de l'empêchement et de l'enchantement ». *Recherches sociologiques, XLV, 1*, p. 11-38.
- Villeneuve, Anne-Claire. 2008. *Le lien entre le succès commercial du cinéma québécois et l'évolution récente du secteur de la distribution au Québec*. Mémoire de maîtrise, Montréal, Université du Québec à Montréal, 105 p.

ANNEXE

Figure 1 :

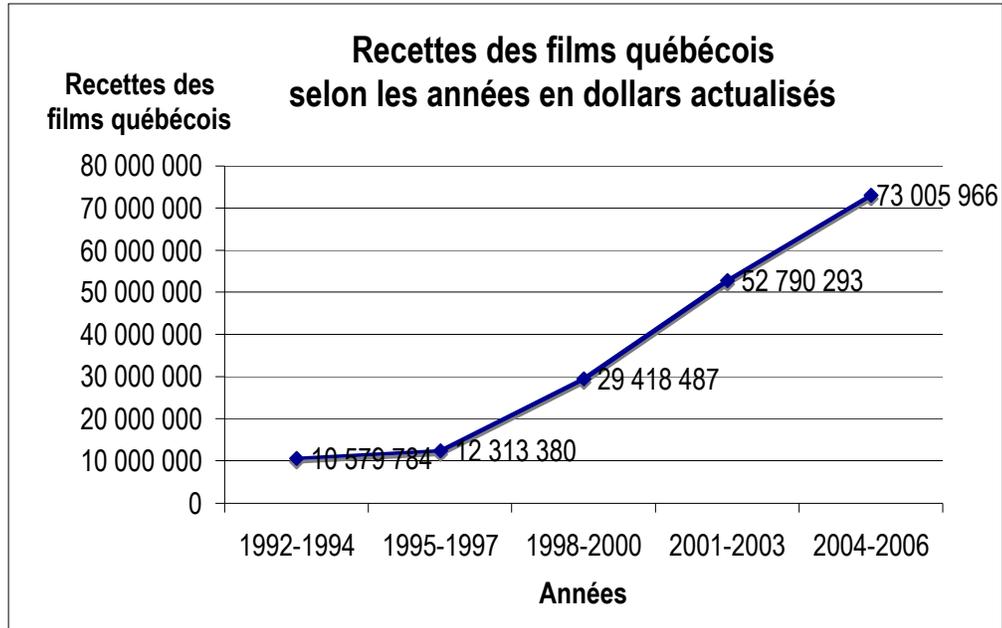


Figure 2 :

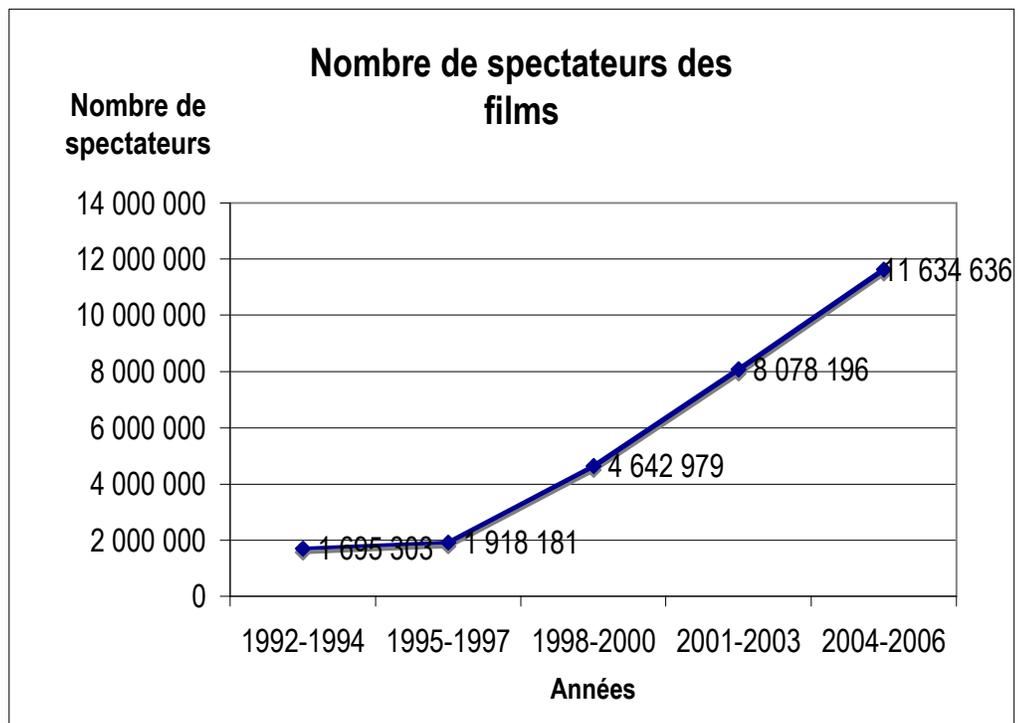


Figure 3 :

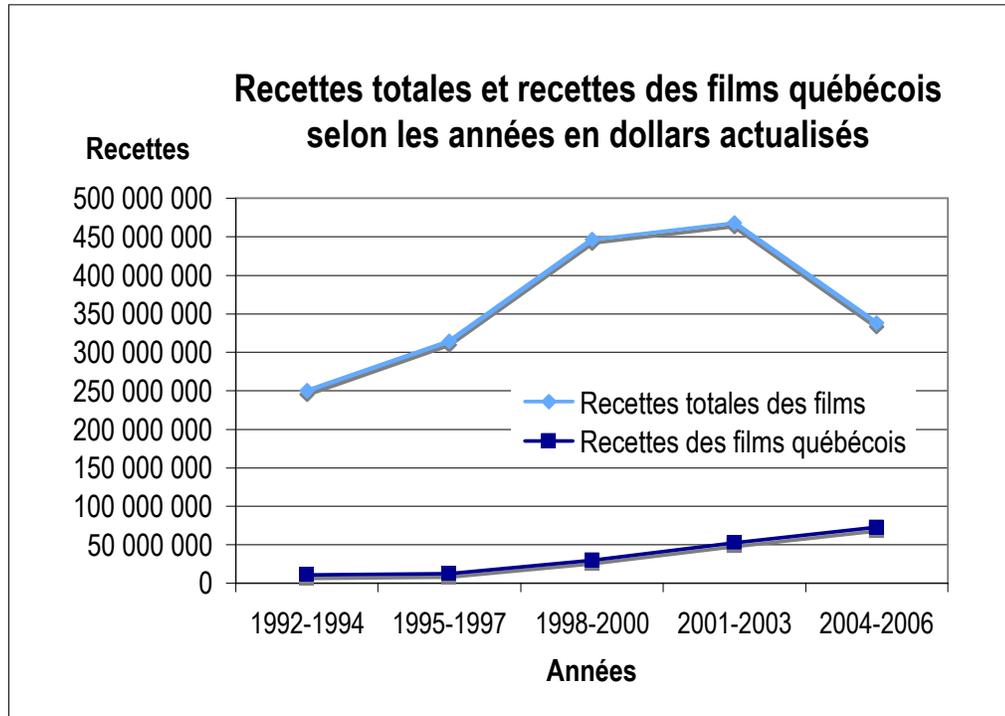


Figure 4 :

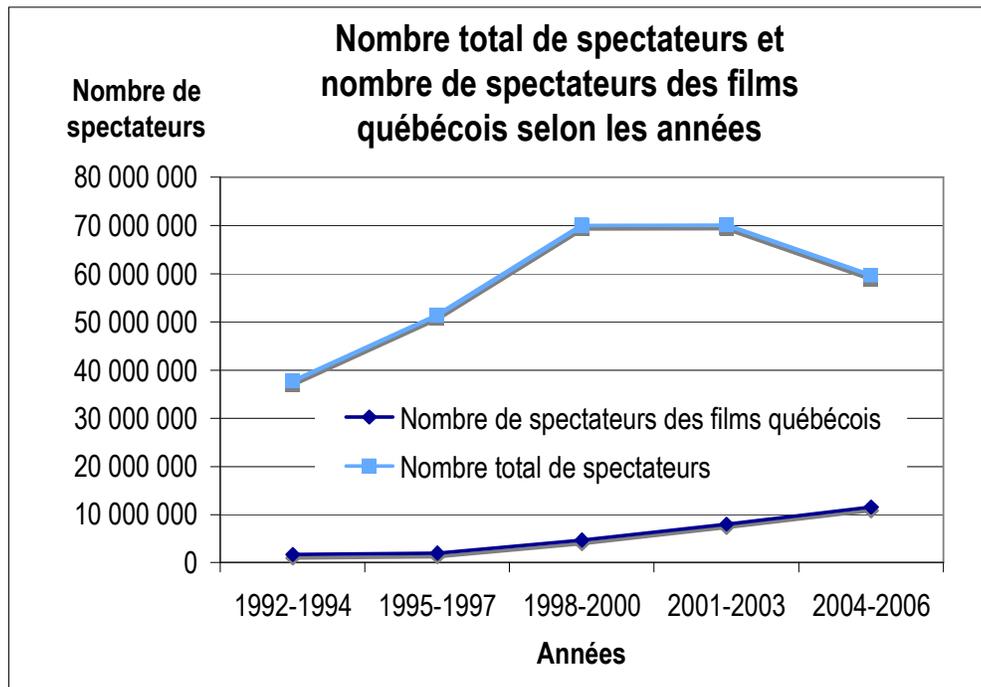


Figure 5 :

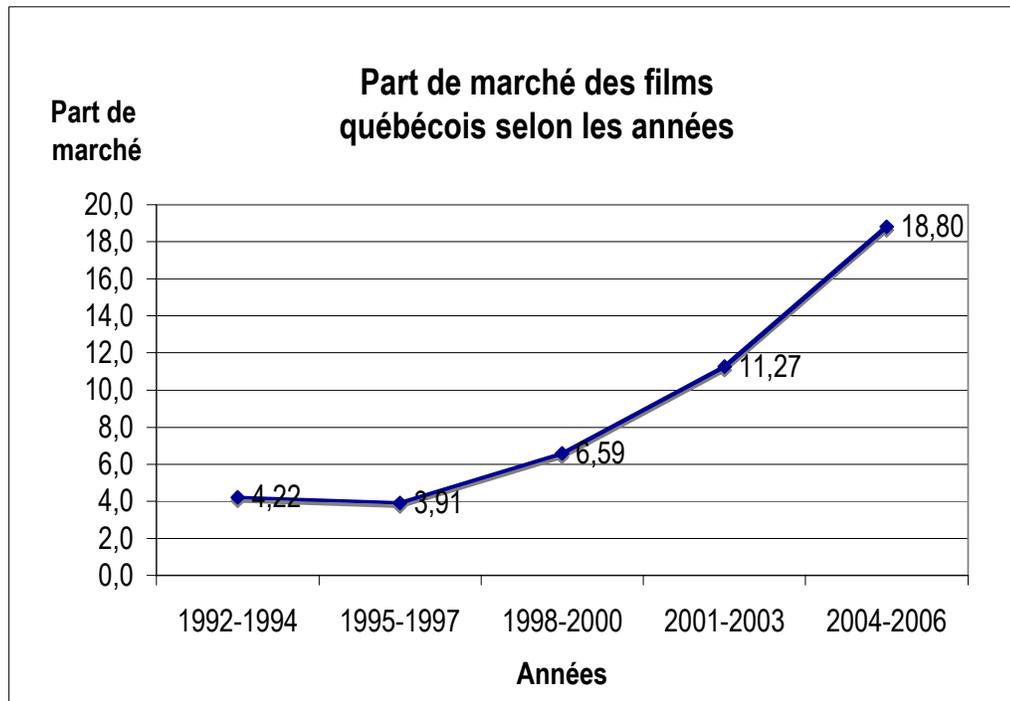


Figure 6 :

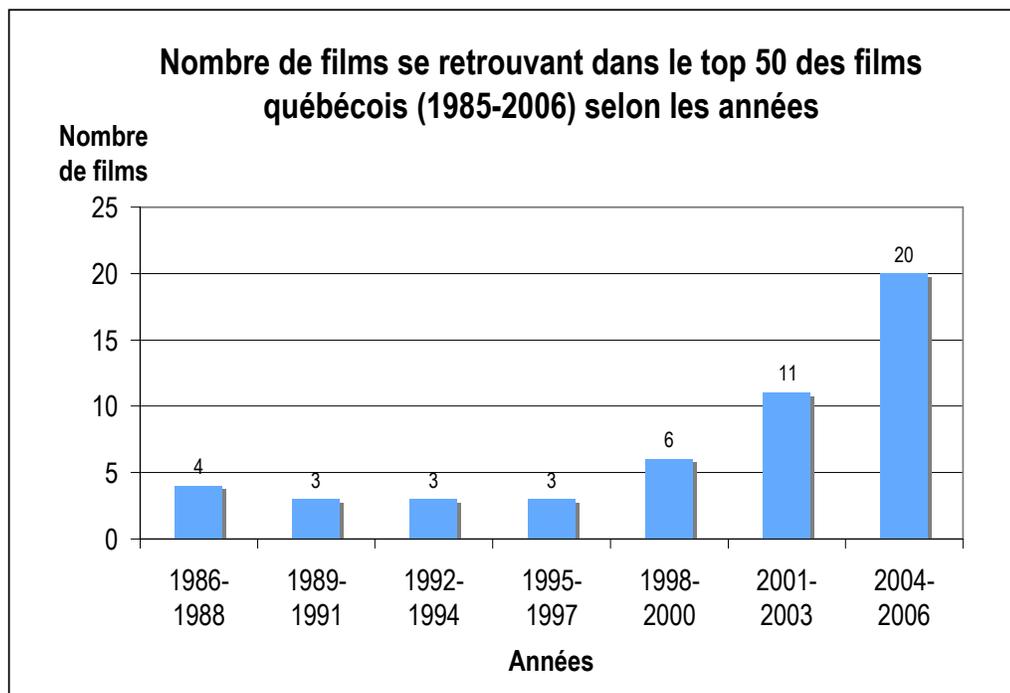


Figure 7 :

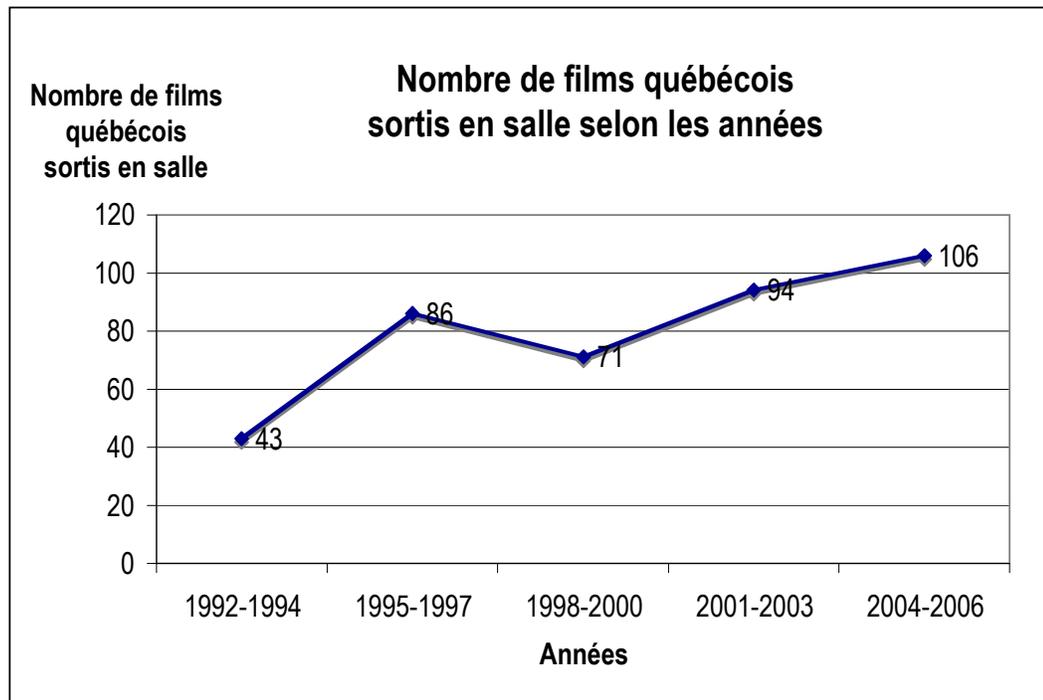


Tableau 1 :

Distribution des films québécois les plus populaires selon le genre et les années

Genres	1992-1994	1995-1997	1998-2000	2001-2003	2004-2006	Total
Comédie	3	5	7	5	6	26
Drame	5	5	3	2	3	18
Comédie dram.	3	0	1	3	2	9
Drame historique	1	0	1	2	4	8
Film de famille	3	1	1	2	0	7
Policier	0	1	1	1	0	3
Science-fiction	0	1	0	0	0	1
Action	0	0	1	0	0	1

Figure 8 :

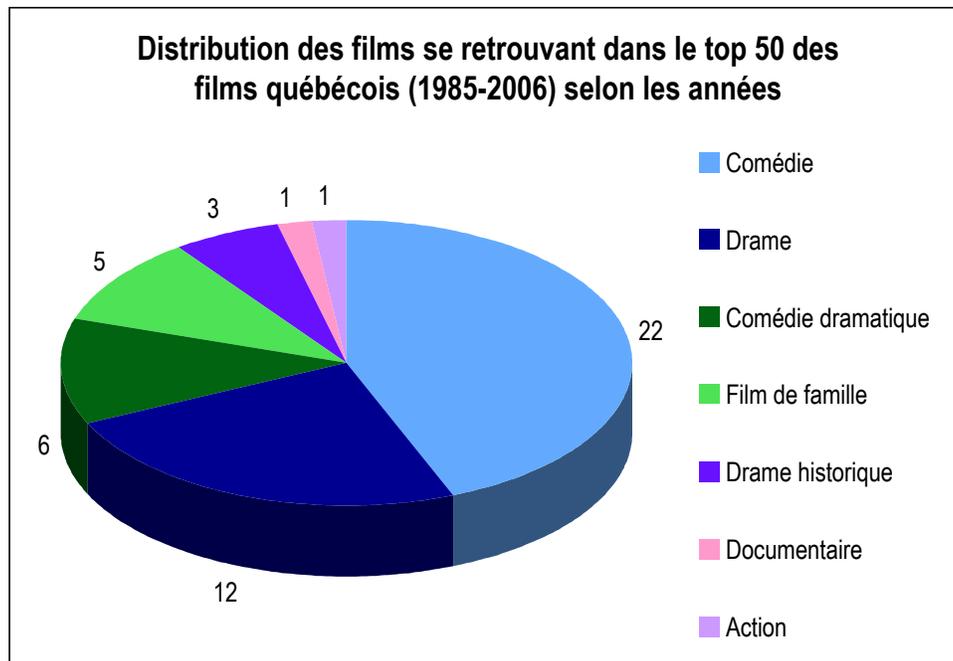


Figure 9 :

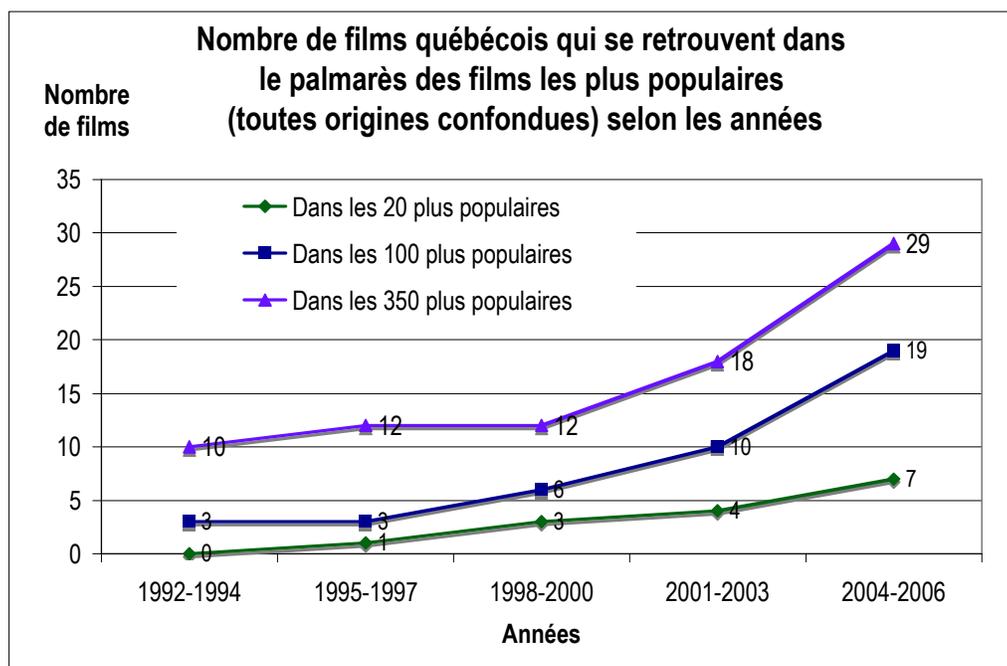


Figure 10 :

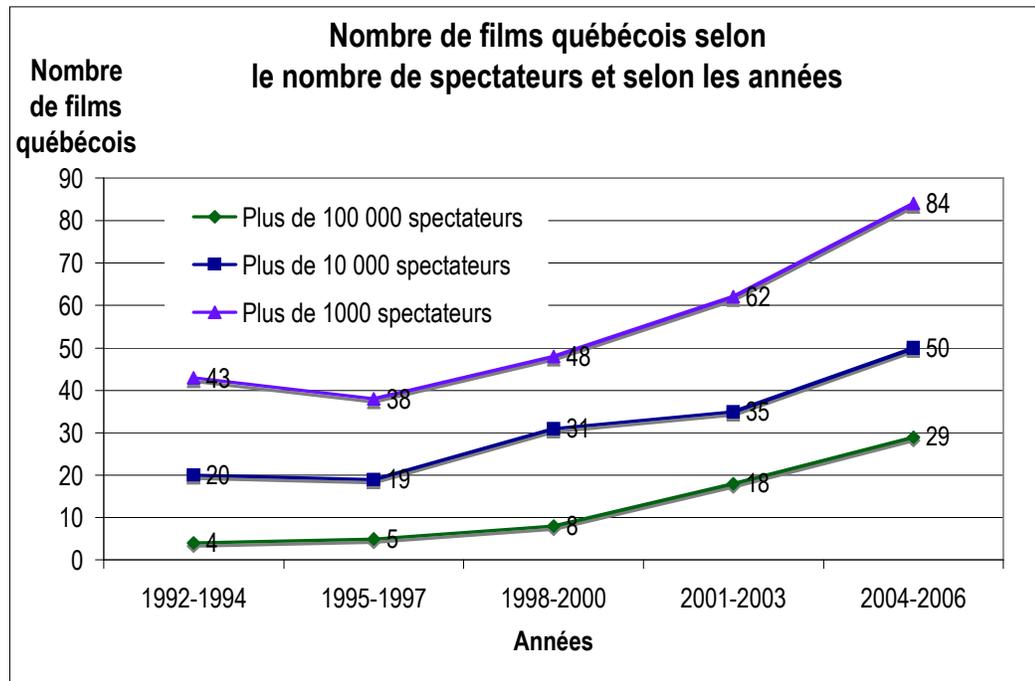


Figure 11 :

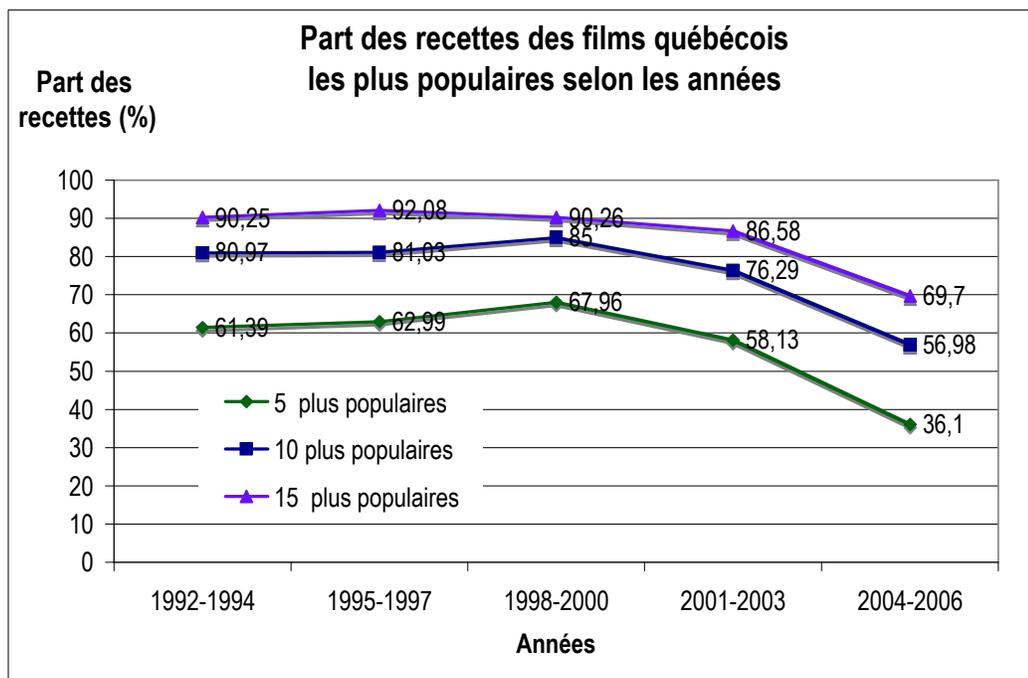


Figure 12 :

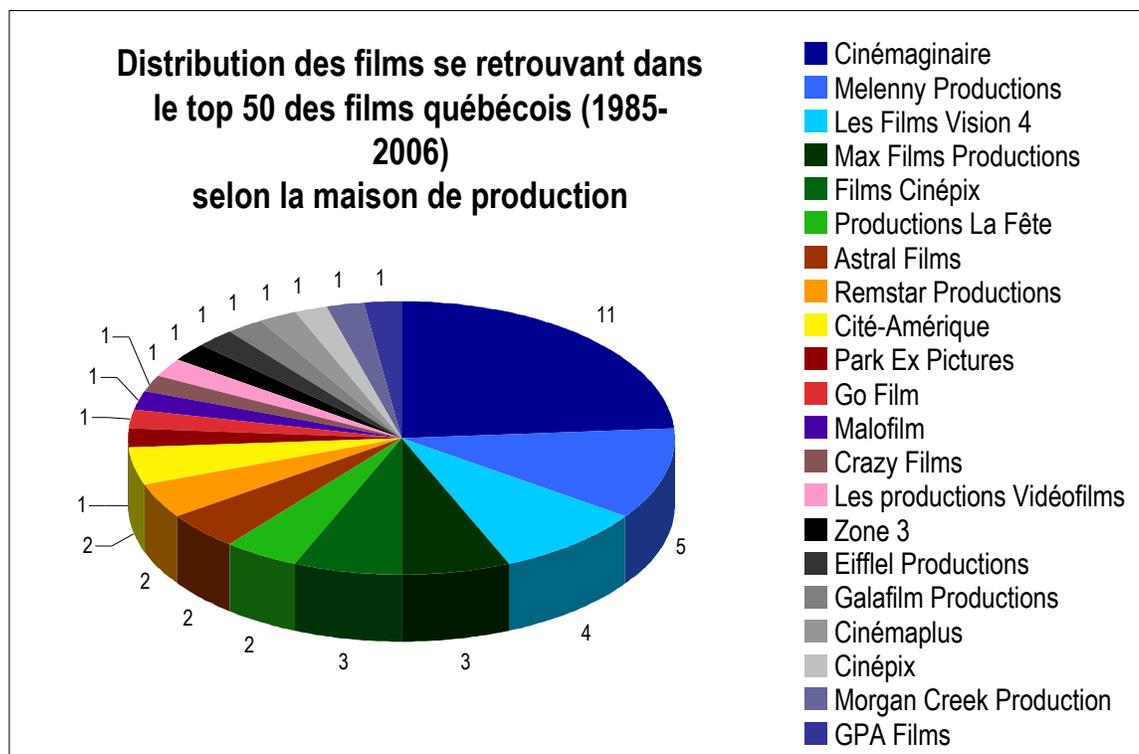


Tableau 2 :

Distribution des films québécois les plus populaires selon la maison de production et les années

Maisons de production	1992-1994	1995-1997	1998-2000	2001-2003	2004-2006	Total
Autres	5	5	4	2	4	20
Cinémaginaire	1	1	2	3	4	11
Max Films Productions	1	1	4	1	0	7
Les Films Vision 4	3	1	0	1	1	6
Melenny Productions	0	1	2	1	2	6
Films Cinépix	0	1	1	1	0	3
Go Films	0	0	0	2	1	3
Productions du Cerf	2	0	0	0	0	2
Aska Film Productions	1	0	1	0	0	2
Productions La Fête	2	0	0	0	0	2
Astral Films	0	0	0	2	0	2
Remstar Productions	0	0	0	0	2	2

Tableau 3 :

Maisons de production québécoises ayant bénéficié d'une enveloppe à la performance selon les années

2001-2002	2002-2003	2003-2004	2004-2005	2005-2006	2006-2007	2007-2008
ACPAV	ACPAV	ACPAV	Christal films	ACPAV	ACPAV	ACPAV
Baliverna	Baliverna	Christal films	Cinémaginaire	Christal films	Christal films	Christal films
Christal films	Christal films	Cinémaginaire	Cité-Amérique	Cinémaginaire	Cinémaginaire	Ciné Roman
Cinéma libre	Cinéma libre	Films Séville	Equinoxe	Cité-Amérique	Ciné-Roman	Cinémaginaire
Cinémaginaire	Cinémaginaire	Go films	Go films	Equinoxe	Cirrus	Cirrus
Cinépix	Cinépix	Max films	Max films	Films TVA	Cité-Amérique	Cité-Amérique
COOP Video	Equinoxe	Melenny prod.	Melenny prod	Galafilm	Equinoxe	COOP Video
Equinoxe	Films Séville	Muse	Muse	Go films	Films TVA	Equinoxe
Films Séville	Films TVA	Téléfiction	Téléfiction	Max films	Forum films	Films Séville
Films Tonic	Galafilm			Melenny prod.	Galafilm	Films TVA
Films TVA	Max films			Muse	JM Films	Galafilm
Galafilm	Melenny prod.			Téléfiction	Lyla films	Go films
Go films	Prod. la fête			Zone 3	Max Films	JM Films
In Extremis	Remstar				Melenny prod.	Lyla films
Max films	Rose films				Remstar	Max films
Melenny prod.	Téléfiction				Téléfiction	Melenny prod.
Prod. du regard	Transfilm				Zone 3	Téléfiction
Rose films						
Téléfiction						

Source : Téléfilm Canada