

DIGITHÈQUE

Université libre de Bruxelles

Revue de l'Université de Bruxelles, 1995/1-4, Bruxelles : Université Libre de Bruxelles, 1995.

http://digistore.bib.ulb.ac.be/2011/DL2503255_1995_1_4_000.pdf

Cette œuvre littéraire est soumise à la législation belge en matière de droit d'auteur.

Elle a été publiée par l'**Université Libre de Bruxelles** et numérisée par les Archives & Bibliothèques de l'ULB.

Tout titulaire de droits sur l'œuvre ou sur une partie de l'œuvre ici reproduite qui s'opposerait à sa mise en ligne est invité à prendre contact avec la Digithèque de façon à régulariser la situation (email : [bibdir\(at\)ulb.ac.be](mailto:bibdir(at)ulb.ac.be)).

Les règles d'utilisation de la présente copie numérique de cette œuvre sont visibles sur la dernière page de ce document.

L'ensemble des documents numérisés mis à disposition par les Archives & Bibliothèques de l'ULB sont accessibles à partir du site <http://digitheque.ulb.ac.be/>

Dirigé par Frédéric Sojcher

Cinéma européen et identités culturelles



Editions de l'Université de Bruxelles

Dirigé par Frédéric Sojcher

Cinéma européen

et identités culturelles

Revue de l'Université de Bruxelles

Cet ouvrage a été publié grâce au soutien
de la direction générale de la formation
et de l'enseignement artistique
de la Communauté française de Belgique

© Revue de l'Université de Bruxelles 1995/1-4
date de parution: mars 1996
Avenue Paul Héger, 26 - 1000 Bruxelles (Belgique)
Imprimé en Belgique

CINEMA EUROPEEN ET IDENTITES CULTURELLES

L'idée de réunir un ouvrage collectif sur le cinéma européen est née à la suite des discussions du GATT sur l'exception culturelle et de la Conférence européenne de l'audiovisuel qui s'est tenue à Bruxelles du 29 juin au 1^{er} juillet 1994. Depuis quel-que temps, en effet, les débats autour de ce qu'est — ou devrait être — une industrie du film en Europe se multiplient, avec comme questions sous-jacentes, la politique économique à mener en la matière (aides publiques nationales et/ou européennes, régulation du marché, rôle des réseaux télévisuels) et la volonté affichée d'une défense identitaire (souvent en contradiction avec les simples lois du marché).

Avant de décider quelle stratégie adopter, il serait utile que les responsables politiques et les entrepreneurs privés aient une perspective claire sur les objectifs et les enjeux audiovisuels, qui sont à la fois financiers *et* culturels (les deux ne sont-ils pas liés, au moins à terme ?). Or, ce que l'on constate « sur le terrain », c'est l'impossibilité quasi congénitale des différents pays partenaires européens à s'entendre sur les perspectives ou les moyens à mettre en action. Les programmes MEDIA et EURIMAGES, respectivement issus des organes de l'Union européenne et du Conseil de l'Europe, ont bien tenté, depuis la fin des années quatre-vingt, de redynamiser le secteur (à travers des initiatives destinées à favoriser des collaborations plurinationales, que ce soit au niveau du développement des projets cinématographiques et audiovisuels, de leurs coproductions ou de leurs diffusions européennes) mais sans réussir à mettre en cause l'hégémonie américaine, de plus en plus importante, sur l'ensemble du continent et du monde.

Cet échec (relatif — car MEDIA et EURIMAGES ont permis ou contribué à la production d'un grand nombre d'œuvres de qualité) peut s'expliquer par divers facteurs : l'atomisation des financements et structures de distribution (ce à quoi MEDIA II, nouveau programme de l'Union européenne qui entre en vigueur en janvier 1996, essaye partiellement de répondre) ; le manque de fonds dont disposeraient les programmes européens (Anne Devauchelle, vice-présidente d'EURIMAGES et directeur des Affaires européennes et internationales du CNC, précise, dans un des textes de cet ouvrage, que les budgets cumulés de MEDIA et EURIMAGES ne représenteraient, d'après les calculs de son service, que 0,7 % de l'ensemble des investissements dans la production audiovisuelle des quinze pays membres de l'Union) ; enfin, l'hégémonie américaine qui muselerait, en quelque sorte, par un processus de concentration et de « distorsion du jeu de la concurrence » toute alternative concurrentielle crédible, les cinématographies essayant de survivre, ne luttant pas à armes économiques égales avec l'industrie hollywoodienne (ce que Laurent Creton aborde dans son article « Analyses et options stratégiques pour le cinéma européen », tandis que Jean-Claude Batz revient sur la « singularité atypique de l'économie du film » et que le cinéaste Bernardo Bertolucci imagine une « contre-attaque » européenne, dont l'objectif serait de conquérir le marché américain).

Aux trois facteurs précités expliquant, tant bien que mal, la faillite d'une industrie du film en Europe (la France étant pratiquement aujourd'hui le seul pays à encore quelque peu « résister » à la mise sous tutelle américaine), il faut évidemment en ajouter un quatrième : le savoir-faire technique et artistique hollywoodien s'opposant à un certain type de cinéma d'auteur européen, souvent hermétique, voire nombriliste qui, s'il intéresse encore quelques critiques, festivals ou cinéphiles, est largement boudé par le public ¹. Nous devrions ici pouvoir faire la différence entre œuvres de qualité qui arrivent à « communiquer », à interpeller le spectateur (même s'il ne s'agit pas forcément du « grand public ») et œuvres repliées sur elles-mêmes, les auteurs de ce type de films ne cherchant qu'à éventuellement exprimer leurs émotions, pas à les rendre intelligibles — construites dramaturgiquement. Ou, comme le dit Yves Lavandier : « Les scénaristes européens ont peut-être plus de choses à dire mais, trop souvent, ils ne le disent pas bien. Résultat, si la caractérisation et les dialogues sont parfois brillants, le reste est maladroit » ².

De nombreuses mesures ont été prises ces dernières années pour développer une « politique du scénario », afin de pouvoir mieux construire le récit filmique qui, apparemment en Europe, souffre souvent d'un manque de cohérence et de rigueur ³. Il ne s'agit pas seulement de savoir quelle histoire raconter, mais *comment* l'orchestrer, par quel jeu de dit et non-dit, d'identification propre au cinéma, et à la dramaturgie en général, y parvenir. Nous sommes là à une frontière entre scénario et mise en scène, la carence des films européens venant souvent de l'« idéologie auteuriste » qui présuppose que les deux fonctions doivent être assumées par une seule et même personne. Un autre travers — et il ne faut pas se dissimuler que c'est l'un des principaux risques qui nous guette — serait de vouloir imiter des « recettes américaines », vouloir rechercher tant sur le plan scénaristique que sur celui de la réalisation du film la « grille du succès », « subtil dosage » d'action, de sexe et de violence — porté par un rythme de plus en plus effréné. L'historien de l'art Erwin Panofsky formulait, dans un autre contexte, une réflexion qui est, pour le cinéma, plus que jamais d'actualité : « S'il est vrai que l'art commercial risque toujours de finir prostitué, il n'est pas moins vrai que l'art non commercial risque toujours de finir vieille fille » ⁴. On voit bien la difficulté, pour le cinéma européen, de se situer entre ces deux écueils.

Notons que le cinéma d'auteur n'est pas forcément incompatible avec une certaine rentabilité. Ainsi, dans cet ouvrage, le producteur Nicolas Seydoux (Gaumont) loue Eric Rohmer qui arrive, en produisant ses films avec de tout petits budgets, à les faire devenir de très bonnes affaires financières (le public « averti » allant voir les films de Rohmer étant généralement assez nombreux pour amortir et même permettre de plantureux bénéfices). De même, les plus grands cinéastes européens — de Bergman à Fellini, en passant par Truffaut ou Buñuel — sont arrivés à développer un univers qui leur est propre, tout en parvenant à ce que leurs films soient diffusés dans le monde entier, attirant, la plupart du temps, un nombre de spectateurs suffisant pour préserver l'équilibre financier nécessaire à la poursuite, sans entraves majeures, de leur œuvre. La plupart des metteurs en scène que nous venons de citer étant ou morts, ou déjà âgés, on peut se demander, avec, nous semble-t-il, une certaine pertinence, si une nouvelle génération de cinéastes pourrait prendre le

relais — apporter à la fois une « vision neuve » et une certaine pérennité identitaire européenne.

Toute la difficulté de définir une politique en matière de cinéma viendrait de la bicéphalité intrinsèque au médium : art et industrie. A l'heure de Maastricht et du GATT, la « doctrine économique » en vigueur n'est évidemment pas de soutenir à coups de subsides un secteur (la production de films) dont la viabilité financière est plus qu'incertaine. Wim Wenders, dans son article intitulé « Cinq malentendus autour du cinéma européen », souligne notamment l'incompréhension qui existe entre l'Europe et les Etats-Unis sur le terme même de « culture ». Pour les Américains, le capitalisme étant la référence culturelle par excellence — leur culture —, il paraît tout à fait démentiel de vouloir mettre en œuvre des films sans privilégier *avant tout* leur rentabilité. Il n'y aurait donc pas, pour eux, d'antagonisme possible entre « cinéma d'auteur » et « cinéma commercial » (seules quelques rares exceptions viendraient déroger à cette règle, à cette approche économique, qui est aussi une approche « philosophique » du monde). Mais vouloir mettre en pratique cette doctrine en Europe se révèle quasiment impossible, tout simplement pour des raisons d'économie d'échelle et de dénaturation du jeu de la concurrence propre au secteur cinématographique. Dans ces conditions, on ne s'étonnera plus des différences d'approches qui peuvent exister, au sein de l'Union européenne, entre producteurs et diffuseurs, ces derniers ayant tout intérêt, dans un premier temps du moins, à acheter des programmes américains moins chers, car déjà amortis sur leur marché, mais aussi souvent plus appréciés par le public (les moyens mis en œuvre étant beaucoup plus importants que pour des productions équivalentes réalisées en Europe). Dans le même ordre d'idées, les intérêts de défense du cinéma et de l'audiovisuel européen peuvent être très divergents, selon que l'on se place du point de vue d'une cinématographie où l'industrie du film garde encore une certaine importance (la France), ou d'un point de vue d'un pays qui n'a plus (ou qui n'a jamais eu) une véritable infrastructure industrielle dans le secteur et qui aborderait cette problématique du « cinéma européen » de manière purement pragmatique et « désillusionnée ».

Derrière les questions politico-stratégiques se dessinent aussi souvent des prises de position idéologiques. On se souviendra, par exemple, du refus de la Grande-Bretagne de participer, dans un premier temps, à une aide sélective (avance sur recettes) destinée aux coproductions européennes. De cette fin de non-recevoir britannique, naîtra indirectement EURIMAGES au sein du Conseil de l'Europe, et non plus de l'Union européenne (la différence étant que chaque pays du Conseil de l'Europe pouvait décider s'il voulait ou non participer au fonds EURIMAGES, tandis qu'une telle pratique était impensable au sein de la CEE où régnait — et règne encore — le principe de l'unanimité) ⁵. A l'opposé du Royaume-Uni, citons le cas de petites cinématographies comme en Belgique, les francophones belges, surtout, étant très favorables au développement d'une politique audiovisuelle européenne, espérant sans doute trouver dans l'Europe une compensation à la faiblesse économique-structurelle de leur cinéma. Il nous paraît important de se garder d'un « esprit partisan », et de ne pas avoir d'*a priori* politique dans le domaine, sous peine de voir la culture cinématographique européenne réduite à néant, ou de se voir infliger de lourdes déceptions, à la hauteur des « espoirs européens ».

Dans la plupart des fascicules édités par le programme MEDIA, ou lors de la Conférence audiovisuelle de Bruxelles en juin 1994, il est question d'appliquer au cinéma européen (et à l'audiovisuel en général) une série de mesures provisoires destinées à rendre le secteur rentable. Il y a bien là une contradiction entre les moyens accordés par l'Union européenne au plan MEDIA et les objectifs autoproclamés de développement du secteur (et des millions d'emplois qu'il pourrait générer en Europe, selon le *Livre vert* publié par l'Union européenne en 1994). Car de deux choses l'une : ou bien l'on se place *uniquement* dans le cadre de l'économie de marché, et alors pour rester cohérent il faudrait supprimer tout subside, toute aide de quelque ordre que ce soit (c'est implicitement la thèse américaine dans des débats du GATT), ou bien l'on considère que l'audiovisuel européen est effectivement une priorité (en terme d'emplois, d'image de marque, de culture, d'industrie) et alors il faudrait se donner les moyens de sa politique ! Or, nous savons que, jusqu'au dernier moment, la reconduction du programme MEDIA (appelé dorénavant MEDIA II) aura entraîné de longues discussions financières, les trois cent dix millions d'Écus finalement accordés à ce nouveau plan de cinq ans représentant une goutte d'eau dans l'ensemble des dépenses communautaires. On peut avoir la même impression d'entendre un double discours en ce qui concerne la directive « Télévision sans frontières », destinée à l'origine à fixer des quotas, en matière de diffusion d'œuvres européennes sur les réseaux télévisuels. Ici encore, une double logique s'affronte : les « protecteurs » du marché européen s'opposant aux tenants d'un libéralisme total. Le compromis né de ces deux visions permet impunément aux pays signataires du texte d'en contourner complètement le sens grâce à des formules incluses au sein même de la directive qui impose le respect d'un certain pourcentage de diffusion d'œuvres audiovisuelles européennes « chaque fois que cela est possible ». A force de ménager la chèvre et le chou, on arrive ainsi à des aberrations — qui, si elles ne sont pas rapidement supprimées, pourraient un jour nous amener à nous demander pourquoi il aura tellement fallu se battre au sein du GATT —, la notion d'« exception culturelle », en pratique, se révélant aujourd'hui, plutôt un mot d'ordre qu'une réalité.

L'action des programmes européens et la qualité professionnelle de ceux qui les animent est généralement de très bon niveau (nous laissons d'ailleurs la parole, dans ce livre, à des personnalités comme Jacques Delmoly, Claude-Eric Poiroux ou Antonio-Pedro Vasconcelos, dont on connaît l'implication et la force de conviction). Mais le danger qui menace MEDIA et EURIMAGES à moyen terme, nous paraît être que, justement à cause de leurs moyens trop faibles, on puisse un jour « reprocher » à ces programmes de ne pas avoir su enrayer la chute de l'industrie audiovisuelle européenne et les remettre en question. A l'impossible, nul n'est tenu. Et ce n'est certainement pas aux initiateurs de MEDIA ou d'EURIMAGES qu'il faudrait faire grief d'une situation endémique, qui nécessiterait un véritable « traitement de choc » pour être éradiquée. En dehors des aides accordées en amont et en aval des productions par MEDIA et aux coproducteurs européens par EURIMAGES, il reste cependant une autre piste à explorer : celle de l'harmonisation des systèmes nationaux de l'industrie cinématographique et d'une réglementation à l'échelle de l'Union. C'est ce à quoi semble s'attacher Pascal Rogard, délégué général de l'ARP (Association des réalisateurs-producteurs) dans l'entretien qu'il nous livre, ainsi

que, dans une autre mesure, Nicolas Seydoux qui vanterait surtout, lui, les mérites d'une aide automatique généralisée. Pascal Rogard prend comme exemple Canal +, en France. La chaîne cryptée ayant eu comme obligation de réinvestir un certain pourcentage de ses bénéfices dans le cinéma français et européen, contribua, selon lui, plus que tout système d'avance sur recettes, à soutenir une industrie du film. En effet, Canal + étant une chaîne privée, le choix des films coproduits porterait logiquement sur des œuvres à potentiel commercial. Quant à l'aide automatique, elle est redistribuée aux producteurs en fonction des recettes que font leurs films en salle, et à condition qu'ils réinvestissent l'argent ainsi perçu dans de nouveaux projets. Le succès d'un film impliquerait donc, à l'échelle européenne, la nécessité de se lancer dans une nouvelle production (ce qui ne serait pas forcément le cas autrement, les producteurs préférant parfois réinvestir l'argent gagné dans un secteur moins porteur de risque que le cinéma). Enfin, il n'est pas inintéressant de signaler le débat sur les *majors* européennes, qui anima un moment les milieux professionnels. Faudrait-il promouvoir des structures de distribution, à l'image des grandes compagnies américaines qui couvriraient l'ensemble de l'Union européenne ? A ce sujet, Jean-Claude Batz (qui fut l'un des premiers à proposer cette « solution » infrastructurelle dès la fin des années soixante) émet de nouvelles hypothèses en fin d'ouvrage. Toutes ces autres pistes, pour être efficaces, devraient elles aussi bénéficier d'un consensus, au moins à l'échelle de l'Union, ce qui est loin d'être le cas.

Qu'est-ce que le cinéma européen ?

C'est une question aux réponses multiples... Selon certains, le cinéma européen ne serait que l'addition de cinématographies nationales ; selon d'autres, au contraire, il y aurait une « âme européenne », un même état d'esprit, une démarche semblable que l'on pourrait retrouver, exprimée de manière très diverse, de Bergman à Fellini. Ceux qui déniaient au cinéma européen toute spécificité démontrent, souvent avec brio, qu'un spectateur grec sera plus sensible à un long métrage américain qu'à un film hollandais, ou même allemand. Cette analyse serait, sociologiquement, malheureusement plus appropriée pour les nouvelles générations de spectateurs, nourris depuis la plus tendre enfance quasi exclusivement d'audiovisuel américain. Mais pourfendeurs comme défenseurs du cinéma européen en tant qu'entité esthétique propre, se rejoignent souvent sur la nécessité d'apporter une alternative au seul regard hollywoodien porté sur le monde. Cela, d'autant plus, que les superproductions américaines de la dernière décennie (que Laurent Creton nomme d'ailleurs « cinéma-monde ») jouent sur une surenchère technologique (effets spéciaux) en privilégiant la forme (l'effet « grand spectacle ») sur le fond. La représentation cinématographique, et plus largement audiovisuelle étant devenue le principal vecteur de communication de notre temps, sa *pluralité culturelle* deviendrait aussi importante pour la démocratie que ne le fut (et ne l'est encore) la pluralité de l'information. On pourrait même parler, comme le fait Jean-Claude Batz, de « question de civilisation ». Plusieurs cinéastes abordent, dans ce livre, la problématique du cinéma européen, en essayant de le définir, à travers leur propre démarche, ou à travers celle d'autres réalisateurs qui les ont parfois inspirés. André Delvaux nous raconte ainsi comment tous ses films sont en quelque sorte le résultat d'une confrontation culturelle latino-germanique, exacerbant sa double appartenance : flamande *et*

francophone. Delvaux élargit même, surtout dans ses derniers films, son « aire d'influence » à l'Italie (*Benvenuta*) ou à une interrogation, à travers un détour par la Renaissance, sur l'« européenité » (*L'œuvre au noir*). Bertrand Tavernier tente, lui, de nous expliquer que la plupart des grands réalisateurs européens (y compris ceux qui se sont installés temporairement ou définitivement à Hollywood) mettent en œuvre un « cinéma du doute », du questionnement sur le monde — à l'inverse des Américains, qui se situeraient beaucoup plus dans une démarche de type « affirmative ». Introspection ou behaviorisme, c'est aussi la thèse d'Adolphe Nysenholz qui, dans sa contribution, compare *Toto le héros*, de Jaco Van Dormael, à *Citizen Kane*, d'Orson Welles, en essayant de démontrer qu'il s'agit du même sujet, traité par un regard européen ou américain. La spécificité du cinéma d'Europe s'établit d'ailleurs très souvent *par rapport* aux films hollywoodiens. Pourtant, selon Yves Lavandier, il faudrait prendre garde ici de ne pas tomber dans un antagonisme simpliste, qui deviendrait alors une faute d'analyse. Dans son livre *La dramaturgie*, Lavandier écrit : « Si je devais à tout prix définir le scénario « à l'américaine », je ferais la synthèse des six films suivants : *Certains l'aiment chaud*, *Fenêtre sur cour*, *La garçonne*, *La mort aux trousses*, *Ninotchka* et *To be or not to be*. Ce sont, sans nul doute, de beaux modèles de scénario. Or leurs auteurs (Hitchcock, Lubitsch et Wilder) ne sont pas nés aux Etats-Unis. Qui plus est, si l'on analyse les arts d'Hitchcock et de Lubitsch — lesquels ont énormément influencé le cinéma américain — on réalise qu'ils ont trouvé une bonne partie de leur inspiration et de leur maîtrise dans le répertoire théâtral européen : Gogol, Wilde (pour Lubitsch), et les auteurs de « pièces bien faites » anglais, Coward, Maugham, Pinero pour Hitchcock (...) Les sources de ce « scénario à l'américaine » craint et vilipendé se trouvent en Europe. Comme souvent, c'est plus un problème d'orgueil que de culture »⁶. Il y aurait donc une distinction à soulever entre *dramaturgie* (dont les règles seraient applicables tant d'un côté que de l'autre de l'Atlantique, sans nullement renier sa culture) et *identité culturelle* (ou style d'un cinéaste), pouvant s'insérer au sein même de cette structuration scénaristique. Il y a ici place à débat. Pour Andrzej Wajda, quand un cinéaste quitte son pays et entre dans un autre « système de production », il ne pourrait plus exprimer la sensibilité propre à son pays d'origine. Selon lui, l'économie (les sources, les modes de financement) aurait presque une incidence philosophique sur la forme et les sujets traités. Notons, pour conclure sur le sujet, que Christian Viviani, dans son article « Justes causes... » traite lui aussi du curieux rapport Europe-Amérique, en matière cinématographique. Maître de conférences à l'Université de Paris I et spécialiste du cinéma hollywoodien, Viviani part du principe qu'il y a place pour autant de cinématographies qu'il y a de publics, l'essentiel étant de bien appréhender à *qui* l'on souhaite s'adresser, et de ne pas être dans la position de la grenouille qui veut se faire aussi grosse que le bœuf.

Qu'est-ce qu'une identité culturelle ?

Souignons d'abord et avant tout que nous avons choisi, dans le titre du livre, de noter « identités culturelles » au pluriel, tant il est vrai qu'au niveau européen, elles peuvent être multiples, et même parfois se recouper, tout en se singularisant les unes par rapport aux autres. Essayons d'abord, pour mieux comprendre cette « expression » fort utilisée ces derniers temps, et passée dans le langage courant, d'en

séparer les deux termes. La confusion (ou l'ambiguïté) du mot « identité » vient du fait qu'il renvoie aussi bien à une notion de « sentiment communautaire » (appartenir à une même région, un même pays, une même « civilisation ») qu'à une notion individuelle (l'« identité », n'est-ce pas la personnalité, un sentiment métaphysique propre à chaque individu ?). Le module « culturel » qui lui est adjoint ne fait que renforcer cette ambivalence. Il y a en effet deux « approches » du mot « culture ».

« Il existe un sens très large du concept de culture, c'est celui de l'anthropologie culturelle, dont l'approche est totalisante ; la culture, dans cette perspective, est la forme de vie que se donne une société, considérée dans toute la variété de ses représentations, de ses expressions, de ses symboles et des modèles de comportement à travers lesquels se projettent ses valeurs. Et il existe d'autre part un sens tout à fait étroit de ce même concept, selon lequel la culture ne constitue qu'un domaine très particulier de l'expressivité sociale, celui des œuvres esthétiques. Il y a cependant un élément commun à ces deux interprétations, c'est l'idée selon laquelle la culture est cette dimension de la vie sociale dans laquelle s'objective, selon la particularité d'une société donnée, ce qui rend l'existence signifiante »⁷. L'identité culturelle pourrait donc renvoyer aussi bien au pire des nationalismes qu'à l'appel à l'imaginaire, à un sentiment d'appartenance qui, s'il ne peut parfaitement s'« objectiver » n'en reste pas moins l'une des spécificités du « genre humain ». Il est utile, à ce propos, de faire référence au livre d'Edgar Morin, *Penser l'Europe* (Editions Gallimard, 1987). Morin lie l'avenir européen à la prise de conscience d'une *communauté de destin*, dans un double mouvement, local et transnational, qui nous permette d'unir nos différences, dans un même élan propulseur. Encore une fois, politique (idéologie) et culture seraient indissociablement liés. Théo Angelopoulos, dans son intervention, « Le regard qui cherche et qui attend », ne dit pas autre chose. Le cinéma européen souffrirait avant tout de la « crise de sens », du manque de « rêve », de croyances, de projets communs. Nous pourrions aborder la question du cinéma et de l'identité culturelle à travers ce que Jean Ladrière, professeur émérite à l'Université catholique de Louvain, appelle « existence signifiante » — film et culture renvoyant l'un à l'autre, dans un jeu de miroirs. Nous ne sommes pas loin ici des analyses de Marc Ferro qui, notamment dans ses ouvrages *Analyse de film, analyse de sociétés* (Classique Hachette, 1976) ou *Cinéma et Histoire* (Denoël/Gauthier, 1977 ; édition refondue : Gallimard, 1993), tente de tracer les liens qui existent entre les films et la société, l'époque à laquelle ils ont été tournés. Cette vision historico-sociologique est d'ailleurs reprise, au sein de cet ouvrage, par Annie Goldmann dans son article « L'histoire et la diversité, composantes identitaires du cinéma européen ». On le voit bien, la problématique ici posée est à la fois complexe, et peut-être d'autant plus passionnante qu'elle est difficile à cerner. Car l'identité culturelle renvoie aussi, par exemple, à la question du régionalisme. Jean A. Gili aborde ce sujet à travers une analyse sur le « phénomène régional dans le cinéma italien ». Grâce à sa contribution, à la mise en relief d'un exemple précis de cinématographie aux visages multiples, nous pouvons déduire que le régionalisme au cinéma peut — d'un point de vue strictement financier — être à la fois la meilleure et la pire des voies possibles. « Les identités régionales sont des richesses pour autant qu'elles touchent à des sujets qui concernent tous les individus, directement ou par transposition culturelle », écrit Jean A. Gili. Le danger du régionalisme serait, par contre,

un repli sur soi. A l'heure du mondialisme, du libre marché « sans frontières », du GATT, de Maastricht, de la chute du mur de Berlin, on constate en effet la tentation d'un repli identitaire (qui se manifeste tragiquement dans le conflit yougoslave, ou plus pacifiquement au Québec et en Belgique). Ici encore, les dérives nationalistes (régionalistes) peuvent être une alternative au désarroi économique et/ou idéologique. La société se morcellerait ainsi en « ghettos culturels », mosaïques tribales ne parvenant plus à communiquer entre elles. Du point de vue cinématographique, on voit bien par exemple que les films flamands, exacerbant un passé historique (souvent mythique), comme à la recherche d'une « authenticité » — une affirmation culturelle — s'ils ont du succès en Flandre, ne sont presque jamais distribués commercialement au-delà de leur zone linguistique (tant l'académisme de leur mise en scène et le propos développé laissent indifférents les spectateurs non communautairement impliqués). On sait fort bien également que les comédies réalisées cette fois au niveau national, en Europe, franchissent rarement les frontières — ou en tout cas réalisent généralement des scores bien inférieurs en dehors de leur pays d'origine, l'humour « s'exportant mal ». Tout cela nous amène à penser qu'il risque, de plus en plus, de n'y avoir qu'une alternative cinématographique : ou bien les superproductions américaines, conçues pour un vaste public, « psychologiquement neutres », ou très facilement décodables, lancées avec des moyens publicitaires gigantesques à l'échelle mondiale ; ou bien, des œuvres pratiquement confinées à leur marché national, réalisées avec des moyens beaucoup plus faibles, tantôt destinées à un public de cinéphiles, tantôt sous une égide commerciale strictement autarcique. Qu'on ne se méprenne pas : les films américains ont beau être souvent moins « fouillés » psychologiquement, ils n'en diffusent pas moins leur identité propre.

En réalité, et pour nous résumer, on pourrait caractériser l'échec des productions européennes par cinq écueils, qu'il faudrait chercher à éviter :

- *l'auteurisme* : ou l'auto-complaisance de certains réalisateurs qui, sous prétexte qu'ils sont les auteurs de leurs films se croient tout permis et renient avec fatuité les lois les plus élémentaires de la dramaturgie ;
- *le commercialisme* : ou la tentation de concevoir un film comme un « produit » auquel il suffirait d'insuffler la « grille du succès » (le modèle américain) comme s'il y avait une « recette miracle », déniait toute démarche artistique ;
- *l'Europudding* : terme très à la mode, à la fin des années quatre-vingt, créé par les Britanniques pour dénoncer un certain type de coproductions européennes, se souciant uniquement de répartir les rôles (le *casting*), les membres de l'équipe technique et les décors en fonction des différents pays partenaires de la production — et arrivant ainsi à des aberrations scénaristiques et stylistiques ;
- *le régionalisme réfractaire* : ou le repli sur soi identitaire, en matière cinématographique ;
- *le télévisualisme* : ou l'adaptation de projets filmiques aux seuls critères télévisuels ; la course à l'audimat et les lois du « *prime time* » impliquant qu'il ne faut déplaire à personne. Il est à souligner que ce qui pourrait devenir le « *diktat* des télé » (des normes consensuelles, une auto-censure permanente)

est évidemment provoqué par le rôle, de plus en plus important, du financement télévisuel dans les projets « cinéma ». Aux Etats-Unis, les producteurs sont beaucoup moins soumis à un tel type de dépendance.

Daniel Serceau, dans son article au titre volontairement provocateur : « Entre libéralisme et qualité, le cinéma européen : contre la loi du marché », fustige le rapport de force télé-cinéma, ou plus généralement le détournement symbolique dont risque de pâtir le 7^e art au profit d'un audiovisuel toujours plus sur la pente d'un « moins-disant culturel ». Quoi qu'il en soit, notons les difficultés du cinéma européen à se positionner entre les travers structurels, économiques ou esthétiques, qui lui barrent le chemin d'un épanouissement identitaire qui serait, lui, fondé sur la curiosité et l'émulation de nos différences, mais aussi sur deux mille ans d'histoire commune.

Une dernière illusion ?

En octobre 1995, comme chaque année à la même époque depuis cinq ans, se sont tenues les Rencontres cinématographiques de Beaune, organisées par l'Association des réalisateurs-producteurs (ARP), regroupant cent quarante cinéastes ayant la volonté d'être à la fois les auteurs et les (co)producteurs de leurs films. Différents intervenants participent à ces débats, qui font en quelque sorte le point sur l'évolution du paysage cinématographique français et européen ⁸. A l'occasion des cinquièmes Rencontres de Beaune, Jack Valenti, président de la Motion Picture Association (MPA), s'était même déplacé pour assister et contribuer aux discussions. Jack Valenti, qui représente en quelque sorte, via son association, l'intérêt des *majors* hollywoodiennes, avait été le plus farouche opposant, dans les négociations du GATT, à l'« exception culturelle » et à la volonté de certains pays de « protéger » leur secteur audiovisuel. Son intervention à Beaune était donc très attendue... et il fut, à de nombreuses reprises, pris à parti, pendant les trois jours de débat. Dans un premier temps, le président de la MPA ne daigna pourtant pas répondre à ces interpellations, se contentant d'affirmer qu'il était « amoureux de la France » et qu'il avait la plus grande admiration « pour la culture, l'histoire et la littérature françaises » ⁹, comme si ces seules déclarations étaient la preuve évidente de sa « bonne volonté ». Par la suite, Jack Valenti intervint plus longuement, mais pas sous forme de dialogue avec la salle, il avait tout simplement préparé une allocution pour la circonstance. L'idée principale que le président de la MPA essaya alors de faire passer, était qu'il (et donc les *majors* américaines) n'était plus du tout opposé à l'« exception culturelle », mais que chaque pays devait décider lui-même « comment structurer son environnement » audiovisuel, « en toute liberté » ¹⁰. Quand on lit entre les lignes, avec un tant soi peu d'esprit critique, on peut alors esquisser la nouvelle stratégie américaine : isoler la France. Les professionnels et politiques français n'étant pas parvenus à convaincre leurs partenaires européens de se fixer comme cadre une réglementation aussi performante que la leur, la relative « bonne santé » de l'industrie du film hexagonale, pourrait d'ailleurs à terme être remise en cause (la France peut-elle éternellement faire figure de place-forte européenne, continuer à jouer cavalier seul ?). Certains, à Beaune, semblent s'être laissé convaincre par les arguments de Jack Valenti (Claude Lelouch, par exemple — mais le succès de ses *Misérables* aux Etats-Unis n'a-t-il pas influencé le cinéaste ?). D'autres se montrent plus circonspects.

Ainsi, Pierre Sellal (représentant permanent adjoint de la France auprès de l'Union européenne) définit assez bien la double interprétation possible de l'« exception culturelle » : « Pour nous, la bataille du GATT a marqué une volonté d'agir en commun dans le secteur culturel et audiovisuel. Pour les autres, ou pour certains autres, c'est au contraire l'exception culturelle au sens strict du terme. Ils interprètent ce qui a été décidé au GATT comme la reconnaissance que chacun pourrait faire ce qu'il veut chez lui »¹¹. On le voit bien, ce débat renvoie une fois de plus à une question d'ordre politique, et en particulier à l'article 128 du traité de Maastricht (qui fait allusion à un intérêt communautaire pour la culture, tout en renvoyant au principe de subsidiarité, c'est-à-dire à la souveraineté nationale des Etats dans ce domaine).

Méthodologie

J'ai tenu à réunir dans cet ouvrage, *Cinéma européen et identités culturelles*, des cinéastes et des professeurs d'université, des économistes du cinéma et un écrivain (il me paraissait intéressant de connaître le sentiment d'un romancier et dramaturge, en l'occurrence Eduardo Manet, originaire de Cuba et Français d'adoption, sur cette problématique)¹². De la multiplicité des points de vue d'une démarche multi-disciplinaire, nous espérons pouvoir faire naître quelques éclaircissements.

Certains auteurs contactés pour participer à ce numéro spécial de la *Revue de l'Université de Bruxelles* avaient déjà mis par écrit leurs réflexions sur le sujet (sans qu'elles soient publiées). C'est ainsi que Charlie Van Damme, cinéaste et chef opérateur, nous remit deux articles — et en écrivit spécialement un troisième. De même, Jean-Claude Batz avait déjà rédigé ses réflexions sur le GATT. Dans un cas comme dans l'autre, il fut décidé d'éditer l'intégralité de leurs propos qui, s'ils remontent à deux, voire trois ou quatre années, n'en restent pas moins, pensons-nous, d'actualité (ainsi, les propos de Charlie Van Damme sur les salles de cinéma rencontrent-ils, partiellement du moins, ceux de Claude-Eric Poiroux rédigés, eux, spécialement pour cet ouvrage).

Je voudrais aussi ici remercier particulièrement Anne Jäckel qui, en plus de sa contribution fort détaillée sur le cinéma anglais et les rapports qu'il entretient avec les autres pays européens, accepta, avec beaucoup d'enthousiasme, de réaliser des entretiens avec Simon Perry, responsable du British Screen, et Wilf Stevenson, directeur du British Film Institute — ce qui nous permet d'avoir une idée précise de ce qui se passe, en matière de politique cinématographique européenne, au Royaume-Uni. Un grand merci également à Fabien Gérard, qui traduisit, avec son accord, les propos de Bernardo Bertolucci, de l'italien en français, à Eva Bettan, qui a bien voulu nous confier un court entretien qu'elle avait réalisé avec Steven Spielberg pour *France Inter* et à Maria Glowacz, chargé de cours à l'Université libre de Bruxelles, qui accepta de jouer le rôle d'interprète lors de l'entretien avec Andrzej Wajda.

Pour plus de clarté, j'ai divisé cet ouvrage en six parties et une annexe. Il est bien évident que certains articles recourent plusieurs thématiques¹³, mais il semblait

malgré tout important de me tenir à ce « plan » qui nous entraîne en quelque sorte de l'identité culturelle à des réflexions d'ordre plus « stratégique » ou économique.

I. Histoires et imaginaires européens

Le volume commence par des articles sur ce que serait l'eupéanité — tant d'un point de vue cinématographique que sociologique. Sont abordées ici aussi les questions du régionalisme et de la perception identitaire.

II. L'exception culturelle

Reprenant l'expression rendue célèbre par les débats du GATT, différentes interventions développent la nécessité d'un cinéma européen, en la rattachant à un combat contre l'omniprésence des produits américains à la télévision, ou pour une plus grande présence des films européens en salles.

III. L'Europe face aux Etats-Unis

La problématique est développée ici aussi bien sur le plan économique qu'esthétique ou historique. Le « rapport de force » entre Europe et Amérique remonte en effet plus loin qu'on l'imagine couramment.

IV. Industrie et infrastructure

Comment l'infrastructure peut-elle influencer la (les) cinématographie(s) européenne(s) ? Telle est l'interrogation de cette partie du livre. A noter l'article de Francine Jean-Baptiste sur la disparition du marché de la pellicule négative Agfa. L'industrie technique est-elle aussi « culturelle » ?

V. Stratégies et régulation

L'analyse du secteur cinématographique sous l'aspect de la réglementation économique peut également déboucher sur une série de propositions qu'il s'agit de méditer.

VI. GATT et droits de la concurrence

Une série d'articles, dont ceux de Pierre-Jean Benghozi et d'Yvon Thiec, récapitulent les dernières péripéties du GATT et leur influence sur la politique européenne en matière de droits d'auteur.

Le Royaume-Uni : place-forte ou terre d'accueil

Nous recueillons ici la contribution d'Anne Jäckel qui développe son point de vue sur les coproductions européennes établies à partir de l'Angleterre et le confronte à celui des principaux responsables cinématographiques du Royaume-Uni.

Nous espérons que cet ouvrage ne s'adresse pas aux seuls partisans de la nécessité de revitaliser le secteur cinématographique, d'un point de vue national et européen, mais qu'il pourra aussi interpeller les plus sceptiques d'entre nous. Il nous paraît en effet clair qu'aucun pays ne pourra plus *tout seul* assurer la survie d'une industrie du film, face au géant américain. Quant à l'Europe, peut-elle s'édifier sans image, sans imaginaire pour la représenter ?

Nous terminerons cette introduction par une citation de Jean Monnet, par laquelle Henry Ingberg ¹⁴ commence lui-même son article : « S'il fallait refaire l'Europe, je commencerais par la culture ».

NOTES

¹ Nous ne désirons pas remettre en cause ici le cinéma expérimental, qui échappe aux « lois classiques » de la dramaturgie, en abordant justement l'acte filmique par un jeu esthétique purement formaliste. Ce type de cinéma a toute sa raison d'être... mais ne peut être abordé à travers le prisme de l'« industrie du film », ni devenir la seule expression d'une cinématographie, dont il sera toujours, par définition, « à la marge ». D'autre part, peut-on considérer d'« avant-garde » les énièmes digressions nombrilistes post-Nouvelle-Vague ?

² Yves Lavandier, *La dramaturgie*, Ed. Le Clown et l'Enfant, Paris, 1994, p. 21.

³ Nous renvoyons ici aux nombreux ouvrages écrits sur la pratique du scénario. Citons, outre Yves Lavandier, Jean-Paul Török, *Le scénario*, Ed. Artefact et Francis Vanoye, *Scénarios modèles. Modèles de scénario*, Ed. Nathan Université.

⁴ Erwin Panofsky, *L'œuvre d'art et ses significations*, Ed. Gallimard.

⁵ Le piquant de l'histoire, c'est que la Grande-Bretagne se soit finalement décidée à rejoindre... EURIMAGES... puis, par un nouveau « coup de théâtre », ait voulu à nouveau s'en retirer, fin 1995. Des pourparlers semblent encore en cours à ce sujet.

⁶ Yves Lavandier, *op. cit.*, p. 21.

⁷ Jean Ladrière, « Y a-t-il une culture belge ? », Communication au colloque « Belgitude et crise de l'Etat belge » organisé par la Faculté de droit des Facultés universitaires Saint-Louis, le 24 novembre 1988, in *Actes du colloque Belgique et crise de l'Etat belge*, Publications des Facultés universitaires Saint-Louis, Bruxelles, 1989, p. 224.

⁸ Les actes des Rencontres de Beaune sont publiés chaque année. Ainsi, la « cuvée 1995 » a été éditée sous le titre : *Quel cinéma pour demain ?*, Ed. Dixit.

⁹ *Quel cinéma pour demain ?*, *op. cit.*, p. 160.

¹⁰ *Ibid.*, p. 239.

¹¹ *Ibid.*, p. 270.

¹² Eduardo Manet réalisa également des films à Cuba, mais ceux-ci sont, à l'heure actuelle, invisibles en Europe, les copies étant restées à La Havane.

¹³ Ainsi, l'article de Jérôme Soubeyrand, « Le véritarisme », dresse plus un constat sur l'évolution actuelle du cinéma, et par là même se rattacherait à plusieurs « chapitres » du livre.

¹⁴ Henry Ingberg est administrateur général au sein de la direction de l'Audiovisuel, à la Communauté française de Belgique.

I

HISTOIRE ET IMAGINAIRES EUROPEENS

LE REGARD QUI CHERCHE ET QUI ATTEND

Frédéric Sojcher — Dans un entretien publié dans *Cinéma 82*, Gaston Haustrate vous disait que vos films étaient typiquement grecs, et vous lui répondiez : « Mes films sont grecs comme les films de Renoir sont français ; il y a une âme grecque, mais je ne peux pas définir quelle est cette âme grecque »¹. Y aurait-il aussi une âme européenne, qui serait difficilement définissable, mais qui nous unirait tous ?

Théo Angelopoulos — Je pense qu'il y a une âme européenne. La question que l'on peut se poser est : l'a-t-on trouvée, ou la cherche-t-on encore ? Autrement dit : l'Europe est-elle notre maison commune ? Peut-on aujourd'hui avoir le sentiment qu'elle est prête à tous nous accueillir ? Ou est-ce encore un sentiment diffus, abstrait, prématuré, voire dépassé ? Le problème est que, quand on regarde autour de soi, quand on lit les journaux et qu'on suit l'actualité, qu'on s'intéresse aux décisions prises par les différents politiciens... on se rend compte que chaque pays d'Europe essaye de tirer la couverture à soi. Il y a donc un antagonisme entre des principes pro-européens, régulièrement réitérés dans les discours officiels et les égoïsmes nationaux, sur le terrain. Citons deux exemples : l'un français, et l'autre allemand. On ne peut défendre une identité européenne quand on fait des essais nucléaires contre l'avis de l'ensemble des pays européens. Autre exemple : les décisions prises, à un certain moment, par le ministre allemand des Affaires étrangères, Monsieur Genscher, ont tout droit mené à la guerre en Yougoslavie. L'Allemagne agissait là en fonction de ses intérêts propres et de la zone où elle comptait exercer une influence, cela indépendamment du reste de l'Europe.

F. S. — La société européenne serait donc en crise, et cela se ressentirait dans le cinéma ?

T. A. — Quand je suis arrivé à Paris pour la première fois, en 1962, le fait d'être Grec était presque un avantage. Je trimbalais avec moi, sans doute malgré moi, toute la culture grecque, l'idée de mythologie... Et puis, les contacts étaient faciles, il y avait un esprit d'ouverture, de curiosité pour l'autre. Sans doute était-ce dû à la présence, encore relativement proche dans le temps et dans les mémoires, de la Seconde guerre mondiale. D'une certaine façon, mentalement, les Européens voulaient couper, détruire les frontières. Alors qu'aujourd'hui, on a le sentiment que la notion de « frontière » redevient de plus en plus importante... Tout cela est évidemment paradoxal, à l'heure du grand marché. Mais on ne peut pas commencer à rêver de l'Europe, uniquement économiquement. C'est impossible. J'ai l'impression que nous sommes dans une période intermédiaire, après la chute des idéologies, à la tournure de cette fin de siècle — une sorte de parenthèse dans l'histoire de l'Europe et de la civilisation occidentale. D'où un sentiment d'attente, qui se traduit par ce que j'appellerais des « regards perdus ». Ce sont des regards qui cherchent et qui attendent. Le cinéma ne fait que refléter ce qui se passe dans nos sociétés. Maintenant, j'ai l'impression que, malgré l'Union européenne, il y a de plus en plus de différences d'un pays à l'autre. Il y a, par exemple, des pays forts économiquement, et puis ceux de deuxième, voire de troisième catégorie. Au sein même du marché

commun, il y aurait comme une lutte des classes entre pays. Cette évolution n'est pas bonne : elle renforcerait un sentiment de non-unité.

F. S. — Vous traceriez un parallèle entre cette évolution socio-politique et l'état actuel du cinéma européen ?

T. A. — Regardez l'Italie. D'un point de vue politique, c'est la débâcle la plus complète : les partis traditionnels sont tous corrompus, il y a la mafia, presque une crise de régime. L'Italie mérite mieux que ça. Et puis, d'un point de vue cinématographique, on ne peut que constater la débâcle des films italiens. Il y a vingt ou trente ans, le cinéma italien c'était l'un des plus grands cinémas du monde. Au même moment, tournaient des réalisateurs comme Fellini, Antonioni, Visconti, Rossellini, De Sica — une profusion de talents incroyable. On ne me fera pas croire que le désastre du cinéma italien actuel n'est en rien lié à la politique. Quand j'ai organisé la première du *Regard d'Ulysse* à Athènes, les ministres de l'Education et de la Culture étaient présents. Il y avait un débat dans la salle et je me suis tourné vers eux. J'ai arrêté toute discussion sur le film, et je leur ai demandé ce que représentait la Grèce, pour eux. Il faut savoir que le budget du ministère de la Culture est ridiculement bas, et ne représente rien par rapport aux dépenses totales de l'Etat. Or, la Grèce existe-t-elle en dehors de sa culture, de sa civilisation ? Qu'est-ce que les hommes politiques ont à proposer d'autre ? L'industrie ? On n'en a pas. Le tourisme ? Il faudrait alors que tous les Grecs deviennent garçons de café ou serveurs de moussaka ?

F. S. — Dans la plupart de vos films, je pense aux *Chasseurs* ou au *Voyage des comédiens*, par exemple, on sent votre désir de cinéaste d'établir un rapport entre l'histoire et votre propre regard sur la Grèce. Vous cherchez donc à tisser des liens entre ce qui vous est contemporain et le passé ?

T. A. — Je considère le passé comme du présent. Pour preuve, ce que l'on voit actuellement en ex-Yougoslavie, ne serait rien d'autre qu'une manière de revenir aux problèmes que vivait déjà cette région au début du siècle. Je suis de ceux qui pensent que l'histoire ne se déroule ni en ligne droite, ni en cercle, mais en spirale. On a cette sensation terrible, quand on lit Euclide, par exemple. Certaines de ses pensées sont très actuelles. Il en va de même pour Platon, que je cite en exergue de mon dernier film : « Si une âme veut se reconnaître, elle doit refléter une autre âme ». Ou, autrement dit, il s'agirait de passer de l'individuel au social : la découverte de « l'autre » — l'autre n'étant pas considéré ici comme un ennemi, mais comme la possibilité de mieux se connaître soi-même.

F. S. — Toute la démarche vers l'autre, qui est symbolisée par le regard, serait la démarche même du cinéaste ?

T. A. — Oui. Mais, malheureusement, le cinéma n'est plus ce qu'il était. Vous savez, le cinéma, au début, avant l'arrivée de la télévision, c'était comme l'agora, ou comme le théâtre antique, si vous préférez. Cinéma était synonyme de fête, de rencontre populaire. Aujourd'hui, le cinéma serait plus élitiste. On a le sentiment qu'il participe, en tout cas en ce qui concerne le cinéma européen, beaucoup moins à la vie de la société, qu'il se situe plus à la périphérie qu'au cœur de nos désirs.

F. S. — Peut-on aujourd'hui définir le cinéma européen ?

T. A. — Il est impossible de répondre directement à cette question. Néanmoins, on peut dire que le cinéma européen est beaucoup plus diversifié que le cinéma hollywoodien. Prenons la France, par exemple. Entre Godard, Rivette et Rohmer, il y a trois mises en scènes, trois écritures très différentes. Si vous citez des cinéastes américains, vous trouverez difficilement autant de nuances sur le plan de la forme et des thèmes abordés, surtout si vous vous cantonnez à l'industrie du film de la côte ouest.

F. S. — Vous prenez comme exemple des cinéastes issus de la Nouvelle Vague. Cela nous ramène à la « politique des auteurs ». On peut trouver, au sein de vos propres films, un style très précis qui, pour quelqu'un qui connaît un peu votre œuvre, la rend immédiatement identifiable. Peut-on dire que la façon de filmer les plans a une « morale » ?

T. A. — Mon objectif de cinéaste est d'arriver à ce que le temps devienne espace. C'est peut-être aussi une façon musicale de travailler. Ainsi, si mes plans sont parfois plus longs que de coutume, il s'agit uniquement d'une question de rythme. Je pourrais les couper. Je pense que le plan est un peu comme un être humain : il a sa respiration propre. Si vous raccourcissez le plan, peut-être votre montage sera-t-il plus « efficace », mais il me semble que le spectateur, sans le savoir, sentira une blessure, une violence faite au film. Pourtant, je sais bien que faire un film de trois heures ce n'est pas « commercial » aujourd'hui. Dans le quotidien, le temps dont nous disposons se raccourcit, la vie devient de plus en plus anxieuse, notre rapport au temps change et c'est tout notre rapport au monde qui s'en voit modifié. La question qui se pose dès lors est : faut-il pactiser avec l'espace-temps dominant, ou rester intègre par rapport à sa propre perception ?

F. S. — Le rythme si particulier de vos films serait en quelque sorte contrecarré par le rythme des films américains auquel les spectateurs sont de plus en plus habitués ?

T. A. — Ce n'est pas quelque chose que j'ai décidé. J'ai mon propre rythme intérieur.

F. S. — Votre regard en fait ?

T. A. — Oui. Il y a des manières différentes de regarder, de percevoir, de se raconter le monde. Les différentes approches sont d'ailleurs aussi valables les unes que les autres, il n'est pas ici question d'évaluation. Mais, ce qui est terrifiant, et ce qu'on constate de plus en plus, c'est qu'il y a un nombre de plus en plus grand de cinéastes européens qui veulent imiter l'efficacité américaine, pour une seule raison : le désir opportuniste de coller au modèle dominant. Dans les écoles de cinéma, par exemple, la plupart des étudiants commencent à vouloir imiter le cinéma américain, dans leurs exercices filmiques. Or, je crois que la première chose à faire, quand on veut devenir cinéaste, c'est d'abord de comprendre qui l'on est, et puis, de voir ce qui s'est passé avant vous : pour bien aborder le cinéma aujourd'hui, il faut d'abord connaître le cinéma d'hier. Quand je suis arrivé à Paris, je n'avais pratiquement aucune culture cinéphilique. Alors, j'ai découvert Murnau, Dreyer, qui ont été pour moi de véritables révélations. Il faut avant tout connaître ses classiques car, si on ne connaît pas la langue, on est condamné à seulement pouvoir suivre les films américains, le cinéma le mieux représenté commercialement. Aujourd'hui, j'ai peur que

le cinéma perde sa pluralité. Un peu comme avec la publicité : on vante un produit, alors tout le monde l'achète. J'ai peur de cela. Il y a quelque chose de fasciste là-dedans.

F. S. — Le libre marché ne représenterait pas la liberté de choix ?

T. A. — Le libre marché n'est pas libre, non. Peut-on dire que le marché des films est libre en Belgique, quand 80 % des écrans sont mobilisés par le cinéma américain ? Peut-on dire que le marché est libre en Grèce ou en Suède quand 85 % ou 90 % des recettes sont américaines ?

F. S. — Faire du cinéma à côté de la voie dominante serait une œuvre de résistance ?

T. A. — Ce n'est pas intentionnel. Je ne fais pas œuvre de résistance contre la télévision ou les films américains. J'essaye tout simplement d'être moi-même. On ne cherche pas à être différent.

F. S. — Mais croyez-vous que vous auriez pu exprimer cette différence si vous étiez un cinéaste débutant aujourd'hui ?

T. A. — Ça, c'est un autre problème. Je crois que pour les jeunes cinéastes de cette fin de siècle, il est beaucoup plus difficile de se définir, de s'affirmer, de proposer un autre langage. Avant, il y avait une plus grande tolérance, parce que le cinéma avait un éventail beaucoup plus large. Il y avait des spectateurs pour toutes les catégories de films. N'oubliez pas les débuts d'Antonioni : à l'origine, c'était un peu difficile, mais il trouvait tout de même de l'argent pour faire des films dans une époque totalement commerciale, le début des années cinquante.

F. S. — Ne pourrait-on pas résumer votre dernier film, *Le regard d'Ulysse*, à cette question : comment avoir aujourd'hui un regard sur le monde ?

T. A. — Absolument. C'est l'histoire d'un cinéaste qui se demande s'il a encore un regard et si son regard peut encore rencontrer celui du spectateur. Les films n'existent que par la rencontre entre le regard des spectateurs et le regard du metteur en scène. Si cette rencontre ne se fait pas, le film n'existe pas. Que ce soit dix, cent, mille, un million de spectateurs, il faut un autre regard pour que le film existe.

F. S. — L'homme doit retrouver son regard ?

T. A. — Oui. Le regard de l'innocence. C'est le moment magique où l'on découvre : il y a cent ans, au moment où on découvrait le cinéma, ou encore aujourd'hui, au moment où on découvre une idée, une image. Il s'agit là du droit à la surprise, à l'inconnu, au miracle.

F. S. — Pour revenir à une question d'ordre plus économique, comment réagir à cette situation qui fait que, de plus en plus, les Grecs voient des films américains, et de moins en moins de films français ou italiens ?

T. A. — Il n'y a pas de films italiens. En tout cas, on n'en voit plus en Grèce. On projette rarement des films français, les grosses productions, seulement. Les films allemands ont eux aussi complètement disparu des écrans. Il y a les films de Wim, encore. *Les ailes du désir* a été un grand succès commercial en Grèce.

F. S. — N'y a-t-il pas là un problème de regard, justement : quand le public n'est pas intéressé par un regard *autre* que celui des films hollywoodiens, ou, éventuellement, par sa propre cinématographie nationale ?

T. A. — Les films de notre propre pays ne sont pas vus en Grèce.

F. S. — Mais vous, par exemple ?

T. A. — Je suis une exception, et encore faut-il relativiser l'accueil de mes films. Pour *Le voyage des comédiens*, il y a eu un demi-million de spectateurs, en Grèce. *Le regard d'Ulysse* se rapprochera plus vraisemblablement de cent mille spectateurs dans le pays. Cela fait tout de même cinq fois moins. Et n'oublions pas que *Le voyage des comédiens* durait quatre heures. Dans presque tous les pays d'Europe, il y a un refus du public à l'égard des cinématographies nationales. Il n'y a qu'en France que les films français recueillent toujours en moyenne une audience importante. Encore une fois, il est vital pour un cinéaste d'avoir porté sur ses films le regard de ses compatriotes.

F. S. — Pour conclure, je voudrais vous citer une phrase de François Truffaut, et vous demander ce que vous en pensez. Truffaut dit que, quand il était critique dans les *Cahiers du cinéma*, ce qu'il recherchait, quand il voyait des films, c'était trouver l'expression de réalisateurs, qui inventent le cinéma, ou qui ont une vision particulière du monde. Puis, poursuit Truffaut, quand il est lui-même devenu cinéaste, ce qu'il cherchait dans les films qu'il voyait, c'était soit le plaisir du réalisateur à faire du cinéma, soit son angoisse à faire des films ².

T. A. — C'est une très belle citation, mais je voudrais, moi, faire référence à une autre phrase de Truffaut, que je trouve également formidable : Truffaut estimait qu'il n'arrivait à mettre dans ses films que seulement 30 % de ses intentions et que même, c'était déjà beaucoup. Et puis, Truffaut ajoutait : « Nous sommes plus intelligents que nos films ».

NOTES

¹ Gaston Haustrate, « Dossier Théo Angelopoulos », in *Cinéma* 82, n° 287, p. 34.,

² François Truffaut, « A quoi rêvent les critiques », in *Les films de ma vie*, Ed. Flammarion-Ed. Champs Contre-Champs, Paris, 1975, p. 17.

L'EUROPE, ENTRE CINEMA DU TERROIR ET FUSION DES CULTURES

Frédéric Sojcher — Que serait un cinéma européen ? Qu'a-t-il pu être ? Quel serait son devenir ?

André Delvaux — En général, on essaie de déterminer le territoire d'un cinéma européen à travers le processus économique, en le comparant au processus économique américain.

F. S. — La problématique économique ne masque-t-elle pas la vraie question : ce que serait le cinéma européen au niveau de la représentation culturelle ?

A. D. — Je suis de plus en plus persuadé depuis quelques mois, sinon quelques années, que cette réflexion-là est juste, que c'est une hypothèse riche... En réfléchissant aux films que j'ai faits, je me suis demandé précisément s'il n'y avait pas moyen de définir le cinéma européen. J'arrive à des réponses qui sont en même temps des prises de position politiques. Sur ce terrain-là, il y a des arguments très forts, qui nous poussent, nous, à défendre une notion d'euroanéité du cinéma contre des notions agressives qui tendent économiquement à la supprimer ou à la supplanter. Plus j'ai réfléchi à ce problème, plus il me semblait que, par le fait même de vivre dans un climat traditionnellement européen, tenu pour normal, j'avais, moi, oublié dans quelle mesure j'étais lié, à cette euroanéité... pour nous, à ce point naturelle, qu'on oublie qu'elle peut servir d'argument à une existence.

F. S. — Cela me fait penser à *L'œuvre au noir* et à Zénon... J'ai lu un article où vous disiez que Zénon était en quelque sorte le premier Européen. Comment définir cette « conscience européenne » ? Est-elle le fruit d'une multitude de nationalités ? Le discours en faveur des aides aux films européens est généralement de dire « faisons chacun des films nationaux et permettons-leur d'être diffusés dans l'ensemble de la Communauté ». N'est-ce pas réducteur ?

A. D. — C'est réducteur, parce que c'est encore une fois un raisonnement de type pragmatique-économique, et pas du tout un raisonnement de fond. C'est un discours qui n'est ni philosophique, ni culturel en soi. Je me demande comment organiser ce problème... Quand je pense à tous les films que j'ai réalisés, quand je retourne à leur propos premier, qui est le choix d'un sujet et la façon de le développer, je me dis qu'ils ont une évidence européenne, au premier chef, d'ordre géographique. D'abord, ils se passent en Europe. Ils manipulent des notions européennes dans une langue ou dans des langues européennes, et en utilisant comme substrat une culture spécifiquement européenne.

De quoi ces films sont-ils faits ? Ce ne sont pas des objets économiques, ni des produits manufacturés, issus d'une volonté de vente. Ce sont des sortes de portraits différés d'une façon de vivre, qui n'a pas commencé en 1965 avec *L'homme au crâne rasé*, mais qui a commencé, pour moi, au début de mon existence, ou pratiquement.

F. S. — Y a-t-il, à votre avis, beaucoup de cinéastes dans votre cas ? Les autres réalisateurs européens n'ont-ils pas un rapport plus « trouble », souvent moins évident que vous, avec leur culture ?

A. D. — Je ne veux pas juger le travail des autres, mais quand je lis dans le *Times Magazine* d'il y a trois semaines, un article de Richard Corliss sur Wim Wenders, je me pose des questions.

(André Delvaux prend l'article découpé qui se trouve sur son bureau et qu'il a préparé)

Je vous traduis : « Wenders est né à Düsseldorf en 1945. Son père, un médecin bien connu, a officié dans différents hôpitaux allemands, et c'est ainsi, comme Wenders s'en souvient, qu'il dit : « j'ai eu, moi, le goût de choses très très différentes... Le district de la Ruhr était très populaire, ouvrier, Düsseldorf était plutôt chic, avec un accent britannique ; Coblenz était bourgeois, l'armée française était là. Mais, surtout, je pouvais capter la US ARMY FORCE RADIO, la radio américaine. Les films, évidemment, n'étaient qu'américains... et c'est ainsi que moi je me suis fait, avec la présence permanente de la culture américaine ». Puis il dit qu'il s'est toujours senti très bien à New York, qu'avant d'y vivre il avait déjà constaté sa propre fascination pour les films, la musique, la géographie, l'iconographie américaines. Ensuite, dit-il, il a passé huit années en Amérique, au moment où il faisait *Hammet* pour Francis Ford Coppola.

Je me souviens avoir lu dans un ouvrage, paru il y a deux ans, qui demandait à certains cinéastes européens de s'exprimer sur l'euroanéité, une longue lettre de Wim Wenders, expliquant qu'il était européen, et qu'il voulait le rester. Mais quand je lis l'article du *Times*, pour moi, c'est un choc considérable, parce que c'est l'inverse de ma démarche. Wim Wenders se décrivant ainsi, se présente comme un émigré, c'est-à-dire quelqu'un qui, par le hasard des circonstances, me semble-t-il, est allemand, mais au moment où il vivait en Allemagne, il ne rêvait que de littérature, que de culture américaine... Et il s'est laissé entraîner vers la production américaine. Son plus grand succès, *Paris Texas*, qui a eu la palme d'or à Cannes, est assez exemplaire de ce processus : c'est un film tourné en Amérique, selon des techniques américaines, et qui mélange des cultures du terreau américain et du terreau européen, comme beaucoup d'émigrés du cinéma, les Lubitsch, les Billy Wilder, l'ont fait.

Cela me semble prouver par l'absurde combien je me sens profondément européen, et je ne peux même pas me sentir autrement, parce que je n'ai pas les moyens d'être autre chose. Les caractéristiques de mes films, à deux exceptions près — qui sont *Rendez-vous à Bray* et *Woody Allen* (qui est un reportage, fait en Amérique sur le cinéaste, mais que j'ai complètement monté ici, dans la salle de montage de Bruxelles) — sont des sujets entièrement nourris de ma culture propre, de la culture de quelqu'un qui n'a jamais vécu ailleurs qu'en Belgique, sauf pour des repérages de morceaux de films faits à l'extérieur et pour le travail qui, mécaniquement, a dû à certains moments se faire à Paris, en salle de montage et en studio, parce que l'on avait décidé de le faire là plutôt qu'à Bruxelles ; il n'y a jamais que trois cents kilomètres de distance.

Je crois que j'ai un côté profondément provincial, parce que je n'ai jamais vraiment quitté mon pays. En effet, je n'ai jamais été vivre, par exemple, six mois ou un an dans un pays étranger. Et quand on m'a proposé — c'est arrivé à plusieurs reprises — de faire des films à l'étranger, j'ai refusé parce que je me sentais bien chez moi et que, ayant la faculté de travailler dans mon terreau, c'est-à-dire dans mon Louvain, ma Flandre ou ma Wallonie — encore que la notion de Wallonie n'ait aucun sens pour moi — mais, disons, dans les Fagnes, que j'aime beaucoup, ou dans mon Brabant, je ne vois pas pourquoi j'aurais été chercher mon bonheur ou mon malheur ailleurs...

F. S. — Vous ne sentez aucune influence américaine dans votre propre mise en scène ?

A. D. — Je ne vois pas, dans ma technique par exemple, d'influence américaine. Je crois savoir d'où vient ma technique. Je suis un *self-made-man*, les écoles de cinéma n'existant pas ; c'est à travers la Cinémathèque que j'ai pu voir et analyser les films, surtout en les accompagnant ¹. C'était Murnau, Dreyer, Pabst, Fritz Lang, c'était l'expressionnisme allemand des années vingt, c'était les premiers films des années trente, Renoir, Carné... Et comment ai-je appris mon métier ? Essentiellement grâce à Ghislain Cloquet ², à travers un film, *L'homme au crâne rasé*, et un reportage assez long que j'ai fait avec lui sur le cinéma polonais ³ avant cela. Ghislain Cloquet m'a montré comment attaquer une scène. Lui-même l'avait appris par Jacques Becker, dont il était le beau-fils (il avait épousé la fille de Jacques Becker) : il avait travaillé avec lui comme opérateur. Becker découpait à la manière de Renoir. Or, quand vous regardez les films de Becker, ils sont découpés d'une manière très précise et très classique. La ligne culturelle technique, pour moi, à travers Cloquet, provient de Jacques Becker, de Renoir, d'une façon que les Français avaient de découper entre 30 et 40, et 40 et 50. Donc j'ai l'impression que tous les éléments dont je vous parle s'appliquent à une sorte d'aire européenne, ne quittent jamais essentiellement la Belgique, mais prennent les pays limitrophes dans leurs cultures : la France, l'Allemagne, l'Angleterre, l'Italie — je ne vois pas au-delà de cela. C'est mon aire géographique à moi, ma patrie culturelle.

Je ne pense au fond rien dire d'autre. Mais je ne vois personne chez nous qui ait ce type de trajet-là. Je m'aperçois avec stupéfaction que c'est un trajet extrêmement spécifique et probablement extrêmement pur, parce qu'il n'a jamais été contaminé par d'autres cultures cinématographiques.

F. S. — Justement. A travers ce que vous dites, on pourrait se poser la question de l'avenir du cinéma européen. Les nouvelles générations sont maintenant, tant du côté francophone que du côté flamand (et c'est vrai pour l'ensemble de l'Europe), entièrement dominées par le cinéma américain. On arrive au nœud du problème. Quelqu'un comme Franck Daniel ⁴, avec lequel pratiquement tous les cinéastes belges ont retravaillé leur scénario, apporte une méthode scénaristique américaine. Cela pose la question du contenu des films et de leur forme, de la production et de la diffusion. Comment faire pour qu'un cinéma européen existe ? N'est-il pas déjà derrière nous ?

A. D. — Les questions sont bien posées. Quand vous parlez de Franck Daniel, je trouve que c'est absolument exact. Son arrivée à l'INSAS ⁵ et son influence réelle

sur toute une promotion du cinéma en Belgique des dernières années, montre à quel point les cinéastes belges sont inconscients de leur propre culture et inconscients de ce que signifie une culture. C'est-à-dire, me semble-t-il, que leur mobile premier n'est pas l'expression de leur propre culture, à travers un médium qui serait, ou la peinture, ou l'écriture, ou la poésie, ou le cinéma. Leur mobile premier est la réussite. Ça change tout. Faire un film qui réussit, c'est un objectif économique. Se dire : « je veux faire quelque chose qui se vend, parce que ce que je fais coûte cher, et ce que j'investis, je veux que ça rapporte » relève de l'idéologie marchande.

Raoul Servais qui, à mon sens, est le meilleur cinéaste flamand, même s'il fait de l'animation (mais ce n'est peut-être pas par hasard : filiation entre la peinture et le dessin animé), ne s'est jamais posé la question comme cela : il s'est toujours demandé comment exprimer plastiquement et techniquement le mouvement auquel il pense... Ces cinq minutes, ces dix minutes, qui diraient quelque chose. A partir de là, il a cherché et trouvé progressivement les moyens de le faire ⁷.

F. S. — Au fond, la question qui est derrière tout cela, c'est pourquoi faire du cinéma ?

A. D. — Prenons l'exemple d'un producteur qui, repérant du talent chez Dominique Deruddere, décide de mettre toute sa capacité de production au service d'un projet Deruddere. Et ça donne quoi ? *Bandini*. Le film est tourné en anglais, en Amérique, avec des comédiens américains, sur un sujet italo-américain, et qui a la volonté de se présenter comme un excellent produit américain qui se consomme bien, qui fonctionne. C'est en effet un mélo à l'américaine. Si on ne connaissait pas les gens qui apparaissent dans le générique, on ne repérerait là-dedans que la fabrication habile, bien faite, d'un bon produit américain. Or, je pense que ce film est la conséquence d'une façon de vivre, et correspond à une façon de concevoir le cinéma.

Quand, par exemple, on fait venir Franck Daniel, son mobile premier est de montrer comment on peut faire un film qui réussit et qui, de préférence, ait des qualités plutôt que pas de qualités ; mais cela, c'est la condition seconde. Quand les Américains viennent nous enseigner comment faire une série télévisée ou un film de cinéma, je trouve que c'est un acte lourd de conséquences.

On voit à ce moment-là se précipiter des cinéastes qui, en faisant leur cinéma, se disent : « comment pourrais-je faire des films qui fonctionnent mieux ? ». Cela, c'est peut-être l'idéal de Kümel. Simplement, on oublie que n'est plus préservée une qualité spécifique de ce que peut être un film ressenti comme étant authentiquement européen, c'est-à-dire une qualité unique, qui passe à travers l'expression d'un auteur. Les meilleurs films de Carlos Saura sont des films d'auteur, faits en espagnol. Il s'agit de ce côté spécifique-là. Les meilleurs premiers films de Izvan Szabo, qui est hongrois, sont des films spécifiquement hongrois. Izvan Szabo veille maintenant, comme Wenders, à devenir ce qu'il appelle européen, c'est-à-dire à aller au-delà de la Hongrie, à déboucher sur un cinéma plus largement européen. Mais, en réalité, quand il fait *Meeting Venus*, il le fait à l'américaine. On sent bien qu'il y a une volonté de s'élargir, mais que, rapidement et sans le savoir, ces cinéastes risquent d'être dépassés par leur propre vitesse européenne, parce que les Américains sont de l'autre côté, avec l'argent, avec les moyens de production et de

diffusion qu'ils mettent en œuvre. Je trouve que là est le véritable défi à un cinéma qui serait vraiment européen. Il est difficile de parvenir à trouver la juste mesure entre le film d'auteur purement individualiste, mais sans diffusion (ce qui est le cas des films autobiographiques ou « nombrilistes », comme les films de Lehman, par exemple) et d'autre part, des films qui débouchent irrésistiblement sur les techniques de production et de diffusion américaines.

Je me suis aperçu, par exemple, en allant à Valence, en Espagne, il y a un peu plus d'un mois maintenant, pour y présenter plusieurs de mes films et notamment *Benvenuta*, que ces films-là marchent très bien dans ces milieux de cinémathèque et de culture universitaire, à Valence, comme ils avaient bien marché à Cadix ou à Barcelone, parce que ce public est conscient de valeurs culturelles en premier chef, et il s'aperçoit que, dans ce cas-là, ces valeurs sont spécifiquement européennes, et le concernent. L'Europe, pour moi, c'est cela. Et me définissant comme européen, je m'aperçois que je suis obligé de me défendre, ce qui m'oblige à attaquer. En défendant ce cinéma-là, j'attaque les formes de cinéma qui nient ce point de vue. Or, il y a ces formes de cinéma chez nous, en Belgique. Beaucoup de cinéastes sont à ce point inoculés par le virus de la réussite, qu'ils n'ont aucune chance de s'en remettre, je le crains.

F. S. — Cela renvoie à la question du lien entre la forme et le fond, ou comment l'esthétique renvoie à une conception culturelle.

A. D. — Je voulais, et j'ai toujours voulu, un cinéma très simple d'approche, c'est-à-dire sans complications techniques. Je voulais seulement un langage qui me permette de dire directement ce que j'avais envie de dire. C'est le langage le plus simple, vous avez peut-être pu le voir dans mes cours à l'INSAS ⁶. La façon que j'ai d'aborder une scène, et de la découper. Vous ne pourriez pas avoir plus simple que ça. On peut avoir une façon plus élémentaire, celle de Chantal Akerman, mais celle-là était faite de l'ignorance première de ce que c'est qu'un découpage. Comme elle ne voulait pas s'intéresser au problème du découpage au départ, elle a fait des plans longs, et elle a découvert son propre style dans des plans uniques, caméra immobile, en essayant théâtralement donc, de tout imaginer à travers ce type de langage-là.

D'autre part, il y a quand même des éléments nouveaux. Quand vous voyez Jaco Van Dormael, ce n'est ni un météore unique, ni le résultat d'un hasard. Jaco, Bruxellois, appartenant à une culture bruxelloise qu'il importerait d'essayer de définir, s'est formé et a toujours été Jaco Van Dormael, depuis sa première année à l'INSAS, et ce qu'on savait de lui. Je trouve que dans son film, on devrait repérer maintenant des éléments spécifiquement belges, qu'on ne retrouve dans aucun autre film.

Jean-Jacques Andrien me semble aussi important, dans la mesure où il est, lui, comme moi probablement, un provincial qui n'a jamais cessé de l'être, et qui ne cherche pas particulièrement à ne pas l'être. Provincial de Verviers, il a parfaitement intégré dans ses trois ou quatre films les problèmes sociaux et politiques de sa région. Puis, Andrien a utilisé l'Australie dans *Australia* comme moi j'avais utilisé l'Italie dans *Benvenuta*. C'était vraiment pour marquer le lien et le choc des cultures.

Entretien réalisé par Frédéric Sojcher, le 5 juin 1992.

Addendum

A. D. — J'ai été voir, il y a trois jours, le *Vania 42nd Street*, de Louis Malle. J'ai été très touché par ce film. Je connaissais les Malle réalisés aux Etats-Unis. Il est l'un des rares cinéastes français contemporains à avoir voyagé un petit peu comme le nomade Chris Marker. Tout à coup, avec *Vania 42nd Street*, j'ai ressenti un multiple enracinement, dont il me semble intéressant de parler. Ce qui m'a frappé, dans *Vania* me fait directement penser à toi, et aux questions que tu poses. Voilà une œuvre dont le point de départ est un texte de Tchekhov. Mais Tchekhov fait partie de ces auteurs russes très européens. La pièce est adaptée en américain par David Mamet et jouée à New York, dans un cloître délabré. Le film nous montre des acteurs américains en train de répéter le texte... et c'est un réalisateur français qui les filme. Tout cela est à la fois français et européen, russe et américain. Je me suis dit : voilà un exemple d'enracinement européen dans une autre culture, à travers une langue qui n'est pas en soi européenne — puisqu'il ne s'agit pas de l'anglais, tel qu'on le pratique en Grande-Bretagne. Cependant, on a la curieuse impression, en voyant le film, d'être en terrain connu. Nous connaissons Tchekhov à travers une traduction française, si nous sommes francophones, néerlandaise, si nous sommes flamands... ou dans la langue du pays où nous avons vu nos comédiens jouer ses pièces. Avec *Vania* de Malle, on se retrouve « chez nous », dans une autre langue que celle à laquelle nous nous sommes habitués. « Tchekhov, c'est nous », avec ses personnages, leur fatigue, leurs déboires ou leur psychologie qui nous a nourris depuis un siècle et demi déjà, et qui continue à nous nourrir. Le film de Louis Malle démontre la force de la fusion des cultures. La culture, je n'en parle pas d'un point de vue économique, évidemment, mais du point de vue de l'enrichissement de nos vies. Ainsi, pour prendre un exemple plus personnel je me sentais tout à coup chez moi à Washington District à discuter avec une salle américaine, qui voyait mes films. Il n'y avait, dans ce public, aucune réticence pour passer d'un monde à l'autre, de leur culture américaine à ma démarche européenne puisque, de toute façon, les Etats-Unis nous ont emprunté ce que nous avons de meilleur, et que nous aussi nous leur empruntons le meilleur, tout naturellement. Les chemins, comme ceux de Woody Allen ou de Louis Malle, qui s'enracinent partout, sont en fait un seul et même trajet. A mon sens, nous n'avons de poids que dans la mesure où nous sommes multipliés par les autres. Mais pour ce faire, il faut une donnée de départ, un chiffre qui puisse se multiplier. Et notre donnée, c'est cette part de nous que nous essayons d'identifier. Qui sommes-nous, en fin de compte ? Cette question est aussi une forme de réponse. En tentant d'y répondre, je reviendrais avec toi à l'entretien que nous avons eu précédemment. Je pourrais te citer d'autres noms d'auteurs, et notre conversation se poursuivrait à l'infini. Nous sommes complètement enracinés, pas seulement dans une même terre, mais dans un jardin, dans une maison, dans une famille, avec nos vivants et nos morts. Perpétuels nomades de l'esprit : je trouve que là réside l'intérêt de nos vies. Et cela se trouve dans *Vania, 42nd Street*.

Linkebeek, le 25 février 1995.

NOTES

- ¹ André Delvaux accompagnait au piano les films muets de la Cinémathèque.
- ² Ghislain Cloquet, très grand directeur de la photographie belge.
- ³ Dans les années cinquante, Delvaux avait réalisé pour la télévision une série de programmes consacrés au cinéma sur Fellini, Rouch, le cinéma polonais...
- ⁴ Franck Daniel est un professeur de scénario américain, qui vient donner régulièrement des séminaires en Europe.
- ⁵ L'INSAS : école de cinéma belge très connue, dont André Delvaux a été l'un des « pères fondateurs ».
- ⁶ André Delvaux a été mon professeur à l'INSAS.
- ⁷ Notons qu'à l'époque de l'entretien, Raoul Servais n'avait pas encore terminé son premier long métrage, *Taxandria*.

IDENTITE CULTURELLE ET PHENOMENE REGIONAL DANS LE CINEMA ITALIEN

Dès sa naissance, survenue non en un lieu unique mais dans des centres de production multiples, le cinéma italien a été le reflet d'une tradition historique qui accorde une place prépondérante aux entités régionales et trace une frontière entre un Nord et un Sud aux évidentes connotations culturelles. Fort de ses foyers septentrionaux et centraux — Turin, Milan, Rome — le cinéma italien s'est également développé à Naples et lorsqu'il périclité dans les années vingt, c'est de la métropole partenopéenne qu'arrivent les signes les plus forts d'une créativité encore vivace.

De cette dispersion territoriale originelle, le cinéma italien conserve des traces profondes même lorsque, avec les années trente, la politique du fascisme impose la centralisation romaine autour des institutions mises en place par l'Etat. La création de structures matérielles, notamment les studios de Cinecittà inaugurés en 1937, conduit la production à s'implanter en un lieu unique. Toutefois, l'élection de Rome au rang de capitale du cinéma italien n'implique absolument pas l'oubli d'une tradition régionale et ne provoque pas l'enfouissement des identités culturelles et linguistiques de régions autrefois séparées : du Frioul à la Calabre, de la Vallée d'Aoste à la Sicile, la distance est grande et la mosaïque des langues et des cultures demeure étonnamment bigarrée.

Au lendemain de la Seconde Guerre mondiale, *Paisà* de Roberto Rossellini, avec sa structure en épisodes qui mettent en scène du Sud au Nord la Sicile, Naples, Rome, Florence, la Romagne, la basse vallée du Pô (et même les Alpes comme c'était prévu dans le scénario original), constitue une sorte d'acte fondateur d'un cinéma qui choisit d'être présent partout et de rendre compte non d'un lieu emblématique — comme peut l'être Paris pour la France dans la production hexagonale — mais de la diversité d'un pays qui, même lorsqu'il appartient à une nation unique, vit son histoire dans l'éclairage spécifique de ses multiples traditions. Après les artifices du « ventennio » fasciste qui voulait une Italie unitaire, le néoréalisme trace une cartographie du pays dans son hétérogénéité et souligne la distance génératrice de ponts qu'il peut y avoir entre les pêcheurs siciliens (*La terre tremble*), les chômeurs romains (*Le voleur de bicyclette*), les marginaux milanais (*Miracle à Milan*), les ouvrières agricoles des rizières du Pô (*Riz amer*), les bergers de la Ciociaria (*Pâques sanglantes*), les immigrés siciliens (*Le chemin de l'espérance*) et ainsi de suite.

Le cinéma italien est ainsi confronté — et ce sera pour lui une formidable source d'inspiration aussi bien pour les films dramatiques que pour les comédies — à un pays dont la diversité culturelle est considérable, une diversité qui structure les manières de penser et de vivre et qui résistera efficacement à l'évolution des mœurs et à la standardisation des modes de comportement : même le pouvoir normatif de la télévision ne parviendra pas à effacer les diversités et les antagonismes et le succès récent de la ligue lombarde d'Umberto Bossi est la preuve éclatante d'une fracture qui demeure vigoureuse entre un Nord « dynamique » et un Sud « sous-

développé » presque à l'image du tiers monde.

Outre des différences de climat et de paysage, les régions italiennes expriment des univers mentaux différents, des références psychologiques et spirituelles souvent contradictoires. La vivacité des langues régionales, même si aujourd'hui l'italien est devenu une langue véhiculaire parlée dans tout le pays par toutes les générations, prouve la vigueur d'un particularisme qui ne repose pas sur un folklore passéiste mais bien sur une expression vivante de sensibilités originales.

On peut donc légitimement s'interroger sur la capacité du cinéma italien à rendre compte non d'une culture unitaire mais de diversités, notamment linguistiques, qui sont une des richesses d'une nation aux fondements mal assurés. En allant tourner pendant l'hiver 1947-1948 *La terre tremble en Sicile*, le Milanais Luchino Visconti a peut-être le premier posé la question linguistique de l'Italie : comment faire parler les pêcheurs d'Acì Trezza sinon dans leur dialecte ? Ainsi, le film fut tourné dans la langue des autochtones malgré la difficulté que cela allait constituer lors de la diffusion du film dans les autres régions d'Italie. Car c'est le propre des langues régionales de ne pas être compréhensibles hors des aires où elles sont employées (aux différences de vocabulaire et de constructions des phrases s'ajoutent des diversités de prononciation qui obscurcissent le sens de mots parfois très proches d'un dialecte à l'autre). *La terre tremble*, mal accueilli au festival de Venise en 1948, eut une circulation limitée malgré l'adjonction d'un commentaire en voix *off* et même l'établissement d'une copie doublée en italien. Trente ans plus tard, au moment de porter à l'écran *Padre Padrone* et donc de mettre en scène des personnages censés s'exprimer en sarde, Paolo et Vittorio Taviani firent le choix inverse : le dialogue est prononcé en italien et il faut attendre le moment où le protagoniste, Gavino Ledda, fait son service militaire en Toscane pour s'apercevoir, à son incommunicabilité avec ses camarades de chambrée, qu'il parle sarde et que tout ce que nous venons d'écouter jusque-là n'est qu'une convention linguistique qui donne à entendre de l'italien là où en réalité les personnages s'expriment en dialecte.

En fait, le problème est complexe et si, en 1977, les frères Taviani mettent en lieu et place du sarde l'italien, en 1978, Ermanno Olmi choisit avec *L'arbre aux sabots* de faire parler ses paysans en bergamasque : à question identique réponse différente, même si ensuite circule dans les salles une version doublée en italien. Signe de l'évolution des temps et de la généralisation de l'italien, en 1948, Visconti avait dû faire doubler *La terre tremble* par des doubleurs professionnels ; en 1978, Olmi peut faire doubler *L'arbre aux sabots* par les paysans que nous voyons sur l'écran. En trente ans, les choses ont changé : les pêcheurs siciliens ne parlaient que le dialecte, les paysans bergamasques sont en quelque sorte devenus bilingues.

Fort présent dans le théâtre qui continue à opposer des formes d'expression en dialecte et d'autres « en langue », c'est-à-dire en italien, le phénomène linguistique marque de son empreinte le cinéma tout au long de son histoire selon des modalités qui peuvent atteindre les choix extrêmes que nous venons d'évoquer. En fait, au-delà de quelques phrases mises dans la bouche d'un personnage secondaire et qui ont pour seule fonction de signifier un lieu, une ville ou une région, autrement que par la nécessité de montrer un monument fameux pour sous-entendre que nous

sommes à Venise, à Florence ou à Catane, l'emploi du dialecte demeure une question centrale dès lors qu'une intrigue a de fortes racines régionales avec pour corollaire une compréhension difficile pour un public indifférencié. Eduardo De Filippo, chantre de l'identité napolitaine, avait résolu le problème en adaptant sa manière de parler à la nature de son auditoire : il distinguait trois niveaux de « napoléanité », un parler italien ne conservant du napolitain que l'accent et certaines expressions, un parler napolitain fluide permettant une compréhension satisfaisante de la part des Italiens, un napolitain strict compréhensible seulement dans l'aire linguistique parténopéenne. Cette adaptabilité n'est possible évidemment qu'au théâtre ; au cinéma, l'alternative n'existe qu'entre l'italien et le napolitain fluide, sous peine de tomber sur le problème absurde du doublage à l'intérieur du propre pays. Confirmation évidente de la réalité du problème et de son actualité, lorsque le film de Mario Martone, *L'amour meurtri*, sort en Italie au printemps 1995, le cinéaste, qui a choisi de faire s'exprimer certains de ses personnages dans un napolitain assez dru, est obligé de faire circuler une copie sous-titrée en italien de son film...

Autre cas de figure, l'intrusion en Italie, dans les années quatre-vingt, d'acteurs comiques dont une bonne partie de la capacité à susciter le rire repose sur l'emploi du dialecte. Lorsqu'en 1981 Massimo Troisi fait irruption sur l'écran et remporte un succès phénoménal avec *Je recommence à trois*, tous les commentateurs soulignent un élément paradoxal : une partie substantielle du dialogue prononcé par le Napolitain Troisi est incompréhensible par la grande majorité du public septentrional — mais cela n'empêcha en rien l'adhésion populaire ! Dans un cinéma italien boudé par ses propres spectateurs, les comiques constituent aujourd'hui un refuge à peu près sûr et l'on peut se demander si leur forte caractérisation régionale (les Toscans Francesco Nuti et Roberto Benigni, le Romain Carlo Verdone, les Napolitains Massimo Troisi et Renzo Arbore et même d'une certaine manière le Milanais Maurizio Nichetti, le Romain Nanni Moretti) n'est pas un des éléments de leur succès et si, à travers eux, ne s'exprime pas une certaine nostalgie « provinciale » de la part d'un public urbain ayant perdu ses racines et cherchant à les recomposer dans une nouvelle identité citadine.

Ansi, dans une cinématographie qui n'a jamais été unitaire et qui a toujours réservé une place importante au phénomène régional, on peut penser que la crise actuelle conduit à cerner des positions irréductibles. Pour les uns, le sauvetage du cinéma italien passe par une internationalisation grandissante qui implique le gommage de diversités trop accentuées, voire leur pure disparition : « Faisons un cinéma uniforme de Milan à Palerme, parlé dans un italien de livre d'école, car c'est de surcroît celui-là qui plaira à Stockholm et à Madrid ». Pour les autres, c'est l'exacerbation des identités régionales qui redonnera vie au cinéma italien, mieux même c'est l'exaltation de l'italianité dans toutes ces facettes comportementales qui séduira un public étranger qui attend de l'Italie autre chose que des films standardisés tombés d'on ne sait quelle planète : pour preuve, en France, les versions originales sous-titrées de films italiens attirent souvent plus de monde que les versions doublées.

Le débat est ouvert et peut se nourrir d'exemples. Il est bien évident que tout film fonctionnant sur un réseau de références (politiques, économiques, culturelles, al-

lusives à des événements d'actualité) est incompréhensible pour un public ne disposant pas de ce réseau. Il ne peut donc pas circuler. Inversement, le film qui cherche à faire disparaître toutes les aspérités pour séduire un public plus large mais qui en même temps perd toute saveur ou toute originalité risque de n'attirer que des spectateurs occasionnels. Le seul cinéaste italien qui ait du succès en France, Nanni Moretti, est profondément italien, profondément enraciné dans sa culture, mais en même temps les thèmes qu'il aborde sont universels. *Cinema Paradiso* de Giuseppe Tornatore — la plus grosse recette pour un film italien au cours de ces dernières années — était d'abord un film sicilien. On voit poindre la réponse : les identités régionales sont des richesses pour autant qu'elles touchent à des sujets qui concernent tous les individus, directement ou par transposition culturelle.

Et puis, dans l'alchimie mystérieuse qui fait qu'un film rencontre son public et attire les gens en grand nombre dans les salles, entre une part d'impondérable, une part irréductible à toute tentative de mise en équation.

L'HISTOIRE ET LA DIVERSITE, COMPOSANTES IDENTITAIRES DU CINEMA EUROPEEN

Dans les manuels, l'histoire du cinéma est présentée, presque toujours de manière chronologique, comme une succession de différents moments dans les divers pays en faisant alterner parallèlement, de manière parfois fastidieuse, les développements de cette « histoire ». Ainsi on trouve la naissance du cinéma dans les années de la fin du XIX^e siècle en France, en Belgique, en Italie, aux Etats-Unis, puis les premières productions avant la première guerre mondiale, ensuite la constitution des grandes compagnies aux Etats-Unis, la naissance d'Hollywood, le cinéma allemand des années vingt, le cinéma français et l'avant-guerre, le néo-réalisme italien, le cinéma anglais, Hollywood encore, la Nouvelle Vague française, le cinéma expérimental new-yorkais, et Hollywood toujours. En fait, il y a une succession de pôles de développement tantôt américain, tantôt allemand, tantôt français, tantôt italien dont la floraison et le déclin sont en corrélation avec toutes sortes de raisons historiques, sociologiques et psychologiques diverses mais jamais explicitées. Le découpage en tranches chronologiques dû aux lois du genre ne permet pas de lier les différentes productions ; il les présente de manière autonome, et les ancre dans la réalité nationale du pays d'origine. Nous sommes habitués à ce mode de présentation qui correspond d'ailleurs à la conception de l'histoire littéraire ou artistique enseignée dans les établissements scolaires et universitaires. Mais à la différence des œuvres littéraires ou picturales, les films circulent beaucoup plus dans le monde, pour des raisons de rentabilité puisque leur rendement est proportionnel à leur diffusion et à *cause de l'universalité du medium, l'image étant comprise par tous, (quoique différemment)* sous toutes les latitudes, en quelque lieu que ce soit.

A l'heure où l'Europe se construit sur le plan économique, la conscience que les cultures de différents pays européens ont quelque chose en commun et ne sont pas des monades isolées, indépendantes, semble se faire jour. On assiste à des publications d'ouvrages de littérature européenne qui donnent un aperçu simultané des œuvres littéraires allemandes, italiennes, françaises, anglaises. Bien entendu, les liaisons entre les divers corpus sont difficiles à faire, sinon impossibles sauf dans le cas de spécialistes de littérature comparée ; mais le terme même de comparée ne convient pas car il met l'accent sur ce qui sépare et non sur ce qui unit. Mais y a-t-il unité ? Peut-on parler de culture européenne et, plus particulièrement, de cinéma européen ?

Bien sûr, il y a des cinémas spécifiques comme il y a des danses spécifiques, des arts, des littératures spécifiques à chaque continent. Vus de loin, on peut parler abusivement de cinéma asiatique, ou africain ; mais nous n'en sommes plus à nous contenter de telles approximations ; nous apprenons à différencier le cinéma chinois du cinéma japonais ou indien. Vues de loin, (d'où, en fait ?) peut-être les productions française, italienne, allemande, anglaise, apparaissent-elles comme présentant des traits communs, globalisant, reconnaissables par un Asiatique ou un Américain.

Le cinéma français est perçu par le public américain comme artisanal, intellectuel, le cinéma allemand comme trop compliqué ou littéraire, le cinéma italien, comme léger. Les perceptions sont diverses et dépendent du succès commercial de tel ou tel film. La question que l'on pourrait se poser est de savoir si ces cinémas ont en commun un ensemble de normes, de valeurs, de référents esthétiques, de repères identitaires et culturels qui les différencient des autres productions mondiales — et en premier lieu d'un certain type de production américain — qui les unifie dans une sorte de globalité qui serait, au fond, la spécificité européenne culturelle.

En tant que sociologue du cinéma, c'est une problématique nouvelle qui irait plutôt à l'encontre des questions que je me pose dans la mesure où je me suis efforcée de comprendre le cinéma en l'intégrant dans la réalité de son temps avec le souci de différencier les diverses productions justement dans leurs réalités propres. Mais s'il est vrai qu'il me paraît inadéquat de comparer le cinéma japonais au cinéma français tant les cultures dont ils sont issus sont éloignées l'une de l'autre et les codes d'expression intransmissibles sans une connaissance approfondie des deux pays, la question peut se poser pour le cinéma allemand et italien par exemple, à condition qu'il s'agisse d'une même période historique. On peut se demander pourquoi l'après-guerre immédiate a vu fleurir en Italie un mode d'approche naturaliste et contestataire de la réalité sociale et politique, alors qu'il a fallu quinze ans pour que le cinéma allemand se débarrasse des productions bêtifiantes pour affronter sa propre histoire et sa propre réalité.

Cela nous amène à poser la question de la spécificité du cinéma européen en fonction de deux facteurs qui, semble-t-il, sont fondamentaux : l'histoire et la diversité.

L'Europe a été, et est encore dans certaines de ses composantes, un champ de bataille permanent. Les guerres y ont joué un rôle fondamental dans la structuration de la conscience des différentes nationalités. Guerres ancestrales, guerres récentes, guerres locales, guerres mondiales dont ce continent a été le terrain privilégié. Il suffit de vivre un certain temps en Amérique du nord pour comprendre à quel point cet élément est absent de ce continent et à quel point il marque la perception du monde européen. Or les créations humaines ne peuvent échapper à l'histoire ; d'une manière ou d'une autre, le poids des guerres, leurs conséquences et surtout leur résurgence possible font partie, de manière implicite parfois mais réelle, de l'univers mental des Européens. D'autres événements du XX^e siècle font aussi partie de cette histoire : le nazisme, le fascisme, le stalinisme, la décolonisation, et chaque pays a, d'une manière ou d'une autre, été confronté à ces événements, à leur souvenir, à leurs conséquences. Voilà pour les points communs ; il y en a d'autres bien entendu mais il me semble que le continent européen a été déchiré en premier lieu par ces événements et que dans une certaine mesure il a une histoire commune.

Mais il y a un aspect qui s'oppose à cette perception unificatrice, qui en est justement le contraire, c'est la diversité. Langues, mœurs, comportement quotidien, chaque pays possède ses caractéristiques qui animent parfois encore des stéréotypes et des préjugés. Et cette diversité fait la richesse de ses productions culturelles et en particulier du cinéma. La gestuelle du comique Toto n'a rien à voir avec l'humour britannique d'un Alec Guinness ou l'esprit parisien d'Arletty. La dramatisation politique d'un Elio Petri est bien éloignée de la contestation d'un Fassbinder, et la vision

du monde d'un Godard est, malgré certaines ressemblances, différente de l'univers de Wim Wenders.

Cette diversité est le seul élément qui puisse s'opposer au processus d'uniformisation des créations audiovisuelles — car il ne faut pas considérer le cinéma de manière isolée mais intégrée dans toutes les autres productions audiovisuelles dont il fait maintenant partie, la vidéo, la télévision et bientôt, les autoroutes de l'information — uniformisation qui s'amorce grâce aux processus de concentration des capitaux entre les mains d'un petit nombre de décideurs, des nouvelles technologies, et à la mondialisation de l'économie. Les produits culturels doivent maintenant être adaptés au plus grand nombre de publics possibles dans le monde. La mobilité des capitaux et les besoins croissants des investissements accentuent le caractère industriel et économique du cinéma au détriment de ses caractéristiques artistiques. Le poids des décideurs de production devient de plus en plus international, anonyme, indifférent aux critères de qualité, de découverte, privilégiant le profit de la rentabilité tous azimuts, c'est-à-dire les produits capables de satisfaire toutes les catégories de publics. Cela entraîne une homogénéisation de la production. Le produit devient incolore, inodore, pour plaire à tous les publics potentiels. Par exemple, on sait (voir *Le Monde* du 24 février 1995) que les grandes compagnies d'aviation américaines taillent, coupent, dans les films projetés dans leurs avions afin de les édulcorer pour plaire au plus grand nombre. « Pour ne choquer personne les compagnies aériennes choisissent la censure ». On supprime toute allusion à la religion, la race, la nationalité ; on gomme les scènes sexuelles choquantes, on évite tout ce qui peut ressembler à un cinéma de réflexion pour ne présenter que des films sans risques, qui, en fait, se révèlent du niveau des enfants de dix ans. Une manière d'infantiliser le spectateur avec des histoires conventionnelles. Inutile de préciser que, dans ce domaine, la production courante outre-Atlantique est reine et que le cinéma européen est étrangement absent, même sur les lignes aériennes européennes. Ceci n'est qu'un exemple du danger de l'uniformisation qui guette le cinéma. Car à ne mettre en scène que des situations et non des personnages, à gommer toute référence individuelle, à ne présenter que des personnages interchangeables dont la psychologie est inexistante, l'appartenance sociale vague, l'histoire personnelle neutralisée, on aboutit à une sorte d'abstraction. Mieux encore, dans le cas des séries télévisées, les accidents de la production — mort d'un acteur par exemple — contraignent les scénaristes à modifier le scénario de la série qui doit coûte que coûte continuer, en y apportant des modifications circonstanciées, parfois en dépit de toute vraisemblance. De ce fait, la cohérence du récit n'existe plus en elle-même, mais en fonction de facteurs extérieurs à l'œuvre. Ces histoires de famille divisées qui se recomposent grâce à la bonne volonté des uns et des autres — thème favori en ce moment — pourraient se passer dans n'importe quel pays du monde dit industrialisé. Ainsi les téléfilms américains dont nos télévisions sont les grandes consommatrices présentent-ils des personnages qui n'existent pas. Seuls comptent les rebondissements de l'action et le milieu idéalisé de l'argent. Ces personnages n'existent que par leur fonction : père, femme, enfant, patron, etc. et leur abstraction même permet la continuation de la série pendant des mois et des années justement parce qu'ils n'ont aucun caractère. Ils peuvent passer à travers toutes sortes d'aventures, d'épreuves invraisemblables sans que cela affecte leur crédibilité factice et surtout, sans laisser

aucune trace. Détachés du réel, ils consolident la pérennité réconfortante de situations-clichés, dans un monde qui, lui, est soumis aux bouleversements, à l'instabilité, à l'angoisse de l'incertain.

De même que l'on trouve dans toutes les grandes capitales les mêmes produits — vêtements, nourriture, musique — de même on trouve dans ces films un produit exportable et adapté à tous les publics parce qu'il ne possède aucune spécificité. L'uniformisation est inquiétante parce qu'elle est sans limites, toujours renouvelable, toujours plus hégémonique. En même temps, le succès de ces films provient, il faut le dire, de leur remarquable efficacité : nouvelles technologies immédiatement intégrées, analyse en termes de marketing non des goûts du public mais de ses attentes, de ses peurs, de ses engouements, rapidité d'exécution, sens du spectacle. Mais, pour un Woody Allen et un Jim Jarmusch, combien de films de violence gratuite, de sexe mécanique ? Pour un cinéma new-yorkais qui a su poser en son temps tant de questions sur la civilisation américaine, sur le désarroi des jeunes, sur la dégradation des villes, combien d'images d'Epinal sans recul ni perspective !

Face au rouleau compresseur que représente un certain Hollywood — car il existe un vrai cinéma américain — le cinéma européen semble fragilisé et perdant. Il l'est s'il s'avise de jouer sur le propre terrain de la capitale mythique car il n'en a ni les moyens ni les traditions de travail. S'il s'aligne sur les exigences d'un cinéma adapté tous azimuts il perd son âme, ou bien échoue à concurrencer ce cinéma parce qu'il dérive d'autres traditions qui ne lui permettent pas de produire ce genre de films. C'est en restant fidèle à lui-même qu'il peut résister et se maintenir. Et la preuve en est le succès international de *Quatre mariages et un enterrement*, film plus britannique que nature ou de *Trois hommes et un couffin* dont le *remake* américain a bien montré que, en perdant sa « touche » d'origine, le film édulcoré n'avait plus le même impact. Dans ce contexte, la seule issue qui reste au cinéma européen est de se battre pour affirmer sa diversité, son pluralisme. Car sa spécificité ce n'est pas son unité, mais au contraire ses différences, qui ont fait son histoire et continueront à la faire. C'est grâce à cela que l'histoire mondiale du cinéma a retenu les films de l'épopée révolutionnaire russe, de l'Allemagne des années vingt, de l'après-guerre italienne et anglaise, ou de la Nouvelle Vague.

L'EUROPE... EST-ELLE EUROPEENNE ?

Je me souviens, comme disait Georges Perec...

Je me souviens de mon enfance à Cuba et de ces centaines de films américains que je voyais avec ma mère tout au long de l'année. Westerns, comédies musicales, films de gangsters, mélôs larmoyants, drames historiques... des films. Car pour nous, les Cubains, le cinéma c'était Hollywood. Il n'y en avait pas d'autre.

Il y avait pourtant en Argentine et au Mexique, à la même époque, une industrie cinématographique florissante, avant qu'Evita Peron ne coupe la tête (symboliquement, bien sûr) à ceux qui, dans le cinéma argentin, l'avaient traitée d'actrice minable et de chanteuse médiocre — et ils étaient nombreux. Mais cette industrie du cinéma en Amérique latine n'était, en fait, qu'une sous-industrie. A de rares exceptions près, les producteurs et les réalisateurs ne cherchaient pas à créer un cinéma authentique, capable d'exprimer l'âme, la culture et les mœurs du pays. Ils cherchaient à imiter Hollywood dans ce qu'il y avait de pire. Ainsi les célèbres films populaires mexicains — les « *charros* » — n'étaient-ils que de pâles copies des westerns américains : les héros étaient toujours des blancs, comme Jorge Negrete, moustachu et chanteur, ou Tito Guizar, imberbe aux yeux bleus. Les méchants, par contre, avaient toujours un type indien. Seul l'acteur Cantinflas, par son génie et son authenticité, élevait le niveau, malgré les *scenarii* lamentables qu'on lui faisait tourner et une qualité de réalisation à faire se retourner dans leur tombe les frères Lumière.

Il faudra attendre qu'un vrai cinéaste s'exile au Mexique, don Luis Buñuel, pour que nous découvriions, entre autres, *Los Olvidados*. Il aura fallu l'intuition et le savoir-faire d'un grand maître pour que l'Amérique latine puisse, du jour au lendemain, s'enorgueillir à juste titre de la qualité du cinéma mexicain. Car don Luis n'était qu'un observateur, un interprète lucide et rigoureux de la réalité mexicaine — il le dit lui-même avec modestie. Tout le reste, la beauté des paysages, la force tellurique des personnages, la gravité des regards et des visages, tout était, pourrions-nous dire, cent pour cent mexicain. Pour une fois, le cinéma au-delà de la frontière du Rio Grande ne devait rien aux « *gringos* ».

Je me souviens... qu'au cours de mon adolescence et grâce au ciné-club, j'ai pu voir les films d'Eisenstein, de Poudovkine et l'explosion du cinéma expressionniste allemand pré-hitlérien. De la même façon, ces cinémas-là ne pouvaient être que russes ou allemands. Car ils traduisaient l'essence profonde d'un peuple, à tel point que ce « regard » en devenait prophétique. *Métropolis* et *Docteur Mabuse* annonçaient Goebbels et Hitler et dans *La ligne générale* d'Eisenstein, on pouvait pressentir la politique totalitaire et castratrice de Staline.

C'est aussi grâce au ciné-club que j'ai découvert les films français d'avant-guerre.

De Marcel Carné à Jean Renoir, de Jean Grémillon à Pierre Chenal, nous, les jeunes latino-américains, nous apprenions à aimer l'image de cette France mythique que nous vénérions. René Clair nous avait exaltés avec *Sous les toits de Paris*. Zola et sa *Bête Humaine*, c'était pour nous le visage carré de Gabin et les yeux félins de Simone

Simon. Renoir n'aurait pu inventer *Tony* et *La chienne* qu'en France et peu nous importait de savoir que le canal Saint-Martin ou l'hôtel du Nord étaient des décors de studio. Pour le monde entier, cette « atmosphère » représentait Paris, son parfum inimitable. La preuve, c'est que lorsqu'Hollywood essaya de faire un film à la française, nous avons eu droit à *L'homme de la tour Eiffel*, autrement dit, à un désastre.

Après la guerre, l'événement cinématographique se déplaça du côté de l'Italie qui renaissait de ses cendres. De *Rome, ville ouverte* à *Chasse tragique*, de *Sciuscia* à *Umberto D.*, le néo-réalisme italien était bien l'illustration du plus beau film de Visconti *La terre tremble*. Naïvement, nous étions persuadés que l'industrie du peplum et du « téléphone blanc » était enterrée pour de bon sous les décombres de ce tremblement de terre provoqué par le néo-réalisme italien.

Je me souviens... J'étais en Italie dans les années cinquante à l'époque où Toto faisait rire des salles combles. A cette époque aussi, les « *pane, amore...* » annonçaient déjà le régionalisme facile et l'américanisation sournoise du cinéma italien. Mais nous nous bousculions pour voir *Chronique d'un amour*, *Les amies* d'Antonioni, ou *Bellissima* de Visconti. Les années cinquante. Le cinéma soviétique était devenu une terre aride hantée par les chiens de garde du post-stalinisme. Le cinéma allemand n'existait plus. A Hollywood, les « *majors* » commençaient à s'essouffler et surtout à trembler devant un ennemi qui, de jour en jour, gagnait du terrain : le petit écran. Quel était, dans ces années-là, le paysage en France ? Les industriels du cinéma avait découvert la coproduction à grande échelle, le cinémascope et le « glorieux technicolor », comme chantait Fred Astaire. On parlait — déjà ! — de production européenne, parce qu'on mettait dans le même panier les acteurs français, allemands, italiens, et parfois même, si leur salaire n'était pas trop élevé, quelques stars américaines. Qui se souvient aujourd'hui de ces superproductions qui se vantaient de concurrencer le cinéma de Hollywood ?

En France, c'était les années Bardot. B. B. portait le cinéma français autour des hanches comme Depardieu le porte aujourd'hui sur son dos de buffle fatigué. Heureusement à l'époque, la France pouvait se vanter d'avoir un grand critique de cinéma, Monsieur Hervé Bazin, et la cinémathèque créée par Henri Langlois, sur les bancs de laquelle se frottaient quelques jeunes loups, les mêmes qui signaient dans les colonnes d'*Art* ou des *Cahiers du Cinéma*, pour dénoncer avec brio et vigueur ce qu'ils appelaient le « cinéma de papa ».

La Nouvelle Vague venait de naître.

Mais... assez de souvenirs. *Cut*. Revenons au présent.

J'ai participé au combat contre le GATT en signant un tas de manifestes, j'ai aussi écouté des discours, beaucoup de discours, et, avec le recul, je me demande si cette bataille a été correctement engagée.

Je n'en ai retenu qu'un interminable inventaire de chiffres et de quotas, comme si la santé du cinéma européen en général et français en particulier n'était qu'une affaire de quotas. J'ai aussi entendu les critiques les plus désuètes contre les charmants et inoffensifs dinosaures de *Jurassic Park* et contre son créateur Steven Spielberg. Quelques mois plus tard, les mêmes chasseurs de sorcières le portaient aux nues pour nous avoir donné *La Liste de Schindler*. Pauvre vieille Europe frileuse et sclé-

rosée qui n'arrive pas à comprendre une vérité essentielle dès lors qu'il s'agit de l'Amérique du Nord : là-bas, on commence par produire, on discute ensuite. En France, trop souvent, la théorie précède l'action. Question de tradition : ce sont les articles d'*Art* et des *Cahiers* qui ont anticipé la Nouvelle Vague. C'est *L'ère du soupçon* de Nathalie Sarraute qui a donné le coup d'envoi du nouveau roman. Mais où en sommes-nous aujourd'hui ? Quand le rideau tombe, quand un sursaut de puritanisme, de chauvinisme, ou un simple vague à l'âme traverse les maisons de production ou le Parlement européen, les enfants de Benjamin Franklin et de Ford (le magnat de l'automobile, pas l'autre) se disent : qu'à cela ne tienne, laissons les Européens parler, légiférer, s'endormir à l'abri de leurs chimériques barrières douanières. Des produits interdits à l'exportation circulent bien sous pavillon panaméen ou maltais, pourquoi ne pas monter une production avec de l'argent américain sous le drapeau européen ?

Et mine de rien, quotas ou pas, nous sommes en plein dedans.

J'ai observé un petit détail qui en dit long : aujourd'hui tous les directeurs de *casting* conseillent aux acteurs de France et de Navarre d'apprendre l'anglais s'ils veulent mettre toutes les chances de leur côté. Dans un futur proche, le comédien ou la comédienne qui ne sera pas bilingue se verra fermer la porte des films, téléfilms, sitcoms et autres pubs produites sous le pavillon européen. Le premier signe annonciateur d'un néo-colonialisme qui ne cache pas ses intentions : votre langue d'origine ne vous servira pas à grand-chose, « *take it easy, speak the real thing, Mesdames, Messieurs !* ».

Que ce soit à Prague ou à Madrid, à Oslo ou à Paris, avez-vous observé où se réunit la jeunesse pour discuter et se nourrir ? Pas dans les cafétérias de maisons de jeunes mais au McDonald. Et qu'écoutent les jeunes dans leurs « baladeurs » ? Enzo Enzo et Souchon ? Allons donc !

Les enfants du Nintendo, du Mac Do, du hard rock seront les dirigeants et les électeurs de demain, qu'on le veuille ou non.

Je lis dans le numéro 95 de la revue *Studio* que le cinéma français va mal. Pourquoi ? Parce que, pour la première fois, le choix des lecteurs et ceux de la rédaction pour les meilleurs films 1994 ont fait apparaître une tendance inquiétante : sur dix films choisis, trois seulement sont français. Les sept autres sont anglo-saxons ! Constatation intéressante mais qui, me semble-t-il, ne donne pas lieu de désespérer. Quelques rayons d'espoir éclairent ce noir panorama. Regardons le bel exemple des Césars 1995. Qui fut le héros de la soirée ? Pas *Léon* ni *Margot*, les deux dinosaures gaulois, mais *Les Roseaux Sauvages*, un petit film béni par la grâce du ciel. Un produit français dans son essence et qui devient, par cela même, une œuvre d'art passant les frontières.

Quelle Europe ? Quel cinéma européen voulons-nous construire ? Une grande machine du style des coproductions sans âme des années cinquante ? Un rêve à l'américaine où l'obsession de la puissance et de l'argent vient à bout des meilleures intentions, ou des œuvres de cœur et d'esprit pour lesquelles nous avons des affinités et dont nous nous sentons proches ?

Nous savons bien que ce ne sont pas les grosses machines qui pourront sauver le

cinéma européen en général, et le cinéma français en particulier, mais la qualité de films tendres et drôles, intelligents, douloureux ou lumineux, réalisés en francs-tireurs par des cinéastes qui puisent dans leurs propres ressources pour donner le meilleur d'eux-même. Des cinéastes capables d'avoir le contrôle total de leur œuvre, depuis l'idée de l'écriture du scénario jusqu'au montage final.

1994, dans ce sens, nous a donné *Journal intime* de Nanni Moretti, Ken Loach et sa caméra bistouri, Téchiné retournant aux roseaux de son adolescence.

C'est une leçon à retenir. Ce sont les films de qualité et d'inspiration très personnelle qui seront les meilleurs défenseurs du cinéma européen de demain.

L'IMPORTANCE DE L'IMAGINAIRE

Je pense que les négociations du GATT ont été bien menées par les négociateurs français, avec l'appui notamment des Espagnols, et ont permis d'éviter le pire. On s'aperçoit aujourd'hui (on en a parlé aux dernières Rencontres de Beaune) que les demandes américaines, autour du GATT, étaient trop radicales et tout à fait disproportionnées. Même Lord Brittan a été, un moment, effrayé par les exigences américaines, qui étaient liées à un concept très simple : aux Etats-Unis, on a compris depuis longtemps que l'industrie de l'image drainait de nombreux autres secteurs économiques. Il n'est pas seulement question des images que l'on achète ou que l'on vend, mais de tout ce que véhiculent ces images, qui permettent d'exporter la musique, les habits, la nourriture, les boissons — une idéologie américaine. Les Européens « libéraux », tendance qui existe notamment en Angleterre ou en Allemagne, n'ont absolument pas compris l'enjeu de l'audiovisuel. Le libéralisme, tel qu'ils le définissent, repose sur une analyse extrêmement simpliste de la planète. La force des Américains a été de nous faire croire aux lois du marché, comme valeur absolue et indiscutable. Comment peut-on prôner la concurrence à partir du moment où les règles du jeu sont faussées à la base ? Comment comparer la force d'un distributeur américain avec celle d'un petit distributeur européen ? Le premier aura, derrière lui, l'argent de la publicité des films qui sont déjà amortis aux Etats-Unis. C'est la bataille de Mowgli et du tigre Shere Kan dans *Le livre de la jungle*. Dans l'une des scènes du film, Mowgli est obligé de prendre une torche pour faire reculer le tigre. Le tigre réplique : « Ce n'est pas juste, tu utilises une arme déloyale ». Mais il y a un moment où il faut pouvoir se protéger, c'est une question de survie. Le libéralisme est une fable : c'est le libre marché avec canonnière... Toute la bataille qui a été menée au sein du GATT n'était ni corporatiste ni xénophobe. Il ne s'agit pas d'empêcher le cinéma américain d'être vu, mais de faire en sorte qu'il ne soit pas *le seul*. On parle souvent de pluralité de l'information, il faut également une pluralité culturelle : qu'on puisse voir d'autres civilisations, d'autres manières de filmer, de respirer, entendre d'autres langues. C'est très important.

La deuxième grande bataille à mener est celle de la directive « Télévision sans frontières ». J'espère qu'on va retrouver la même unité européenne qu'autour du GATT. Il s'agit d'imposer des quotas d'œuvres européennes pour chaque télévision qui émet dans la Communauté... et d'éliminer la petite phrase ridicule « chaque fois que cela est possible » qui a rendu la directive inopérante jusqu'à présent. La notion de *prime time* est aussi importante. Si on n'en tient pas compte, les diffuseurs programmeront programmer à 3 ou 4 heures du matin tous les films européens. Dans le texte de la directive, il est capital d'imaginer le cas de non-respect des règles. Si des sanctions ne sont pas prévues — et efficaces — tout le monde s'en moquera. Il faut rester vigilant et craintif surtout quand on lit le rapport Bangemann qui est un véritable hymne au libéralisme. Le mot « culture » n'est plus introduit que comme alibi,

parce qu'il y est bien obligé. Pour détourner une phrase célèbre de sa signification première, on pourrait dire qu'il écrit le mot « culture » pour ne pas qu'on sorte nos revolvers ! « Culture » inscrit « pour mémoire ». Dans le devis des films, le poste « musique » est souvent pris en charge par un éditeur : au lieu de chiffrer son coût, on marque alors « pour mémoire ». Dans le dernier paragraphe de son rapport, Bangemann dit qu'il faudra imposer des devoirs culturels aux financiers à qui l'on va confier les autoroutes de l'information. Mais quels devoirs ? Je pense que, sur ce sujet, il y a une très grande démission des hommes politiques qui ne mesurent absolument pas leur responsabilité. Les Anglais sont devenus les vassaux du cinéma américain : ils introduisent leurs images en Europe — on a l'impression qu'ils ne servent qu'à cela. Les Allemands, au nom du libéralisme et parce que leur cinéma national ne représente plus rien, sont devenus complètement passifs. Ils devraient quand même se souvenir que Goebbels, lui, réfléchissait au poids des images. Dès leur arrivée au pouvoir, les nazis ont voulu avoir une mainmise complète sur le système de production, de censure et de diffusion des films. Une des premières actions des Allemands dans la France occupée a été de créer *La Continentale*. Churchill avait lui aussi compris que le cinéma, plus qu'un rôle économique, avait une importance énorme sur l'effort de guerre. Il a privilégié l'industrie du film par rapport à d'autres industries. Il savait que le cinéma pouvait apporter une part de soutien, de rêve, à un peuple assiégé. Paradoxalement, ce sont les dictateurs qui comprennent souvent le mieux l'importance de l'imaginaire. Franco contrôlait le cinéma espagnol et l'aimait au point — ce qu'on a tendance à oublier — d'écrire un scénario de film : *Raza*. Mussolini a pratiquement créé le système italien du cinéma. Et aujourd'hui, des adeptes du libéralisme sont prêts à déléguer ce « pouvoir dictatorial » à un autre pays ! On préfère, en Europe, privilégier les canaux de diffusion, plutôt que ce qui circule à l'intérieur. C'est comme si tout d'un coup une industrie était prête à s'intéresser à la distribution de l'eau, en s'intéressant au prix des tuyaux mais sans se préoccuper aucunement de savoir si l'eau était potable ou non. Quand on privilégie les canalisations par rapport au contenu, il y a risque de pollution, de drame. Le scandale du sang contaminé en France est venu d'un processus identique. On s'intéressait plus à l'époque aux instruments de prix et de distribution du sang qu'à la vérification médicale de la qualité du sang.

Le cinéma, l'audiovisuel sont devenus un enjeu de civilisation. A Beaune, il y a eu une intervention très émouvante de Gaston Kaboré, réalisateur africain, qui disait en substance ceci : « nous réclamons le droit de rêve sur nos propres souvenirs, sur nos propres images. Qu'on ne nous impose pas l'imaginaire américain ou occidental ». Je pense qu'il y a là quelque chose de très fort. Il est absolument sidérant que les hommes politiques ne se rendent pas compte de l'urgence à prendre des décisions, pour sauvegarder une autonomie de pensée — être européen. Si les députés allaient dans un lycée interroger une classe de jeunes, ils découvriraient à quel point ils sont façonnés par les feuillets américains — pas seulement d'ailleurs au niveau du langage ou de la violence — mais dans leur manière de se conduire, d'aborder la vie. Tout cela va très loin. Pour prendre un exemple personnel : quand je préparais *L 627*, les flics me disaient être tout le temps accablés de demandes de gens qui les incitaient à intervenir avec un mandat de perquisition. Or le mandat de perquisition, dans la loi française, n'est pas délivré par un policier, mais par un juge. A force

de voir des films ou des feuilletons américains, nous finissons par ne plus connaître nos lois, par connaître celles d'un autre pays. Et puis, la mentalité américaine est différente de la nôtre. Il y a ce concept qui fait qu'un spectateur doit sortir heureux du cinéma. Ce côté « *happy end* » envers et contre tout, peut lui aussi avoir des effets pernicieux : on finit par rêver à ce pays où tout se termine toujours bien... Surtout quand on vit soi-même menacé par le chômage ou entouré par la morosité ambiante. Vous verrez dans très peu de films américains, à l'heure actuelle, les chômeurs de Detroit et de St Louis ou la pauvreté et l'illettrisme dans le Sud des Etats-Unis. Et si ces films existent, ils ont une diffusion à peu près identique à celle des films européens. Je pense à certains réalisateurs comme Altman ou Alan Rudolph.

Il existe des spécificités européennes. Même quand on étudie le cinéma américain, on peut trouver un certain courant européen. Les cinéastes qui ont dû quitter leur pays pour venir travailler à Hollywood ont très souvent un regard différent, y compris dans des « genres » extrêmement codés. On pourrait dire, d'une manière simplificatrice (et qui comporte bien sûr de nombreuses exceptions), que le cinéma américain est basé sur l'affirmation et que le cinéma européen est basé sur le doute. Si vous examinez attentivement un certain nombre de réalisateurs européens travaillant à Hollywood (Lubitsch, Billy Wilder, Fritz Lang, Robert Siodmak, John Boorman...), vous vous apercevrez que le point commun de leurs films, c'est une noirceur, un scepticisme très souvent (Preminger), une distance (Jacques Tourneur)... que vous ne trouverez pas — ou d'une manière totalement différente — chez Hawks et Walsh, par exemple. Il y a une impression de non-exaltation dans un certain nombre de ces films, et ce n'est pas pour rien qu'un grand nombre de ces auteurs se sont illustrés dans le film noir. Si vous vous attachez à l'essence du cinéma européen — de Rossellini à Renoir, de Jean Vigo à Michael Powell, de Fellini à Bergman... —, vous vous apercevrez aussi que le doute joue un rôle essentiel. Les films de ces cinéastes questionnent, s'interrogent, remettent en cause le monde et n'y apportent pas forcément de réponse. Les films américains, même quand ils sont critiques, apportent forcément une réponse. Chez des cinéastes comme Richard Brooks, qui a critiqué énormément de choses aux Etats-Unis, le message reste positif. En Europe, le monde est moins manichéen. On n'est pas sûr d'avoir gagné quoi que ce soit jusqu'à la fin de *La règle du jeu* ; on n'est pas sûr d'avoir gagné quoi que ce soit après avoir regardé *Madame de...* si ce n'est l'extraordinaire émotion que dégagent ces films. Même quand c'est positif, comme dans certaines œuvres de Powell, il y a tellement de questions qui ont été posées à l'intérieur du film, que sa structure même interroge notre imaginaire.

Pour que le cinéma européen existe, il faudrait que les coproductions soient basées sur la création et qu'on évite les règles trop technocratiques. Je pense que les metteurs en scène trouveront tout naturellement des idées de synergie, au niveau européen, si on leur laisse le droit de choisir leurs techniciens, les studios dans lesquels ils tournent, leurs acteurs... Il y a des cinéastes qui ont montré, avant la lettre, que des possibilités existent dans ce sens. Powell, qui faisait des films anglais, avait pris un co-scénariste d'origine hongroise, Pressburger, un décorateur allemand, Ludmilla Tcherina comme actrice et un chef opérateur français, Georges Perinal... Le tout donnant un résultat extraordinaire. Je serais personnellement enchanté de travailler

avec certains chefs opérateurs allemands, ou d'autres techniciens étrangers de talent. Le seul souci, dans la composition de l'équipe d'un film, si l'on veut faire des coproductions européennes, reste les acteurs. Il serait absurde de composer un *casting* en fonction de nationalités, le plus important étant la crédibilité des rôles — comme faire interpréter un rôle français par un Allemand ? Parallèlement aux coproductions, il faut surtout trouver comment distribuer, montrer les films européens, afin qu'ils aient accès tant aux salles qu'aux télévisions. Veiller à ce qu'il y ait des créneaux pour diffuser les œuvres actuelles et les films du passé. Faire revivre notre patrimoine est aussi très important.

La France fait figure d'exception dans le paysage européen mais par le fait même du jeu des coproductions, elle a pu aider beaucoup de cinéastes de tous les pays : Kieslowski, Mikhalkov, Jane Campion (*La leçon de piano* est un film français, il ne faut pas l'oublier). Je suis pour que les cinématographies fortes aient le pouvoir d'aider les réalisateurs de pays où les infrastructures sont moins développées : qu'un cinéaste belge puisse être financé par l'Angleterre ou l'Allemagne. Ce qu'il faut, c'est renforcer les services de diffusion, notamment des télévisions publiques, par des mécanismes d'incitation à la programmation de films européens. D'autre part, EURIMAGES fonctionne bien, je pense qu'il faudrait étendre son action. Les aides européennes qui existent actuellement ne doivent être que le premier pas, le début d'un processus de redéploiement du cinéma européen. Nous avons des fenêtres qui s'ouvrent sur le monde, il faut maintenant les élargir pour en faire d'immenses baies vitrées. Ouvrir grand les portes, pour que les auteurs puissent s'exprimer. Kundera a dit : « L'Europe sera culturelle ou ne sera pas ». Je pense comme lui : l'Europe sera culturelle... ou elle sera américaine.

Propos recueillis par Frédéric Sojcher, mars 1995.

II

L'EXCEPTION CULTURELLE

ENTRE LIBERALISME ET QUALITE, LE CINEMA EUROPEEN : CONTRE LA LOI DU MARCHE

Le cinéma est centenaire. La télévision — sa date de naissance fluctue — est son enfant, de moitié plus jeune. En cent années d'inventions et de travail, le 7^e art aura bouleversé nos conditions de divertissement, empli d'images et de clichés les imaginaires de la planète entière, rivalisé avec ses aïeules, sœurs et petites-filles romanesques ou théâtrales. Ici naît la différence. En cinquante ans d'existence, le cinéma mondial avait enrichi la culture universelle d'un nombre impressionnant d'œuvres majeures. Empruntant volontairement mon exemple à un cadre institutionnel (les trois premiers films inscrits au programme du baccalauréat audiovisuel français), il fallut moins de cinq décennies pour que l'industrie du cinéma, parfois en dépit d'elle-même, offre à notre contemplation, comme à notre pensée, *Citizen Kane*, *M. le maudit* et *La règle du jeu* (autant de titres que l'on peut librement et longuement remplacer par d'autres). Chante-t-on le même refrain du bonheur avec des fictions télévisuelles ? Ou, pour éclairer la question d'un autre angle de caméra, quel amateur, quel esthète, quel chercheur, consacrerait autant de temps au visionnement du meilleur des téléfilms qu'à l'un quelconque de ces trois chefs-d'œuvre ?

De ce simple constat, au delà de toute passion, surgissent trois interrogations dont l'importance, hélas, ne devrait que croître.

1. A qui la faute ? Aux professionnels ? Aux structures de production ? Aux investisseurs ? Aux politiques ? Pourquoi pas au public lui-même ? Questions largement délaissées par la recherche, à moins que personne n'ait réellement envie de se les poser.
2. En cinquante années d'existence, *sur le terrain de la fiction*, la télévision n'a contribué à aucune innovation esthétique majeure. Tout juste a-t-elle favorisé la carrière de quelques cinéastes (en Angleterre, en Suisse, notamment), dès lors remarqués dans le champ du 7^e art exclusivement. Quant aux réalisateurs proprement de télévision, leurs tentatives dans le monde du cinéma furent sans lendemain. Dans la mesure où les chaînes de télévision, publiques ou privées, assurent et assureront dans l'avenir une part importante des financements, le renouvellement esthétique du 7^e art sera-t-il encore possible à l'aube du XXI^e siècle ?
3. En conséquence, et puisque le cinéma garantit seul à ce jour la haute valeur symbolique des fictions narratives, qu'advient-il si sa dépendance à l'égard de la télévision et l'accent mis sur le seul divertissement devaient s'intensifier ?

En bref, et par delà certaines dramatisations excessives, ce n'est pas la mort du cinéma en tant que forme de divertissement qu'il convient de redouter mais la paupérisation de sa fonction symbolique, phénomène dont il n'a pas l'exclusivité en cette fin de siècle.

Télévision et cinéma ne trouvent essentiellement leur place sociale qu'en tant qu'activités de loisir. Succédant aux pressions et aux fatigues générées par le monde du travail, leurs fonctions sont d'ordre réparateur et compensateur : relâchement des

tensions corporelles et psychiques, sortie de soi et de la conscience proche, captation par une altérité permettant la dissipation momentanée de tout facteur anxio-gène relatif à l'existence du sujet propre, abandon à des processus imaginaires autorisant de fortes satisfactions émotionnelles, le plus souvent à tendance narcissique. Tout ceci, fort commun, pouvant être subsumé sous le concept « d'évasion ». Mais cette formule, commode, dissimule l'un des ressorts essentiels de toute participation à une distraction de masse.

Toute théorie du spectacle devrait prendre le plaisir pour mesure. Ou plutôt, les plaisirs. A l'évidence un mélodrame ne repose pas sur la même gamme de satisfactions qu'une aventure aux îles, un western qu'une comédie musicale. Que les femmes pendant longtemps, ait boudé les films de guerre ou d'action au profit des drames sentimentaux éclaire le régime libidinal dont elles privilégiaient, pour elles-mêmes, la délectation imaginaire. Autant de plaisirs propres, aux sexes donc, aux âges, aux nationalités, aux époques (ainsi l'après-mai 68 fut-il marqué par un goût certain pour les récits de transgression peu ou prou libertaires) et que les genres ou les cinémas nationaux servent de façon différenciée tout autant qu'inégale. Aussi ne doit-on pas s'étonner que tel ou tel type de films, à une époque donnée, quelquefois pour de courtes périodes, occupe le devant de la scène.

Plaisirs inégaux quant à leurs possibilités d'accès et aux bénéfices secondaires qu'ils sont susceptibles de procurer. Entre la lecture de Racine ou de Platon et une quelconque comédie de boulevard, quelle est la différence ? La seconde génère un plaisir immédiat, dont toute pénibilité est exclue, mais de faible crédit narcissique. Les premiers supposent un effort certain, condition d'un plaisir en partie dérivé. Loin de supprimer les tensions et de réparer des fatigues du jour, ils en suscitent d'autres bien que différentes en nature. Mais c'est un plaisir légitimant. Le Moi y conquiert un certain degré de satisfaction narcissique, justifiant les contraintes qui l'ont rendu possible. A l'inverse, la majorité des productions télévisuelles, aux franges de publics beaucoup plus larges, renvoient d'autant plus leurs spectateurs à des images peu valorisantes, voire carrément dépréciatives, qu'elles doivent leur efficience à une moindre dépense énergétique.

Il va de soi que les biens requérant une moindre tension aux fins de leur appropriation seront massivement préférés. Les biens de haute valeur symbolique réclament non seulement un réel effort mais supposent des acquis, d'autant plus rares et complexes qu'ils requièrent eux-mêmes une savante élaboration. *Aussi ne peuvent-ils, nécessairement, qu'intéresser des franges toujours plus étroites des publics qui leur sont pourtant fidèles.* Jean Renoir l'avait parfaitement compris dès 1954 en déclarant : « On croit que le cinéma, c'est fait pour les six mille personnes du Gaumont-Palace, ce n'est pas vrai ; c'est fait pour trois personnes parmi ces six mille personnes », précisant qu'il « fallait faire une certaine cinématographie à l'usage d'un certain public, d'un public de spécialistes (vu) non pas par les grandes foules dans un endroit mais par de petites foules dans plusieurs endroits » ¹.

Pour cette simple raison, *le cinéma et, d'une manière générale, tous les biens à forte plus-value symbolique ne sauraient être considérés comme des marchandises soumises aux lois de la compétition libérale.* Parler de « films économiquement difficiles » ainsi que le secteur art et essai français s'est habitué à le dire renvoie à une

simple loi de la consommation propre à l'industrie cinématographique. A partir de l'instant où l'ancêtre de l'homme a « choisi », peut-être contre toute sagesse, de se redresser sur ses pattes arrières, il s'est avancé sur les chemins de la transcendance (en dépouillant ce concept de toute connotation indûment confisquée par le domaine du religieux). Sa recherche du plaisir s'est inscrite sous la dépendance de sa propre négation en tant que condition d'une satisfaction plus élevée que l'obtention de plaisirs immédiatement disponibles. Elle s'est dialectisée. Les sociétés modernes, pour se reproduire, supposent l'acculturation d'un nombre croissant de leurs membres. Mais seule une minorité, pour des raisons que nous n'avons pas à aborder ici, s'imposera la contrainte d'un effort proportionnel au degré de développement culturel recherché. La spécificité des films de fiction narrative de statut artistique, par opposition aux produits de divertissement, se situe *évidemment*, sur ce terrain. Pour toutes ces raisons, leurs conditions de reproduction doivent être prises en charge *contre la loi du marché*, c'est-à-dire en relation d'opposition aux modèles de consommation de masse nécessairement en retrait quant à la recherche d'un niveau élevé d'acculturation. Il est frappant de constater combien les sociétés modernes, d'une part, requièrent des efforts et imposent des contraintes de plus en plus soutenues à leurs membres, marginalisant une grande partie d'entre eux, et, d'autre part, convient leurs citoyens en tant que sujets du repos et du divertissement à toujours plus d'évasion et de refuge dans les imaginaires. Ainsi les habitue-t-on au contraire de ce qui leur est par ailleurs nécessaire. Contradiction qui ne manque pas de contaminer les systèmes éducatifs.

De telles questions ne seraient pas à l'ordre du jour du présent article si la tendance actuelle à la standardisation des productions télévisuelles ne leur conférait une importance accrue. Il n'en a pas toujours été ainsi.

Une simple incursion dans le passé de la télévision française conduit à un premier constat. Revoir des séries comme les *Maigret* ou *Les cinq dernières minutes* revient à faire l'éloge de la différence. Le Paris des *Cinq dernières minutes* est aujourd'hui révolu. A l'occasion d'intrigues policières, centrées sur le même couple de fonctionnaires, s'illustrait un Paris de quartiers typés, aux métiers artisanaux géographiquement regroupés, exhibant leur savoir-faire et leurs pratiques héréditaires avec un certain degré de fierté. Si le genre auquel ressortissait le récit condamnait chaque épisode à la sempiternelle répétition de schémas narratifs fort voisins, les décors et les milieux professionnels où était censée éclater chaque nouvelle affaire le dotaient d'une dissemblance telle que le plaisir de la découverte s'ajoutait à celui de la répétition. Les déplacements de Maigret dans la France entière, voire à l'étranger, agrémentaient la série des joies d'un dépaysement et d'un tourisme en images, mais aussi d'un authentique apprentissage de la diversité française. Un chatoiement de couleurs locales évidemment absent de *Navarro* ou de *Garde à vue*.

D'un pays à l'autre cette fois, on distinguera la préférence marquée des Britanniques pour un ton humoristique, où le respect des lois d'un genre se pimente d'un soupçon de parodie (*Chapeau melon et bottes de cuir*). Dans de nombreuses séries allemandes (*Inspecteur Derrick*, *Le Renard*) triomphe un haut degré de moralisme. Le souci de l'ordre, l'affirmation d'une droiture personnelle, imposent leur loi à l'agencement de la fiction. Quelle est alors l'exacte nature du plaisir pris par le

télespectateur, à l'évidence largement à son insu ? Placé sous l'autorité d'une instance directive sévère mais juste, le sujet jouit de la soudaine impression d'un ordre inébranlable. Régime narratif particulier, tel que le récit, à l'instar du personnage central, ne se laisse nullement distraire de sa tâche. Une esthétique de l'assurance et de la réassurance, délivrant ou même réparant le sujet-spectateur de ses propres tendances à la dispersion. Une morale, aussi, du rendement et de l'efficacité dont on devine les liens « d'harmonie » avec certains modèles économiques.

Si l'on observe les séries américaines, par delà leur moralisme inséparable de la défense d'un sens civique bien plus développé que chez les Allemands et, *a fortiori*, que chez les Français (à moins que ce ne soit du pur nationalisme ?), un caractère frappe immédiatement : le goût pour un « surnaturel technologique ». Curieuse expression dont nous saisirons bientôt la pertinence.

Des formules comme *K 2 000*, *L'Incroyable Hulk*, *Mission impossible*, etc., associent la résolution de leurs fictions, mais aussi la quasi-totalité de leurs ressorts événementiels, à la toute-puissance d'un imaginaire technologique. Une voiture mène son conducteur évanoui à destination. Elle saute par-dessus les murs, parle, résiste à l'épreuve des balles. Un homme se substitue à un autre ; il lui suffit de couvrir son visage d'un masque à son effigie et le voici en tous points confondable. Un aviateur déclaré mort ressuscite sous les traits d'un robot humain aux forces décuplées et proprement surhumaines. Invincibilité, invulnérabilité, « immortalité », tels sont les traits de cette « nature humaine ». Même *Papa Schultz*, récit des aventures rocambolesques d'un groupe de prisonniers alliés au cours de la seconde guerre mondiale, retrouve un schéma identique bien qu'il apparaisse aux antipodes de toute argumentation technologique. Foulant aux pieds tout respect de la vraisemblance, les prisonniers placent leur commandant sur écoute, fabriquent des fusées, font sauter des usines, se déguisent en officiers nazis dont ils pratiquent la langue et les mœurs à s'y méprendre. Aussi nous retrouvons-nous sur le terrain de la magie. Tout désir, tout besoin, trouve à se satisfaire sans que nul obstacle vienne lui opposer de résistance autre que conventionnelle.

Sans doute en est-il sur le terrain de l'imaginaire comme sur celui de l'économie. Une civilisation se célèbre elle-même au sein d'un univers entièrement livré aux rêveries les plus fantasmagoriques. Rien ne saurait résister durablement aux facultés d'entreprendre et à la capacité d'invention technologique de l'homme. Toutes ces séries s'inscrivent dans la logique et la continuité de plus d'un siècle d'histoire au terme duquel l'humanité a su mettre à la portée du plus modeste des citoyens ce que ses ancêtres ne pouvaient espérer que sur le terrain de l'imaginaire ou dans l'ordre de la magie. Elles se rejoignent toutes sur un point. Par delà leur diversité événementielle, les télespectateurs, toutes les vingt-six ou cinquante-deux minutes, appartiennent à un monde réconcilié où tout problème posé s'oriente infailliblement vers sa résolution *sans que nul sacrifice ait affecté durablement les protagonistes*. Leur succès naît précisément de leur répétition. En dépit de certaines différences ou variations factuelles, ce sont les mêmes personnages, la même temporalité, les mêmes rythmes, les mêmes enjeux et schémas narratifs, qui se réactualisent sans cesse. Le spectateur accède à l'univers, oh combien confortable, du *toujours garanti à soi-même*.

Certains intellectuels ont pris le parti de se moquer de ce type d'ouvrages. D'autres, au contraire, les étudieront avec le sérieux et la neutralité de la science. Quelques-uns se laisseront impressionner par leurs succès d'audience. C'est là, sans doute, le plus grand danger. De telles séries — qui plaisent tant aux jeunes et très jeunes enfants — subissent finalement toutes les autres (les séries sentimentales, autre grande tendance, relevant pour partie d'une autre analyse). Forclusion de l'échec, résolution garantie des conflits, issue bénéfique et globalement toujours heureuse, accoutument le spectateur à des régimes existentiels en opposition radicale avec leurs conditions d'entrée et d'affirmation dans le monde. Un univers dont les enfants ont partiellement besoin, mais qui fixe les adultes dans l'enfance. Il est frappant de constater combien les sociétés modernes requièrent des efforts et imposent des contraintes de plus en plus soutenues à leurs membres, marginalisant une grande partie d'entre eux, tandis qu'elles conviennent leurs citoyens, en tant que sujets du divertissement, à toujours plus d'évasion et de refuge dans les imaginaires. Ainsi les habituent-elles au contraire de ce qui leur est par ailleurs nécessaire. Contradiction qui ne manque pas de contaminer jusqu'aux systèmes éducatifs eux-mêmes.

Les grands théoriciens de la psychologie des foules sont d'accord sur ce point : dans leur capacité d'adhésion à des *discours* (qu'ils soient oraux, écrits, audiovisuels, etc.), les masses sont essentiellement ambivalentes et finalement conservatrices. « La pensée des foules est toujours une pensée du déjà vu et du déjà connu »², affirme Serge Moscovici. Friande de nouveauté, elle ne la tolère que secrètement porté par l'ancien. Aimant la répétition (du toujours identique à soi-même), elle la recouvre du voile enivrant du surprenant et du jamais vu. De sorte que toute stratégie de production audiovisuelle se doit d'articuler les deux termes de cette *apparente* contradiction. Attirée par l'inédit en tant que renouvellement de l'ancien, la grande masse des spectateurs l'est aussi par la différence en tant que perpétuation du même.

De ceci découlent deux conséquences, la première relativement superficielle, l'autre essentielle.

1. Superficiellement il importe en effet que les pays européens maintiennent leurs originalités respectives. Lieux de rencontres, de connaissance mutuelle, de confrontation à l'altérité, condition essentielle de toute vie démocratique, les productions de chaque pays doivent assurer l'expression et conséquemment l'échange des particularismes nationaux.
2. Essentiellement, car la tendance à l'internationalisation des échanges, l'accent mis (par les Américains) sur le seul divertissement en liaison, pour le cinéma, avec le rajeunissement du public, confrontent les fictions narratives à un risque majeur.

De sorte que dans le bras de fer qui oppose les Européens à l'empire américain des images, deux idées complémentaires doivent être répétées avec force.

1. Contrairement à ce que les Etats-Unis affirment implicitement, la production audiovisuelle ne peut en aucun cas être considérée comme un ensemble homogène tel que de *Robocop* à *Frontière chinoise* (*Seven women*, John Ford, 1966 — pour ne prendre, à dessein, que deux exemples américains) nous serions en

présence de la même marchandise, servant les mêmes besoins et n'ayant d'autre incidence sur les formations sociales que l'éventuelle optimisation d'une denrée consommable (hypothèse par ailleurs contestable, les produits s'imposant sur le marché n'étant pas nécessairement les meilleurs. Voir la commercialisation des magnétoscopes).

2. Le risque encouru est moins d'ordre économique (domination exclusive d'un pays sur les autres, entraînant en leur sein une série de désordres) que symbolique. Risque qui se décompose à son tour en deux sous-ensembles.

- a. L'humanité n'a rien à gagner, mais tout à perdre, à l'uniformisation de ses systèmes représentatifs (ses « réalités idéelles », dirait Maurice Godelier³). Il suffit de revenir sur l'histoire de ce vingtième siècle finissant pour comprendre combien l'aspiration humaine à l'unité porte en elle-même deux mouvements contraires. Génératrice de progrès, elle se pervertit tout aussi bien en réflexe et séduction totalitaire.

- b. Certains courants de l'art moderne ont déserté le terrain du symbolique en prétextant qu'il ne relevait pas de leur compétence (au profit, on le remarquera, d'activités essentiellement ludiques à forte tendance narcissique). Nulle société ne peut se reproduire sur la base d'un tel détournement. Entre les conditions d'acculturation des masses et la recherche de satisfactions ludiques subsiste une contradiction centrale. Pour cette raison, la production de fictions narratives à forte plus-value symbolique ne saurait être assurée dans le strict respect des lois du marché. Celles-ci doivent être contrebalancées par ce que nous appellerons les « lois de l'histoire » : si *La règle du jeu*, par exemple, fut un échec économique et public en 1939, elle s'impose cinquante ans plus tard comme l'un des repères de l'art cinématographique, tandis que bien des succès de la même année sont aujourd'hui oubliés. *La règle du jeu* ne pouvait naître en Amérique. De la même façon, nul ne songerait à définir un programme de mathématique ou de philosophie en fonction de ses chiffres de vente dans les grandes surfaces. Arrachée à l'ordinaire des jours, toute culture résulte par essence d'un acte d'exception. L'exception culturelle répond à cette essence.

 NOTES

¹ Entretien avec Jean Renoir, d'abord paru dans le n° 34, avril 1954, des *Cahiers du cinéma*, puis republié dans *Jean Renoir. Entretiens et propos*, numéro spécial, Editions de l'Etoile/Cahiers du cinéma, 1979, p. 27.

² Serge Moscovici, *L'âge des foules*, Paris, Ed. Complexe, 1985, p. 132.

³ Maurice Godelier, *L'idéal et le matériel*, Paris, Le livre de poche, coll. essais, n° 4147, 1992, p. 21.

POUR LA DIVERSITE CULTURELLE

Steven Spielberg — Le public a le droit d'être entendu. C'est le plus important. Si les Européens n'ont pas envie de voir autant de films américains à la télévision, nous ne devons pas inonder leurs écrans avec les produits télé américains... C'est bien de pouvoir montrer toutes les cultures, mais il faut que vous puissiez avoir le choix de voir des histoires qui parlent de votre pays. Moi, j'ai vraiment de la sympathie pour un pays comme la France qui se bat pour son identité culturelle. Le public doit pouvoir choisir. Il faut qu'il puisse dire aux producteurs ce qu'il veut et ce qu'il ne veut pas.

Eva Bettan — Que pensez-vous de notre cinéma ? Vous le connaissez ?

S. S. — Je connais votre cinéma, j'aime votre cinéma. J'ai beaucoup appris du cinéma français, et je continue d'apprendre.

E. B. — Donc les gens ont besoin de Spielberg, mais aussi de Truffaut et d'autres réalisateurs français ?

S. S. — Les gens ont besoin de réalisateurs de tous les pays, parce que nous sommes tous les mêmes. Il n'y a aucune différence entre les réalisateurs, les auteurs, les comédiens du monde entier.

Entretien réalisé par Eva Bettan.
Cérémonie des Césars, février 1995.

DU CINEMA MUET AU CINEMA MUTIQUE

Il y a peut-être derrière l'histoire de *La belle noiseuse*, le film de Rivette qui a obtenu le grand prix du Festival de Cannes, une autre histoire que celle de la confrontation entre un peintre et son modèle.

Une « histoire manquée ».

Un artiste, confronté à ses doutes et à sa solitude, a laissé une œuvre inachevée, inaboutie. Sollicité par le monde extérieur, il passe enfin à l'acte, mais c'est pour produire un faux, pâle ersatz du chef-d'œuvre qu'il aurait réalisé dans le secret de son atelier. Que ce chef-d'œuvre existe ou non importe peu : il l'a muré, c'est une œuvre qui ne vivra pas. Notre artiste a choisi délibérément le silence, le mensonge, le simulacre. Horrible histoire, histoire de mort.

Serions-nous, cinéastes d'aujourd'hui, comme ce peintre ? Ne choisissons-nous pas le simulacre, l'abdication et le silence face à l'emprise grandissante de la télévision et des salles vides ? Nous vivons la plupart du temps dans le souvenir nostalgique du septième art, mais nous produisons de l'audiovisuel.

Année après année, on concocte des réformes, des accommodements structurels qui ne font qu'augmenter la dépendance du cinéma, art du spectacle, aux médias et à la télévision. La profession tremble à l'idée d'être confrontée au marché européen et campe sur des positions défensives et conservatrices. L'Europe est vécue comme une menace alors que c'est à nous de la façonner pour qu'elle soit une ouverture économique et artistique. L'étranger nous envie les accords passés avec les chaînes de télévision, et il est vrai que grâce à eux, la production française parvient à se maintenir à un niveau honorable, quantitativement. Ces accords ne sont pas fondamentalement remis en question par les cinéastes : partant du principe que le marché des salles ne peut pas financer à lui seul la production, tout apport d'argent est le bienvenu.

Cette position n'est défendable que si l'on envisage la production du seul point de vue financier. Elle est nettement plus discutable si l'on envisage la production dans toutes ses dimensions économiques : en salle, le film n'a que lui-même à offrir ; sur le tube cathodique, il vend de la lessive. Elle ne l'est plus du tout si l'on envisage la production du point de vue artistique. C'est dans l'air du temps que de ramener toute activité humaine à sa seule dimension financière, boursière. Mais s'agit-il seulement d'argent ?

En nous aliénant à la télévision, nous sommes obligés de confondre « rencontrer le public », ce vers quoi nous devons tous tendre, avec « plaire au public », qui est sa traduction veule et strictement mercantile. Car la télévision est avant tout une énorme machine publicitaire, un « loueur d'espace » financé par des annonceurs. Du point de vue de ces derniers, l'émission de télévision (les films, le *show*, le journal, n'importe quoi), n'est qu'une accroche destinée à s'accaparer l'attention de l'audience la plus large et la mettre en état de digérer le vrai message, le seul qui compte : le message publicitaire.

Nous le savons bien, c'est *in fine* l'annonceur qui détermine la nature, la forme et le contenu du film que l'on met en chantier. La télévision n'envisage avec bienveillance que les projets destinés à l'audience la plus large, c'est-à-dire les projets les plus neutres, les plus médiocres, voire les plus vulgaires. On sacrifie à la loi du nombre et l'on se soumet aux lois de la logique publicitaire. Il ne s'agit plus de communiquer mais de faire du bruit médiatique. Aller au-devant du désir du public, lui donner sa dose quotidienne. Logique publicitaire qui se double d'une logique prétendument démocratique : le sondage.

Si d'aventure, un projet plus ambitieux est retenu, il sera exclu de la tranche horaire de 20h30 (le fameux *prime time*) et diffusé plus tard dans la nuit. L'apport financier sera en relation directe avec le taux de rentabilité publicitaire de cette tranche horaire : dérisoire. Et nous mettons les pouces, parce que le coproducteur télévision dispose chaque fois d'une minorité de blocage. Sans lui, pas de film. Alors on s'adapte, on cherche à plaire, c'est-à-dire à confirmer ce que tout le monde veut entendre.

La lèpre des sondages gagne même le marché des salles. Le mercredi, jour de sortie des films, un regard sur ciné-chiffres scelle la carrière d'un film. Et sur la base de ces chiffres, en faisant des extrapolations hasardeuses et des amalgames de genres douteux, on décide de la production future. Stratégie frileuse et timorée, guère favorable à l'originalité. Nous tolérons que ces mêmes chiffres soient publiés par *Pariscope*, *7 à Paris*, *L'Officiel*..., pour aider le public à choisir un film, selon des critères qualitatifs, sans doute ? On m'objectera que les faits sont là, il faut bien collaborer avec la télévision. Je répondrai qu'il n'y a pas de bonne raison pour que le public aille voir en salle un film de plus en plus pensé pour la télévision. A force d'abdications successives, nous avons cessé d'être en prise sur le réel et nous n'intéressons plus grand monde.

Nous nous faisons les porte-parole des marchands de voitures et de transistors. Pourtant il existe des films qui, sans faire de concession, ont une carrière honorable en salle : *Le festin de Babette*, *Urga*, *Thérèse*, *Les ailes du désir*, *La discrète*, *Le petit criminel*, *La double vie de Véronique*, *La belle noiseuse*, tant d'autres. Des films hors normes, hors moule médiatique dont personne ne pouvait prédire le succès. Des films en marge de ce que la télévision souhaite coproduire et qu'elle ne coproduit qu'avec des réticences grandissantes. Combien de temps cette marge pourra-t-elle survivre ? Or, ce sont des films de cette trempe qui, à terme, peuvent faire vivre le cinéma, pas le tout-venant audiovisuel. La désaffection du public s'explique autant par la concurrence directe de la télévision que par les rapports ambigus que nous entretenons avec elle et qui nous incitent à adopter une attitude démissionnaire. Nous nous devons de briser les rapports de dépendance artistique qui nous lient à la télévision.

Le cinéma est un art du spectacle. Aller au cinéma, au théâtre, au concert ou au cirque, est un acte volontaire. C'est choisir de sortir de son cocon, se confronter à d'autres, s'enrichir du regard d'autrui posé sur les autres ou sur soi-même. Se confronter à la différence : à la sensibilité des autres, au rêve des autres, au doute des autres. C'est une expérience de vie, à côté des autres, avec les autres, là, dans la salle. Elle peut se prolonger au bistrot, au restaurant, dans la rue.

Regarder la télévision, c'est être transformé en consommateur : rentrer dans sa prison domestique, allumer machinalement le poste et zapper jusqu'à ce que sommeil s'en suive. C'est se soumettre à une vaste entreprise de normalisation idéologique et culturelle, une entreprise d'homogénéisation des masses, des morales, des sensibilités et des aspirations spirituelles, dont les effets se font sentir dans les habitudes alimentaires et vestimentaires, les conditions d'habitat, les normes de vie sociales et les conduites amoureuses.

La télévision est au cinéma ce que l'urbanisme de banlieue est à l'architecture. C'est le tourisme de masse qui envahit les couloirs du Louvre, comparé à l'émotion que l'on peut ressentir face à une œuvre d'art. La relation cinéma-télévision est une relation contre nature.

Canal + se comporte différemment vis-à-vis de la production cinématographique, peut-être parce que le spectateur de Canal + paye pour voir. Acte volontaire qui implique choix, curiosité, sens critique. Acte qui le rapproche du spectateur en salle.

La télévision, c'est aussi une gigantesque machine industrielle dont l'objectif premier n'est pas la diffusion de programmes mais la vente de composants électroniques et de produits finis : récepteurs, magnétoscopes, antennes, etc. Le programme, une fois de plus, n'est qu'une accroche, un alibi destiné à faire tourner cette machine industrielle, liée à l'industrie spatiale et militaire. Lorsqu'on discute du choix des normes d'une télévision haute définition, il ne s'agit pas d'améliorer la qualité des programmes ni d'aller au-devant d'un souhait du public, mais de créer un nouveau besoin pour renouveler la parc des récepteurs. Qui sera en mesure d'imposer sa norme contrôlera ce juteux marché, à l'échelle planétaire. Imagine-t-on vraiment que *La roue de la fortune* sera moins scandaleusement débilitante en mille deux cents et quelques lignes qu'en six cent vingt-cinq ?

Que dire alors d'une chaîne comme ARTE ou des quelques émissions de qualité qui émergent parfois ? Elles ont malheureusement quelque chose du rayon « charcuterie fine » dans un supermarché. Des discours des responsables de l'audiovisuel en disent long sur l'avenir de ces émissions.

On peut me rétorquer qu'il faut vivre avec son temps, que mon propos est nostalgique, passéiste, conservateur. Je répondrai que se laisser complaisamment bâillonner en échange d'un viager précaire, ce n'est pas vivre avec son temps, c'est le subir. Vivre avec son temps, pour un artiste, pour un cinéaste, c'est rendre ce temps plus intelligible, plus sensible et accessible. C'est proposer des formes de connaissance du monde, de maîtrise du réel, non pas à la manière de la science, mais « comme une sorte de respiration de l'âme, assez analogue à celle physique, dont ne peut se passer le corps »¹. C'est aussi prendre position, intervenir

Aujourd'hui, le moins qu'on puisse dire est que le réel des cinéastes et celui du public ne coïncident pas. Dialogue de sourds, incompréhension réciproque, perte de contact attestée par les taux de fréquentation des salles. Le cinéaste ne comprend plus le monde, et le monde ne comprend plus le cinéaste. Pourtant l'idée cinéma n'a jamais été aussi vivante. Elle fait vendre... des revues, des *tee-shirts*, des gadgets. On n'a jamais autant parlé, écrit sur le cinéma.

Le nombre de festivals cinématographiques est proprement invraisemblable. Le désarroi des cinéastes s'exprime dans leurs films : un nombre significatif d'œuvres met en scène des artistes confrontés à eux-mêmes ou à leur univers immédiat et sur lequel ils se replient. Un nombre non moins significatif de films propose des univers d'imagination pure, désincarnés, sans relation aucune avec le quotidien, avec le réel de tout un chacun (*Délicatessen*, *Alberto express*). Comme si les cinéastes rejetaient le réel. Et le public, asphyxié par le réel hostile et insensé, rejette le cinéma parce qu'il se sent ignoré de lui.

C'est que le laminoir a bien fonctionné, à l'Est comme à l'Ouest de notre monde occidental. Que ce soit à coups de catéchisme collectiviste ou de contre-vérités mass-médiatiques et libérales sauvages, le résultat est semblable : le vide culturel, l'obscurantisme. Le réel quantifiable, mesurable est sordide, effrayant. Les deux-tiers de la planète crèvent la faim.

Une moitié du monde occidental implose. L'autre se sent autant menacée de l'intérieur par la masse des chômeurs et des sans-abri que par le tiers-monde. On s'y sacrifie, on s'y bat et l'on meurt pour des causes dignes de la première guerre mondiale, que dis-je, d'avant le siècle des lumières, d'avant la Renaissance. Là, juste à côté de chez nous.

Et chez nous ? Près de trois millions ² de chômeurs, une gigantesque banlieue qui mange la ville et la campagne, une banlieue habitée par des millions de « personnes déplacées », sans repères moraux, éthiques, ou culturels. Sans passé, sans avenir. Sans autre perspective que la compétitivité et le « *struggle for life* » qui est un véritable retour à la barbarie. Le désarroi et le chaos touchent toutes les couches de la population. Force est de constater que l'Occident, capable de maîtriser l'atome, de comprendre les mécanismes biologiques de la vie, de faire financièrement et militairement la loi à l'échelle planétaire, n'est pas capable de proposer la moindre perspective spirituelle, de donner un sens au monde, ou de concrétiser la moindre idée de justice et de fraternité. L'Europe entière, coupée de ses racines rurales, ouvrières, populaires et familiales, tremble. Peur de l'étranger, peur du voisin de palier.

Fuite en avant dans le national-populisme, l'opportunisme, le sectarisme religieux, racial, régional, le fascisme ordinaire, la violence.

Perte des repères, confusion des valeurs. Sans doute est-ce pour se rassurer qu'on veut voir dans les *tags* l'expression d'un art brut, un art populaire. Malheureusement, il s'agit tout au plus de l'équivalent du chien qui pisse sur un mur : laisser partout sa trace pour affirmer son existence. Mesure-t-on le niveau de misère sociale et culturelle qu'un être humain doit avoir atteint pour en arriver à une telle extrémité ?

Pendant les quelque quinze, vingt années où l'histoire faisait un gigantesque bon en arrière, les intellectuels, les artistes et les cinéastes se sont repliés sur eux-mêmes : ils ont déserté l'Agora, déboussolés sans doute par l'expérience amère des années 68. C'est en spectateurs avertis mais passifs et silencieux que nous, cinéastes, avons assisté à ces bouleversements. Nous étions sans doute trop préoccupés par le court terme : parviendrons-nous à conserver un strapontin dans le paysage audiovisuel français ? Aujourd'hui, la question se pose crûment : le cinéma européen est-il en-

core capable d'être en prise sur le réel ? La question des retrouvailles avec le public et de la survie de ce métier ne se pose pas en d'autres termes. Pour y arriver, il faut au moins abattre trois barrières qui masquent le réel.

La première est celle qui représente la collaboration avec la télévision qui a pour conséquence dans sa forme actuelle une inféodation aux lois de la publicité et une tyrannie de la mesure d'audience. Il faut se libérer de la censure douce exercée par la télévision, il faut cesser d'en être l'otage.

La deuxième barrière est celle résultant de l'étanchéité absolue entre le monde de la distribution et les équipes de réalisation. Tout se passe comme si, seul, l'aspect commercial de la distribution devait être pris en compte, et qu'il valait mieux en laisser l'entière responsabilité à des spécialistes.

Or, c'est dans la salle qu'une œuvre cinématographique existe réellement, qu'elle vit, qu'elle meurt. Toute idée de spectacle part de la salle et trouve son aboutissement. C'est là qu'on peut sentir le public, et entamer un travail en profondeur et de longue haleine, sur plusieurs films. Aujourd'hui, il s'agit de reconstituer un public autant que de créer de nouveaux rapports entre auteurs et public. La salle est une partie de la réalité du métier qu'il faut assumer. C'est ce que faisait Méliès. Les gens de théâtre l'ont fait et le font. En Allemagne, le *Folksbühne*, organisation théâtrale par abonnements, a regroupé jusqu'à cinq cent quarante mille adhérents (en 1927).

Le travail de Jean Vilar est indissociable du travail fait en direction des salles et des régions. Plus près de nous, le Filmverlag der Autoren, en RFA, a puissamment contribué à la renaissance du cinéma allemand. Les *majors*, Gaumont et UGC, gèrent la réalisation, la production et la distribution.

Il est clair que les systèmes que j'évoque ont ou avaient des objectifs fort différents les uns des autres, parfois radicalement antagonistes. Au sein même du Filmverlag der Autoren, des contradictions irréductibles ont fini par opposer les membres fondateurs. Ce qui est remarquable, c'est que les systèmes qui impliquent les auteurs sont viables, fût-ce le temps de lancer une dynamique, qu'ils naissent poussés par la nécessité et que leurs effets sont généralement bénéfiques.

Dans l'ensemble, le système de production-distribution traditionnel a été longtemps fécond. Le cinéma n'a pas à rougir de son histoire et certainement pas d'être parvenu à concilier parfois art, produit de grande consommation, industrie et finance. Mais aujourd'hui, ce système est déséparé et ne pense plus qu'à sauver les meubles. Cela a commencé il y a une vingtaine d'années, lorsque, pour contrer l'influence de la télévision sur son propre terrain, on s'est mis à diffuser les films *simultanément* dans le plus grand nombre possible de salles. Le film devenait un événement médiatique éphémère lancé à coups de campagnes publicitaires hors de prix. L'obsession du directeur de salles n'est plus d'avoir un bon film à l'affiche, mais de renouveler son affiche le plus rapidement possible. Un film chasse l'autre.

Cette politique du *scoop* se double bien évidemment d'une lutte monopolistique au détriment de l'accès du public au film, lutte d'autant plus cruelle que le marché se rétrécit. Fort récemment encore, UGC, Gaumont et Pathé, qui contrôlent plus de la moitié des salles à Paris et représentent 68 % des tickets vendus, ont été condamnés pour avoir écarté à plusieurs reprises des exploitants indépendants de l'accès aux

films de première exclusivité. Ce n'est pas la vie du film qui compte, mais la survie de la machine à produire-distribuer. Et les rouages de cette machine sont grippés au point de la tétaniser. Elle n'invente plus, se fait dérober ses propres mythes par la télévision, elle est incapable d'en créer de nouveaux. Inféodée à des systèmes de financements contradictoires, elle se laisse embarquer dans une fuite en avant dictée par ces systèmes de financement : sa survie ne dépend plus que pour une part réduite du marché des salles. L'à valoir distributeur appartient au passé.

Certains accords de coproduction avec les chaînes sont tels que, du point de vue de la chaîne, il est préférable que le film ne connaisse pas un succès public (lorsque le passage sur antenne se paye en fonction du nombre d'entrées en salle). Des sociétés importantes consacrent des sommes appréciables au rachat de films anciens plutôt que de produire, pour constituer des catalogues de films à vendre ultérieurement aux télévisions. On racle les fonds de tiroirs, on liquide, on se recycle dans l'audio-visuel.

Le passage des films sur antenne relève de la vente forcée : le consommateur du produit que l'on nous vend n'achète pas vraiment ce produit, ou du moins il n'en a pas conscience (il allume le poste), mais il paye de toutes façons, même s'il ne consomme pas, ne regarde pas. Même s'il n'a pas la télévision. Il paie en achetant un *jeans*, une boîte de conserve, une voiture, dont le prix de vente inclut les frais publicitaires qui payent la télévision. Le système de production-distribution vit dans un état proche de la schizophrénie. Il feint de s'adresser au public cinématographique, alors qu'il perd graduellement le contact avec celui-ci. Il veut occulter le fait qu'il est otage des médias alors qu'il en vit. Il célèbre le souvenir évanescant de sa splendeur première au cours de fêtes rituelles vidées de leur substance qui font tout au plus des émissions de télévision médiocres : les festivals, les Césars... Il confond les moyens (financiers) et la finalité. Il en oublie de faire du cinéma.

Essayer de peser sur la chaîne de financement en créant des sociétés d'auteurs-producteurs peut, pour un temps, résoudre des problèmes ponctuels liés à un projet ou à une trajectoire personnelle. Mais fondamentalement, cela consiste à prendre en charge les mêmes contradictions que celles auxquelles sont confrontés les producteurs, sans en modifier les termes. Par contre, intervenir au niveau de la distribution, c'est se donner une chance d'agir sur les données qui sont à l'origine de la perturbation de la production et du désarroi des auteurs.

L'avènement de la télévision n'explique pas à lui seul la chute de fréquentation des salles. Celle-ci a débuté avec le bouleversement du paysage urbain (l'ironie veut que la première chaîne soit gérée aujourd'hui par l'un des artisans de ce bouleversement : Bouygues). Les centres-ville se sont vidés. Leurs habitants ont été rejetés dans des banlieues dont le centre commercial tient lieu de cœur de la cité, les voies rapides et les échangeurs, de promenade. Le trajet du logis au travail s'allonge sans cesse. On l'effectue seul. Seul au volant de sa voiture, seule au milieu de la foule du métro, du RER ou du train de banlieue.

Pas un mot, pas un échange possible. Dans le centre-ville, ici et là des ruines de quartiers autrefois vivants, où semble se concentrer toute la misère du monde, en attente de la pioche des démolisseurs. Ailleurs, quelques îlots qui sont autant de musées envahis par les touristes. Des façades hausmanniennes abritent de plus en

plus de bureaux. Paris *intramuros* ne compte plus que quelque deux millions d'habitants, et trois quartiers où le cinéma survit presque honorablement. Les Champs-Élysées, Montparnasse et Saint-Michel-Odéon-Saint-Germain. Quelques salles vers Opéra, deux sur les grands boulevards. Ce n'est pas un hasard : des restaurants, des boutiques et des bars abondent dans ces quartiers. On pourrait se croire dans une cité. Ailleurs, c'est le désert, ou presque. Le cinéma serait-il malade de l'implosion des villes ? C'est fort probable.

Dans ces quartiers privilégiés, le concept salle n'a pas fondamentalement évolué depuis l'immédiat après-guerre, même si un timide effort est fait pour accueillir le public plus décemment. Des opérations du type *ticket d'or* ont quelque chose de pathétique, il faut toujours faire la queue dans le froid et la pluie, se farcir une demi-heure de publicité, et surtout, arriver à garer sa voiture. Le cinéma pourrait disparaître, faute de places de parking. Le secteur de la distribution ne parvient pas à imaginer une réplique adaptée à la situation.

Un groupe belge flamand propose une stratégie plus agressive, de type nord-américaine : des complexes multi-salles accolés à de gigantesques parkings à la périphérie des villes (Dékascoop, à Gand ; Kinépolis, à Bruxelles). Les conditions de projection y sont exceptionnellement bonnes, le taux de fréquentation exceptionnellement élevé. Mais la formule n'est applicable telle quelle que dans des villes paisibles de moyenne importance (où trouver la place nécessaire à la périphérie de Paris ?). En somme, ce principe de distribution est calqué sur le principe de la distribution des biens de grande consommation : le supermarché. Même localisation géographique, même principe architectural, même abondance de produits. Un film fait-il salle comble ? On peut zapper sur l'une des autres salles. C'est un cinéma tayloriste, sorte de *drive-in* actualisé qui s'adresse à des consommateurs. Le film européen et le film d'auteur y sont encore moins prisés qu'ailleurs. Après le spectacle, on n'a d'autre choix que de se réfugier dans sa voiture pour retrouver au plus vite son téléviseur chez soi. Les parkings ne sont pas des endroits très accueillants et le parc d'attraction d'à côté est fermé à cette heure.

Il subsiste, en marge du réseau de distribution commerciale classique, quelques réseaux indépendants, des salles d'art et d'essai, des salles municipales. Ce qui semble animer les responsables de ces réseaux, c'est d'abord le goût du cinéma et du spectacle. Quelque chose qui relève du plaisir. Est-ce cela qui conduit certains à imaginer des lieux plus conviviaux, plus chaleureux ? Le plus souvent, c'est peu de choses : un foyer, un bar. Comme au théâtre. Ailleurs c'est plus ambitieux : une librairie, un restaurant, une galerie de peinture. Ou encore cette formule qui semble incongrue : cinéma-bar-boîte de jazz. Mais peu importe. L'essentiel est que ces salles proposent une alternative plausible à la salle traditionnelle, alternative qui prend en compte la dégradation du tissu urbain. La salle offre ce que la ville se refuse à offrir : un espace ouvert à la rencontre, à l'échange, à la curiosité, au partage. On peut y prolonger la saveur d'un spectacle avec des amis autour d'un verre ou d'un repas, fouiner dans les rayons de la librairie, découvrir plus tard une musique ignorée. Est-ce une dérive du concept-salle, une proposition iconoclaste ? Je ne crois pas. Certains musées pratiquent cette politique, et non des moindres. Leurs taux de fréquentation peuvent faire pâlir de jalousie un directeur de salles. Du temps de la

splendeur du cinéma, la ville ou le quartier, l'environnement immédiat de la salle appelaient à l'échange, à la communication. La cité remplissait sa fonction d'Agora, et la salle conventionnelle y était à sa place.

Aujourd'hui, la ville inhibe l'échange. Il faut être un cinéphile endurci pour descendre dans les parkings aménagés en cinéma, près du Front de Seine. Il faut du courage pour sortir d'une salle des Halles, après dix heures : traverser des couloirs de béton brut couverts de graffiti et qui puent l'urine, déboucher dans des galeries marchandes désertes, uniquement peuplées de zonards et de vigiles avec leurs chiens.

En banlieue c'est pire : il fait triste mine, le cinéma, oublié au milieu de la désolation de l'avenue Karl Marx ou du boulevard de Lattre de Tassigny, au milieu de nulle part.

La salle d'aujourd'hui doit prendre en charge une partie de ce rôle normalement dévolu à la ville, ou disparaître. Il faut qu'elle change de nature, qu'elle élargisse son champ d'intervention, qu'elle investisse la cité : qu'elle devienne Agora. Je me plais à rêver de lieux qui regrouperaient cinémas, théâtres, auditoriums, librairies, foyers-bars, restaurants, galeries d'art. Non pas à la manière des centres culturels, lieux souvent sacralisés et rébarbatifs, ni à la manière du Forum des Halles (on y trouve tout ou presque, mais dans un environnement hostile et frelaté, particulièrement à l'heure du spectacle). Des lieux où l'hédonisme aurait droit de cité, où coexisteraient « l'apollinien et le dionysiaque ».

Soit, le cinéma est affaire de consommation de masse. Mais on ne peut pas occulter sa dimension culturelle, artistique. Et les choses de l'art « ne parviennent à la plénitude de leur être propre, qui est d'apparaître, que dans un monde commun à tous. Dans le recel de la vie privée, les objets d'art ne peuvent atteindre leur propre et inhérente validité ». Quant au goût, au jugement critique, « il réclame la présence d'autrui pour être valide (...). Contrairement à l'adage courant, les jugements de goût sont soumis à la discussion, puisque nous espérons que le même plaisir est partagé par autrui (...). Il ne peut fonctionner dans l'isolement strict, ni dans la solitude »³.

La salle doit combattre l'exil où sont relégués spectateurs et cinéastes, et permettre la transformation de la consommation passive en activité de goût. Le cinéma, plus qu'un loisir, est une expérience de vie capable de transformer celui qui la fait. Mais il faut pour cela que le lieu de cette expérience soit un lieu de confrontation aux autres, pas un lieu hors la vie.

Quelques salles explorent cette voie. Il faut créer des réseaux commerciaux dont les principes de gestion économique sont fondés aussi sur des données sociales, culturelles, politiques et symboliques. Cela passera probablement par la création de structures de production-distribution associant les auteurs. Cela implique une concertation entre les différents secteurs d'activité du spectacle, les pouvoirs publics, les collectivités locales, les urbanistes. Les auteurs et techniciens du spectacle sont partie prenante dans cette affaire : c'est leur rôle social qui est en cause, leur responsabilité de créateurs et d'artisans, la survie de leur profession et de leur art.

Opposer à cette proposition les taux de fréquentation généralement plus élevés des salles des Champs-Élysées serait faire preuve de partialité. Les salles que je cite en

exemple ne disposent pas de moyens publicitaires significatifs, n'ont pas aisément accès aux films de première exclusivité et sont souvent implantés dans des quartiers défavorables. Or ces salles parviennent à se maintenir à peu près à flot. Cela vaut une analyse plus approfondie.

Les complexes excentrés de salles de type Kinépolis pulvérisent les prévisions les plus optimistes. Cela doit être pris en considération. Les Parisiens amateurs de théâtre osent faire le déplacement aux Amandiers à Nanterre, à Bobigny ou à la Cartoucherie de Vincennes. Les bons spectacles y font salle comble, pas les spectacles racoleurs.

Des complexes de salles tels que je les préconise draineraient même le jeune banlieusard, simplement parce qu'il y ferait bon vivre, parce qu'il y serait agréable d'y emmener sa petite amie, parce qu'il ne s'y sentirait plus maintenu à l'écart de la société civile, de la vie tout simplement. Autre chose que de zoner dans le centre commercial.

Les citoyens souffrent de cet exil résultant du développement anarchique de la cité et des médias. Les comportements identitaires agressifs qu'ils adoptent de plus en plus sont symptomatiques d'une véritable asthénie culturelle. Mais lorsque la violence explose, c'est contre le béton, la banlieue, le centre commercial : contre les obstacles qui les tiennent écartés de la vie. Elle explose même contre les lieux où l'on sacrifie au culte des « dieux du stade ». C'est derrière des grillages, sous surveillance policière que l'on assiste à un match de foot. Lorsque la flamme olympique arrive aux Champs-Élysées, les rues avoisinantes sont bloquées par des forces de police. De la Concorde au Louvre, des rangées de CRS casqués, équipés de boucliers et de fusils lance-grenades. Comme si l'on mesurait la violence faite au citoyen en transformant les jeux de la paix en messe médiatique, comme si l'on redoutait que des mécréants, des apostats ne viennent troubler l'office. La cité ne supporte pas ses fautes. Ne supporterait-elle pas plus les moyens d'y remédier ? Choisira-t-elle de canaliser cette violence exclusivement contre l'autre dans l'espoir de préserver au moins le centre commercial, via le tube cathodique ?

C'est ma foi, possible. On sait maintenant l'importance qu'attachent la plupart des responsables de chaînes à leur mission culturelle, à la dimension éthique de leur métier, à la qualité de l'information. L'argent-roi justifie tout, même la privatisation du patrimoine génétique de l'humanité à des fins commerciales

Je ne pense pas une seconde que le cinéma, le spectacle ou plus généralement la culture puisse d'une manière décisive et radicale modifier le cours de l'histoire. Je suis persuadé que la satisfaction de besoins matériels et sociaux passe avant la satisfaction de besoins culturels. Mais je suis persuadé aussi que l'inculture et l'ignorance, qui sont des formes d'exclusion, engendrent les comportements les plus rétrogrades, les plus redoutables. De ce point de vue, nous n'avons pas le droit de (laisser) murer nos œuvres. Aujourd'hui se préoccuper des conditions d'accès aux œuvres est une nécessité et un devoir pour nous.

La dernière barrière est celle de la frilosité corporatiste et du repli sur le territoire national. Le marché français ne peut à lui seul financer une production cinématographique. Le marché européen, peut-être. Encore faut-il être en mesure d'y accé-

der. Il faut l'inventer, cette Europe. Cela passe par des accords de coproduction associés à des accords de distribution au prorata des parts et non plus des territoires nationaux. Cela passe forcément par une révision des critères d'attribution de la nationalité des films. Cela implique que les organisations professionnelles françaises se concertent avec les organisations étrangères pour inventer et proposer à l'échelle européenne, des principes de fonctionnement, des règles, des conventions sociales qui prennent en compte les préoccupations des uns et des autres. Camper sur des positions défensives nationales ne conduit qu'à préparer le moment où la déréglementation totale l'emportera sur les intentions les plus louables et où l'industrie cinématographique américaine aura définitivement supplanté le cinéma européen.

Janvier 1992

NOTES

¹ René Huyghe, *Sens et destin de l'art*.

² En 1992.

² Hannah Arendt, *La crise de la culture*.

PLAIDOYER PARADOXAL POUR UN CINEMA COMMERCIAL

« Du cinéma muet au cinéma mutique » a été lu par une dizaine de personnes. Certaines sont restées très perplexes devant un texte qu'elles ont interprété comme un plaidoyer pour une économie du cinéma calquée sur celle du théâtre ou de l'art et essai.

Je me dois donc d'en préciser certains aspects.

Il serait sécurisant de pouvoir envisager les problèmes économiques du cinéma en s'appuyant uniquement sur des données chiffrées, du mesurable, du quantifiable.

Même si une telle démarche doit mener à un constat de faillite, au moins ce constat semblera-t-il fondé sur un solide bon sens : il aura toutes les apparences sécurisantes de l'exactitude scientifique.

Se limiter à des équivalences mesurables, c'est réduire l'économie à ses seules causes mécaniques, et occulter le fait que les pratiques humaines, qui déterminent l'économique, obéissent à des raisons qui ne peuvent être réduites à la seule raison économique. Autrement dit, l'analyse économique doit prendre en compte *aussi* le social, le culturel, le symbolique, le politique.

En introduction au rapport Bredin, on peut lire ceci :

« Le cinéma ne peut être approché ni du côté de l'économie, ni au côté de la culture. Il faut agir à leur carrefour.

Le cinéma, c'est un film dans une salle (...). Une bobine de celluloïd (...) ne renaît à la vie que projetée sur un écran. Le film et la salle sont aussi solidaires de l'avenir du cinéma que le partage de la recette ».

La salle est le carrefour de l'économie et du culturel.

Etudier le carrefour donne, en première analyse, des chiffres : les taux de fréquentation. Ils sont instructifs, certes, mais ils ne donnent qu'une description financière et statistique d'une pratique (aller ou non au cinéma), ils ne décrivent pas les mécanismes qui conduisent à cette pratique.

Pourtant, ces mécanismes semblent déterminants aux yeux des rédacteurs du rapport Bredin, puisqu'ils écrivent en conclusion :

« Les forces sont très nombreuses, dans les sociétés modernes, qui menacent l'avenir du cinéma : conditions économiques, rythmes épuisants de la société industrielle, civilisation du chez soi, repliement sur la cellule familiale, évasion du week-end, et bien sûr commodités du petit écran ».

Ce rapport suggère par ailleurs d'entamer une étude sociologique du spectacle, de la forme et du lieu du spectacle, et du spectateur.

C'est que le cinéma est un ménage à trois : il y a le responsable économique (le producteur), le responsable artistique (le réalisateur) et le *spectateur*. La politique

du film doit se bâtir en fonction de ce ménage à trois, sans perdre de vue que l'univers des images et des sons est dominé par la production américaine et la télévision. Le cinéma français (tout comme le cinéma européen) est un nain dominé par deux géants.

Le risque est grand pour que le dominé devance les souhaits du dominant. Dans sa relation au dominant américain, il peut être tenté de se replier sur le territoire du « film d'art », espérant ainsi se différencier du « film commercial » américain. C'est bien ce que recherche le dominant : disposer à sa guise du réseau commercial.

Mais il se peut aussi que le dominant, par exemple la télévision, fasse périr le dominé en le réduisant à sa propre image. Il suffit pour cela que le dominé accepte, pour survivre, de produire pour la télévision, de se plier à ses impératifs. Les deux cas de figures sont, hélas, fréquents, et il ne semble pas y avoir de troisième voie. Alors, faut-il mettre la clef sous le paillason ?

Si l'on fait sienne la logique de l'épicier, les choses sont simples : le client (le spectateur) demande du film américain et de la télévision. C'est donc cela qu'il faut lui vendre.

Mais le public demande-t-il vraiment cela ?

Oui, si l'on en croit la position hégémonique occupée par la télévision et le cinéma américain.

Non, si l'on écoute attentivement les clameurs et les revendications des populations qui se traduisent par une montée des mouvements d'extrême droite, par le nationalisme, le sectarisme religieux, le racisme, l'antisémitisme.

Décodons : il s'agit d'une double revendication pour la satisfaction de besoins matériels *et culturels*.

Or tout se passe comme si le monde moderne se refusait à entendre ces revendications. Alors, les populations cherchent une issue dans le passé, dans le souvenir mythique d'une « pureté originelle » : la race, le texte sacré, les ancêtres, le territoire, le paradis perdu.

Comportement régressifs, peur de l'avenir, prémisses d'un nouveau moyen âge ? Peut-être. Il n'en reste pas moins vrai que ces revendications sont légitimes et non satisfaites, ni par les politiques, ni par les dominants culturels, ni par les responsables économiques.

Tout commerçant avisé verrait là un créneau « à exploiter ». Ce créneau est exploité, mais par les « fous de Dieu » et les politiques irresponsables. C'est que la logique de l'épicier moyen est une logique à brève échéance, une logique à la poursuite du profit immédiat qui mène à la faillite et à la catastrophe.

La télévision n'est pas vraiment en mesure de répondre à ces besoins, inféodée qu'elle est à son principal bailleur de fonds : la publicité.

Le cinéma américain est lui aussi dans une posture critique : il ne peut survivre qu'en renforçant sans cesse sa position hégémonique, sur le plan de l'infrastructure et des superstructures, des idées. Les films qu'il produit sont l'expression, je dirais, « militante », de l'idéologie sur laquelle il fonde sa logique industrielle et commerciale.

(Le cinéma américain vit de *Terminator* et de *Rambo*, pas de Woody Allen ou de Spike Lee). Il est incapable de donner une réponse convaincante aux aspirations culturelles des peuples.

Il ne peut que proposer une homogénéisation des mœurs, des comportements et de la culture selon le modèle américain, modèle auquel plus personne ne peut raisonnablement croire (pas même les Américains, confrontés à des problèmes sociaux, économiques et ethniques sans précédent). Alors, il exploite des thématiques qui visent sous la ceinture, et le poids, la violence de la machine industrielle et commerciale, encore bien vivace, l'aide à tenir le choc. Symptômes du malaise, l'épuisement rapide des genres (films catastrophes, films d'horreur, anticipation) et la « fuite en avant » dans l'esbroufe technologique. Heureusement, nous bénéficions aussi du meilleur de la production américaine. Cela compense.

Le cinéma français, les cinémas européens, les cinémas du tiers-monde peuvent répondre à ces aspirations. Lorsqu'ils le font, c'est d'une manière autrement plus chaleureuse que les intégristes de tout bord.

Pourtant, ce sont les intégristes qui font le plus de bruit et le plus de dégâts, le cinéma américain le plus d'entrées, et la télévision la plus forte audience. Faut-il croire que l'un se nourrit de l'autre ?

Mais pourquoi cette impuissance des cinémas nationaux à se faire entendre d'une manière significative et décisive ?

Pourquoi le cinéma américain ne cesse-t-il d'augmenter sa position hégémonique par rapport à un cinéma européen déclinant ?

Le nez plongé dans ciné-chiffres, on cherche le film dont le score laisse entrevoir une lueur d'espoir.

Peine perdue : les films qui « marchent » n'en participent pas moins au déclin général du cinéma. Tirer de ces films des leçons pour la production future peut, au mieux, contribuer à ralentir le rythme du déclin (N'oublions pas : même le cinéma américain est en perte de vitesse !).

Ciné-chiffres, c'est l'arbre qui cache la forêt.

Et si on mettait le nez dehors ? Dans la rue, dans les quartiers, les banlieues. Si l'on essayait de « sentir » pourquoi les gens ne vont plus au cinéma ? Si l'on essayait de se mettre dans la peau d'un jeune par exemple, pas spécialement cultivé. Un type qui habite quelque part en banlieue, ou dans un des derniers quartiers populaires de Paris, ou à Lyon, Marseille.

Peut-être commencerait-on à entrevoir à quel point le cinéma appartient à un monde qui pour lui n'est même pas mythique, mais étranger, martien (sauf *Rambo*).

Son univers, ce n'est même plus la rue, c'est le supermarché, le parking. C'est là qu'on drague, c'est là qu'on tague, c'est là qu'on casse et qu'on met le feu quand on en a marre. C'est là qu'on attend d'être contraint de rentrer dans la norme. Ce sera soit le service militaire, un boulot hypothétique, sans intérêt et précaire, un logement dieu sait où, pire que ses parents, soit les petits casses, la drogue, la police...

Quels rêves, quels regards sur sa vie, quelles perspectives lui offre le cinéma ? Tout cela est tellement loin de lui. Peut-être alors comprendra-t-on ce que voulait dire

Jean-Denis Bredin par « Les forces, très nombreuses, dans les sociétés modernes, qui menacent l'avenir du cinéma », il y a plus de dix ans. Et peut être se rendra-t-on compte que ce n'est pas tant sur les problèmes internes au cinéma qu'il faut agir, que sur la nature et la qualité des relations que le cinéma entretient avec le monde extérieur.

Le cinéma jette le meilleur de ses forces productives et créatrices dans une bataille où il se retrouve allié à son propre ennemi, la télévision. Il se structure et crée en fonction des exigences de ce média, et s'étonne de ne plus rencontrer les exigences implicites de son public. Pendant ce temps, les schémas de perception, de pensée et d'appréciation de son public changent, la structure du public change : les relations entre les personnes, les relations familiales, les relations amoureuses, la relation au travail, l'éducation, tant de choses. L'avènement de la télévision n'en est qu'un des aspects. Pas le moindre, mais pas le seul.

« On assiste à une véritable contraction du champ des activités humaines : dépeuplement et progressive mise en friche du milieu rural, friches des banlieues sinistrées *d'où peu à peu disparaissent tout commerce, toute interface sociale*, en attendant l'ultime régression d'une démocratie devenue paradoxale, s'achevant par la désurbanisation de son lieu d'élection : la cité.

Rejet des *marges sociales en train de devenir la masse* vers la périphérie des grandes villes. Les centres de riches cités devenant des ghettos où survivrait tant bien que mal une sorte de démocratie du petit nombre » ¹.

Le commerce, c'est, selon le *Petit Robert*, l'opération qui a pour but la vente d'une marchandise, d'une valeur, l'achat de celle-ci pour la revendre, après l'avoir transformée ou non. C'est aussi le lieu, la boutique, le magasin. C'est enfin la relation que l'on entretient dans la société, la manière de se comporter à l'égard d'autrui : être d'un commerce agréable ; fuir, rechercher le commerce des hommes ; commerce amoureux.

La salle cinématographique est cette interface sociale qui devrait être le lieu de ce commerce. Mais la salle est comme une boutique dont la conception n'aurait pas fondamentalement changé depuis une cinquantaine d'années, et qui s'adresse à des chalands d'antan. La salle aujourd'hui inhibe le commerce, et par voie de conséquence, le « *feed-back* » nécessaire à toute véritable communication, à toute création. La salle est au cœur des problèmes du cinéma. C'est là qu'il faut agir, et c'est à partir de cette action que pourra se structurer une politique cohérente de production.

Cette action ne doit pas être quantitative, mais qualitative. Le cinéma doit être bénéficiaire, pour permettre à d'autres films de se faire. Par vocation et par nécessité économique, il est et doit rester un art populaire. Or, on assiste à des changements profonds du tissu social, que Virilio résume en parlant de marginalisation de la masse et de démocratie du petit nombre.

Tout se passe en effet comme si le public naturel du cinéma (le public populaire, la masse) était progressivement exclu de la pratique culturelle cinématographique, parce que marginalisé par ces changements profonds qui se développent indépendamment du cinéma.

On constate par ailleurs un niveau culturel généralement plus élevé auprès du public cinématographique adulte résiduel. Le public cinématographique s'embourgeoise. On peut, en tant que cinéaste, en être flatté, se sentir ainsi distingué mais ça n'en représente pas moins une dérive dangereuse vers un cinéma de petit nombre (voir démocratie du petit nombre).

L'action qualitative en faveur de la salle, donc en direction du public, doit participer activement à la (re)création d'un tissu social et urbain démocratique si elle veut être efficace.

Je plaide donc pour un cinéma commercial, pour un commerce qui réconcilie le commerce des biens avec le commerce des hommes.

Les conditions techniques de projection se sont sensiblement améliorées, ainsi que le confort des salles. On sait maintenant que cela ne suffit pas à enrayer la chute de fréquentation. On peut aisément vérifier que le cinéma se maintient correctement dans les quelques quartiers qui ont encore l'air d'une cité. Dans les quartiers populaires et les banlieues, c'est le désastre. Le tissu social s'est à ce point dégradé que l'on peut constater « une absence de pratique culturelle (qui) s'accompagne de l'absence du sentiment de cette absence »².

L'idée même d'aller au cinéma, d'ouvrir un livre, d'aller au théâtre ou d'écouter autre chose que NRJ y semble une incongruité totale. On y trouve bien quelques centres culturels et MJC fort actifs, mais l'on sait aussi que ces centres drainent des convaincus, voire des dévots. (Ce sont les Parisiens qui vont à Nanterre et à Bobigny). Tels des musées, ils s'opposent aux pratiques de la vie quotidienne, et l'image ascétique et puritaine qu'ils donnent du spectacle engendre des réactions répulsives auprès de ceux qui n'ont pas de pratiques culturelles.

Les salles d'art et d'essai fonctionnent en marge du cinéma commercial, et l'on ne peut pas raisonnablement s'inspirer de ce circuit pour fonder une économie du cinéma. Néanmoins, les tentatives qui y sont faites d'y créer des espaces conviviaux devraient retenir notre attention (bars, librairies, restaurants). Ces tentatives qui s'inspirent sans doute du théâtre (le foyer) trouvent un écho auprès des *leaders* de la distribution des « biens culturels » (Fnac et, dans une moindre mesure, Virgin Megastore).

Il s'agit de soutenir l'activité principale (la vente des biens culturels) par des activités secondaires plus ou moins directement liées à l'activité principale. Ces activités connexes ne sont pas nécessairement rentables, mais agissent comme un catalyseur de l'activité principale.

L'architecture même des lieux invite de plus en plus à la flânerie. But : intégrer l'achat des biens culturels dans un système d'attitudes et d'habitudes, en faire une pratique de la vie quotidienne. Moyen : le lieu de l'activité principale est le lieu où naissent et s'épanouissent ces pratiques quotidiennes nouvelles. On va à la Fnac comme on allait, jadis, sur la place du marché.

Si l'on transpose ce principe au cinéma, l'on se rend compte que les activités annexes qu'on peut lui associer sont fort nombreuses : librairie, musique (classique et rock), théâtre, vente de disques, de cassettes audio et vidéo, de reproductions de

photos et de peintures, billetterie du spectacle, un restaurant, un bar, une boîte de nuit, un traiteur.

En fait, il s'agit d'exhumer cette vieille idée de l'Agora, en prenant garde de ne pas en faire un fourre-tout comme les Halles, car les Halles ne sont pas organisées autour de pratiques culturelles.

Financièrement, le projet est fort probablement viable, parce que la plupart des activités que l'on pourrait associer au spectacle cinématographique sont en soi rentables, et que chaque activité bénéficierait de l'effet catalyseur des autres. En plus cela répondrait à cette nécessité d'intégrer le cinéma dans un système d'attitudes et d'habitudes dont parle Pierre Bourdieu dans *L'amour de l'art*. Ce serait une manière de réconcilier le commerce des biens avec le commerce des hommes.

La logique commerciale proposée ici est une logique qui tend à prendre en compte des variables généralement oubliées, qui vise à une exploitation du capital économique sous toutes ses formes, donc aussi le capital social, culturel et symbolique. J'imagine qu'un tel projet sera confronté à des obstacles et des résistances diverses. Certaines seront subjectives, irrationnelles. On se pincera le nez à l'idée d'envisager l'économique aussi du point de vue sociologique ou culturel.

D'autres seront techniques, structurelles, financières :

- la compatibilité d'un tel projet avec les réseaux existants ;
- le monopole de certains groupes (UGC, Pathé, Gaumont), la concurrence entre ces groupes qui peut produire un effet inhibiteur ;
- les conditions d'accès aux films de première exclusivité ;
- la réunion de secteurs d'activités peu habitués à collaborer ;
- l'inévitable confrontation entre secteur public et privé ;
- la forme juridique de ces entités, les possibles contradictions internes entre les différents secteurs d'activités, le partage des responsabilités, le pouvoir décisionnaire ;
- la manière de faire remonter les profits vers la production, etc.

En somme, rien que de très normal.

Enfin, dernière objection : le cinéma est une forme de spectacle qui a fait ses preuves et son temps. L'avenir appartient à ce nouveau média : la télévision.

Je ne sais pas si le cinéma est destiné à disparaître ou non. Personne ne peut le savoir. Mais je pense que c'est une question malsaine. Elle vient de ce que, jusqu'à présent, la télévision se comporte comme un média, et non un art du spectacle. Pour l'essentiel, elle a vécu et vit des arts du spectacle qu'elle vampirise : le music-hall, le cirque, le théâtre, le cinéma.

Certains, exsangues, n'ont plus la force de réagir. Fenêtre ouverte sur un monde clos, elle ne se satisfait plus de la réalité mais y substitue sa propre réalité : le *reality-show*, où le drame réel des individus mis en spectacle est comme le drame réel des vrais victimes des films pornographiques les plus « *hard* ». Elle est à la fois dupe et manipulatrice : la Roumanie, la guerre du Golfe. Elle a beaucoup promis, autant

que l'imprimerie et l'édition sans lesquelles la Renaissance, les Lumières et la Révolution française eussent été impensables.

On ne peut que l'associer aujourd'hui à l'effritement de la démocratie, du tissu social et économique, à la montée des obscurantismes religieux, politiques et culturels. Il faut qu'elle devienne créatrice.

C'est son combat. Il peut sans doute se mener parallèlement à celui du cinéma, il ne doit pas se mener contre le cinéma.

Il est vrai que le spectacle cinématographique est médiatisé par la copie. Il n'en reste pas moins un art du spectacle.

Il s'est d'emblée imposé comme un art populaire, reconnu rapidement par l'élite intellectuelle, puis par la bourgeoisie. Il a acquis ses lettres de noblesse sans renier son public populaire. Peut-être est-ce un exemple unique d'art démocratique dans toute l'histoire de l'humanité. Je ne peux m'empêcher de mettre en parallèle son développement avec celui du débat démocratique. L'un et l'autre ont besoin de la place publique, de l'Agora.

Enfin, pour clore, ceci.

Confronté à la désaffectation des salles, on peut se poser une question fort simple : les films sont-ils mauvais ? Ce n'est pas une bonne question. La qualité d'une œuvre n'existe pas en soi, mais relativement à une sensibilité, à un moment de l'histoire. L'œuvre du passé ne s'apprécie pas aujourd'hui comme elle s'appréciait lorsqu'elle vit le jour. L'œuvre a aussi une fonction.

Parler de la qualité absolue d'une œuvre, c'est supposer la liberté absolue de création. Dans le cas du cinéma, on serait amené à conclure que les créateurs sont mauvais.

L'imagination d'un créateur n'est pas quelque chose qui naît du néant. Un créateur a besoin de se situer par rapport au réel. Même lorsqu'il prétend s'y opposer ou le fuir, c'est un rapport au réel. Son imagination est déterminée aussi par le réel, par le rapport qu'il entretient au réel, y compris sous ses formes les plus prosaïques, comme l'intérêt.

NOTES

¹ Paul Virilio, *L'écran du désert*.

² Pierre Bourdieu, *L'amour de l'art*.

WIM WENDERS

CINQ MALENTENDUS AUTOUR DU CINEMA EUROPEEN

Je suis Européen. En ce moment, je travaille en France. J'ai passé la majeure partie de l'année dernière en tournage au Portugal et en Italie et j'ai mon bureau à Berlin. Mon prochain projet, je le prépare à Dublin. Oui, je suis aussi metteur en scène et producteur de cinéma. Mais il me semble que le cinéma est lié d'une façon particulière aujourd'hui aux questions européennes contemporaines, des questions qui me concernent plus comme Européen que comme professionnel de cinéma.

D'autre part, il y a de grands malentendus qui se développent ces derniers temps sur le cinéma, en Europe. J'en compte cinq, qu'il convient d'analyser.

Premier grand malentendu

En Europe le cinéma est un art, il fait partie de la culture, tandis qu'aux Etats-Unis le cinéma est un « *business* » et fait partie de l'industrie.

C'est complètement faux.

D'abord, en commençant par la fin : en ce qui concerne les Américains, leur cinéma exprime vraiment leur culture, il est plutôt la culture américaine par excellence. On est même tenté de dire — quand on se rend aux Etats-Unis — qu'ils n'ont pas d'autre culture. Et n'est-ce pas à travers leur « industrie » cinématographique que les Américains ont su convaincre le monde entier des *valeurs* américaines ? Le cinéma américain n'est-il donc pas le meilleur exemple que cette division « art » / « industrie » est absurde ?

Et n'est-ce donc pas une ruse des Américains que de déguiser leur « culture » en industrie et de la défendre avec des moyens industriels, pendant que nous, en Europe, nous défendons notre industrie avec des arguments culturels ?

Ne devrait-on pas penser que c'est une grande victoire pour les Américains que nous n'ayons pas su défendre notre « culture européenne » autrement qu'en la mettant dans un ghetto ?

Je reviens à l'autre aspect de ce malentendu fondamental : le cinéma fait partie de l'industrie audiovisuelle mondiale, dont il est à la pointe. Et c'est une industrie en très forte expansion, elle explose carrément et elle sera facilement la plus grande industrie mondiale en l'an 2000, avec des ressources inouïes en nouvelles opportunités et en emplois. Surtout en emplois.

Justement, dans la mesure où les industries de guerre et d'armement deviennent de plus en plus obsolètes — enfin, nous l'espérons —, l'industrie des images et des sons les remplacera, les remplace déjà. En effet, les guerres de l'avenir seront les guerres d'images. Les Américains, ainsi que les Japonais, sont engagés dans cette guerre depuis pas mal de temps déjà.

Il y a des gens en Europe qui sous-estiment cette nouvelle guerre froide et qui essaient de la minimiser, en disant qu'il ne s'agit que de questions de « culture » ou d'une « petite industrie ».

Et cela m'amène au deuxième grand malentendu.

Les Français, du président aux ministres, défendent le cinéma européen pour des raisons quasiment « chauvinistes ». Parce que c'est le seul pays d'Europe doté d'une industrie cinématographique encore vivante et en bonne santé, ils défendent leurs intérêts, sous le drapeau européen. Quel intérêt les Anglais, les Allemands ou les Italiens par exemple, auraient-ils à défendre une industrie qui, dans leurs propres pays, est malade, moribonde, en danger de disparition ?

C'est faux. C'est un malentendu FATAL.

Fatal pour l'idée européenne. Nous vivons dans une époque qui se distingue, comme jamais auparavant dans l'histoire de l'humanité, par l'image. Et l'importance de l'image pour les générations futures va encore s'accroître. Ce continent européen qui est en train de devenir une nation européenne n'aura pas les moyens de naître dans l'imagination et dans la conscience des futurs Européens sans qu'ils aient accès à des mythes européens. Nous sommes déjà très proches, dans de nombreux pays européens, d'une réalité quotidienne démunie de ses propres images. Les Américains ne fourniront pas une idée de l'Europe à nos gosses de l'an 2001. Ils ne nous montreront pas d'images qui parleront aux Européens de leurs voisins. Ces enfants risquent de ne grandir qu'avec des images importées. L'idée même de l'Europe risque de se perdre. Cette idée doit être NOURRIE ! Et ce n'est pas seulement une considération « culturelle », c'est une considération d'ordre politique, économique, moral, financier de premier ordre, c'est une considération capitale qui concerne notre civilisation.

Troisième grand malentendu

C'est qu'on entend dire : le cinéma est déjà entre les mains des Américains. Comme vous le savez, ils ont déjà plus de 90 % du marché dans quelques pays européens. Alors, on va leur laisser le terrain. On va faire, nous, des voitures, des vêtements, des ordinateurs, peut-être, mais on va leur laisser le cinéma. Là ils ont gagné. Mais on va défendre encore la télévision, et surtout, on va se précipiter sur les nouvelles technologies et on va aussi s'embarquer tout de suite sur l'autoroute de l'information pour ne pas perdre le contact avec les hautes technologies dans ce domaine.

C'est faux. C'est une illusion. Le cinéma fournit justement la base de toutes les nouvelles technologies. Si on supprime cette base, les Européens ne vont pas décoller dans le ciel électronique. Les ailes du désir ne servent à rien si on n'a plus de pieds. La télévision de l'avenir, et toutes les nouvelles technologies de l'informatique vont dépendre encore longtemps de l'attraction populaire et de l'énorme capital du cinéma.

Quatrième malentendu

Le public européen préfère le cinéma américain parce que « *let's face it, it's better* ». C'est faux. Ce qui est vrai, c'est que notre cinéma souffre certainement de moyens de concurrence ridiculement inférieurs à ceux du cinéma américain. Chez nous en

Europe, mais plus encore, sur le plus grand marché mondial, aux Etats-Unis. Tout goût se crée par des habitudes, et si aujourd'hui pour la majeure partie du public européen « Allons au cinéma » est devenu synonyme de « Allons voir un film américain », il faut voir cette situation quasiment comme un phénomène d'intoxication. Elle en a tous les symptômes.

Cinquième malentendu

C'est que ces arguments soient regardés comme « anti-américains ». Au contraire. Le monde entier a besoin d'une multitude d'images multiculturelles. Les images, les histoires ne peuvent pas devenir un monopole. Les Américains eux-mêmes souffrent déjà le plus de ce phénomène. Ils ne connaissent pas le monde. Ils ne parlent pas d'autre langue. Ils ne voyagent pas, parce qu'ils croient que c'est suffisant que leurs images voyagent. J'adore, moi, le cinéma américain, et j'adore ce pays. C'est pour ça que je déplore qu'il n'ait plus accès à d'autres histoires et d'autres images que les siennes. Les Américains et le cinéma américain ont besoin d'un cinéma européen, et asiatique, et africain.

Enfin, la somme de tous ces malentendus serait une politique européenne qui abandonnerait le cinéma comme art, comme culture et comme industrie européenne. Le sacrifice ne serait pas celui d'une petite industrie sans importance, mais plutôt celui de l'idée même de l'Europe. Le sacrifice du petit bout d'avenir que nous tenons encore en mains deviendrait, à la longue, la perte de notre culture européenne mais, en même temps, la perte de la plus grande industrie de demain. La porte est encore entr'ouverte. Si on la ferme maintenant, elle se fermera pour toujours. L'Europe, expulsée de ses propres images, deviendrait un continent-du tiers-monde.

Je ne peux m'empêcher de croire que l'avenir de l'Europe est directement lié à la survie du cinéma européen.

Il y avait la proposition qu'un pourcentage modeste des fonds structureux de l'Union européenne soit utilisé pour restructurer la diffusion et l'exploitation du cinéma européen. Je ne crois pas que ces fonds puissent être utilisés dans un meilleur but, là où l'Europe en a le plus besoin pour son avenir.

© Verlag der Autoren, Frankfurt.

III

L'EUROPE FACE AUX ETATS-UNIS

CONTRE-ATTAQUE A HOLLYWOOD

Le 23 février 1995, en compagnie de Costa-Gavras, Jean-Jacques Beineix, Marco Bellocchio, Robert Enrico et quelques autres réalisateurs, Bernardo Bertolucci fut invité à venir s'exprimer à propos de l'avenir du paysage audio-visuel, lors d'une session spéciale de la Commission culturelle du Parlement européen, organisée à Bruxelles sur une proposition de la présidente, M^{me} Luciana Castellina. Sitôt rentré en Italie, où l'appelait la préparation de son nouveau film, *Stealing Beauty*, l'auteur de *1900* et du *Dernier Empereur* devait confier ses impressions à la journaliste Lietta Tornabuoni. C'est cet entretien, paru le lundi 27 février dans le quotidien *La Stampa*, sous le titre « Contrattacco a Hollywood » [« Contre-attaque à Hollywood »], que nous publions ci-dessous, avec l'aimable autorisation du grand journal de Turin, dans une traduction de Fabien Gérard, soumise à l'approbation du cinéaste.

— *La semaine dernière, au Parlement européen, vous avez fait une proposition qui a soulevé un certain nombre de réactions. De quoi s'agit-il exactement ?*

— Etant donné que j'ai surtout travaillé en Asie et en Afrique au cours des dix dernières années, j'aimerais d'abord préciser que ma position est celle d'un « voyageur au long cours » qui ne regagne que de temps à autre son port d'attache. Je tiens également à rappeler que ni *Le Dernier Empereur*, ni *Un thé au Sahara*, ni *Little Buddha* ne sont des films américains, mais des productions indépendantes européennes à part entière, et qu'avec mon producteur anglais, Jeremy Thomas, nous sommes assez heureux d'avoir réussi à monter une série de films européens capables d'être exportés partout dans le monde, entre autres aux Etats-Unis. En tant que « voyageur », je ne suis donc pas toujours la personne la mieux placée pour témoigner de ce qui se passe en Europe. En revanche, l'itinéraire un peu particulier qui est le mien m'a permis d'acquérir un certain recul par rapport à la situation abordée l'autre jour au Parlement européen. Pour tout vous dire, en débarquant à Bruxelles, je me sentais pratiquement dans la peau d'un Cary Grant franchissant la porte du siège de l'ONU, dans une séquence de *La Mort aux trousses* de Hitchcock. En réalité, nous sommes arrivés sur les lieux avec une heure de retard, en raison d'une grève du personnel de la tour de contrôle, à l'aéroport, et avant même que je puisse prendre connaissance de la question posée, quelqu'un m'avait déjà donné la parole au milieu de l'assemblée.

— *Et quels ont été vos propos ?*

— J'ai commencé par rappeler une expérience survenue au festival de Venise, il y a deux ans. Aux Assises internationales des auteurs, Gillo Pontecorvo — le directeur de la Mostra — avait réussi, semble-t-il, à sensibiliser deux grands noms du cinéma américain à la cause européenne : à savoir Steven Spielberg et Martin Scorsese. Par après, Spielberg et Scorsese ont fait marche arrière en publiant un communiqué inspiré par quelques rumeurs selon lesquelles l'Europe entendait

fermer ses portes à tous les films en provenance des Etats-Unis. En réponse à ce revirement, un petit groupe de réalisateurs européens composé de Wenders, Almodovar, Stephen Frears et moi-même — c'est-à-dire un Allemand, un Espagnol, un Anglais et un Italien —, leur a alors adressé une lettre ouverte dans les pages du *Hollywood Reporter*, laquelle s'ouvrait en ces termes : « Chers Steven et Martin, ou bien vous avez perdu la tête, ou bien on vous a simplement mal informés... » Après quoi, nous leur avons expliqué que le cinéma européen était littéralement en train de mourir étouffé, et qu'à cette allure, il ne survivrait peut-être pas jusqu'à l'an 2000... Pourquoi cette agonie ?

En faisant notre enquête, il ne nous a pas été difficile de constater que la diffusion des films américains rien qu'en Europe absorbait 85 % du marché cinématographique, et que la France — qui se trouve être le pays le moins colonisé en la matière — a été la seule à appliquer une réglementation que les Etats-Unis qualifient de « protectionniste ». Cela dit, il faut se rendre à l'évidence : le protectionnisme à lui seul ne suffira jamais à résoudre le problème, au sein d'une économie de libre entreprise comme celle que nous connaissons de nos jours. Voilà comment j'en suis arrivé à penser qu'il faut de toute évidence explorer d'autres solutions.

- *Ce genre de position peut surprendre le grand public, dans le chef d'un cinéaste aussi « oscarisé » que celui du Dernier Empereur !*
- Dans la mesure où les films que je réalise bénéficient depuis trente ans d'une audience internationale, ma situation personnelle est effectivement privilégiée, donc atypique. Cela n'empêche que le droit de pouvoir exprimer sa « différence » appartient à tous les auteurs, comme il appartient à l'ensemble des cultures cinématographiques. Dès lors, il est inacceptable que le cinéma américain prétende continuer à se présenter comme le seul cinéma existant au monde, dans une perspective qui rappelle dangereusement le spectre du « génocide culturel » mis en évidence par Pasolini dans ses *Ecrits corsaires*, dès le début des années soixante-dix.
- *Voilà quatre-vingts ans maintenant qu'Hollywood passe pour La Mecque du Septième Art. Et si le cinéma, après tout, était un produit exclusivement américain, que seul le hasard aurait fait naître en Europe ?*
- Le fait que le marché américain soit devenu le plus puissant du monde ne signifie pas nécessairement que le cinéma hollywoodien soit le meilleur sur le plan qualitatif, et encore moins qu'il doive exclure tout ce qui se produit ailleurs qu'aux Etats-Unis. Ma conviction est celle-ci : le cinéma est un art interdépendant et interactif, au sein duquel les influences réciproques sont très fortes. La moitié des grands créateurs qui ont fait l'histoire d'Hollywood étaient originaires d'Europe centrale, et nous savons aussi que parmi les films américains d'aujourd'hui, on compte de plus en plus de films inspirés de productions européennes, remontant quelquefois jusqu'aux années trente ! Cependant, si le cinéma américain a toujours puisé une grande part de sa substance dans la culture artistique du vieux continent, l'évolution du cinéma européen à son tour doit

beaucoup au cinéma américain : il suffit, pour s'en convaincre, de songer aux débuts de Truffaut ou de Godard... Un exemple significatif de cette extraordinaire « interactivité » qui jalonne tout un siècle d'histoire du cinéma, m'est venu à l'esprit le jour où, en visionnant l'un des tout derniers films de John Ford, *Frontière chinoise*, j'ai eu l'émotion d'y découvrir certaines solutions techniques qui, sur le plan narratif, auraient été inconcevables sans la leçon d'*A bout de souffle*.

- *Pour en revenir à la proposition que vous avez faite à Bruxelles...*
- Plutôt que de nous cantonner dans une politique qui soit essentiellement une politique de défense, eh bien attaquons ! Il est évidemment primordial d'essayer de préserver la part de marché qui nous reste sur le sol européen, mais je crains que ce ne soit pas du tout suffisant ; il faut aussi savoir bouger — comme l'ont toujours fait les Américains — en prenant l'initiative. Aussi, au lieu de nous replier passivement sur des formes de protectionnisme, pourquoi ne pas agir les premiers, et partir, à notre tour, à la conquête de cet immense territoire de « l'Extrême Occident » — comme l'appelle mon père —, sur lequel le cinéma européen n'a jamais représenté, je crois, plus d'un pour cent du marché ? Qu'attendons-nous pour créer une grosse compagnie intereuropéenne de distribution qui puisse investir des fonds importants, avec pour premier objectif d'apprendre aux spectateurs américains qu'il existe aussi d'autres films que les leurs, d'autres films porteurs de cultures qu'ils ignorent ? Après tout, le tourisme moderne est entièrement fondé sur la diversité des paysages, sur la découverte de cultures, de couleurs et de saveurs différentes. Comme on le sait, le succès que connaissent, depuis quelques années, aux Etats-Unis, la mode et la cuisine européennes est né précisément de l'attraction « exotique » que peuvent offrir là-bas toutes nos différences... Qu'il en aille de même dans le domaine du cinéma ! Au lieu de continuer à jeter l'argent par les fenêtres en organisant à New York ou dans le ghetto de quelques universités, ces sempiternelles « Semaines » du cinéma français, italien, espagnol ou autre, qui ne touchent que quelques milieux tout à fait privilégiés, investissons donc dans la création de points de vente compétitifs et dans la promotion à grande échelle, en nous servant des mêmes armes dont les Américains ont déjà suffisamment démontré l'efficacité... à nos dépens !
- *Qui devrait financer une telle entreprise : les différents Etats ou le domaine privé ?*
- Les deux. D'une part, les fonds publics destinés à la culture dans tous les pays de la Communauté européenne. D'autre part, les entrepreneurs privés ayant bien sûr et la volonté et la capacité de se lancer dans l'aventure. Et dans le même ordre d'idées, pourquoi ne pas envisager la création de fonds spéciaux en prélevant, par exemple, une taxe minime — pratiquement indolore — sur les énormes profits réalisés par les films américains en Europe ? L'ensemble pourrait ainsi contribuer à former une sorte de fonds commun européen destiné à financer une promotion plus cohérente de notre cinéma Outre-Atlantique.

- *Mais n'est-ce pas une totale utopie que d'imaginer une percée à ce niveau ?*
- Je sais par expérience combien il est difficile de concurrencer le cinéma américain sur son propre terrain. L'audiovisuel représente pour les Etats-Unis le deuxième ou troisième produit d'exportation — après l'industrie aérospatiale ou le blé —, et nous connaissons l'âpreté avec laquelle les Américains ont toujours défendu leur marché extérieur, en cherchant à étendre leur influence sur tous les fronts en même temps. Par ailleurs, sur le plan intérieur, ils exercent un protectionnisme autrement plus sévère que le nôtre... Voyons les choses en face : il n'est pas très difficile de faire sortir un film européen dans une ou deux salles de New York ou de Los Angeles, à San Francisco ou à Chicago. La question n'est pas là, mais bien au niveau de la diffusion sur la totalité du territoire nord-américain. Or c'est toujours au moment de financer l'opération à l'échelon continental que les distributeurs se dérobent en ce qui concerne les films venus de chez nous, car — par tradition — le grand public américain ne consomme que des produits américains... Cela dit, même mes films les plus récents — qui sont pourtant parlés en anglais et présentent un certain nombre d'éléments spectaculaires susceptibles de vaincre la défiance des spectateurs américains — n'ont bénéficié que d'une distribution limitée. Bien que *Le Dernier Empereur* ait encaissé là-bas plus de cinquante millions de dollars — ce qui reste tout à fait exceptionnel pour un film « non américain » —, rien n'est jamais acquis, et à chaque fois il faut pratiquement repartir à zéro. De fait, *Un thé au Sahara* et *Little Buddha* ont été distribués aux Etats-Unis dans la catégorie « Art et Essai ».
- *Vous avez sérieusement l'espoir que votre proposition débouche sur des mesures concrètes ?*
- Si je m'en tiens à la température qui régnait ces jours-ci à Bruxelles parmi les députés européens — y compris auprès du président de la Commission de l'Union européenne, Jacques Santer —, je suis assez optimiste. En revanche, je demeure beaucoup plus sceptique en songeant au simple fait qu'il n'existe toujours pas de circuit de distribution intereuropéen... à l'échelon européen ! C'est-à-dire que nos propres films ne parviennent même pas à circuler selon une stratégie cohérente à travers les différents pays d'Europe. L'heure est venue, me semble-t-il, de prendre vraiment les choses en mains si nous ne voulons pas nous laisser submerger à tous les niveaux. Car ne perdons pas de vue que l'hégémonie planétaire du cinéma américain signifie aussi qu'à travers la diffusion massive d'un modèle de vie diffusé quotidiennement par des milliers de films et de téléfilms, c'est la musique américaine qui s'est imposée de façon prioritaire sur le marché du disque, tout comme les boissons sucrées et les hamburgers sont aujourd'hui devenus la nourriture favorite des jeunes du monde entier ; et de même en ce qui concerne les casquettes, les chaussures de sport et l'essentiel de l'industrie vestimentaire. En clair, l'alternative n'est pas compliquée : il s'agit de savoir si nous décidons d'accepter une fois pour toutes la logique d'une monoculture de nature totalitaire, dont l'uniformité a déjà commencé à se révéler d'un ennui mortel pour tout esprit humaniste —, ou bien si nous voulons enfin nous donner les moyens d'affirmer l'identité plurielle qui est la nôtre, dans la perspective

d'une société planétaire digne de ce nom, où chacun trouverait l'espace qui lui revient de droit.

CINEMA AMERICAIN, CINEMA EUROPEEN

1

Bela Balazcs était favorable au « film « intérieur » ». Au film « matérialisant le déroulement du flux mental » ¹. Il l'appelle le « film absolu ». Cette théorisation est peut-être typique d'un envisagement européen. Car tout film de fiction se veut une fenêtre ouverte sur le monde intérieur, ou du moins une révélation des passions qui animent les êtres. Or, Robbe-Grillet, après sa phase objectale, surenchérit : le cinéma serait « le plus subjectif de tous les arts du fait que la prise de vue implique nécessairement le choix de l'incidence angulaire » ². Il n'empêche, il y a deux points de vue sur la question.

Behaviorisme/introspection

Le cinéma américain applique en général la conception behavioriste de la psychologie. On pénètre la conscience de l'extérieur. On interprète les états d'âme par les actes, gestes ou paroles. On filme le cœur humain indirectement. S'élaborent de cette façon tous les genres au cinéma, — et Metz se demande s'il y a d'autres genres cinématographiques qu'américains ³, — le western, le film noir, le film de guerre, la comédie de mœurs, la comédie musicale... Certes, on y est loin de négliger l'intériorité. Le premier film à donner l'impression de durée vécue, de durée romanesque, comme le souligne Jean Mitry ⁴, est le film d'un disciple de D. W. Griffith, Erich von Stroheim, *Greed* (1924), d'après le roman du Zola américain, Frank Norris. Et l'identification des spectateurs aux héros créée par les réalisateurs américains est en outre si forte qu'elle a permis le *star system*. Chaque Américaine se rêva Marilyn Monroe, comme chaque enfant avait joué à Charlot. Il y a un rapport sociologique si intense avec ces dieux d'un nouvel Olympe que l'autre, sur l'écran, est ressenti profondément comme soi, un alter ego. Il y a projection du moi sur l'autre. La fascination identificatrice est de nature psychanalytique ⁵ ou cathartique. Il n'empêche que c'est obtenu le plus souvent avec un regard détaché, une vision d'en haut ou de loin, le regard de Dieu sur le monde.

En revanche, le cinéma européen a souvent la tentation de l'introspection ; l'analyse de soi par soi-même. On a ainsi des films d'auteur, comme la *Charrette fantôme* (1920) de Sjöström, les *Mystères d'une âme* (1926) de Pabst, les *Fraises sauvages* (1958) de Bergman, *l'Année dernière à Marienbad* (1961) d'Alain Resnais, *Huit et demi* (1963) de Fellini, *Rendez-vous à Bray* (1971) d'André Delvaux, *Toto le héros* (1991) de Jaco Van Dormael... Et dès le début, *le Cabinet du docteur Caligari* (1919) nous enferme dans le dédale d'une âme aliénée, celle du fou de l'asile dont Caligari serait le directeur...

Voix intérieure

Ce cinéma personnel implique un recours à la voix intérieure. Dans le *Journal d'un curé de campagne* (1951), le héros parle à la première personne, sans qu'on le voie

remuer les lèvres, en voix *over*, quand il livre à son journal intime la confession de son âme... Les phrases qui constituent le commentaire permanent « donnent à l'événement la dimension supplémentaire de la conscience et de la mémoire » (Albert Béguin). « Une œuvre tout entière de vérité intérieure a pu passer à l'écran sans la plus légère concession », observe Julien Green. Dans *Hiroshima mon amour*, il y a deux sujets intériorisés, la Française rasée à la libération de Nevers et le Japonais survivant de la ville martyre ; ils s'aiment en se parlant de tête, comme par télépathie, d'âme à âme.

Govert, l'anti-héros de *l'Homme au crâne rasé*, s'adresse ainsi, en lui, à la jeune fille qu'il aime : « Fran, regarde-moi... maintenant ». Comme si elle devait être branchée sur la même onde inouïe. Elle est assise au premier rang, quasi en face de lui, mais ne tourne pas la tête vers lui, évidemment. Les soliloques de Govert induiraient que le dialogue plus tard dans sa rencontre avec Fran n'a peut-être été qu'un monologue dédoublé, par un effet de la projection de son désir... Car il semble qu'il ne l'aurait pas tuée, et donc peut-être même pas vue dans sa chambre, la chambre fatidique n° 21, à côté de la sienne où il s'était assoupi, comme chez lui dans la toute première séquence... Tout peut n'avoir été qu'une rêverie subconsciente.

Et ce n'est pas la voix d'un conteur qui narre hors écran une histoire qui ne le concerne pas comme Orson Welles racontant *la Splendeur des Ambersons*.

L'acteur, double du réalisateur

Très significative serait la réflexion d'un Truffaut, comme quoi l'acteur fétiche d'un réalisateur est souvent un double qui lui ressemble assez physiquement, c'est-à-dire un équivalent possible de *je*, porteur de l'identité intérieure... Cela se vérifie peut-être avec Fellini et Marcello Mastroianni, Truffaut et Jean-Pierre Léaud ; Delvaux et Mathieu Carrière (et son français à l'accent légèrement germanique).

Mais ce serait moins pertinent pour Hollywood, avec John Ford, Hitchcock, Lubitsch, Von Sternberg, Capra... et leurs vedettes diverses, que leur imposent les producteurs.

Flash back/mémoire

Et cet autre soi-même ou alter ego de l'auteur, même s'il est pris dans une enquête, se lance surtout dans une quête de lui-même.

Le cinéma européen travaille ainsi beaucoup sur la mémoire, qui s'exprime en une récurrence de *flashes-back*. C'est le cas de la plupart des films déjà cités. C'est au fond comme si le vieux continent, pétri d'histoire et de culture ancienne, toujours tourné vers son prestigieux passé, projetait fatalement de même son regard en arrière sur l'écran. C'est comme si les Etats-Unis cultivaient eux l'image d'un pays neuf et d'avenir...

Certes, il y a de beaux contre-exemples... *Citizen Kane*, en refaisant l'histoire d'un homme, passe en revue l'histoire de son pays... *L'homme qui tua Liberty Valance* (1962) rappelle avec humour un passé moins glorieux pour le sénateur qui assume néanmoins sa légende avec un grain de sel... *Sunset Boulevard* (1950) est aussi un retour en arrière à la gloire passée, en l'occurrence d'une star du muet. Mais il s'agit du récit rétrospectif par un mort des faits de sa propre vie, et non une autoanalyse... En tout cas, ce n'est peut-être pas un hasard si ces films naissent justement au mo-

ment où l'on commence à jeter un regard nostalgique sur soi outre-Atlantique, dans le crépuscule d'Hollywood...

Le cinéaste comme sujet

De fait le cinéma européen poursuivrait la chimère romantique de la créativité individuelle ⁶, au point de mettre au centre du film explicitement le cinéaste lui-même. *Huit et demi* est une exploration dans l'esprit même du réalisateur en train d'élaborer son film. Et qui pousse plus avant la conception d'un point de vue unique sur les choses telle qu'elle est pratiquée dans *la Dolce vita* avec le journaliste à scandales mondains (Marcello Mastroianni), dont on suit la dérisoire odyssée dans les milieux corrompus de l'aristocratie romaine... Son cheminement extériorise la dérive de sa propre conscience. Seulement avec *Huit et demi*, on n'est plus au sein d'un personnage, mais au fond d'un auteur, on est dans la genèse, la gésine du film en train de naître, c'est une échographie du génie...

Dans *Rendez-vous à Bray*, c'est plus allusif : l'ami absent, qui semble avoir ménagé le rendez-vous entre Julien et Elle, n'en apparaît pas moins comme un substitut du *deus ex machina* qu'est le réalisateur, seul responsable en dernier ressort du rapprochement entre les êtres de son univers. *Providence*, où l'on est introduit dans l'intimité romanesque d'un vieil écrivain finissant, est à sa façon une « œuvre d'imagination sur l'imagination créatrice », selon la formule de Sadoul, comme s'il était le scribe de son propre scénario intérieur.

Réel/imaginaire

Il est par ailleurs très symptomatique que, pour le scénariste de *l'Année dernière à Marienbad*, « tout se passe dans la tête ». Si pour le réalisateur, Alain Resnais, il s'est vraiment passé quelque chose l'année dernière à Marienbad, pour Alain Robbe-Grillet, responsable du script, au contraire, tout est peut-être fictif, et donc purement mental. Pour Deleuze ⁷, ce film fonctionne dans la conjugaison de ces deux conceptions opposées du temps...

En Amérique, ce flou entre le réel et l'imaginaire est à proscrire. La Fox, qui coproduit *Un soir un train*, a par exemple obligé Delvaux à ajouter la séquence du gyrophare au milieu du film pour matérialiser l'accident ferroviaire ; alors qu'à l'origine Delvaux avait conçu son film en cohérence avec le réalisme magique où il est difficile, voire impossible, de départager le réel de l'imaginaire. En la deuxième partie de ce film, on se serait retrouvé dans la plaine avec les trois protagonistes, et ce n'est que par petites touches que se serait imposée l'évidence que l'on était dans l'autre monde, en tout cas dans un *no man's land*, entre vie et mort..., et qui se révélera avoir été une descente aux enfers dans la conscience du héros à la recherche de son Eurydice, Anne, retrouvée morte..., le temps d'un déraillement. Le réalisme magique comme le conçoit Delvaux paraît typique de l'attitude de l'Européen devant la réalité.

Fellini qui sort du néo-réalisme évolue dans ce sens ; pour lui, le cinéma est purement du rêve, et il ne livre ainsi au su et au vu de tous que ses fantasmes les plus profonds... « *Juliette des esprits* est une forme de représentation imaginaire, dit-il, qui se développe par illuminations colorées. Un film onirique par son idéation et sa

structuration : et la couleur fait partie non seulement du langage mais de l'idée et du sentiment du rêve »⁸.

Et Ingmar Bergman éclaire à l'écran tous les recoins les plus cachés de l'âme humaine par l'analyse des êtres les plus sensibles, ses héroïnes, véritables écorchées vives. Son art pratiquerait l'exorcisme de la souffrance mentale à travers une psychanalyse de la femme. *Persona* visualise l'opération même du « transfert », avec la superposition des visages. Alma est en Elisabeth et vice-versa, l'extérieur est l'intérieur...⁹.

La psychanalyse

Et même quand Hollywood utilise la psychanalyse afin de renouveler l'intérêt pour ses films, là où l'on pourrait s'attendre à une analyse de l'âme, selon la définition, il n'y a guère de vision de l'inconscient tel qu'en lui-même. La Mecque du cinéma reste conséquente avec son pragmatisme. S'y produisent des films à énigme, où on libère de son obsession un être possédé d'un démon qui le tarade. On l'amène à faire ressurgir le souvenir traumatique oublié, tel que la mort violente à laquelle il a assisté le plus souvent impuissant dans son jeune âge, comme la mort du père (*Blind Alley* de C. Vidor, 1939 ; *Pursued* de Raoul Walsch, 1947 ; *The Snake Pit* d'A. Litvak, 1947), la mort accidentelle du frère (*Spellbound* d'Hitchcock, 1945), le meurtre de la mère (*Marnie* d'Hitchcock encore, 1964), voire du fiancé (*Suddenly last Summer* de J. L. Mankiewicz, 1959)¹⁰. Ce sont en fait des films policiers transposés, où c'est le médecin qui joue le rôle d'un inspecteur et mène si bien l'enquête qu'il finit par trouver au bout du *thriller* le vrai coupable. La cure prend les allures d'une instruction qui débouche sur l'origine du complexe où l'enfant s'est senti responsable d'un vrai crime. Le psychanalyste devient un justicier, il peut jusqu'à confondre le vrai assassin (voir *Spellbound* ou *la Maison du D' Edwardes*), et guérit le névrosé de son complexe de culpabilité... C'est l'efficacité dans l'action.

On voit toute la différence avec des films comme ceux de Bergman où les héros ne savent pas très bien de quoi ils sont coupables, quand bien même ils s'accusent de tous les péchés du monde... Puisque les êtres sont punis (nous mourrons tous), c'est comme s'il y avait eu une faute. Les personnages se vivent comme des condamnés à mort. C'est la métaphysique existentialiste qui sévit depuis Pascal, à travers Kierkegaard, Kafka (dont le *Procès* pour rien est très symbolique), jusqu'au réalisme magique¹¹, dont Bergman peut être considéré comme un représentant nordique. La souffrance des personnages semble le châtiment d'ils ne savent pas bien quel crime objectif... Ils vivent un enfer. Ils sont pris en eux dans les rêts invisibles d'une culpabilité métaphysique. Quand l'hélicoptère-ambulance descend au-dessus de la maison pour venir la chercher, Karin (*A travers le miroir*) croit voir entrer Dieu dans la pièce, comme une araignée, en elle... On vit avec elle, à travers son corps, les affres de son épouvantable délire. Dans les films cités tirés de Tennessee Williams, la sexualité torture certes les êtres, frappés d'interdits liés à la religion et à la société... Mais à la fin de *Suddenly last Summer*, si la malade victime (Elizabeth Taylor) est délivrée, la malade bourreau (la mère, Katharine Hepburn) est enfermée ; tout rentre dans l'ordre. Chez Bergman cela s'approfondit d'un mysticisme contemplatif, extatique, qui implose en son for intérieur... Le mal reste enfermé en nous. Bergman crée de l'empathie. On a la longue confession avec un regard caméra (tout le

contraire d'un *pattern* hollywoodien sur le plan de la forme comme du contenu) dans *les Communians*, où l'héroïne passe aux aveux, auto-accusation d'une sainte. Face à elle, qui nous regarde sans nous voir, on est face à soi-même, — confronté à notre propre interrogation existentielle...

Outre-Atlantique, on affiche plutôt une bonne conscience : le héros sauveur (cow boy, privé, docteur) est toujours dans son bon droit. C'est l'optimisme d'une nation qui est le maître du monde. A la fin de la cure, le psychanalyste-limier se révèle un confesseur, il guérit son patient par l'amour (*Spellbound*, *Suddenly last Summer*), — l'amour rédempteur des fautes... C'est le *happy end*. Et même si s'ouvre l'abîme de l'un ou l'autre rêve cauchemardesque avec ses clefs symboliques (décor de Salvator Dali, ou souvenance par bribes en fondus enchaînés du massacre collectif du fiancé homosexuel), on reste à l'extérieur de l'être aliéné, — devenu *autre*, et non pas nous-mêmes...

Contrairement au roman qu'il adapte, Delvaux a soin de présenter Govert comme un être normal, pour qu'on puisse s'identifier à sa personne ; on finira par dériver avec lui, on aura mal de son angoisse, on vivra de son indécision. Cet être dérégulé n'est pas rejeté, mis à distance, le réalisateur fait en sorte qu'il nous concerne jusqu'au bout ; l'« autre » est notre semblable.

Je et l'autre

Orson Welles a beau se mettre dans son film, et comme réalisateur-acteur être une sorte de je, son œuvre *Citizen Kane* reste marquée d'américanité, si critique fût-il vis-à-vis de la puissance monstrueuse incarnée en son héros, « un bon Américain ». Il s'agit assurément d'une recherche sur la véritable personnalité de cet homme public. Seulement c'est un autre, un journaliste en l'occurrence, qui essaie de percer le mystère de ce sombre individu, magnat de la presse. L'enquêteur lit les mémoires du tuteur, et interroge des tiers, successivement un collaborateur fidèle, Mr Bernstein ; son meilleur ami, Mr Leland, avec lequel Kane a rompu ; sa deuxième femme, qui l'a quitté, et *in fine* le majordome. Si l'on retirait les séquences des interviews, on aurait bout à bout, l'enfance de Kane, sa jeunesse, sa maturité, sa vieillesse, sa mort, la chronologie d'un récit classique.

Tandis qu'avec un film comme *Toto le héros*, l'enquête sur l'identité du sujet est menée par lui-même, auprès de trois ou quatre êtres également, mais qui sont différents états de sa propre vie... Tout se passe comme si la caméra se trouvait au cœur de Thomas ; on est en pleine subjectivité, et bien plus que dans *la Dolce Vita*, qui prend pourtant prétexte d'un reportage pour rendre compte de l'angoisse qui étreint de plus en plus le personnage devant le vide informe de son existence désœuvrée. Mais il n'y a aucune visée intérieure en Marcello, ce qui renforce l'impression de sa vacuité spirituelle.

Avec Thomas, alias Toto, au contraire, il y a continuellement des retours sur soi, même l'espace d'un *insert*, où en un flash surgit une bouffée de passé. Et les souvenirs sont bien les siens, et non comme avec Kane, ceux des autres sur lui, et qui pour cela n'atteignent peut-être jamais sa véritable nature... Qu'est-ce que « Rosebud », le dernier mot de Kane ? demande continuellement le journaliste, en mal de sensation. Il ne résoudra pas l'énigme, dont seul le spectateur aura la clef. Qui est Kane ?

La réalité de l'autre est difficile à approcher. « *No trespassing* » est l'écriteau à l'entrée de la propriété du multi-millionnaire décédé.

On retrouve la question : qui est Thomas ? Mais lui se la pose en quelque sorte à lui-même. Il est sa propre énigme. Certes, la vérité sur son être n'est pas moins difficile à connaître. Car on ne sait tout que par lui ; on ne voit et n'entend que ce qu'il voit ou entend lui-même. On ne se souvient de lui que selon ses propres souvenirs. On ne peut recouper les faits par quelqu'un qui lui est extérieur. Sa réalité est complètement imaginaire. Si bien que quand il croit qu'on l'a pris pour un autre à la maternité, et que c'est son voisin, Alfred, qui aurait pris sa vie, on est sans doute en plein fantasme. Charles Foster Kane, on lui a objectivement volé son enfance ; on l'a en tout cas acheté, arraché à sa famille. C'est attesté dans un inédit autographe des mémoires du tuteur. Mais avec Toto le solipsisme va très loin. Il semble même malade qu'un autre puisse exister. Il désire qu'il n'y ait qu'un moi en tout et pour tout. Sachant qu'on veut éliminer Alfred, Thomas vieux, qui a revêtu les habits d'Alfred et pris possession de sa villa, celle de l'autre qui aurait dû être la sienne, s'offre, à sa place, dans le cadre de la fenêtre, à la balle des tueurs, qui tirent du jardin... Il tue ainsi l'autre qui lui aurait volé sa vie en lui volant sa mort. Ayant eu sa mort, il aurait eu sa vie... On aboutit là à un point extrême de cette tendance égocentrique, narcissique, européenne, du cinéma...

L'expérience de *la Dame du Lac* de Robert Montgomery (1946), avec la caméra dite subjective, montre toute la différence. La caméra était à la place de l'œil du héros, et non pas de son cœur. On ne voyait pas le personnage, sinon ses pieds, ses mains ; on ne pouvait pas s'identifier à lui, et donc vivre à sa place... On ne le voit qu'une fois, quand ayant reçu un coup, il se regarde dans une glace... Mais c'est un peu tard pour faire connaissance, il semble un autre, cet étranger ne peut pas être un moi... Malgré les apparences, on n'était jamais en lui... Le personnage n'est jamais habité, et le monde qu'il enregistre semble vide, plat, sans profondeur.

Action/réflexion

Si la tendance du cinéma américain est de se fonder sur la psychologie du comportement, la pente naturelle du cinéma européen est l'inclination d'une âme penchée sur elle-même, qui essaie de répondre à sa propre interrogation. Même si c'est aux Etats-Unis que la psychanalyse a eu le plus de succès. Hollywood continue à produire un cinéma d'action. *Vertigo* (1958) met en abyme assurément le vertige d'une âme, celle d'un « privé », un détective qu'on voit courir au début dans une chasse à l'homme. Réduit à l'inactivité, il recourt, il est vrai, dans sa nouvelle investigation, à la technique psychanalytique de faire revivre les origines d'un traumatisme. Mais loin d'être un polar en chambre, cette étrange aventure reste un *thriller* mené de main de maître.

Il n'empêche, le vieux continent réalise de préférence, des films de réflexion, où une âme se réfléchit comme dans un miroir. Ainsi que dans *Vertigo*, Govert, l'anti-héros de *l'Homme au crâne rasé*, retrouve aussi celle qu'il aime, qui l'a aussi trahi, et dont il n'était pas plus sûr qu'elle l'aimait ; seulement, ici, on ne saura pas si la deuxième rencontre a jamais eu lieu, si elle n'est pas une pure projection mentale du héros qui aurait pris ses désirs pour de la réalité, car il croit être cause, lui, de sa mort à elle, alors qu'il se pourrait selon toute vraisemblance qu'elle vive toujours...

Si bien que l'on se trouve devant le vertige d'un esprit malade dont le sentiment de culpabilité ne serait pas fondé sur un crime réel, mais sur une faute imaginaire qu'il s'attribue sans raison. Tout au plus peut-il se sentir coupable d'une velléité d'adultère. Il se fait à lui-même un procès d'intention... Ce pauvre avocat raté s'enlise dans une casuistique personnelle. En Amérique, on ne juge que sur les actes.

Il y a trois parties, dans ce film ; chacune découvre en la précédente un double fond insoupçonné : le réel se révèle continuellement..., après tout comme dans les découvertes successives d'un bon film noir. Il y a ainsi la séquence à l'école, lors de la distribution des prix où Govert, amoureux fou de Fran, ne parvient cependant pas à se déclarer... Puis dix ans plus tard, il la retrouve par hasard dans un hôtel et apprend qu'elle fut la maîtresse de Brantinck, ce collègue que Govert était venu remplacer ! et qui au lieu de quitter l'école en avait donc sans doute été chassé... Et pour comble, Govert apprend d'elle qu'elle l'a toujours aimé, même si elle a connu beaucoup d'hommes. Elle le supplie de la délivrer de sa vie dépravée... Elle lui donne un revolver. Et lui demande de poser cet acte d'amour. Il tire sur elle... Et à la fin, Govert dans un asile pénitentiaire assiste à une projection d'actualités... où Fran, actrice, est interviewée. Elle vivrait donc. Il ne l'aurait pas tuée. Mais cette bande est peut-être ancienne. Il se serait puni lui-même... C'est fou. Pour rien. Mais on ne saura jamais vraiment ce qui s'est passé. On reste prisonnier de sa subjectivité. Le réel ne cesse de se révéler. Quand on croit avoir trouvé, il faut encore chercher. La quête est infinie. C'est un parcours initiatique, et qui enseigne qu'il n'y aurait pas ici-bas de vérité absolue. Chez Hitchcock, on finit par avoir la solution définitive à l'énigme.

« L'autre », dans *Vertigo*, était la même, et elle se révèle plus que suspecte, véritable complice de son amant, le mari assassin. Delvaux nous montre le monde sous les apparences quasi d'un simple reportage, mais à chaque stade ce qu'on a pourtant vu de ses yeux est remis en question par le stade suivant, si bien qu'on arrive à douter de tout. Car on n'a vu les choses qu'à travers les yeux du personnage, on n'a que ses informations sur le cours des événements, et on finit par comprendre que l'on est avec lui, en lui, piégé par sa seule conscience. Ce que l'on croyait la réalité n'est probablement plus que de l'imaginaire. A la fin d'un Hitchcock, le *faux coupable*, comme le titre un de ses films, se retrouve bel et bien reconnu innocent. Et vice-versa (*Vertigo*). Chez Delvaux, l'innocent continue à se croire coupable, il n'est pas entièrement libéré d'une faute dont il est le seul à s'accuser. Ce sera encore le cas de Mathieu Grégoire, convaincu d'avoir tué l'ami de *Belle* (1973), alors que rien n'est moins sûr. En aveu, il amène le commissaire à l'endroit où il aurait immergé le corps de l'Etranger... et on ne retrouve que le cadavre d'un chien ! Le réel ne l'est pas, tout s'est passé dans son imagination qui éprouve le besoin de compenser ses frustrations, apparemment... Son esprit aurait déplacé son désir d'inceste avec sa fille, sur une autre, faite à son image... Et le spectateur abusé a partagé dans une certaine mesure ses illusions morbides en perdant pied dans ses Fagnes intérieures.

Avec *Toto le héros*, il y a certes de l'action, Thomas se projette détective qui délivre son père des gangsters (le gang Kant), il projette de se venger, de tuer Alfred, de lui reprendre son bien, sa vie ! Mais c'est vu de l'intérieur... On n'a jamais vu John Wayne ainsi aux prises avec les velléités des démons de sa conscience, son for

intérieur emmêlé dans les évanescences de ses imaginations, comme Michel Bouquet qui incarne Toto empêtré en lui-même...

Extraversion/introversion

A l'expressionnisme allemand (sous la forme du caligarisme), complètement introverti, avec ses décors peints qui semblent reproduire l'intérieur anatomique d'un corps humain faute de savoir représenter la topographie des méandres angoissés du ça, correspond deux décennies plus tard en Amérique le film noir américain avec ses privés extravertis, l'inconscient cauchemardesque étant matérialisé par les sombres bas-fonds des villes et ses bars sordides où l'ivresse permet de visualiser les tourments personnels et même de rencontrer la destinée inexorable qui nous pousse des tréfonds de notre être, incarnée dans une femme fatale...

Il est clair que le cinéma ne peut filmer que la réalité extérieure, dans tous les cas. Et ce qu'on appelle techniquement un plan subjectif n'est qu'un plan objectif, le contrechamp d'un regard, un morceau de monde. Même un souvenir, sur l'écran, n'est pas une image mentale, comme dans la souvenance qui ne peut être qu'abstraite (il n'y a que le présent qui est accessible à nos cinq sens) : un souvenir dans un film s'inscrit dans le cadre en une image concrète, à tel point que celui qui entre dans une salle en pleine séquence de *flash-back* est incapable de reconnaître qu'il est en présence, non, comme il le croit, d'un reflet actuel de la réalité, mais d'une image du passé révolu.

Et pourtant, en Europe, il y a une propension souvent à vouloir faire croire qu'on filme de l'intérieur même des personnages.

D'où la technique du personnage conducteur, où il n'y a pas de montage parallèle entre ce qui se passe pour lui, et ce qui se passe par ailleurs, dans le champ d'un autre absent, par exemple dans le camp de son ennemi. Il n'y a pas deux réalités qui s'affrontent, et qui explosent dans le duel final. Dès le début, il n'y a que lui, il est la seule conscience au monde...

Réalisme magique

C'est d'ailleurs la base sur laquelle peut s'échafauder le réalisme magique, où la réalité n'apparaît que comme imaginaire, où le réel fait découvrir un autre réel, qui n'est peut-être que celui du rêve... Belle a-t-elle existé, ou n'est-elle que le fantasme du poète Mathieu Grégoire ? S'est-il passé quelque chose à Marienbad ? Le bateleur de foire a-t-il vu la Mort entraîner le chevalier, sa femme et leurs hôtes dans une sarabande folle à l'horizon (*le Septième sceau*) ? Thomas a-t-il été substitué à Alfred dans la maternité, celui-ci lui a-t-il pris sa vie ? C'est l'opposition du scénario hollywoodien fermé au scénario à récit ouvert... Dans le cinéma européen, on peut sortir de la salle avec un sentiment inconfortable d'incertitude. Metz parle d'un cinéma qui hésite entre l'ambiguïté et la devinette : Alphonse dans *Muriel*, avait-il oui ou non envoyé, comme il le prétend une lettre explicative à Hélène vingt ans avant, au moment du *rendez-vous* manqué ? L'amnésique d'*Une aussi longue absence* était-il oui ou non le mari ? ¹² Le scepticisme, et l'agnosticisme, sont apparemment plus fréquents de ce côté-ci de l'océan. L'Américain serait plus certain dans ses convictions. Le réel existe.

Si l'enquêteur n'a pas trouvé la pièce manquante du puzzle, le spectateur lui sait que Rosebud est le nom du traîneau et donc le symbole de la perte de Kane... Mais à la fin d'un film de Delvaux le spectateur demeure aussi perplexe que le héros... Govert a-t-il tiré ? Jacques Nueil est-il mort, tombé en avion, son absence est-elle celle de sa disparition à jamais ?... Et chez Van Dormael, avec Thomas, on s'interroge : Evelyn ne serait-elle pas morte dans l'incendie ?... Le non-moi n'est que la perception d'un moi.

Le réalisme magique, qui connaît d'innombrables variantes selon les cinéastes, serait une expression extrême de l'euroanéité.

Autobiographie

Cette autoréflexivité fait que l'Europe a connu une efflorescence du film à caractère autobiographique ¹³, notamment des autoportraits comme les *Cinématons* (1978-) de Gérard Courant, photos d'identité animée de personnalités diverses ; des confessions tel *Un chant d'amour* (1950) de Jean Genet, en mal de compagnon en prison ¹⁴ ; des lettres, comme *News from home* (1986) où Chantal Akerman lit la correspondance que lui adresse sa mère de Belgique, sur des plans séquences dans les rues ou le métro de New York (1976), ou encore *Lettre à Freddy Buache* (1981) de Jean-Luc Godard ; des souvenirs d'enfance, comme *Amarcord* (1973) de Fellini, qui signifie dans son dialecte « Je me souviens », ou *Bruxelles-Transit* (1980) de Samy Szlingerbaum, ami de Chantal Akerman, lequel met des images sur la voix réelle de sa mère qui raconte son exode de Pologne en Belgique (1980) : ce film nous livre un mélange de portrait de famille, de journal de voyage et d'actualités privées. On peut même voir des carnets du cinéaste, sur la genèse de son œuvre, outre le *Huit et demi* déjà évoqué, *la Prison* (1948) de Bergman, du cinéma dans le cinéma monté de manière virtuose, avec un scénariste comme porte-parole de l'auteur ; *Tout est à vendre* (1967) de Andrzej Wajda ; *Passion. Scénario du film « Passion »* de Jean-Luc Godard ; *Autoportrait. Un film* (1983) de Marcel Hanoun ; ou d'une manière plus transposée dans *Providence* à travers la fiction d'un romancier qui fait son cinéma, et dans *Benvenuta* (1983) d'André Delvaux où l'on voit un jeune cinéaste, qui vient interroger la romancière dont il veut adapter le roman autobiographique, élaborer peu à peu sous nos yeux son film... Et de même *le Regard d'Ulysse* d'Angelopoulos où un réalisateur naturalisé américain de retour dans son pays va à la recherche d'un film primitif perdu, témoignage du cinéma en Grèce, image effacée de son propre passé mort, de son identité. On peut encore mentionner des testaments comme *le Testament d'Orphée* (1960) de et avec Cocteau, et d'une certaine façon *l'Œuvre au noir*, testament philosophique de Delvaux, *Fanny et Alexandre*, film-somme de Bergman...

2

La nostalgie du vieux monde

Certes l'Europe n'a pas le monopole en ce domaine. Il n'est que de citer *David Holzman's diary* (1967) de Jim McBride. Mais si Jonas Mekas signe un journal de voyage, il s'agit de son retour chez sa mère restée sur le vieux continent, *Reminiscences of a journey in Lithuania* (1972). Et Orson Welles n'a pas moins succombé à la fascination de l'Europe. Lui qui nous livre *Filming Othello*, sur les

aléas du tournage de son adaptation de l'œuvre shakespearienne, il est le *wonder boy* qui a passé une majeure partie de sa carrière cinématographique de ce côté-ci de l'Océan ; et il achèvera sa filmographie en tournant un *Don Quichotte* en Espagne où il vivait alors, dans des décors réels et au milieu de vraies festivités, incarnant, après Falstaff, le formidable bouffon anglais, Sancho Pança, le compagnon tout aussi truculent du noble chevalier de la Manche. Il a vécu et illustré de grands mythes de l'imaginaire européen. Et quand Chaplin donne un des premiers souvenirs d'enfance au cinéma avec *The Kid* (1921), il s'agit évidemment de sa jeunesse à Londres. Et surtout, lorsqu'il produit *Limelight* (1952), où il avoue son drame intérieur actuel, qu'il est un roi du rire qui ne fait plus rire, et qu'il met en scène une simulation de sa propre mort, se donnant une mort de Molière, il est définitivement revenu en Europe, chassé par l'Amérique maccarthyste. Ce film s'insère d'ailleurs dans la tradition narrative européenne, merveilleusement illustrée dans la *Charrette fantôme* (1920), avec ses nombreux souvenirs et imaginations, et l'histoire d'un homme arrivé au bout de son existence, et qui fait le bilan, comme encore après lui *les Fraises sauvages* de Bergman, avec d'ailleurs Sjöström dans le rôle principal ; ou *Providence* de Resnais, *l'Œuvre au noir* de Delvaux, *Toto le héros* de Jaco Van Dormael...

L'eupéanité de Chaplin

Pour Mitry, Chaplin serait « le plus grand homme de cinéma »¹⁵. Or, l'eupéanité de l'œuvre de Chaplin est profonde. Certes, c'est à Hollywood que son étoile a monté, et il est le fleuron de toute l'industrie du cinéma américain. Mais sa nostalgie est permanente : son nom est d'origine française et sa célèbre silhouette reflète le costume de tout Anglais moyen du temps de son enfance. Dans *Easystreet* (1917), le policier est davantage bobby londonien que policeman new-yorkais. *Soulder Arms* (1918), c'est Charlot à la guerre avec le contingent américain, mais en France. *The Kid* (1921) est à peine fini qu'il revient pour la première fois, depuis qu'il l'a quitté sept ans plus tôt, dans son pays natal pour l'y présenter en gala à Londres, et puis à Paris, où il est décoré, et puis à Berlin, où il suscite le même engouement et en Italie, aussi enthousiaste. Chacun des pays européens a des liens particuliers avec lui, mais toujours passionnés¹⁶. Son premier long métrage, en 1923, un mélodrame sans Charlot, s'intitule *A Woman of Paris*.... Devenu richissime, à la fin de *la Ruée vers l'or*, c'est vers l'Europe que Charlie s'embarque avec son compagnon de fortune Jim Mac Kay..., comme Chaplin sur le paquebot à son premier retour en 1921... *City Lights* présente une synthèse de villes : New York, Paris, Londres... ; et le millionnaire, en voyage, c'est d'Europe qu'il revient. *Modern Times* était issu d'une séquence de *A nous la liberté* de René Clair (1931), et Chaplin fut même traduit devant les tribunaux pour plagiat par la Tobis, producteur allemand du film. René Clair déjoua le scandale avec élégance, se réjouissant qu'il aurait pu pour quelques plans inspirer le maître qui l'avait tant de fois influencé lui-même... *The Great Dictator*, en 1940, met en scène la tragédie européenne ; et dans une Amérique isolationniste, il est même quasi le seul à faire, à oser, un film anti Hitler. Chaplin risque sa fortune, et sa réputation, en cas d'échec, pour l'Europe. *Monsieur Verdoux* se passe en France ; il y incarne un Landru. *Limelight* est une synchrèse de lui et de son père, toute une époque qui revit entre temps modernes et Belle époque... *A King*

in *New York* sont les démêlés avec la furie maccarthyste d'un roi pacifiste, exilé du vieux continent... Chaplin opère une puissante synthèse : lui qui est un composé singulier d'Arlequin et de Pierrot, de Tristan et Don Juan, de comique et de tragique, acteur et réalisateur, personnage réel et mythe, riche jouant au pauvre, grand homme et *man-child*, il crée en son œuvre... sa propre alliance atlantique...

De fait les Etats-Unis développent un tel dynamisme qu'ils intègrent les expériences cinématographiques européennes depuis le début : pour son *Intolérance*, Griffith fait un montage, d'abord parallèle puis alterné, d'une séquence imitée du Film d'art français (pour sa Saint-Barthélémy), d'une autre qui veut surpasser le peplum italien (genre *Cabiria*, pour l'épisode babylonien), d'une troisième inspirée d'une Passion (tableau animé, pour son épisode biblique), et enfin d'une quatrième qui est typique de sa propre manière réaliste (pour l'épisode moderne) ¹⁷.

Woody Allen

Et, aujourd'hui, Woody Allen, — qui a permis un des rares films sur lui à un cinéaste comme André Delvaux, dans son *To Woody Allen from Europe with love*, — il est peut-être le réalisateur américain le plus européen, avec *Stardust Memories* (1980) ; c'est son *Huit et demi*, sa propre réflexion sur son art, et qu'il tournait précisément quand Delvaux est allé faire son film sur lui ; avec son *Interiors*, qui est son film bergmanien ; avec son *Ombres et brouillard* qui est une sorte de *remake* de quelque vieux film expressionniste des années vingt inspiré de Murnau. Il nous paraît proche encore par son caractère autobiographique (*Annie Hall*, *Manhattan*). Ses séquences semblent des notes prises sur le vif d'un journal intime, Woody croqué par lui-même au quotidien... Après Chaplin, dans *Calvero*, Woody serait même le seul cinéaste, célèbre, à oser parler sans fard de lui..., et avant le Fellini d'*Intervista* (1986) ¹⁸. De fait ces films ne livrent que peu de choses de Woody Allen lui-même ; mais l'important, c'est que tout le monde croit le voir tel qu'en lui-même ; il spéculé sur cette illusion ; et les producteurs jouent cette carte de l'autobiographie ¹⁹.

L'expression personnelle

Dans les années soixante, les jeunes cinéastes ne songeaient qu'à l'expression personnelle. C'est très caractéristique de la Nouvelle Vague. Mais c'était là une des ultimes émergences d'une lame de fond qui venait de loin dans le temps. On cultivait un « grand mythe libertaire », on faisait son 68 cinématographique. On croyait pouvoir faire un cinéma sans scénario, un cinéma d'improvisation (ce qui était mal interpréter l'activité de Godard), un cinéma écrit avec une caméra-stylo (dont on attribuait l'utopie à Astruc), du cinéma-vérité, mais même sur soi (voir Luc Moullet) ²⁰, du cinéma « direct », etc. C'est, en tout cas, en ces termes, que les critiques pensaient pouvoir définir ce nouveau cinéma..., et dont a émergé une exploration de l'intériorité ²¹.

Charlot, il ou je ?

Charlot n'est pas un personnage conducteur, car on voit par intermittence le monde en dehors de lui (le vol de la mère d'Edna par la brute, *The immigrant* ; la mère d'Edna qui se lamente devant le portrait de sa petite fille jadis enlevée, *The Vagabond*, etc.). Il peut néanmoins apparaître comme un je, Chaplin étant partout dans son film, en tant qu'acteur-réalisateur-metteur en scène et même compositeur et

producteur. On a certes ressenti comme autobiographique *The Kid*, voire *The Immigrant*, ou *City Lights*... Ce milliardaire, en jouant un pauvre, ne cessait de réincarner l'enfant qu'il avait été, son costume de tramp étant celui de l'époque de sa vie où il a connu la misère... S'il faut distinguer Chaplin de Charlot, opposés qu'ils sont en la plupart des points ²², on n'a pourtant pas tellement tort de les confondre, car si Charlot peut être absent, Chaplin est là en permanence, devant comme derrière la caméra, en amont et en aval du film. Il est vrai qu'on n'attribue pas de discours intérieur à Charlot. Et pourtant, *man-child*, exploitant la petite enfance à des fins comiques dans mille et un gags (voir *l'Age d'or du comique*) ²³, il nous montre ce qu'on a été, à une époque dont on n'a plus souvenir, il nous révèle ce qu'on est toujours au fond de soi, dont on n'a pas conscience... Pour chacun, ce je est moi.

Acteur-réalisateur

Les auteurs complets, comme lui, Erich von Stroheim, ou Orson Welles, ne font pas à première vue une descente dans les tréfonds de nos êtres, — quoique le travelling en trajectoire pénètre par-dessus les toits en « plongée » comme par effraction lors d'un orage à travers les vitres de la verrière du cabaret où se trouve Suzan, l'ex-femme de Kane, pour matérialiser la plongée dans la conscience, dans le passé... Ils présentent néanmoins une vision très authentique de l'âme (la bestialité naturaliste, schopenhauerienne, chez Stroheim ; la volonté de puissance qui surcompense le sentiment d'infériorité de l'enfant trop petit pour l'emporter sur les grands qui décident en-dehors de lui de sa destinée, chez Welles.) Ce qu'ils montrent forcément avec tant de cohérence, étant présents à tous les stades du processus de création, serait une image on ne peut plus fidèle de leur être profond. C'est assurément à quoi tend tout artiste dans ses créations. Il n'empêche qu'il y a un mode de fonctionnement différent pour y atteindre sur les rives opposées de l'Atlantique. C'est une question de point de vue et d'appréhension générale de la réalité, qui privilégie de ce côté-ci l'autoanalyse et les relations d'incertitude...

Certes Chaplin est un cas limite : à la fin de *City Lights* la question reste ouverte : la fleuriste aveugle et qui voit grâce à Charlot pourra-t-elle aimer celui qu'elle s'imaginait millionnaire ? Charlie et la Gamine pourront-ils aller loin ainsi sur la route finale des *Temps Modernes* ? Charlot à la tribune du Dictateur a-t-il vraiment sauvé le monde ?

Mais dans le réalisme magique, l'interrogation ne porte pas seulement sur l'avenir, il y a même une remise en question du passé, de tout ce qu'on a pu voir de ses propres yeux de spectateur...

Au fond de Charlot, Calvero

En tout cas, c'est quand il revient dans le Vieux Monde que Chaplin sort en 1952, son film le plus autobiographique, *Limelight*..., avec pour la première fois dans son œuvre des *flashes-back*, et qui sont l'expression des souvenirs du héros lui-même. Il y exploite des éclairages du type expressionniste, de manière à faire ressortir la face sombre de son être. Lui qui cite le docteur de Vienne, joue au psychanalyste avec la danseuse frappée d'une paralysie hystérique, qu'il guérit. Le tout est une autoscopie de sa conscience, et aussi loin qu'il puisse aller... jusque dans sa mort. Ce n'est pas un inconnu qui essaie de révéler la vraie nature de son identité, comme

avec Charles Foster Kane. Dans *Limelight*, c'est Chaplin lui-même qui se livre ! Et il ne se tient pas caché comme plus tard Bergman derrière Isak Borg. Calvero montre le discours intérieur que l'on ne pouvait pas prêter à Charlot...

Kane vs Toto

Certes quand on se met à analyser les films, l'opposition des films américains et européens n'est pas toujours aussi tranchée, d'autant que de nombreux cinéastes européens ont fait le cinéma américain : non seulement des comédiens émigrés comme Chaplin, Von Stroheim, mais aussi des cinéastes déjà chevronnés en Europe comme Lubitsch, Murnau, Fritz Lang, Billy Wilder, Michael Curtiz, Hitchcock... Seulement, quand on prend un cinéaste du terroir comme Orson Welles, né en Amérique, et qui a l'ambition, — comme Griffith en 1916 avec *Intolérance*, — de donner un film qui serait la synthèse du cinéma en 1940, même si cet Américain, qui s'est exilé en sens contraire finit par s'eupéaniser, — son œuvre majeure, *Citizen Kane*, est marquée de notables différences... Il n'y a jamais un rêve personnel de Kane, une imagination intime passagère, une rêverie sur lui-même, une projection dans l'avenir d'un de ses plus chers désirs... On a les souvenirs des autres sur lui, c'est-à-dire là aussi on a les autres sans leur propre monde intérieur, ils restent autres, ils n'existent qu'en fonction du personnage central dont on essaie de reconstituer la personnalité le plus complètement possible, et qui leur échappe, comme leur propre être nous est relativement étranger... Pas d'intimité nulle part. Partout de l'investigation, pas de l'introspection.

On voit toute la dissemblance avec un film comme *Toto le héros*, qui, en parfaite œuvre postmoderne, offre une synthèse de cinéma, par ses citations allusives aux œuvres antérieures, mais qui est surtout fidèle à sa façon à l'école du réalisme magique dont il est issu. J'ai pu montrer ailleurs ²⁴ comment on retrouve quelques-uns de ses thèmes dans Delvaux, mais distribués autrement, et dans une structure qui privilégie le montage court, comme dans l'école soviétique du cinéma muet...

A l'Est, rien de nouveau ?

Pour le cinéma soviétique, le cinéma européen, considéré comme nombriliste, est typique de l'individualisme petit-bourgeois. Il est piquant de savoir, que ce cinéma révolutionnaire est sorti quasi d'*Intolérance* de Griffith. Lénine a obligé les jeunes des écoles de cinéma à l'étudier, à l'imiter, surtout dans sa séquence moderne de la répression sanglante d'une grève... Et Poudovkine avoue que c'est la vue de ce film américain qui a provoqué sa vocation cinématographique. Eisenstein connaît si profondément Griffith qu'il montre qu'*Intolérance* rate sa métaphore... car le film n'est pas fédéré par une image, mais par un mot... le mot abstrait du titre. Et si le héros d'Eisenstein n'est pas l'individu, comme aux Etats-Unis, et encore moins la personne, comme en Europe, mais la masse, la foule insurgée, il n'en est pas moins vrai que son optique est plutôt celle du cinéma américain, puisque son regard est la saisie de l'extérieur de la réalité objective, la réalité sociale, historique, dans ses phases de combat de préférence, dans la victoire finale du peuple... Et même s'il a voulu faire, avant Wilhelm Reich, une synthèse de Freud, dont il avait au moins lu avec admiration l'étude sur Léonard de Vinci (au point d'en tirer une ligne de vie : la sublimation au profit absolu de son œuvre ²⁵), et de Marx, dont il aurait voulu

monter *le Capital*, il n'a jamais réalisé une œuvre inspirée de l'analyse des états d'âme d'un homme, voire d'un artiste, sinon de lui-même... Dommage...

Comme les Américains, les Russes furent aux antipodes d'un Proust, dont l'œuvre a hanté tout le cinéma européen... *Rendez-vous à Bray*, à y voir de plus près, fonde ses *flashes-back* sur des réminiscences proustiennes, à partir de sons ou d'odeurs... Et, outre le Proust de Schloendorff, *Un amour de Swann*, il existe au moins deux scénarios, malheureusement non tournés, l'un de Harold Pinter pour Joseph Losey, l'autre de Suso Cecchi d'Amico pour Visconti ²⁶, et que Delvaux, cette année, se propose d'utiliser, au Danemark, dans une formation dite « *Master class* » de jeunes cinéastes venus des quatre coins de la Communauté européenne...

NOTES

¹ Bela Balazs, *Der Geist des Films*, trad. *Theory of the film*, Dobson, London, 1952, p. 179.

² *In Revue des Lettres modernes*, n° 36-38, 1958.

³ Voir Christian Metz, *Essais I*, 1971, Klincksieck, p. 243.

⁴ Jean Mitry, *Esthétique et Philosophie du cinéma*, 2, Les Formes, Editions Universitaires, 1965, VI « Temps et espace du drame », pp. 343-344.

⁵ Christian Metz, *le Signifiant imaginaire*, UGE, coll. « 10-18 », 1977, (l'identification secondaire) p. 79 et pp. 123 et ss. ; et J. Aumont, A. Bergala, M. Marie, M. Vernet, *Esthétique du film*, Nathan, 1983, pp. 187 et ss.

⁶ Christian Metz, *Essais I*, op. cit., pp. 243-244.

⁷ Gilles Deleuze, *L'image-Temps*, Cinéma 2, Minuit, 1985, p.137.

⁸ Federico Fellini, *Cinecittà*, Nathan, 1989, p. 69. De même, « Je dois admettre que même mes films de la mémoire racontent des souvenirs complètement inventés. Et du reste, quelle différence ? », p. 63.

⁹ A. Willy Szafran, « *Persona* », exposé au CEP (ULB), 1993, et Jacques Siclier, *Ingmar Bergman*, Editions Universitaires, 1966.

¹⁰ Marc Vernet, *Communications* n° 23, 1975, pp. 223-234.

¹¹ A. Nysenholc, « La recherche de l'innocence (1. La culpabilité 2. La coupure 3. Le parcours initiatique) », in *André Delvaux*, Revue de l'Université de Bruxelles, 1995, pp. 67 et s.

¹² Metz, *Essais I*, p.198.

¹³ Voir A. Nysenholc (éd.), *l'écriture du JE au cinéma*, Revue belge du cinéma, n° 19, 1987.

¹⁴ *Ibid.*, voir le *Journal intime* de Joseph Morder, commenté par Philippe Lejeune, « Cinéma et autobiographie : problèmes de vocabulaire » : « Dans quelle mesure l'art peut-il n'être pas fiction ? », p. 12.

¹⁵ Jean Mitry, *Charlot ou la fabulation chaplinesque*, Editions Universitaires, 1957, p. 12.

¹⁶ Michael Hanisch, « The Chaplin reception in Germany », in *Charlie Chaplin : His Reflection in Modern Times*, A. Nysenholc (éd.), Mouton de Gruyter, Berlin-NewYork, 1991, pp. 25-33 ; et A. Nysenholc, « Chaplin et la France », *Humoresques*, Presses Universitaires de Vincennes, 1994.

¹⁷ Dominique Chateau, *le Cinéma comme langage*, AISS-IASPA/Sorbonne, 1986, pp. 85-95.

¹⁸ Mais si avec *Nick's Movie* (1980) l'on voit sur l'écran Nicholas Ray vivre, jusqu'à sa fin, c'est Wim Wenders, venu d'Allemagne, qui fait ce film discuté, même avec son consentement, de la mise en scène réelle de la mort du réalisateur américain.

¹⁹ *Woody et moi par Woody Allen*, entretiens avec Stig Björkman, *Cahiers du Cinéma*, 1995, p. 58 (« Durant les quinze dernières années, l'Europe m'a sauvé la vie. Sans l'Europe, je ne ferais sans doute plus de films... Au bout de quelque temps, j'ai commencé à avoir mon public en Europe, et maintenant je dépends complètement du public européen »), p. 62 (*Annie Hall* : « Dans ce film, je m'étais efforcé d'aller dans le sens de l'introspection, si bien qu'on pénètre souvent dans l'esprit d'Alvy »), p. 67 (« *Intérieurs...* Même si cette histoire est située à New York, le thème de la ville est totalement absent du film. Je voulais que tout se déroule à un niveau inconscient, purement inconscient »), p. 182 (« *Annie Hall* n'était pas autobiographique », il y expose plus d'un épisode qui est arrivé au co-scénariste, Marshall Brickman. « De l'autobiographie de qui parle-t-on au juste ? De la sienne ou de la mienne ? »)

²⁰ Luc Moullet expose ses problèmes de relation avec Antonietta Pizzorno devant la caméra miroir, voir Philippe Lejeune, « Cinéma et autobiographie », *op. cit.*, 1987, p. 9.

²¹ Metz, *Essais I*, *op. cit.*, « Cinéma moderne et narrativité », pp. 186-221.

²² A. Nysenholc, *l'Age d'or du comique*, Editions de l'Université de Bruxelles, 1979, (Chaplin, l'anti-Charlot), pp. 193-195.

²³ *Ibid.*, *passim*.

²⁴ A. Nysenholc, « Je est un autre », *Toto le héros*, Domnica Nasta (éd.), *Revue belge du cinéma*, 1994.

²⁵ Voir Dominique Fernandez, *Eisenstein*, (1975), Ramsay Poche, 1987, p. 36.

²⁶ Harold Pinter, *The Proust's screen play, A la recherche du temps perdu*, Methuen, Londres, 1978. Le script italien est inédit, il a été traduit en français, et a servi à Nathalie Borodine pour sa thèse de doctorat à Paris.

LE VERITARISME

Pour Jean Renoir, dans l'esprit des producteurs, le mot « commercial » ne correspondrait pas, comme on pourrait l'imaginer, à des possibilités de bénéfices, mais à une certaine esthétique.

Suite à la capitulation totale et sans condition des producteurs devant les diffuseurs, cette « certaine esthétique », sans nom ni manifeste, s'est imposée comme allant de soi.

C'est aujourd'hui l'esthétique dominante, il est temps de la nommer et de l'analyser.

Les pages qui suivent n'ont pas de prétention exhaustive, elles sont le premier reflet d'une réflexion.

1. Baptême

« L'auteur a cherché à vous peindre une tranche de vie.

Il a pour seule maxime que l'artiste est un homme, et que pour les hommes il doit écrire. Et s'inspirer de la vérité.

Un nid de souvenirs au fond de son âme chanta un jour, et lui, avec de vraies larmes, écrivit, ses sanglots battant la mesure !

Vous verrez donc aimer, comme peuvent aimer les êtres humains ; (...) Et vous, plutôt que nos propres défroques d'histrions, considérez nos âmes, puisque nous sommes des hommes de chair et d'os et que de ce monde orphelin, comme vous nous respirons l'air ». (Prologue de *Paillasse*, opéra de Ruggero Leoncavallo, créé le 21 mai 1892 à Milan et profession de foi du vérisme, pendant transalpin du naturalisme de Zola).

« Le cinéma, c'est... c'est la vie. Qui nous entoure. En mieux » (Steven Spielberg, *Studio*, mars 1995).

Ou autrement dit :

« Le public peut accepter n'importe quoi, le tout c'est de bien lui présenter » (Arnold Schwarzenegger, quelque part sur une autoroute cathodique, début 1995).

« Véritarisme », de « vérisme », avec une volonté autoritariste.

Les commanditaires imposent au spectateur leur vision du monde comme étant « la » réalité. Une réalité qui serait évidente pour tout le monde.

2. Définitions générales

Le véritarisme a une mission : distraire.

Belles images explicites, enchantement contrôlé, à l'invisible il est interdit d'affleurer.

Réalisme, vraisemblance et véritarisme

Inscrit dans une tradition de réalisme, le véritarisme s'attache à maintenir la vraisemblance avec constance.

Que certaines invraisemblances sonnent « plus vrai » importe peu, sa vocation distractive l'incite à produire des films pour faire oublier, plutôt que se souvenir. A cette fin, la réalité est édulcorée avec soin de toute impureté ambiguë ou onirique. Seule exception, une mode récente, cruelle, qui sacrifie la sacro-sainte vraisemblance sur l'autel du second degré — au mépris du premier, objet de toutes les moqueries.

Ayant pour mission de protéger ses spectateurs des affres du réel, le véritarisme ne transfigure pas ce dernier (par le lyrisme, le romanesque ou le poétique), mais au besoin, le contourne — comme de bons parents qui protègent leurs enfants en ne leur parlant pas de la guerre.

Cette esthétique à but commercial se caractérise par un souci de transparence qui nécessite l'effacement de l'auteur, du propos et de la narration, au profit de l'histoire (par voie de fait, l'autobiographie est bannie).

Mais pour autant, elle ignore avec superbe que le concret puisse être une synthèse de déterminations multiples. Pour le véritarisme, *le concret*, c'est un point de vue, mais un point de vue entendu. « Le » point de vue. Et donner aux spectateurs des éléments épars pour qu'ils se fassent le leur est une faute professionnelle.

Le versant fantastique du véritarisme n'échappe pas à l'emprise de la vraisemblance. Pas question de nous emmener sur la lune comme Méliès avec un petit train et une extension de voie. La machine fabuleuse sera vraisemblable et les ouvriers qui construisent le pont la légitimeront. Justification en place de poésie.

Commanditaires, spectateur et auteurs

Inscrit dans une logique d'économie de marché, le véritarisme a pour seul objectif d'attirer le spectateur dans la salle, afin de prendre un peu de son argent à l'entrée.

Au théâtre, du fait de la présence physique des acteurs et du silence qui est demandé aux spectateurs, le public fait partie intégrante de la représentation. On joue pour lui. Il manifeste physiquement son contentement, sa lassitude ou son exaspération par ses applaudissements, ses quintes de toux ou ses huées.

Au cinéma il n'y a que les autres spectateurs pour justifier son silence, et quand le film est diffusé à la télévision, le « client » est livré à lui-même.

Devant ces états de fait, le véritarisme a peur. Il cherche à retenir le spectateur — et son argent. Ce n'est finalement pas lui qui fait l'offre. Il est en demande — d'audience.

Des fructueuses réussites de l'histoire du cinéma, le commanditaire dégage des « recettes » mais oublie au passage qu'une grande cuisine doit autant à la personnalité de son chef et à la performance de son équipe qu'à la qualité des ingrédients et à la synergie du tout. Un bon repas, c'est un voyage et une *expérience*, une recette n'est rien sans le savoir-faire « avec amour » de ses exécutants.

Ainsi, le véritarisme s'exclut lui-même des sphères du métier et de l'amour du métier, qui sont les creusets alchimiques nécessaires où l'argent se transforme en art et en plaisir, pour donner un film, qui, au contact du public, se transformera peut-être en beaucoup plus d'argent.

Ignorant ces réalités et ne sachant faire de l'argent qu'avec de l'argent, les commanditaires, pour conjurer les peurs et quoi qu'ils en disent, sont disposés à gaver les films d'avoine. Résultat : escalade du spectaculaire et budgets de promotion exponentiels, pas d'amour du métier et peu de bonnes surprises.

La recette miracle sur laquelle aucun commanditaire n'a de doute est qu'un film doit être distrayant. Les grands films le sont.

Sauf qu'à distraire un spectateur sans lui proposer d'expérience, on l'exclut. Mais pas lui seulement. L'intention du véritarisme étant seulement de plaire au public, la conscience artistique des auteurs n'est tolérée (dans son for intérieur le commanditaire est le seul et véritable auteur) que si elle est subordonnée à cet adage.

Une des composantes de « la magie du cinéma » est de donner au spectateur l'impression d'être le témoin « invisible » de ce qui se passe sur l'écran ; l'auteur passe alors un contrat moral avec le spectateur et s'engage à ne pas lui montrer n'importe quoi. Le véritarisme refuse ce contrat ; pour lui, tout est bon.

En résumé, le véritarisme exclut, de fait, deux éléments de la chaîne de fabrication des films : les spectateurs et les auteurs.

Politique, morale et esthétique

Le véritarisme choisit une opinion politique, morale ou esthétique dans l'éventail de « vérités » qu'offre la société divisée en clans. Ce choix n'est pas le résultat de convictions intimes forgées par une analyse lucide, une intuition ou une accumulation d'expériences en éveil sur les suivantes. C'est un choix arbitraire déterminé par la volonté d'appartenir à une famille — ascenseur social — de laquelle on briguera reconnaissance. La cause épousée sera défendue mordicus, quelle que soit son inadaptation à telle ou telle situation.

C'est ainsi que se forment les mouvements d'opinion, philosophiques et politiques. Le véritarisme est tour à tour le porte-parole de chacun en cela qu'il sacrifie tout à la *cohérence* qui, comme le disait Rossellini, « à ce degré d'obstination maniaque, tue sous elle toute liberté et toute fantaisie ».

Technique, art et professionnalisme

Commanditaires et exécutants véritaristes se gargarisent du mot « professionnalisme » (et de ses dérivés) qui a remplacé le mot « art », aujourd'hui suspect — résonances péjoratives ou présomptueuses.

Grâce à un travail sans bavure, le bon professionnel grimpe avec fierté dans la hiérarchie sociale, et tout en pensant qu'il est le meilleur, met sa modestie en avant et ne cesse de répéter qu'il fait un métier comme les autres.

Quand la vie se glisse dans les imperfections et les aspérités d'une œuvre, elle l'érige en art. L'artiste est souvent humble devant son travail mais fantasque devant la galerie et s'il ne méprise pas la médiocrité du jeu social, il l'ignore.

Dans son cahier des charges, le commanditaire demande de la « créativité » à ses exécutants. Et puis devant la réalité, sa logique industrielle est heurtée et il se rétracte.

Par contre, le film véritariste est d'une facture sans reproche, et les innovations techniques accueillies comme autant de prétextes à scénarios : le spectateur voit où l'argent est passé et les exécutants sont loués pour leur grand professionnalisme.

Ce souci de professionnalisme est inversement proportionnel à l'implication des hommes. John Huston disait qu'il ne considérait pas un film comme un travail, pas plus qu'un peintre sa peinture. Cela faisait partie de sa vie. Le professionnel qui se revendique comme tel n'est pas impliqué et son film n'est qu'une expérience professionnelle. Il pourrait faire un autre métier.

Les gens en place à l'époque ont reproché à la nouvelle vague son immaturité et son manque de professionnalisme. Les premiers films, très personnels, furent des succès, et puis les cinéastes devinrent de vrais professionnels et c'en fut fini de la nouvelle vague (Godard étant un soleil à part).

Mode, nouveauté et critique

Le véritarisme épouse toutes les modes, sans regard critique, il ne parle pas de son temps, il se modèle sur lui. D'une époque et d'un lieu, il ne nous restitue que les tendances dominantes, les apparences et la fatuité. Ce qui des années plus tard, à des kilomètres ou a des stratosphères de là n'est pas sans charme (Vanessa Paradis en fille de la DASS, ça fait rire la banlieue, mais c'est mignon).

Les seules nouveautés qu'intègre le véritarisme sont techniques. Il se bat même pour être le premier parce qu'avec une bonne stratégie de communication, c'est parfois rentable.

Le véritarisme n'est bien sûr jamais critiqué en tant que tel. Par exemple, on va essayer de savoir si Vanessa Paradis joue bien (oui, c'est une grande actrice, et en plus elle est mignonne et sympa). Mais on ne va pas se demander s'il y a beaucoup de filles de la DASS qui aient les traits si fins, aucun problème de peau, soient aussi généreuses et respirent autant la santé et la joie de vivre (et de plus s'appellent « Paradis »).

Le beau, l'innocence et l'enthousiasme

Pour le véritarisme, est « beau » tout ce qui entre dans les canons de la mode au moment de la mise en chantier du film.

Nous sommes loin des considérations felliniennes sur le beau qui est aussi le bon, l'intelligence qui est bonté et la beauté qui est intelligence, le tout comme un affranchissement du cachot culturel.

L'innocence est ce qui manque le plus au véritarisme, qui est tour à tour, naïf, inculte, malin ou très cultivé — dans le sens « très au fait » de ce dont il parle. Il méprise l'ingénuité d'Adam qui donne un nom aux fleurs et aux animaux du premier jardin, cette candeur qui confère une légèreté divine à la comédie, ou une profondeur déchirante au drame.

Le véritarisme garde le contrôle sur ce qu'il veut faire éprouver au spectateur, il est l'émanation d'un calcul froid.

« Ce prêt-à-porter de l'enthousiasme », comme disait Aragon, se révèle parfois d'un pur cynisme dans l'expression de ses fausses passions (voir aujourd'hui cer-

tains films sur le sida !) et fait toujours (pour paraphraser encore le poète) ce qu'il y a de plus méprisable : passer devant le génie le chapeau sur la tête.

Le succès, la dramaturgie et l'expérience

Les films véritaristes connaissent parfois le succès et il est souvent fulgurant. Mais le souflé retombe aussitôt et après une sortie en cassette et une ou deux diffusions à la télévision, l'oubli les dévore goulûment (qui se rappelle de *Les spécialistes* de Patrice Leconte ?).

Statufiés dans leur temps, construits sur des effets de mode — ils sont parfois l'émanation d'une étude de marketing — ces films ne sont soutenus par aucune dramaturgie solide et quand ils ne sont pas démodés au moment de leur sortie, il s'en faut de quelques semaines ou quelques mois.

Si l'on admet que toute dramaturgie, aussi infime soit-elle, est la mise en avant d'un conflit, le propre du véritarisme est de mettre tout le monde d'accord par une série d'artifices.

Le film agit alors comme une drogue douce qui, pendant un laps de temps, écarte la sensation de tension. D'où le succès auprès des adolescents et pré-adolescents qui, dans leur vie, saisissent les antagonismes mais ne sont pas armés pour les gérer.

On est loin de la catharsis libératrice, véritable expérience, point culminant d'un voyage qui a pris corps dans les différents éléments du conflit et nous a conduits sur des chemins pas toujours faciles mais à coup sûr humains.

Le spectateur adulte vient parfois se divertir au véritarisme, mais ce n'est pas à lui que l'on s'adresse, il ne ressent aucune urgence et attend là plupart du temps que le film passe à la télévision.

La poésie, la censure et le spectaculaire

La caméra véritariste n'apporte aucune poésie, aucune dimension secrète aux choses simples.

Son allergie au mystère, à l'équivoque et à l'ambiguïté (la vie dans son effroyable opacité) le conduit à affronter sans cesse la censure pour mieux repousser les frontières du spectaculaire.

Jean Renoir disait que la liberté absolue ne permettait pas une pleine expression artistique. Viendra le moment où l'on ne pourra plus faire de films faute de pouvoir surenchérir, que ce soit dans l'inouï (« l'invu »), la violence ou la perversion.

Spielberg reconnaît que si *Les dents de la mer* sortait aujourd'hui, « personne ne crierait, personne n'aurait peur, personne ne rirait, tout le monde s'en foutrait. Parce que le public s'est endurci, il est moins apte à s'émerveiller ; il y a depuis vingt ans une surenchère impressionnante ».

Pour faire spectaculaire, la recette est simple : montrer ce qu'on n'a pas l'habitude de voir. Un pénis pénétrant un vagin, en gros plan, la première fois c'est spectaculaire. *Idem* pour un homme sautant d'un avion sans parachute, ou des êtres bizarroïdes descendant d'une soucoupe volante.

Orson Welles, en une simple émission de radio a mis sens dessus dessous toute une partie de l'Amérique avec des petits hommes verts que personne n'avait vus. Le

véritarisme n'a pas retenu la leçon et cet homme-là est resté seul, qui s'intéressait à ses semblables, savait leur parler, les aimait et connaissait leurs peurs.

Sous peu le véritarisme se retrouvera dans la même impasse que la pornographie. Le cinéma a tout à y gagner : par l'abandon du spectaculaire et le retour à l'homme dans sa réalité complexe, il redeviendra un spectacle populaire.

3. Le scénario véritariste

Thème, sens et métaphysique

Pour paraphraser Godard, le véritarisme « veut plaire avant de trouver une vérité ou un savoir. Il veut convaincre avant de discuter ».

Le scénario véritariste est une démonstration. Au mieux, la soutenance d'une thèse, au pire, un étalage d'*a priori* et de lieux communs. Au mieux, une contrainte, au pire, un viol de la vérité.

Au nom de la sacro-sainte « cohérence », et afin de ne laisser affleurer aucune contradiction ou ambiguïté, les auteurs véritaristes sont invités à ne pas entrer dans les thèmes qui leur sont proposés. Ils en font le tour avec une loupe et un pied à coulisse, sans s'y frotter ni s'y mouiller.

Les hommes adorant reconnaître ce qu'ils connaissent déjà, le véritarisme s'emploie à ne traiter qu'un tout petit nombre de thèmes tout en regrettant publiquement l'absence notoire d'originalité des scénarios et en faisant des déclarations d'intention suivies d'appels publics à l'innovation.

Dans sa volonté de contrôle absolu des « effets », le véritarisme donne — ou prête — du sens à tout.

Non contents d'explicitier leur propos, les auteurs prennent le spectateur par la main et lui suggèrent quoi et comment penser, où et quand rire ou pleurer. Le résultat est limpide, le film ne supporte qu'une seule et unique interprétation, le « client » a vu le même que son voisin et il lui est facile de le raconter à ses amis.

Ce comportement pourrait être qualifié de faustien. Au sens d'une ambition affichée de pouvoir, d'une tentative de contrôle sur la vie, et du refus de toute précarité, de notre condition de poussière, du néant et de Dieu.

C'est cette même métaphysique faustienne qui transsude des films véritaristes. Individualisme, volonté de puissance, ils donnent à voir cette frange de l'humanité moderne prompte à satisfaire ses désirs immédiats, et qui aspire à la liberté, à l'action et au progrès technique plutôt qu'à la connaissance.

Personnages et héros, bien et le mal, optimisme et pessimisme

« Ce qui est terrible sur cette terre, c'est que tout le monde a ses raisons » (Jean Renoir, *La règle du jeu*).

Les personnages véritaristes, ne sont pas tous défendus par les auteurs, ils n'ont pas tous leur chance.

Leur simplification s'accompagne de leur répartition en deux catégories, les bons et les méchants (autre conséquence de l'inflation du spectaculaire). Les bons tendent (de plus en plus) vers une sur-humanité (plus physique que spirituelle) tandis que

les méchants refoulent la leur (ceux de ces dernières années sont des psychotiques déclarés qui font le mal pour le mal sans autre raison que leur dérangement psychique). Et personne ne fait jamais le mal en voulant faire le bien, alors que c'est la problématique des fanatismes de tous temps, dont notre époque n'est pas exempte. Les personnages sont limpides. Transparents. Monolithiques. Quand il y a ambiguïté, elle est évidente, canalisée, c'est un des enjeux du propos. Des personnages « surprenants » sont même prévus — on n'est pas surpris qu'ils nous surprennent, ils sont là pour ça.

Le bien et le mal sont des notions extérieures aux personnages. Ils incarnent de manière différenciée l'un ou l'autre, s'illustrent dans leur combat pour faire triompher leur parti et ne sont pas en proie aux luttes intérieures entre les différentes tendances.

Aucun choix n'est proposé au spectateur qui doit adhérer au propos des auteurs ou des personnages qui parlent et jugent en leur nom.

Rangé comme un soldat sous la bannière de l'optimisme (tout va bien... à quelques détails près), le véritarisme met en avant des stéréotypes d'hommes qui vivent des ersatz de sentiments, ne connaissent que la crème de l'amour et se comportent de manière entendue face à la mort, au sexe ou à la morale. C'est une esthétique morbide et dégénérée qui n'intègre pas toutes les composantes du vivant et ne propose aucun idéal (Orson Welles disait que seuls les optimistes sont incapables de comprendre ce que signifie « aimer un idéal »).

Le récit

Dans un scénario véritariste, les faits s'égrènent les uns sur les autres et en aucun cas « l'esprit ne doit enjamber d'un fait à l'autre comme on saute de pierre en pierre pour traverser une rivière ».

Les histoires véritaristes n'obligent pas les hommes à sortir de leur uniformité. Elles les y maintiennent.

Les personnages subissent l'histoire. Ils la servent. Elle les dépasse, se déroule sans embûche, et à aucun moment ne bascule, ni même ne trébuche, du fait d'un personnage.

Un auteur est passionnant quand il s'est mis dans un état de disponibilité qui a permis à son histoire de le dépasser et à ses créatures de vivre leurs propres vies.

Un scénario véritariste est contrôlé, pesé et calibré avec métier. Pas de place pour la vie et encore moins pour « plus que la vie ».

Les métaphores et les symboles y sont inexistantes ou si explicites et contrôlés qu'ils en perdent toute puissance évocatrice et ne sont plus des appels à la rêverie, des ouvertures sur d'autres possibles ou des moyens d'exprimer des intuitions qui ne peuvent trouver de meilleur moyen d'expression. Ils ne sont que des outils au service d'un propos.

Et pour illustrer ce propos, le véritarisme montre tout. Le corps, les paniques ou l'horreur, dans les moindres détails.

Il s'interdit le trouble, le mystère et la puissance attractive de la suggestion. Dans un récit, il est pourtant plus élégant et séduisant de donner deux et deux au public et de le laisser faire quatre... mais alors on ne contrôle plus totalement.

Le véritarisme a peur, et livre les réponses en formulant les questions.

Dans la même logique, il n'y a pas de ces digressions qui amènent pourtant une densité et de la réverbération à un récit ordinaire. Par souci d'efficacité, le véritarisme préfère toujours justifier, même par des motifs ennuyeux et lourds, la présence des personnages dans un lieu ou un autre et n'accorde pas de temps à la flânerie.

Dialogues, voix off

Les personnages parlent tous la langue du pays producteur, quel que soit le coin de la terre où se situe l'action.

A l'intérieur de cette convention, le spectateur doit comprendre instantanément ce qui est dit. Les répliques sont exemptes de mots compliqués et au bout du compte, tous les personnages parlent de la même manière, avec un vocabulaire réduit. Ils ne se chevauchent pas, se comprennent très bien entre eux (ils ne se font jamais répéter une bribe de phrase que l'un ou l'autre n'aurait pas très bien entendue), et sont parfaitement audibles du spectateur.

Si un personnage fait une blague, elle est comprise des autres.

Les acteurs n'ont pas d'accent (en France, les films québécois sont sous-titrés), et l'enjeu de chaque échange est explicite.

Il n'y a pas ou peu de non-dit, et un mot n'en cache pas un autre.

Si ces dialogues sont parfois drôles, ils sont toujours sans humour, et ne recèlent ni mystère, ni poésie.

Afin de mettre un terme à toutes les ambiguïtés, ce qui doit être entendu est parfois répété plusieurs fois.

Toutes ces remarques sont valables pour la voix *off* qui a le privilège de pouvoir être redondante avec l'image et de bien expliciter les situations.

Le suspens, le danger et le rire

Le véritarisme se fait fort d'entretenir toujours le suspens. Il n'annonce jamais rien à l'avance au contraire de bien des traditions (théâtre antique, oriental, élisabéthain, romans picaresques, etc.).

Le *flash back* n'est utilisé qu'à des fins explicatives et le *flash forward* considéré comme une hérésie (il est inconcevable de distiller des informations venant d'un temps postérieur au temps de référence !).

Howard Hawks disait que le meilleur drame était celui de l'homme en danger. Le véritarisme a compris la leçon mais peu à peu ignore le drame de l'homme pour ne retenir que le danger. Il s'emploie à en justifier la plausibilité en perdant de vue ce qui est intéressant : le drame du protagoniste et les ressources ou ressorts humains mis en œuvre pour faire face, quelle que soit l'issue.

Face au danger, les personnages véritaristes sont des héros ou des pleutres. Dans un cas comme dans l'autre, ce n'est pas le danger qui les révèle, ils vivent à travers lui de manière aussi peu humaine que dans le reste de leurs vies qui n'existent guère.

Le véritarisme ambitionne parfois d'être drôle. Il connaît une ou deux recettes et annonce clairement la couleur. Dès l'affiche et le générique de début, le menu est aguicheur : c'est un film drôle.

Le tout est de créer la rumeur à grand renfort de publicité et par l'achat de compllicités dans les médias : « c'est très drôle, allez-y ! »

S'il ne veut pas passer pour un « peine à jouir », le spectateur qui ne rit pas le garde pour lui, et le succès du film véritariste comique se fonde sur sa simple capacité à convaincre qu'il est drôle.

4. La mise en scène véritariste

Le style

Le véritarisme aime le style pour le style. Aujourd'hui cela veut dire : mouvements de caméra, courtes focales, contre-plongée et angles impossibles. On pourrait ajouter qu'après avoir été totalement bannis, le « flou » et le « bougé » commencent à devenir à la mode, en doses homéopathiques.

Le véritarisme ne supporte pas que le style soit au service du sens, et encore moins, qu'il en émane ; la forme est indépendante du contenu. Quand ce n'est pas le cas, il y a poésie, ou, souvent, émotion, et donc perte du contrôle absolu sur le sens.

Les « grands » ont une conception du monde inséparable de leur poésie et incompréhensible sans elle. Ils ne se posent pas la question du style, ils se demandent comment écrire ou filmer une séquence en fonction de ce qu'ils veulent dire aux « sens » du spectateur.

Si le style est la manière particulière de traiter la matière et les formes, le véritarisme le réduit souvent à une accumulation d'effets. Quand ils sont visibles, le spectateur en a pour son argent, mais sa participation à ce qui se passe sur l'écran est brisée.

Le rapport au scénario

Le véritarisme tient à réaliser ce qui est écrit dans le scénario, envers et contre toutes les réalités du tournage.

Si les décors ne correspondent pas, si la lumière n'est pas celle escomptée, si les acteurs n'arrivent pas à faire ce qu'on leur demande, le scénario reste l'évangile. Il n'est pas considéré comme une esquisse sur laquelle l'on continue à travailler.

Les commanditaires sont soucieux de retrouver dans le film tout ce qu'il y avait dans le scénario et rien d'autre.

La direction d'acteurs et les acteurs

Le travail des acteurs est facilité par l'aspect monolithique des personnages. Pas de comédie, il suffit d'être. C'est le règne de l'acteur qui se revendique comme tel. Le résultat est fonction du tempérament plus que du talent mais on demande à la plupart de mettre toute leur énergie à incarner des fac-similés de l'homme de la rue. La démesure est hors-jeu, pas de lyrisme, pas de folie, l'adjectif « truculent » ne peut nous servir à qualifier quoi que ce soit de véritariste.

Orson Welles disait qu'une personnalité qui a une manière à elle de faire les choses rend les scènes intéressantes. L'intrigue importe moins que les rapports des personnages entre eux et pour avoir des personnages sur l'écran, il faut... des personnalités. Il ajoutait que quand il jouait le rôle de quelqu'un qu'il détestait, il tenait à être chevaleresque dans son interprétation, lui donnait toute son humanité et allait jusqu'à le comprendre.

(Dans *La vie est un long fleuve tranquille*, on voit la majorité des acteurs pratiquer une délation pitoyable de leurs personnages, sonnant le glas d'un art en pleine déliquescence ; l'interprétation la plus scandaleusement ordurière revenant à cet acteur — fort sympathique et talentueux par ailleurs — prêtant son corps et sa voix à la caricature ridicule d'un prêtre chantant. Dans le même film, un vrai talent comique se révèle au public, en la personne de Catherine Jacob qui défend son personnage avec bec et ongles, allant faire douter sa patronne et beaucoup de spectateurs en soutenant avec un aplomb plein de vérité qu'elle est enceinte mais vierge).

Dreyer disait que l'acte de création proprement dit de l'acteur doit se dérouler du fond même de son âme, à quoi Charles Dullin avait répondu par avance qu'un comédien profond se noie. Le type même de l'acteur véritariste est celui qui se noie dans un verre d'eau.

Mais pour être juste, dans beaucoup de film véritaristes, les comédiens sont excellents — même si l'absence d'humour les caractérise. La raison est simple : le véritarisme concentre autour de lui tous les capitaux et le talent n'est pas forcément insensible à l'argent.

La quadrature du cercle que ne résout pas le véritarisme est celle qui consiste à faire croire à des personnages incarnés par des vedettes que l'on a vues dans des dizaines d'autres rôles.

Problématique à son zénith dans les films historiques : le spectateur qui s'est déplacé pour voir Depardieu, voit-il Danton, Rodin ou Christophe Colomb...

La place de la caméra

Billy Wilder disait qu'il faut regarder une scène du point de vue d'un personnage ou d'un point de vue neutre et qu'il n'y a qu'une place pour mettre la caméra : « Bien sûr si vous donnez un plan à tourner à dix metteurs en scène différents, ils ne le feront pas débiter au même moment, ils le conduiront suivant des rythmes variés, et dirigeront les comédiens à leur façon, mais si ce sont des professionnels, aucun ne suspendra la caméra au plafond ou ne creusera de trou pour filmer la scène du point de vue d'une fourmi. C'est bon pour les étudiants de cinéma à leur débuts, et puis ils apprennent... ».

Face à l'inexistence des scénarios, la perte de confiance dans « le jeu » et l'incapacité à diriger les acteurs, l'inflation du spectaculaire conduit les professionnels d'aujourd'hui à pratiquer un cinéma de potache en plaçant la caméra dans des endroits impossibles. La fabrication de ce cinéma est accessible au premier venu qui respectera cette simple règle : poser la caméra dans tous les endroits où l'homme n'a pas l'habitude de se mettre, ou mieux, puisque désormais la technologie le permet, dans des endroits inaccessibles.

5. L'image véritariste

Taille de l'écran

La débauche de spectaculaire conduit naturellement aux écrans les plus larges possibles, avec les contraintes que cela suppose : mouvements de caméra limités, découpage et montage problématiques. Le cadre enferme l'action dans un relief superficiel, un peu semblable à celui d'une frise qui ne s'accommode de la forme humaine qu'en la coupant.

On peut considérer qu'à partir de 1,88 on a deux écrans en un seul.

Un souvenir : *Carmen*, au premier rang d'une salle grand écran parisienne ; le taureau entre, son œil monstrueux, loin, tout en bas à gauche de l'écran, et tout là-haut à droite, en levant la tête à s'en rompre les vertèbres, une corne. A un certain stade, le spectaculaire devient invisible.

Lumière

Le véritarisme veut une « belle lumière ». L'atmosphère exacte importe peu, les plans sont conçus les uns sans les autres et leurs rapports n'ont pas beaucoup d'importance.

On reconnaît la lumière d'un chef opérateur d'un film à l'autre.

Profondeur de champ

La profondeur de champ impose un bloc de réalité indivisible que le spectateur n'analyse pas plus que la caméra.

Le véritarisme la limite pour que le regard du spectateur ne s'y perde pas.

Un plan véritariste type, symptomatique, est cette image vue mille fois, avec le premier plan qui devient flou au profit de l'arrière-plan qui apparaît. Ou vice versa. La texture du film elle-même indique au spectateur ce qu'il faut voir, quand il faut le voir.

La couleur

Le véritarisme enregistre les couleurs telles qu'elles sont, et donc il y en a beaucoup. De jour comme de nuit, si bien qu'on ne les voit plus et que le film pourrait être en noir et blanc.

Sauf que le noir et blanc travaille lumière contre ombre et ligne contre ligne. Et la couleur, elle, travaille masse contre masse, forme contre forme et couleur contre couleur. Elle est une expérience optique et le véritarisme ignore ses effets émotionnels comme ses rythmes propres. Le montage ne tient pas plus compte de ses harmonies que de ses ruptures, et ses juxtapositions ne sont pas utilisées comme ressorts dramatiques.

Optiques

Le véritarisme se caractérise par des changements d'optiques constants et indépendants de la dramaturgie.

C'est le règne du n'importe quoi, qui va à l'encontre de la volonté de tout contrôler, preuve que le véritarisme ignore les subtilités de l'artisanat et les véritables enjeux de la mise en image.

6. La bande son véritariste

Elle se caractérise par sa grande pauvreté et en dehors des dialogues et de la voix *off* abordés plus haut, il y a très peu de chose à en dire.

Les sons y sont naturalistes. Et sans poésie (jamais d'évocations sonores, ou de sons à la place d'autres).

La musique est servie à toutes les sauces pour pallier les défaillances de la mise en scène et de la direction d'acteur, elle est souvent redondante avec l'action et garde une fonction explicative pour ceux qui n'auraient pas compris.

Quand au dolby stéréo, dont l'invention aurait dû avoir des conséquences comparables à l'arrivée du son dans le cinéma, il n'est pas utilisé en tant que tel (sauf pour faire passer des voitures de temps à autre). Un vrai film en stéréo interdirait toute utilisation du champ/contre-champ et limiterait les mouvements de caméra. Dans un monde de primauté de l'image, le tournage serait conditionné par le son parce que c'est lui qui donne — même en mono — « le principe de réalité ».

7. Le montage véritariste

Le découpage véritariste étale sur l'écran — comme les pièces d'un moteur démonté — les différentes composantes de l'histoire et de son sens, que le montage met en bon ordre, en lieu et place du spectateur. La logique est industrielle. Implacable et cohérente.

La continuité du leurre est entretenue au plus près, au détriment de toute émotion que pourrait susciter un décalage ou un faux raccord.

Éliminées les aspérités, combattues les ambiguïtés et renforcée la cohésion — le message — de chaque scène.

La peur d'ennuyer le spectateur impose un montage serré. Et pourtant par souci de fluidité, les raccords se font dans les mouvements (en allant souvent au bout de chacun), et tant pis si l'invisibilité est au prix d'une lourdeur manifeste.

Toutes les scènes « inutiles » (poétiques, décalées, en marge) sont éliminées, celles qui restent font avancer l'histoire — mais parfois très peu ou très mal.

L'ellipse n'est utilisée que pour résoudre les nœuds de scénario en s'asseyant dessus (dans ses narrations de culture « bande-dessinée », Spielberg est passé maître en la matière).

Le gros plan

Dans un gros plan, l'œil ne se perd ni dans la profondeur de champ ni d'un côté ou l'autre du cadre.

Mais en utilisation massive — caractéristique véritariste — il perd tout son pouvoir dramatique.

Spielberg lui-même reconnaît que dans *La rivière rouge*, la séquence où le bétail traverse la rivière et où les cow-boys braillent et hurlent, la succession de gros plans est d'autant plus « hallucinante » qu'Howard Hawks se les était interdits dans tout ce qui précède.

Le film véritariste branché d'aujourd'hui s'apparente à un clip étiré, dont le vocabulaire se réduit parfois aux gros plans.

Le plan séquence

Par essence, le plan séquence n'est pas véritariste puisque le spectateur peut y laisser traîner son regard.

Il est une des armes utilisées par les réalisateurs dans la guerre de tranchée menée contre les commanditaires.

Jacques Tourneur, à l'instar de nombreux réalisateurs de série B, tournait les séquences « clé » en un seul plan pour ne proposer qu'une possibilité de montage et garder le contrôle du film.

8. Assises théoriques du véritarisme

De la même manière que les naturalistes s'appuyaient sur les doctrines scientifiques du docteur Claude Bernard, le véritarisme trouve sa justification dans les résultats du *box-office*, la science exacte du porte-monnaie.

Et cette esthétique à but commercial ignore avec superbe qu'elle produit la plupart des films qui ne marchent pas.

A travers l'histoire, les grands succès du cinéma mondial n'étaient pas véritaristes, et aujourd'hui, malgré son hégémonie, bien des réussites financières restent des œuvres d'art.

Le véritariste est un petit bourgeois, de souche ou parvenu, empli de certitudes, ne connaissant de la vie et du public que ce qu'il en perçoit depuis sa voiture, son téléphone portable, Internet, les cours de la bourse, les sacro-saints résultats du *box-office* et autres courbes d'audience.

Avec un sentiment de supériorité non dissimulé, il ne travaille que pour les pré-adolescents, habité de l'intime conviction que c'est la télévision qui a détourné les adultes du cinéma.

9. Perspectives historiques

Le véritarisme est au cinéma d'aujourd'hui ce que les pompiers furent à la peinture du dix-neuvième : un des arts « officiels » fin de siècle.

Ils ont en commun cet attachement au figuratif et une technique élaborée, servilement reçue et transmise. Le cinéma est une industrie et la peinture en question était produite dans des ateliers importants.

La réhabilitation récente des « pompiers » est symptomatique du fond de l'ère. Mais il faut avouer qu'avec le temps et la patine, le ravissement naïf gagne en charme. D'ores et déjà, il émane de Vanessa Paradis, nue sur la plage, en fille de la DASS à la recherche de son père, un charme gracieux qui n'est pas sans évoquer, dans l'esprit, certaines héroïnes de Chassériau ou Gérôme, et avec le temps, les contours ensorceleurs de la lascive égérie de Jean Becker ne peuvent que gagner en kitsch.

En même temps que la peinture changeait de fonction et de statut dans la société, les pompiers se sont logiquement effacés devant le triomphe absolu des avant-gardes successives... et il devrait en être de même pour le véritarisme.

10. Témoignage

J'ai écrit et réalisé une petite production « érotique » pour une chaîne de télévision française. Après un long travail sur le scénario (ayant abouti à un compromis satisfaisant toutes les parties) et un tournage honorable, vint le visionnage du pré-montage par le producteur.

La scène clé du « film » : sous les draps et dans la position du missionnaire, le protagoniste fait l'amour à sa maîtresse. Il jouit bruyamment et seul. Dégoûtée, elle le repousse sans précaution. Penaud, il s'excuse. Coupable, elle le prend dans ses bras et lui dit : « C'est pas grave, je suis bien avec toi ».

Suit un grand moment de tendresse.

Fin de la scène, le producteur arrête les machines et se retourne furieux. Il vitupère.

— Tu veux quand même pas monter « ça » !

— Les acteurs sont excellents.

Regard consterné, dans son for intérieur le producteur se rend à l'évidence que l'auteur-réalisateur qu'il a en face de lui est un trisomique 21. Il articule avec peine.

— Mais enfin, il jouit trop bruyamment, elle a l'air dégoûté et elle le rejette avec une violence ! Tu le fais exprès ou quoi ?

— Parce que c'est pas comme ça dans la vie ?

— D'abord c'est pas comme ça dans la vie, et puis le cinéma et la télévision, c'est pas la vie !

Au cinéma ou à la télévision véritaristes, la femme jouit quand elle fait l'amour, et si ce n'est pas le cas, elle reste polie et souriante.

Quand à la tendresse, c'est dégueulasse, et on ne voyait pas assez la superbe poitrine siliconée...

11. Europe, garde-toi du véritarisme

Les résultats commerciaux du véritarisme sont proportionnels aux apports financiers et force est de constater que le vieux continent, aujourd'hui, n'a pas la capacité de procéder à l'investissement minimum (stars, conditions de tournage, décors, effets spéciaux et promotion) en deçà duquel, *pas de garantie de récupérer la mise* (!). Le budget total d'un film européen moyen étant largement inférieur au simple budget de la promotion déployée par une *major* américaine pour sortir un de ces films en Europe, cette dernière s'illusionnerait à vouloir lutter sur le même terrain.

Compte tenu de la multiplicité des langues, des législations et des structures commerciales — financement, production ou distribution — notre continent ne peut que promouvoir ses PME. et son artisanat qui savent, avec moins d'argent, mais avec « l'amour du métier », produire des films prisés par le public. Elle ne peut pas s'offrir de luxe de refuser ce creuset qui fait tendre le cinéma vers l'art.

Les plus grands succès européens de ces dernières années n'ont pas été véritaristes mais ils ont été produits et réalisés en dépit de bien des commanditaires en place, cerbères incontournables, qui, par orgueil et inculture, font le lit de cette esthétique commerciale qu'ils peuvent seule comprendre.

Pour l'instant, la complexité et la diversité des structures laisse des brèches où s'engouffrent les producteurs et réalisateurs « artistes » qui, par leurs succès, assurent la pérennité des différents organismes en place — et la légitimité de leurs cerbères, ce qui n'est pas le moindre des paradoxes.

Faisons en sorte que, demain, le cinéma européen ne soit pas géré par un système uniformisé et sans faille qui offrirait naïvement au véritarisme les cordes pour sonner son glas.

12. En guise de conclusion

Ces quelques mots d'Orson Welles :

« Si nous, hommes du cinéma, voulons aspirer au titre d'artiste, nous ne devons pas oublier que cela implique un dévouement total au principe premier qu'il ne peut y avoir de moralité sans une résistance farouche à la tyrannie. »

POUR UN NOUVEAU COMMENCEMENT ¹

Cela semble inéluctable : les différentes mesures nationales et européennes d'aide au cinéma ne parviennent pas à enrayer la désaffection du public pour les films européens, alors que le cinéma nord-américain semble plus triomphant que jamais. Fait nouveau : à la télé, les spectateurs se détournent des films français et européens pour plébisciter les téléfilms. On peut donc s'attendre à ce que, dans des délais fort brefs, les chaînes de télévisions ne révisent à la baisse leur participation à la production cinématographique.

Ce phénomène est mondial : les pays traditionnellement grands producteurs de films, comme l'Inde ou l'Égypte, connaissent des difficultés analogues. En Argentine, la production est passée de quelque quarante longs métrages par an à deux, trois films en l'espace de dix ans. Seule exception, Taiwan, la Chine continentale, où l'imaginaire et la créativité ne semblent pas être à la traîne du développement économique. Il est trop tôt pour déceler s'il s'agit là d'un phénomène passager ou d'une tendance forte.

Le public déserte les salles qui proposent des films « d'Ailleurs », comme si l'on se désintéressait de la sensibilité et du sort de « l'Autre ». Des films comme *Les Gens de la Rizière*, *Fresa y Chocolate* ou *Au Travers des Oliviers* ne parviennent pas à inverser cette tendance. Réciproquement, le cinéma européen ne séduit pas plus à l'étranger.

On est forcé d'admettre que les différentes mesures d'aide sont inopérantes. C'est que la rencontre avec le public, la « sympathie », ça ne s'instaure pas par décret. Et sans doute ne faut-il pas chercher la cause de ce peu d'efficacité à l'intérieur même de ces mesures, mais à l'extérieur.

C'est la capacité de création de nos sociétés qui semble en panne quand bien même les plus privilégiées d'entre elles, comme la France, disposent d'un arsenal de mesures d'aide très appréciable, d'un outil de qualité (production, industries techniques, distribution) et de professionnels de haut niveau (techniciens, acteurs, metteurs en scène...).

Les discussions du GATT autour de la spécificité culturelle ont mis en lumière le fait que les enjeux sont au-delà des aspects strictement culturels et même au-delà des implications économiques et financières internes à ce secteur d'activité.

Bien sûr, les producteurs nord-américains ont tout intérêt à renforcer leur hégémonie dans l'audiovisuel pour grappiller quelques millions de dollars en plus. La position de M. Jack Valenti, qui les représentait, est monopolistique : passer de plus de 80 % du marché des images dans le monde, à 100 %. En 1994, les Etats-Unis ont dégagé un excédent commercial de deux milliards et demi de dollars dans les domaines du film, de la télévision et des logiciels, rien qu'avec l'Europe. Mais au-delà de cet objectif évident et immédiat, il s'agit de soutenir d'autres secteurs d'activité où les Etats-Unis ont une position plus vulnérable, grâce à une mainmise totale sur les médias.

Le film et l'audiovisuel comme gigantesque machine publicitaire qui, via les mythes, valeurs et symboles qu'elle véhicule, incite à consommer des produits nord-américains.

Dit crûment, c'est dans une perspective de conquête planétaire du marché que les délégués nord-américains cherchent à imposer leur nouvelle version de la traditionnelle alliance du sabre et du goupillon.

Aujourd'hui le sabre, c'est le potentiel économique et le goupillon, la culture de masse et le cyberspace.

Quelques responsables européens seulement semblent avoir eu conscience de ce que les enjeux n'étaient pas que culturels. Ils n'ont malheureusement pu imposer que des positions défensives, et par là fragiles.

Il est regrettable que, face à la position monopolistique, totalisante sur le plan culturel et à terme peut-être totalitaire des producteurs nord-américains, ne se soient pas créées des alliances transnationales, transcontinentales inspirées des positions européennes. Car si l'Europe jouit d'une position économique sensiblement plus confortable que les pays dits du Sud, ses structures politiques ne la conduisent pas automatiquement à développer des stratégies de conquête et de domination, mais plutôt à étendre les principes fédératifs dans le respect de la pluralité des cultures, une idée de vouloir vivre ensemble. Les uns et les autres devraient comprendre qu'ils subissent également les effets pervers de la mondialisation d'une culture homogénéisatrice, que cela les unit et que la seule alternative est la création de réseaux d'échange et de production pluriculturels.

L'Europe a sans doute été plus ébranlée par les transformations à vue de notre village planétaire que les Etats-Unis.

- L'implosion de l'utopie communiste marque l'épuisement des « Lumières ». C'est l'idée même de progrès qui est mise à mal, refoulée, comme si l'on craignait que cette idée conduise nécessairement à de nouveaux totalitarismes. Le matérialisme libéral est soudain orphelin de son antithèse, ce qui neutralise dans nos pays plus qu'aux Etats-Unis le débat d'idées qui a si longtemps animé le débat démocratique. Cela favorise l'émergence d'une nouvelle pensée unique : l'économisme libéral comme horizon indépassable de l'humanité. La neutralisation de ce débat fondamental, c'est un mythe fondateur de nos sociétés modernes qui s'effondre et par rapport auquel tant de peintres, de musiciens, de poètes, d'hommes de lettres et de cinéastes se sont situés. On n'ose plus rêver d'un horizon vers lequel tendre, d'un monde meilleur de peur du « meilleur des mondes ».
- L'émergence de l'Europe met à mal l'inconscient collectif national, le sentiment d'appartenance à une culture spécifique ancrée dans l'histoire, la tradition, les mythes et légendes, les paysages, tant de choses qui fondaient les récits et qui semblent aujourd'hui obsolètes.
- Les individus, isolés ensemble dans des villes nouvelles qui se ressemblent, captés par une télévision qui unifie les comportements et les mœurs, se sentent

plus spectateurs de leur vie qu'acteurs ou citoyens actifs. Déboussolés, ils rejettent tout propos filmique qui ne renverrait pas à la logique de l'*entertainment*, aux seuls mythes encore opérants : les mythes nord-américains. Les films qui proposent un regard critique sur le réel sont rejetés car ils n'ouvrent sur aucun devenir, ils sont bien en peine de formuler un sens collectif.

J'ose cette hypothèse : coincé entre un passé dépassé et un futur sans avenir, on choisit la fuite dans le virtuel.

Dans le monde, le public plébiscite la culture nord-américaine : cinéma, télé, musique, héros, mythes. Est-ce à dire que cette culture propose des valeurs plus solides, en prise sur le réel ? Rien n'est moins sûr.

Les Etats-Unis sont eux aussi ébranlés. Les thématiques classiques de l'Amérique conquérante, du *self-made-man*, de la lutte du bien contre le mal, des mythes fondateurs du pays ont du plomb dans l'aile. Le pari de société pluriethnique et du *melting-pot* a débouché sur le ghetto. La violence qui s'y exerce est suicidaire, elle a quelque chose de « rwandais ». Ce qui reste du mouvement radical noir américain se réfugie dans l'islamisme et l'antisémitisme. Les trente millions de pauvres n'ont d'autre perspective que le *struggle for life*, la loi de la jungle. Les *lobbies* asphyxient le débat démocratique.

Dans ce contexte, un nombre significatif et sans cesse croissant de films propose une réalité virtuelle qui se substitue au réel. *Pulp Fiction* est emblématique de cette tendance, alors que, paradoxalement, on n'y met pas de techniques virtuelles en œuvre. Voilà un film dont les protagonistes n'ont besoin d'aucun enjeu pour agir. La douleur physique ne semble pas exister, pas plus que la douleur affective, ni même la sensualité. Au-delà du masque très schématique que l'héroïne nous propose de sa beauté, rien n'est fait pour éveiller le désir, ni le nôtre, ni celui des protagonistes mâles (qui n'en éprouvent pas d'ailleurs). Seul le petit couple de bandits un peu ringards semble éprouver des sentiments, être fait de chair et d'os et de sensibilité.

On sodomise comme on appuie sur le levier de commande d'un jeu électronique. On assassine de même. D'ailleurs, les projectiles échappent aux lois de la gravitation. La mort ne tue plus, comme la guerre du Golfe fut propre. Il y a une forte analogie entre ce film et les jeux électroniques dans les bistrotts qui sont une négation du corps, des sens, des lois de la physique et de la biologie. Regardez donc ces catcheurs par exemple qui peuvent léviter, décrire des trajectoires impossibles dans l'espace, ne jamais mourir, ou cette voiture de course qui peut exploser vingt fois et repartir.

On est loin de l'univers du dessin animé qui proposait presque toujours une transfiguration du réel. Un héros de dessin animé rebondit vingt fois *comme* une balle. Le rapport avec la gravitation est ludique.

Quant au film d'anticipation qui, aujourd'hui, fait beaucoup appel aux techniques virtuelles (mais c'est un détail), il se situe en dehors du réel (spatial par exemple cosmique) alors qu'avant il prolongeait le réel vers un possible, un probable, un hypothétique.

On retrouve cet aspect « virtuel » dans l'esthétique du clip : le rythme du montage empêche le spectateur de se laisser imprégner de la beauté d'un visage, de la charge érotique d'un corps. L'érotisme comme une mascarade rythmique.

Déni sensoriel, déni de réalité, déni de sens.

On peut se demander si l'engouement du public, et particulièrement des jeunes générations, pour cette cinématographie n'est pas une manière d'exorciser le réel rendu insupportable par l'absence de perspectives auxquelles adhérer. On peut se demander aussi si le cinéma américain ne va pas se retrouver, à terme, dans une situation très inconfortable justement parce qu'il n'est pas confronté aujourd'hui à l'absolue nécessité d'un « nouveau commencement » ; il se vend bien, alors...

Mais il vend du « *no sense, no future* ». C'est dangereux ça.

En fait, notre chance en Europe, c'est d'être obligé d'inventer ou de disparaître. L'erreur à ne pas commettre, ou plus exactement à ne pas prolonger, serait de vouloir à tout prix faire survivre des thématiques et des pratiques culturelles obsolètes, bien ancrées dans des réalités qui n'ont plus cours.

Et notre richesse, c'est d'être les acteurs (inconscients ?) d'un projet sans précédent dans l'histoire de l'humanité : la réunion de peuples (très) différents sans faire usage de la violence armée. Le seul précédent, mais inversé, est dans la Bible : la tour de Babel. Pour mémoire, Dieu n'aimait pas beaucoup cette entreprise collective des humains car... « rien, désormais pour eux, ne sera irréalisable de tout ce qu'ils décideront de faire » et il brouilla « leur langage de sorte qu'ils n'entendent plus le langage des uns et des autres » et les dispersa...

On s'attaque à un sacré tabou. C'est peut-être pour cela que le projet européen n'est formulé et discuté que dans ses aspects pratiques et techniques, ce qui le rend discutable et fragile. Pourtant, il porte des mythes, des valeurs, des repères philosophiques, culturels, artistiques nouveaux... en germe. Et il en restera ainsi tant que l'on se refusera, par pudibonderie sans doute, à reposer les questions de *sens* (et non pas du sens, point de départ d'une pensée totalitaire).

Si l'Europe souffre d'un déficit démocratique et d'un faible substrat populaire, il ne faut pas en chercher la raison ailleurs. Aucun système n'est durable s'il ne repose sur un projet, une prétention à faire sens. Le cinéma européen se retrouve dans une position analogue alors que, paradoxalement, il pourrait grandement contribuer à poser les questions de sens.

Dans le désordre de la mondialisation de la finance, de l'économie, des mass-média et de la culture de masse, il y a une petite lueur de générosité et de fraternité, bien enfouie sous les fondations de la construction européenne. La révéler, la réactiver, voilà qui est plus qu'affirmer une identité culturelle : rompre avec l'archaïsme ou modernité, barbares contre civilisés.

Cette petite lueur est en résonance avec certaines pratiques sociales et culturelles des jeunes générations : l'obligation faite aux Européens de penser leur identité de manière multiple est comme un écho à une tendance significative de la musique pop, celle qui se vit en Europe dans la multiplicité de ses racines blanches, noir-

américaines, arabo-andalouses, berbères, africaines, pakistanaïses, jamaïcaines, j'en oublie certainement. La négation du repli identitaire, l'abolition des frontières linguistiques et culturelles.

Parlant du nationalisme et des crispations identitaires, Zaki Laïdi estime que cela exprime « ... le besoin de se différencier au moment précisément où l'on ressemble de plus en plus à l'autre. C'est la proximité qui fait problème aujourd'hui, plus que l'altérité » ². Les tensions qui résultent de ces crispations se développent sous nos yeux tous les jours et de manière différente selon les lieux et les milieux. Ça va de la guerre (ex-Yougoslavie), passe par la coexistence pacifique (Belgique) pour arriver sur les bancs de l'école où, dans la grande majorité des cas, ces tensions sont quasi nulles entre jeunes gens d'origines les plus diverses, européennes ou extra-européennes, jusqu'à quinze ou seize ans. Or le nationalisme ne serait pas la nouvelle matrice de sens de l'après-guerre froide, toujours selon Zaki Laïdi, mais davantage le révélateur de la crise mondiale du sens. L'Europe reste empêtrée dans son projet insuffisamment formulé d'identité multiple. Elle n'arrive pas à choisir entre des Serbes racistes mais chrétiens et des démocrates à majorité musulmane. Les frontières se ferment aux gens du « Sud ». Les Césars restent une manifestation nationale.

Il y a, dans les pays de l'OCDE, quelque trente-cinq millions de pauvres à qui l'on offre comme seule perspective la charité, depuis que l'Etat-providence est remis en question. L'idée de solidarité et de redistribution des richesses est remplacée par la redistribution de la pauvreté : l'essentiel des emplois créés aux Etats-Unis sont des petits boulots qui assurent à peine la survie.

L'idéologie dominante (car il y en a une) décrète que « ... nos sociétés ne peuvent rester riches que si certaines catégories deviennent plus pauvres et leur sort plus précaire » ³. 70 % de la population de la planète vit dans le dénuement. 87 % des richesses sont consommées par 10 % des hommes.

Il y a, fait nouveau, comme un interdit qui pèse sur ces réalités et ce n'est pas bon, ni pour l'individu, ni pour le cinéma. Faut-il rappeler que ces réalités n'effrayaient, en leur temps, ni John Ford ni Renoir ni Rossellini, par exemple ?

On m'objectera que les pauvres ne payent pas leur place de cinéma et que les moins pauvres ou les riches ont trop peur de devenir pauvres pour accepter ce genre de regard. Ils veulent du rêve, s'échapper.

Où ? Dans le virtuel ?

On m'objectera encore que les films qui marchent n'abordent pas ces thématiques et qu'il faut en tirer des leçons : *Cyrano*, *Les Visiteurs*, *Léon*...

Des accidents de parcours, des sursauts de santé apparente qui ponctuent l'agonie, j'en ai fort peur.

La désespérance est telle dans le monde que de plus en plus de comportements morbides apparaissent : le rejet du réel et la fuite dans le virtuel, les pauvres qui s'entre-tuent dans les ghettos américains ou les *favelas* du Brésil, le suicide collectif des Rwandais et des Somaliens, l'autodestruction yougoslave, le refuge dans l'ar-

chaïsme identitaire ou religieux.

J'ai tendance à croire que la logique économiste libérale est, elle aussi, morbide.

Faut-il désespérer du siècle qui s'annonce (le second siècle du cinéma...) ? « Oui, si nous laissons dériver l'action publique vers ce qu'elle est devenue aujourd'hui : une gestion sans horizon de notre devenir. Non, si nous réhabilitons la notion d'horizon d'attente. Celui-ci est à notre portée pour peu que nous engagions de manière rigoureuse une réflexion critique sur la logique d'urgence, c'est-à-dire la sacralisation de l'instantanéité et la dévalorisation symétrique de la perspective, du projet », dit encore Zaki Laïdi dans le même article. Il est frappé par l'analogie des comportements des Etats, des entreprises ou des individus qui sont « tous tentés d'éviter de prendre des responsabilités ou leurs responsabilités car, en l'absence de projet collectif, de sens partagé, chacun arrive à évaluer toute action en termes exclusifs de coûts et à agir donc sur la base d'une logique de précaution ».

Le cinéma n'est pas hors la vie, hors la société. Lorsqu'il n'y a pas de mouvements d'idées dans la société, il n'y en a pas dans le cinéma. Pas de mouvements, pas d'émotions. Le cinéma, comme les autres arts, n'a jamais été aussi dynamique que lorsqu'il pouvait participer, de manière multiple, au fantastique remue-ménages de l'entre-deux-guerres et des années quarante-cinq à soixante-dix.

La crise du cinéma européen n'est qu'une des expressions de la crise de la pensée européenne, de la conscience européenne : elle ne peut pas être résolue en soi. Et les seuls aménagements structurels que l'on n'arrête pas de proposer et d'appliquer parfois, resteront inopérants tant qu'ils n'émaneront pas de véritables projets politiques et culturels audacieux et généreux, de ce que Zaki Laïdi appelle « un horizon d'attente ». Et ça, c'est l'affaire de tous.

Zaki Laïdi encore : « Je suis persuadé que ce qui manque aux Européens, ce ne sont pas les idées mais leur capacité à se mettre en mouvement, à vaincre leurs inhibitions à trouver les mots et le ton qui conviennent pour mobiliser les opinions, à penser un nouveau point de départ symbolique ».

Loin d'un retour au passé, nous devons essayer de dégager des bouleversements auxquels nous assistons les thématiques qui s'ouvrent vers des « horizons d'attente ». Certaines sont sans doute en germe dans le projet européen. D'autres émanent fort probablement de la nécessaire solidarité du Nord et du Sud. Les heurts, les tensions violentes qui ponctuent cette fin de siècle méritent un minimum d'attention.

Il faut renforcer les structures existantes qui sont autant d'ouvertures vers le monde extérieur. Celles, créées par le CNC en direction du Sud. Eurimages bien sûr, mais au-delà encourager la distribution de films africains, sud-américains, asiatiques.

Un pari à tenir : lorsqu'on verra en France autant de films allemands, tchèques, tanzaniens, chiliens, etc. que de films français, on verra beaucoup plus de films français dans le monde. Et ils seront probablement globalement meilleurs. La confrontation des idées et des sensibilités est salutaire.

Pourquoi diable, je le répète, les Césars ne concernent-ils que la production française alors que nous vivons en Europe ? Pourquoi diable n'y a-t-il pas un César du meilleur film non européen, qui ne vienne pas des Etats-Unis ?

Il faut rompre enfin avec l'idée de conquête de marché, au profit d'une philosophie de l'échange, de la réciprocité (cela peut sembler difficile avec les Etats-Unis, mais pas avec le reste du monde).

Dans un même ordre d'idées, les écoles de cinéma devraient s'ouvrir beaucoup plus aux étudiants étrangers, particulièrement dans les départements scénario. Pratiquer l'échange d'étudiants, en Europe et au-delà.

L'Europe a une carte à jouer que le cinéma nord-américain ne veut ou ne peut pas jouer : la multiplicité des cultures. L'affirmation de cette multiplicité (qui est fondée historiquement) au-delà des frontières de l'Europe est un atout pour la culture planétaire, une véritable alternative à une culture homogénéisée sur le modèle hollywoodien.

Un horizon d'attente.

Enfin, et pour conclure, il faut promouvoir la production d'un cinéma du réel ou cinéma documentaire de long-métrage, diffusé aussi en salles, sur un pied d'égalité avec le cinéma de fiction. Le public, comme les auteurs, a besoin de s'immerger à nouveau dans le réel pour réapprendre la curiosité généreuse, pour réapprendre à aimer.

NOTES

¹ Le titre de ce pamphlet est emprunté à un ouvrage d'Edgar Morin.

² *Le Monde*, 8 novembre 1994. Zaki Laïdi est chercheur au CNRS, professeur de relations internationales à l'Institut d'études politiques de Paris et à l'Université John Hopkins de Bologne, auteur de trois ouvrages : *Enquête sur la Banque Mondiale*, *L'ordre mondial relâché* et *Un monde privé de sens*.

³ J. P. Fitoussi, *La Lettre de l'OCCE*, 7 décembre 1994.

AVONS-NOUS BESOIN D'UNE POLITIQUE EUROPEENNE ?

Je commencerai par poser une question : un film comme *La liste de Schindler* est-il un film américain ou européen ? Il raconte l'histoire de l'holocauste, un des épisodes les plus sinistres de l'histoire *européenne*, il a été tourné en Europe, avec une équipe et des comédiens européens. Le fait que l'équipe, le réalisateur et le scénariste soient américains ne devrait pas suffire pour lui accorder cette nationalité. Qu'est-ce qui fait alors que le film de Spielberg soit de toute évidence un film américain ? A mon avis la réponse est toute simple : il est financé par une *major* américaine et il est tourné en anglais.

Deuxième question, si pratiquement tous les éléments du film de Spielberg sont européens (sujet, équipe, décors), pourquoi alors aucun producteur, aucun réalisateur européen n'a-t-il jamais songé à le tourner ? La réponse là aussi est simple : parce que pour cela il faudrait qu'un producteur suffisamment fou se décide à frapper à la porte de plusieurs pays et de plusieurs institutions, c'est-à-dire, qu'il cherche à multiplier les sources de financement, et qu'il s'apprête à signer au moins cinquante contrats différents dans des pays avec des législations et des langues différentes — et s'il y arrivait un jour, s'il n'était pas découragé entre-temps, il faudrait qu'à la fin il se décide à le tourner en anglais et à le donner en distribution à une *major* américaine, s'il veut au moins récupérer les cent millions de dollars que le film aurait coûté. Et si c'était un échec ? Le producteur fermerait la porte de son bureau peut-être pour toujours et ses partenaires se refuseraient désormais à se laisser s'embarquer dans une deuxième aventure.

Alors que pour Spielberg, il a suffi qu'Universal signe au bas de la page l'accord pour le distribuer sur toute la planète pour qu'il soit immédiatement financé. On connaît les difficultés qu'il a eues à convaincre Universal de l'opportunité d'un tel sujet mais là n'est pas le problème. On sait aussi que le seul nom de Spielberg suffit aujourd'hui pour ouvrir toutes les portes. Mais avant que Spielberg soit Spielberg, il a bien eu sa chance de prouver par un petit film habile et à petit budget, *Duel*, qu'il avait du talent.

Pourquoi raconter tout ça ? Pour essayer de prouver trois choses.

Premièrement, que la nationalité d'un film est, d'une part, celle de la langue dans laquelle il est tourné et, d'autre part, celle du pays qui le finance, ou plutôt *du pays où revient l'argent* (l'argent qui finance le cinéma américain est souvent européen ou japonais), donc de l'industrie qu'il alimente. Les Américains ont toujours tourné des films avec des réalisateurs, des acteurs, des techniciens européens, et sur des sujets européens. Un producteur mythique comme Thalberg a toute sa vie été attiré par les acteurs, les réalisateurs et d'autres techniciens européens, mais aussi par l'histoire et par les romans européens. Et que dire de l'œuvre mythique par excellence, *Casablanca* : l'histoire se passe au Maroc français ; dans l'ensemble du prestigieux casting, seul Bogart est américain, et qui plus est, le film a été dirigé par un Hongrois.

Pourtant, tous les films produits par Thalberg à la tête de la Metro font bel et bien partie du patrimoine américain, et personne n'oserait qualifier *Casablanca* de film européen.

Tout ceci pour dire que le besoin que l'Europe ressent aujourd'hui de définir la nationalité d'un film (alors que, par exemple, personne ne s'est jamais demandé si Picasso faisait de la peinture espagnole ou française) ou même de décider de son caractère européen, est dû exclusivement à un réflexe défensif de notre part (qui cache un sentiment inavoué d'impuissance). C'est aussi la nécessité pour nous d'empêcher que les fonds publics européens servent à alimenter l'industrie américaine (via la réalisation en Europe de productions américaines déguisées).

La définition de film européen, puisque besoin en est, devrait donc se baser fondamentalement sur deux critères : où retourne l'argent et dans quelle langue le film est-il tourné ?

Deuxièmement, l'histoire du film de Spielberg sert à démontrer une vérité toute simple, mais que beaucoup d'esprits refusent encore d'admettre : c'est la différence entre les modes de financement du cinéma américain et des films européens qui explique la perte vertigineuse du marché de l'Europe face aux Etats-Unis. Le secret de la réussite *économique* d'Hollywood (et j'insiste sur le mot économique, parce qu'il y a des raisons culturelles, sociales, historiques et même politiques qui comptent dans la réussite des films), c'est que les Américains ont très tôt compris que le cinéma était à la fois une industrie de prototypes — au coût de fabrication très élevé et donc une industrie à grands risques — et un art populaire — capable de plaire à différents publics — et que pour le rentabiliser il importait de couvrir un vaste marché. La solution qu'ils ont trouvée a été de créer une continuité dans la production pour obtenir des économies d'échelle, ce qui implique, comme l'a magistralement expliqué Hans-Gerd Prodhel dans son diagnostic sur la situation du cinéma allemand, de compter sur une certaine *quantité* de produits et sur une certaine *dimension* du marché.

C'est dans le lien inévitable entre la production et la distribution (concentrer la production et contrôler la distribution) que résida toujours la clé du succès du cinéma américain. Dans une optique de marché, un film ne peut être mis en chantier s'il ne peut compter dès le départ sur un grand nombre de copies potentiellement diffusables, qui lui assureront une rentabilité probable et rapide. Quant aux distributeurs, ils ne peuvent prendre des risques que s'ils peuvent compter sur un nombre suffisant de produits pour assurer aux salles la continuité de la programmation, ou autrement dit, avoir la possibilité d'amortir les films les uns par les autres.

C'est ce que l'Europe, victime paradoxale de la richesse que constitue la diversité de nos cultures et de nos langues, n'a jamais réussi à créer : un grand marché pour nos produits. Seul à ma connaissance, Jean-Claude Batz paraît l'avoir compris, lorsqu'en 1968, il a proclamé dans un colloque tenu à Bruxelles, dans l'indifférence générale, que la constitution de l'espace économique européen allait enfin permettre d'investir dans la création de réseaux puissants de distribution, capables de donner aux films européens une dimension mondiale à partir d'un grand marché européen.

Enfin, et c'est là mon troisième point, la carrière de Spielberg, qui, comme beaucoup d'autres, passa en peu d'années de films à petit budget à de grosses productions au sommet du *box office*, illustre de façon éloquente la capacité qu'a l'industrie hollywoodienne d'accueillir les nouveaux venus, qui non seulement permet, mais aussi suscite et encourage le renouvellement permanent de ses talents.

Cette capacité dément le présupposé hypocrite qui consiste à soutenir que l'industrie est l'ennemie du talent et que l'argent pervertit les créateurs : John Ford, Hitchcock, Capra, Cukor, Minnelli, Howard Hawks, Fritz Lang, Preminger, Manckiewicz et tant d'autres dans le passé ont prouvé le contraire, de même qu'aujourd'hui Coppola, Scorsese, Spielberg, Jonathan Demme, pour ne citer que quelques-uns, suffisent à contredire cet *a priori* répandu et qui est une excuse de mauvais perdants.

Mais, peut-on se demander, en quoi les questions soulevées par un film comme *La liste de Schindler* peuvent-elles nous aider à résoudre le problème posé ? J'essaierai d'y répondre, en formulant cinq considérations.

1. Question préalable, vu sa fragilité actuelle face à l'hégémonie américaine, l'Union européenne *doit* — c'est là un impératif à la fois culturel et économique — adopter une politique de soutien à son industrie cinématographique et audiovisuelle, ce qui implique de fixer des objectifs (la rendre compétitive), établir des priorités (créer un marché), et définir une stratégie (soutenir la distribution pan-européenne, voire mondiale de nos produits).
2. L'Europe ne pourra gagner le défi — créer une industrie audiovisuelle capable d'être compétitive sur le marché mondial en préservant la variété de ses cultures et l'originalité de ses créateurs — que si elle sauve d'abord son cinéma. Les films et les salles (malgré la perte significative que celles-ci représentent aujourd'hui dans l'économie globale de l'audiovisuel) restent respectivement la locomotive et la vitrine d'une culture qui, de nos jours, passe de plus en plus par sa fiction audiovisuelle.
3. L'Union européenne doit donc avoir pour priorité la création d'un marché pour ses produits (ce qui se passe dans tous les autres domaines sauf dans l'audiovisuel). En d'autres mots, *la politique commerciale doit conditionner la politique industrielle* et pas le contraire. Sans un (grand) marché pour nos produits, il n'y aura jamais de (bons) produits pour le marché.

Encore faut-il créer d'abord les conditions de ce marché. Je veux dire par là que l'Union européenne ne peut continuer à négliger, comme elle l'a fait jusqu'à aujourd'hui « de promouvoir mais aussi de protéger la concurrence » (l'expression est du vice-président américain Al Gore). Ce qui implique qu'elle doit assurer, dans le domaine de l'audiovisuel, la transparence et le respect des règles du marché : dans beaucoup de pays, l'intégration horizontale et verticale de certaines sociétés, en général au service des intérêts américains, l'excès de concentration qui les place en position dominante sur leurs marchés nationaux et permet des abus tels que la pratique du *tie-in*, du *blockbooking* ou du *blindbinding*, qui distordent la concurrence, doivent être étroitement surveillés

et réprimés. Ce qui implique aussi que l'Europe se dote d'un cadre réglementaire clair et équitable et d'une instance régulatrice et de contrôle dotée de pouvoirs réels. L'expérience de la directive « télévision sans frontières », dont la rédaction hybride, souvent vague et ambiguë, les énormes lacunes, et surtout le manque de contrôle réel et de sanctions effectives ont ouvert la porte à toutes sortes d'effets pervers, et le cas d'*UIP* devrait provoquer une réflexion sérieuse à ce sujet.

4. L'Europe audiovisuelle, et surtout son cinéma, ne peut donc se sauver (et par là je ne pense pas à l'approche que j'appelle « écologique » qui a été souvent la nôtre et qui consisterait, comme je l'ai déjà dit ailleurs, à considérer « le cinéma comme une espèce en voie d'extinction qu'il faudrait défendre des prédateurs industriels »), on ne peut donc sauver le cinéma européen que si on arrive à créer des réseaux puissants de distribution pour nos produits, qui doivent commencer par conquérir leur espace naturel, l'Europe, avant de devenir compétitifs sur les autres marchés. Le mythe de la création d'œuvres cinématographiques selon des critères artistiques — sans tenir compte de la chaîne qui leur assure au départ la circulation et donc la rentabilité, mythe soutenu par ceux qui croient simplifier la question en disant qu'il suffit de faire de bons produits, c'est-à-dire de trouver des bonnes histoires et de bien les raconter — ignore le problème central qui est celui de leur financement : aujourd'hui, aucun pays (même les Etats-Unis) ne peut financer son industrie et la rendre *compétitive* (et je souligne cet aspect, parce que toutes les cinématographies européennes vivent aujourd'hui de fonds publics), en comptant sur son seul marché national. C'est pourquoi la coproduction n'est pas la meilleure réponse. Bientôt on devrait co-produire à cinq ou six pays, pour ne pas dire à douze lorsqu'il s'agirait de petits pays, ou de grands films. Mais, en revanche, on peut co-distribuer à douze ou même, comme le font les Américains, à l'échelle mondiale. Or, il y a en Europe mille cent distributeurs, et même les plus grands restent exclusivement nationaux, contre sept grandes *majors* américaines qui distribuent leurs films sur toute la planète !

L'investissement dans la distribution doit être considéré, lui, comme un investissement *indirect* dans la production, dans la mesure où à son tour, la distribution investit dans les films à travers des MG ou des achats de droits pour plusieurs marchés et sur plusieurs supports (salles, vidéo, différents circuits de télévision).

Seul l'investissement dans la distribution (à condition qu'elle soit pan-européenne) peut donc opérer le grand bouleversement stratégique dont le cinéma européen a besoin ; il permettra, et c'est là un aspect non négligeable, de *déplacer le centre de décision* des instances sélectives qui apprécient aujourd'hui les projets, vers l'entreprise de distribution, qui, elle, est le juste intermédiaire entre le producteur et le marché, entre le projet et le public. Si je devais formuler un vœu, je demanderais que le financement des films européens ne dépende plus des jurys qui, même s'ils comptent parmi eux les plus honnêtes et les plus compétents, décideront toujours en dehors du marché, en privilégiant ainsi l'offre

par rapport à la demande.

Les financements publics (je ne parle pas de subventions mais de vrais prêts, garanties de crédit, avantages fiscaux, bonifications d'intérêts, etc.) ne doivent donc plus aller aux projets isolés mais aux entreprises européennes qui prouvent leur capacité de répondre au double besoin de dominer un nombre suffisant de marchés et d'investir dans un nombre suffisant de produits pour couvrir raisonnablement le risque de leur financement. Et si je devais le résumer en quelques mots, je dirais qu'*il faudrait à l'avenir soutenir les distributeurs en fonction de leurs risques (et de leurs garanties) et les producteurs en fonction de leurs succès.*

5. Tout ceci implique qu'à côté de l'investissement massif dans la distribution (et je ne parle pas du soutien à la distribution individuelle des films *après* leur production, mais d'un soutien structurel aux entreprises qui investissent *en amont* dans la production), un fort investissement soit fait aussi dans le *développement* des projets et dans la formation des producteurs, scénaristes, acteurs, qui doivent impérativement comprendre que l'Europe doit elle aussi croire à nouveau aux bénéfices du *star-system* (les films, comme naguère le théâtre ou l'opéra, doivent beaucoup plus leur popularité aux vedettes qui les interprètent qu'aux auteurs qui les signent). Ce qui implique une sensibilité accrue au marketing : c'est ce qu'on appelle les investissements pré-compétitifs.

Et n'oublions pas le doublage, surtout en anglais, qui devrait être obligatoire pour les films à partir d'un certain budget : seul moyen de vaincre une des inégalités structurelles de l'Europe face aux Etats-Unis qui fait que, sous prétexte de résistance culturelle, les Américains refusent de voir nos films alors que, grâce au doublage, nos marchés leur sont généreusement ouverts depuis toujours.

Si nous arrivons à renouveler les mentalités, à mettre en place des réseaux de distribution — dans lesquels, conformément au principe de la subsidiarité consacré dans le traité de Maastricht, l'Union européenne doit investir en priorité —, nous pouvons laisser alors aux Etats le choix de la politique qui leur convient : investir dans les produits conçus pour des niches réduites de marché (qui privilégient la langue et le folklore destinés à un public local), ou plutôt développer leurs industries, ce qui implique de promouvoir leurs fictions, leurs décors et surtout leurs talents, en donnant aux créateurs le maximum de chances d'avoir accès à ce grand marché européen qui existe déjà et que seul le cinéma et l'audiovisuel s'entêtent à ignorer.

La distribution au sens large (plurinationale et plurimédia) devra donc devenir la priorité de la politique de l'Union européenne : ce seront ces groupes, ces entreprises pan-européennes qui investiront à son tour dans les produits dont elles auront besoin pour alimenter leurs circuits et constituer leurs catalogues à travers les MG et les achats de droits. Ce qui créera, c'est là ma conviction profonde, un énorme marché pour les producteurs indépendants et donnera de nouvelles opportunités aux talents : réalisateurs, acteurs, scénaristes et autres dans les grands comme dans les petits pays, qui n'auront alors plus de frontières ni de barrières linguistiques pour épanouir leur créativité.

JUSTES CAUSES...

La chimère d'une production européenne prestigieuse à même de concurrencer le géant américain tant sur le plan artistique que sur le plan commercial n'est pas, comme beaucoup l'imaginent, récente ni suscitée par l'idéal d'une fédération européenne. Notre cinéma national semble bien n'avoir jamais récupéré du traumatisme initial que fut le succès aux Etats-Unis même des pionniers français (Méliès, Pathé, etc.), puis leur éclipse au profit de leurs homologues, épigones ou imitateurs américains. Le phénomène n'est pas isolé et s'est reproduit tout au long de l'histoire parallèle du cinéma américain et du cinéma français.

Pour bien comprendre le problème, il convient d'avoir à l'esprit que le trait le plus saillant du génie cinématographique américain réside dans sa capacité à ingérer les influences étrangères et à ouvrir au public le plus vaste des formes issues d'avant-gardes, souvent européennes et par définition élitistes. C'est volontairement que je me refuse à employer ici le mot « vulgarisation » dont la connotation négative me semble déplacée. Pour bien comprendre le phénomène et le dépouiller de toute nuance dépréciative, on pourrait comparer l'apport européen à un travail expérimental mais qui resterait sans effet si l'invention n'était pas rendue accessible au plus grand nombre : nul ici ne songerait à dire que l'accès à la culture se ferait au prix d'une vulgarisation (du moins personne n'oserait le dire haut et fort). Périodiquement, ce vampire colossal qu'est le cinéma américain a été vivifié par le sang neuf venu du Vieux Monde et à chaque fois, il a accompli une mutation artistique décisive.

A l'origine, il y eut l'imitation des modèles italiens. On connaît l'influence avouée de la *Cabiria* de Giovanni Pastrone (1912) sur David W. Griffith. Mais *Cabiria* n'est que le plus célèbre des premiers péplums italiens. Avant le film de Pastrone, d'autres avaient déjà influencé l'esthétique et le mode de narration américains en train de se mettre en place. C'est certainement à l'audace des primitifs italiens que les pionniers américains, Griffith en tête, doivent le passage du court et moyen métrage au film de long métrage tel qu'on le connaît encore maintenant. Quant aux films des « *dive* », il faudra bien un jour mettre en lumière le rôle de matrice qu'ils ont joué dans l'élaboration très américaine du cinéma des « *stars* » : la filiation entre Francesca Bertini, Lyda Borelli et Greta Garbo s'impose avec limpidité. Pour rester dans ce domaine qui parut longtemps être si spécifiquement américain et plus spécialement hollywoodien, il faut mentionner que de nombreuses histoires du cinéma anglo-saxonnes (grâces soient rendues à leur honnêteté) font naître l'idée du « cinéma de star » à l'exploitation américaine triomphale du médiocre *Reine Elizabeth* de Louis Mercanton (1912) où sévissait une Sarah Bernhardt déjà plus que sexagénaire, mais au charisme indiscutable. Alors que notre pays pourrait à juste titre s'enorgueillir du rôle décisif qu'il a joué aux origines du cinéma américain, ce fait est très souvent occulté dans les histoires du cinéma français.

Plus tard, il y eut deux vagues d'immigration germanique. La seconde, engendrée par le nazisme, est bien connue et finit par provoquer l'explosion du « film noir ». La première, ouverte par Lubitsch en bravant une xénophobie encore vive générée

par la Grande Guerre, eut lieu au début des années vingt. Si l'influence de Lubitsch aux Etats-Unis fut considérable et durable, l'apport de ceux qui le suivirent ne fut pas réellement massif et se borna parfois à un film unique. Ainsi, avant de mourir aux Etats-Unis, Paul Leni eut le temps de fixer le modèle d'un certain film d'épouvante (dans *la Volonté du mort*, 1927 et dans *le Dernier avertissement*, 1929) et de signer une œuvre magistrale et méconnue qui cristallise à merveille l'influence du cinéma allemand sur le cinéma américain muet : *l'Homme qui rit* (1928). Ewald André Dupont, fort du succès de *Variétés*, ne tourna que *Love me and the World Is Mine* (1927). Enfin Murnau, malgré le peu d'impact commercial de ses films très onéreux, offrit *l'Aurore* (1927), un des deux grands modèles esthétiques et narratifs auxquels le cinéma américain continue encore à se référer, l'autre étant le *Citizen Kane* (1941) d'Orson Welles.

La vague d'immigration scandinave (les réalisateurs Sjöström, Stiller, Christensen et les acteurs Garbo, Lars Hanson, Nils Asther) est souvent négligée. En fait, l'une des toutes premières cinématographies mondiales dotait alors, et pour toujours, le cinéma américain d'une esthétique de l'espace ouvert : Griffith, malgré son génie, n'était pas allé plus loin que la perception, ce qui, à l'époque, était déjà considérable. Il restait à organiser cette perception en un système. Plus encore qu'à Ford, je pense à cette poétique du végétal et du minéral sensible chez Raoul Walsh, Anthony Mann, Delmer Daves, Budd Boetticher ou, plus près de nous, chez Terrence Malick ou chez Clint Eastwood. Celle-là est déjà sensible dans les films réalisés en Suède par Stiller et Sjöström.

En abordant le problème par l'autre bout, nous n'entreprendrons pas de l'analyser en Allemagne, en Italie, en Angleterre ou en Scandinavie où il se pose de manière différente mais tout aussi aiguë. Mais la France a toujours été à la pointe de ce « combat » contre Hollywood et c'est elle qui a entraîné dans son sillage d'autres cinématographies européennes, à l'ego moins chatouilleux, il est vrai. Pour ce qui la concerne, on peut voir dès les années vingt, c'est-à-dire dès que l'impossibilité des pionniers à s'imposer aux Etats-Unis fut évidente et dès que la solidité du modèle narratif et esthétique américain fut claire, un sentiment d'infériorité et une volonté de se mesurer à Hollywood alors naissant et déjà tentaculaire, ou du moins perçu comme tel. Propos et déclarations qu'au prix d'un léger dépoussiérage stylistique on pourrait reprendre tels quels aujourd'hui, stigmatisant la peur de voir son identité culturelle engloutie par le géant américain et mettant déjà en valeur la nécessité pour les pays européens de s'unir en une cinématographie de grande envergure qui pourrait contrebalancer l'hégémonie *yankee*. Dans les faits, ces idées se traduisirent par des tentatives nombreuses et ambitieuses de coproductions européennes tout au long des années vingt ainsi que par de nombreuses productions françaises portant leurs spécificités nationales en bandoulière.

Cette volonté est perceptible autant dans de grandes entreprises de cinéma purement populaire que dans des entreprises plus avant-gardistes. Le cinéma populaire, avec son attachement à la formule à épisodes héritée du roman-feuilleton, son recours à des auteurs du patrimoine (Dumas et Zola le plus souvent), parfois avec une ampleur spectaculaire réellement admirable (*le Miracle des loups* de Raymond Bernard, en 1924) offrait le modèle d'une production franco-française destinée à

s'opposer aux produits *yankees*. A la poursuite de ce but, le cinéma français finira par annexer ses confrères européens dans une volonté d'hégémonie artistique évidente. Finalement, la situation a-t-elle réellement changé entre le moment où Jacques Feyder allait tourner sa très française *Thérèse Raquin*, d'après Zola, en Allemagne (1928) et celui où l'on va chercher dans les anciens pays de l'Est des facilités de production que la France ne peut plus fournir qu'à un prix très élevé. Entre temps, le système a perduré puisque Louis Daquin tournait en Allemagne de l'ouest son adaptation de Balzac, *La Rabouilleuse* (1959).

Même ambiguïté, presque à la même époque, avec le *Madame Sans-Gêne* de Léonce Perret (1923). Un tournage en France, « sur les lieux mêmes de l'action », une équipe technique française, une distribution presque exclusivement et typiquement française (Emile Drain, préposé à l'emploi de Napoléon, Charles de Rochefort, Suzanne Bianchetti et la populaire Madeleine Guitty) autour d'une star hollywoodienne de première grandeur et au faîte de sa gloire (Gloria Swanson). Le film fut présenté avec une certaine ambiguïté par la presse française de l'époque, le flou de l'information laissant volontiers entendre qu'il s'agissait d'un film français (voir l'écho que rencontra le film auprès de *Mon Ciné*, par exemple). En fait, il s'agissait bien d'une production américaine Paramount (alors très présente en France), exploitée bien entendu comme telle aux Etats-Unis et qui rencontra là-bas, à cause de son « européanité » trop marquée, un succès des plus mitigés, malgré Gloria Swanson.

A l'opposé de ce cinéma populaire, bien que l'anecdote reste obstinément redevable du roman-feuilleton et encore non du meilleur, *l'Inhumaine* de Marcel L'Herbier (1924) fut conçu comme une somptueuse vitrine d'exposition destinée à montrer aux Etats-Unis ce dont le cinéma français était capable. L'impressionnant générique réunissait les noms de Pierre Mac Orlan, Darius Milhaud, Fernand Léger, Robert Mallet-Stevens, Paul Poiret, Lalique, pour ne rien dire des plus cinématographiques et encore inconnus à l'époque Claude Autant-Lara et Alberto Cavalcanti. Bien entendu, cette coûteuse production de prestige, bien que distribuée par la Paramount, eut une exploitation des plus discrètes aux Etats-Unis où ceux qui pouvaient connaître les noms au générique ne constituaient certainement pas le grand public de cinéma. Enfin, ultime paradoxe, ce cheval de Troie de l'industrie cinématographique française fut en large majorité financé, via son interprète principale, la calamiteuse et vieillissante cantatrice Georgette Leblanc, avec des capitaux américains... Sommes-nous vraiment si loin de ces superproductions franco-françaises comme *Germinal* de Claude Berri ou *la Reine Margot* de Patrice Chéreau (1994) dont les hautes instances s'étonnent du peu d'impact international (et taisent d'ailleurs consciencieusement ce qu'il faut bien appeler un échec, du moins au niveau international) ?

Peut-on vraiment appliquer au cinéma la même philosophie du « achetons français » que l'on applique périodiquement à notre commerce affaibli ? Peut-on aveuglément défendre certaines productions de prestige, dont l'intérêt est avant tout stratégique, simplement parce qu'elles sont françaises ? On peut légitimement se le demander quand on a pu constater que ne pas défendre *la Reine Margot* ¹ équivalait à une trahison à la solidarité nationale. Au Festival de Cannes, devant la critique

internationale (qui vaut ce que vaut la critique, mais reste cependant internationale), *la Reine Margot* n'a pas plu. Fallait-il pour autant en déduire, comme certains l'ont proclamé à la télévision, devant des millions de spectateurs, qu'en préférant *Pulp fiction* de Quentin Tarantino à *la Reine Margot*, le jury s'était « déculotté » devant la production américaine ? Est-on sûr de ses cibles ? Est-on si sûr que ça de la qualité de ce que l'on a à offrir ? Est-on sûr d'ailleurs qu'une guerre soit indispensable ? La position commerciale sur le marché français, disons d'un film comme *la Haine* de Matthieu Kassowitz face à un « blockbuster » de valeur moyenne, comme *True lies* de James Cameron, pour s'en tenir à la saison 1994-1995, est-elle vraiment si différente de celle de *Pulp fiction* devant le même film sur le marché américain ? Par ailleurs, le miracle est toujours possible, tel le *Cyrano de Bergerac* de Jean-Paul Rappeneau (1989), si authentiquement français et si peu soucieux d'« internationaliser » son propos que, ce faisant, il touche juste et obtient l'impact mondial que d'autres s'efforcent laborieusement d'obtenir.

Le cinéma européen, et tout particulièrement le cinéma français, dans ce qu'il a de plus authentiquement « national », a toujours joué un rôle décisif dans l'évolution du cinéma américain. Si les films ne sont que très rarement vus par le grand public américain, ils sont vus par ceux qui font le cinéma américain. Vampirisme, parasitage sans doute, quoique les créateurs français acceptent finalement de bon cœur que leurs scénarios soient devenus récemment une source d'inspiration considérable pour un cinéma américain grand-public dont l'inspiration se tarit et qui, au fond de lui-même, ne croit plus guère à sa propre domination artistique dans le domaine narratif. Mais est-ce finalement honorable de faire de faux films américains comme *Léon* de Luc Besson, qui ne peuvent copier que ce qui peut se copier, c'est-à-dire l'emballage, et dont finalement le succès repose sur un malentendu qui frôle l'escroquerie ? Les Français s'en régalaient car ça ressemble à du cinéma américain sans l'être ; quant aux Américains, ils le voient en étant persuadés de voir un film américain. Tout le monde est trompé. Est-ce vraiment là que se situe l'avenir d'un cinéma « national » ? Croit-on, comme on l'entend fréquemment, qu'il suffirait d'organiser un circuit de distribution spécifique et d'assurer un doublage soigné en anglais pour que les Américains aillent voir nos films ? Face à la grande industrie, le cinéma français en particulier, et européen en général, acquiert maintenant l'importance vitale d'un artisanat d'art. Est-ce déshonorant ? Woolworth a-t-il condamné Christian Dior ou Chanel ? Kraft a-t-il en quoi que ce soit entamé la popularité de notre Roquefort ou de notre Camembert ? Ou, si l'on veut rester dans un domaine plus proche du cinéma, Jacqueline Susann, Jackie Collins ou Barbara Cartland se vendent à plus d'exemplaires qu'Andrea Zanzotto, Leonardo Sciascia, Elfriede Jelinek ou Marguerite Duras ² mais les premières empêchent-elles les seconds d'exister ?

Il n'y a pas un public, il y a des publics. Tout le monde le sait, tout le monde le dit et le répète tout en l'oubliant, ou en feignant de l'oublier, à la seconde suivante. Il ne s'agit pas de faire du cinéma européen un cinéma américain *bis* dont personne (les Américains les premiers) n'a que faire. Il s'agit de préserver son existence et son identité. Et quand on aura compris que ce combat n'est qu'un épisode d'un combat plus vaste qui consiste à préserver l'existence et l'identité d'un cinéma exigeant,

JUSTES CAUSES...

personnel et original, de quelque origine qu'il soit, on aura dissipé les ombres et les à-peu-près qui actuellement obscurcissent cette cause et lui ôtent à mes yeux une part importante de sa crédibilité.

NOTES

¹ On trouvera peut-être que j'attaque bien injustement le film de Chéreau. Que l'on ne s'y trompe pas, je ne le prends qu'en exemple. Il a, à mes yeux, ses qualités et ses défauts, mais il n'est pas le chef-d'œuvre qu'on nous a forcé à y voir et il n'était absolument pas à même d'avoir la carrière internationale qu'on lui destinait. En fait, le film a beaucoup souffert d'être ainsi devenu l'enjeu d'une campagne d'intimidation critique.

² Chacun pourra placer ici le nom de son écrivain européen préféré. La démonstration a peu de chance d'en être affectée.

LE CINEMA POLONAIS, LE CINEMA EUROPEEN, SPIELBERG ET POLANSKI

Frédéric Sojcher — Quelle serait pour vous la définition d'un cinéma européen ? En existe-t-il une « définition générique », ou est-ce un ensemble de cinématographies qui s'additionnent ?

Andrzej Wajda — On ne peut pas résumer le cinéma européen à un seul concept, chaque cinématographie qui le compose ayant sa propre spécificité, son propre langage. Il faut, justement, que le cinéma européen reste très diversifié.

F. S. — Pourquoi pensez-vous alors qu'il y ait des mesures prises, aujourd'hui, pour défendre le cinéma européen ? Est-il en danger ?

A. W. — Toutes ces mesures sont prises, à mon avis, par rapport au cinéma américain, qui est une grande industrie et qui s'adresse à un très large public. Le cinéma américain s'exporte dans le monde entier. Nous sommes pauvres par rapport au cinéma américain, c'est pour cela qu'il faut défendre le cinéma européen. Il faut se poser la question : avant, le cinéma américain avait-il une présence aussi prédominante en Europe ? Et la réponse est : non, il n'y avait pas autant de films américains. Les films français et allemands, dans les années trente, les films italiens, tout de suite après la guerre, ou les films de la Nouvelle Vague en France, ont été montrés dans toute l'Europe, et même en Amérique — ce qui ne se passe absolument plus actuellement, ou en tout cas, pas dans les mêmes proportions. Une autre question que l'on peut se poser serait la suivante : est-ce seulement un problème économique ou bien y a-t-il en jeu d'autres valeurs, également intellectuelles et artistiques ?

F. S. — Justement, par rapport aux valeurs intellectuelles et artistiques, ne croyez-vous pas que le problème vient aussi de l'effondrement des idéologies ? Dans vos films, par exemple, vous avez reflété ce qui s'était passé pendant la seconde guerre mondiale en Pologne et, souvent aussi, de manière métaphorique, vous avez contesté le pouvoir communiste en place. Un combat politique intervenait donc au sein même de vos films.

A. W. — Il faut se dire que le cinéma européen était divisé en cinéma occidental et cinéma des pays de l'Est. Le cinéma de l'Europe de l'Ouest parlait plutôt de l'homme, des relations humaines, de la vie intérieure. Chez nous, le cinéma se chargeait quelque part de la transmission de la vérité politique, ou de questions sociales. C'est d'ailleurs pour cette raison-là que nous avons choisi pour modèle tout de suite après la guerre, le néo-réalisme italien. Aussi longtemps que le mur de Berlin existait, on ne pouvait pas parler de cinéma européen. Maintenant, la situation a changé, donc nous pouvons commencer à le concevoir... ceci, de notre point de vue, bien entendu.

F. S. — N'y a-t-il pas un paradoxe : au moment où le cinéma européen est possible, il est aussi plus faible, économiquement, qu'il ne l'a jamais été ?

A. W. — Il faut se poser la question suivante : la protection économique du cinéma européen va-t-elle favoriser son développement ou, au contraire, marquer sa chute ? Le film est-il une marchandise comparable à un produit agricole ou industriel ? Si oui : la meilleure marchandise va, évidemment, éliminer la moins bonne. C'est ainsi que certains perçoivent les succès du cinéma américain. D'un autre côté, peut-on imaginer traiter toutes les questions européennes en anglais, tourner nos films dans une autre langue que la nôtre ? En tant que cinéaste polonais, je ne pense pas qu'un cinéaste américain pourrait réaliser des films comme moi je les conçois. *L'homme de fer*, *L'homme de marbre*, ou *Kanal* n'auraient sans doute pas pu être réalisés par un cinéaste non polonais. Je ne dis pas que ce sont des bons ou des mauvais films. Mais dans ce que nous voyons sur l'écran, il y a aussi un point de vue, un vécu qui s'interposent. Cela crée évidemment un style national, original. Par exemple, si vous allez à l'Est de la Pologne, vous trouverez des films ukrainiens, des films russes qui ont un autre rythme que chez nous. Ils sont plus lents. Les films polonais sont plus vivants, plus rythmés, plus rapides... et c'est cela qui nous rapproche du cinéma européen. On peut dire maintenant que les Polonais, les Tchèques, les Hongrois, les Roumains, les Ukrainiens et les autres ont créé leur propre cinéma. Pourquoi devraient-ils renoncer à ce cinéma qui parle de leur vie, de leurs problèmes ? Evidemment, à cela on va répondre : personne ne veut regarder vos films, c'est une marchandise dont personne ne veut. J'ai réalisé un film, *Docteur Korczak* et Spielberg a fait *La liste de Schindler*. Tous deux ont plus ou moins le même thème, mais le public qui a vu mon film n'est même pas équivalent à un millième de l'audience atteinte par le film de Spielberg. Alors, cela veut dire que Spielberg devrait parler de ce qui se passe en Pologne, puisqu'il le fait si bien. Mais ne peut-on pas penser que, derrière Spielberg, il y a toute une organisation qui fait en sorte que son film est, en quelque sorte, imposé en Europe ? Je n'ai pas à ma disposition une telle organisation. Nous, cinéastes polonais, nous souhaitons pouvoir continuer à tourner des films en polonais, qui s'adressent aux Polonais, qui peuvent ainsi voir le reflet de leur vie. Il y a un problème artistique qui se pose là. On peut encore poser la question autrement : comment le cinéma européen peut-il s'opposer au cinéma américain ? Y a-t-il une voie, une chance à saisir dans ce sens ? D'autre part, il faut bien voir à quel point le cinéma américain s'est européanisé. Je reviens à *La liste de Schindler*. Quand Spielberg a voulu faire ce film, il est venu en Pologne parler avec moi. Il m'a demandé si le film devait être en couleurs ou en noir et blanc. C'était d'ailleurs assez étonnant, parce que, pour lui, normalement, il n'y a de films qu'en couleurs. Tout nouvel acquis technique sera accepté par lui, parce que le public est friand de nouveautés. Au cours de notre discussion, j'ai vraiment essayé de le convaincre de tourner son film en noir et blanc, parce que je pensais que ça allait le libérer de tous les liens hollywoodiens. Il a donc tourné *La liste de Schindler* ainsi, et je l'ai bien conseillé. S'il a pu, s'il a réussi à ressusciter la réalité dans son film, c'est grâce à ses collaborateurs qui avaient vécu cette réalité. Dans ce sens, on peut dire que le cinéma européen contribue au cinéma américain. Je pense que nous avons en Europe beaucoup de talents, qui pourraient faire en sorte que le cinéma européen se défende et se maintienne. En fait, l'obstacle primordial reste la langue. Quand je réalise un film en polonais, cela pose problème. Le même phénomène va se produire, par exemple, pour Angelopoulos, lorsqu'il

tourne un film en grec. Mais passons maintenant à la question la plus importante. Quel était le public de mes films, ceux que j'ai réalisés dans le courant des années cinquante ou soixante ? Le même public que Bergman, que Fellini. C'était un public adulte, composé en majorité d'intellectuels. Aujourd'hui, ce type de spectateurs ne va plus au cinéma. Est-ce parce que dans les cinémas on ne voit plus que des films américains réalisés pour les enfants ou pour les « *teenagers* » ? Le public adulte ne va-t-il plus au cinéma parce qu'il n'y a plus de films pour lui, ou bien ne va-t-il plus voir de films en salles, tout simplement parce que l'habitude culturelle d'aller au cinéma a disparu ? Probablement regarde-t-il des films à la télévision. Fait-on des films pour les jeunes, parce qu'ils sont les seuls à dépenser de l'argent au cinéma ? Avant, les enfants ou les adolescents allaient au cinéma avec leurs parents — si les parents voulaient bien les emmener. Maintenant, ce sont plutôt les enfants qui entraînent leurs parents au cinéma. Les Américains, qui sont très sensibles au succès financier, se sont tout naturellement adressés au « public jeune ». Tout ceci nous amène à une autre interrogation. Ce public-là, qui voit presque exclusivement des films américains, pourrait-il, en vieillissant, devenir un public qui demanderait un autre genre de films — donc, le cinéma européen ? En Pologne, dans les années quatre-vingt, quand il y a eu l'état de guerre et la loi martiale, la fréquentation des salles de cinéma diminuait de manière régulière. En 1989, quand le cinéma américain est apparu dans nos salles, le public recommençait doucement à revenir au cinéma. Ce n'était pas le public d'avant, c'était un public nouveau. Cette année, nous avons remarqué pour la première fois, que ce public pouvait être intéressé par le cinéma polonais. Un film polonais a attiré ainsi cinq cents mille spectateurs, ce qui est à peu près le score d'un succès américain.

F. S. — C'était quel film ?

A. W. — C'est un film peu intéressant, assez commercial, sur les jeunes : une sorte d'imitation du cinéma américain. Ça n'a pas d'importance. Ce qui me tient personnellement à cœur, c'est qu'il s'agit d'un sujet polonais. Les spectateurs, après avoir pu visiter les *saloons*, les banques, les rues de Los Angeles ou de New York, aimeraient maintenant voir comment c'est chez eux. Nous pourrions donc voir apparaître un nouveau genre de films, qui imiteraient formellement le cinéma américain, mais montreraient des décors ou des problèmes nationaux. Je pense que le cinéma polonais va dans cette direction-là. Il y a aussi un autre phénomène intéressant. En Pologne, puisqu'on n'a pratiquement pas accès aux films européens dans les circuits commerciaux, on ne peut les voir que dans le cadre de festivals. Et ces festivals ont énormément de succès. Le succès d'un film polonais auprès du grand public et l'intérêt marqué pour le cinéma européen nous font penser qu'on ne peut pas laisser la situation en l'état, qu'il vaut encore la peine de se battre. Nous sommes arrivés, en Pologne, à défendre la production même. Nous avons toujours produit jusqu'à trente films par an. Aujourd'hui, nous en produisons encore vingt-cinq. Ces films existent, et même si dans les salles de cinéma ils recueillent en général très peu de succès financiers, ils sont montrés à la télévision... et quelque part ils accomplissent leur rôle identitaire. Notons, cependant, qu'avant 1989, les films polonais recueillaient presque toujours une certaine audience en salle. La situation actuelle est sans doute directement liée au fait que les distributeurs n'ont aucune par-

ticipation financière dans la production des films polonais. Donc, ils préfèrent diffuser des films américains à plus forte potentialité commerciale — le succès des œuvres hollywoodiennes n'étant plus à prouver.

F. S. — Qu'est-ce qui a changé, au niveau des distributeurs, depuis la chute du régime communiste en Pologne ? Avant, y avait-il une distribution étatisée des films ? Qu'a apporté la libéralisation du secteur ?

A. W. — Avant, la production et la distribution étaient subsidiées de la même manière. Acheter un ticket pour aller au cinéma coûtait le même prix qu'une boîte d'allumettes. La dotation de l'Etat était exactement la même pour la production que pour la distribution et l'exploitation, car les chiffres d'affaires réalisés dans les salles de cinéma ne suffisaient pas à couvrir le coût d'un film. Et pourtant, les salles étaient pleines. En 1989, nous étions devant ce dilemme : défendre la distribution ou la production ? Nous avons décidé qu'il fallait maintenir une production de vingt-cinq à trente films par an, pensant que notre avenir en dépendait. Nous avons donc laissé se libéraliser la distribution. Nous étions convaincus qu'il serait impossible que les distributeurs polonais ne veuillent pas montrer les films polonais, alors que les films polonais avaient eu un rôle si important pendant tant d'années. Et là, nous nous sommes complètement trompés. Les grandes sociétés américaines sont entrées en Pologne et ont complètement couvert le marché. La nouvelle loi sur la cinématographie n'exige absolument rien d'eux. Ils sont indépendants... et pas du tout patriotes. C'est une grande catastrophe pour nous. Maintenant, nous essayons de remédier à cette situation, en tentant de mettre sur pied un petit réseau de distribution. Mais nous n'avons ni l'argent, ni les possibilités d'avoir accès aux grandes salles. A moins que, je reviens encore une fois là-dessus, des films commerciaux polonais, qui copient le modèle américain, arrivent à intéresser le grand public de Pologne.

F. S. — Je voudrais vous poser une question par rapport à la politique des coproductions et avoir votre avis sur l'expérience de *Danton* que vous avez tourné en France. Peut-on, selon vous, garder sa spécificité nationale en allant tourner à l'étranger ou en faisant des coproductions avec d'autres pays européens ?

A. W. — *Danton* n'est pas un bon exemple, parce que, pratiquement, à part quelques acteurs polonais, l'idée du film et le réalisateur, tout venait du côté français. Nous avons participé au film, économiquement, d'une manière très faible. Au niveau des coproductions européennes, ceux qui n'aiment pas ces films les appellent « *Europuddings* » et disent que c'est un « plat immangeable », parce que c'est un mélange hasardeux d'éléments qui ne découleraient pas d'une nécessité artistique, mais d'un montage financier. Or qu'est-ce que l'Europe aujourd'hui ? C'est un mélange, justement. Les coproductions ne peuvent donc être que la photographie de cette réalité. Les deux points de vue que l'on peut avoir sur les coproductions européennes, celui de l'*Europudding* et celui du mélange heureux, s'excluent réciproquement. Je pense qu'il y a pas mal de vérité dans ces deux approches, quoique je me sente personnellement plus proche du deuxième point de vue. Je pense que les coproductions seront un phénomène tout à fait normal et exprimeront la diversité européenne.

F. S. — Mais pensez-vous que les réalisateurs qui quittent leur pays pour tourner aux Etats-Unis ou dans d'autres pays européens, comme Polanski par exemple, expriment toujours leur identité nationale dans leurs films ?

A. W. — Moi je pense qu'un réalisateur appartient à la cinématographie dans laquelle il travaille. Bien entendu, chaque cinéaste porte en lui les expériences du pays d'où il vient. Mais ensuite, il s'intéressera forcément à la réalité du pays dans lequel il fait ses films. On a vu effectivement de nombreux exemples de réalisateurs européens partir aux Etats-Unis. Je pense que ce processus vient du fait qu'Hollywood est très ouvert — à la condition que les cinéastes qui viennent y tourner des films s'adaptent au système de production hollywoodien. Ils doivent se soumettre à la rigueur, non seulement d'une production, mais aussi à la manière de penser le cinéma. Le cinéma, là-bas, doit vraiment être conçu pour le plus grand public. Il n'y a pas à choisir le meilleur public, ou le plus mauvais, il faut pouvoir arriver à toucher tous les spectateurs. Le choix des sujets, le choix des acteurs aussi, appartient au producteur, et non au réalisateur. En comparant le cinéma européen à Hollywood, on peut dire qu'en Europe, pratiquement, le cinéaste est aussi le producteur de son film. L'argent qui vient des budgets de l'Etat pour financer les films polonais, est toujours confié à un réalisateur. En Amérique, l'argent ne peut être obtenu que par les producteurs. Alors quand des cinéastes se soumettent à ces conditions-là, le film est américain. Peu importe, à la limite, qui a réalisé le film : Sternberg ou Polanski — n'importe qui — dans ce système, les cinéastes sont interchangeables. C'est une manière de penser tout à fait différente. Pour cette raison, je ne crois pas qu'on puisse considérer Polanski comme un réalisateur polonais...

Entretien réalisé par Frédéric Sojcher, novembre 1995.

Un grand merci à Maria Glowacz, chargé de cours à l'Université libre de Bruxelles, qui a bien voulu, pour l'occasion, servir d'interprète.

IV

INDUSTRIE ET INFRASTRUCTURE

AGFA : UNE IMAGE DISPARAIT...

« Agfa arrête la fabrication de la négative »... Voilà ce que le monde du cinéma a retenu du communiqué de presse paru en janvier 1995.

Les raisons de cet arrêt ne manquent pas : la concentration sur la recherche concernant le support polyester dont ils ont été les précurseurs en 1990 ; l'arrêt de la fabrication du triacétate. (Pour information, le triacétate est le support, aujourd'hui, de la négative. Il n'est pas sans nuisances pour notre environnement. Donc, c'est une stratégie cohérente et rationnelle. En tant qu'industriel, nous épargner les désagréments d'un déséquilibre écologique est plus qu'honorable). Enfin, l'obligation de résultats est une nécessité afin de garantir les emplois et une dynamique d'entreprise. Nous pouvons supposer que cet argument a pesé également dans la décision.

Mais la question essentielle à se poser n'est-elle pas : « L'image européenne de l'audiovisuel est-elle condamnée ? ». Question cruciale dans un monde cinématographique qui revendique de plus en plus son identité culturelle, face au géant américain ? L'image au sens propre, oui. Les chercheurs belges ne travailleront plus à élaborer de nouvelles émulsions, ni même à perfectionner celles existant déjà. Leur savoir, pétri de culture et d'expérience, ne servira plus ce noble support.

La pellicule négative est le nerf de la guerre. La guerre à mener pour faire un film, pour garder au cinéma son concept artisanal et artistique. Les techniques nouvelles menacent. Le bastion du cinéma de papa, c'est la négative.

Agfa a fêté ses cent ans en 1994. L'année du centenaire du cinéma, Agfa se retire. Hasard ?

« Les raisons qui motivent la décision d'Agfa sont très honorables, mais elle n'en sont pas moins inquiétantes. Que l'année du centenaire les dernières négatives européennes disparaissent me semble de mauvais augure » ¹.

Les réactions des directeurs de la photographie ont été vives et diverses. La lettre mensuelle de leur association française (AFC) exprime leurs inquiétudes : « C'est bien une atteinte à notre culture et en plus une perte de savoir-faire, un moyen d'expression qui meurt, un déséquilibre artistique et économique qui se crée à nos dépens » (janvier 1995).

L'image européenne était-elle une image différente ?

« [...] C'est qu'avec le départ de la seule pellicule européenne, c'est un petit bout de notre culture qui s'en va. L'absence de concurrence va nous ramener vingt ans en arrière, dans une situation de quasi-monopole. C'est l'aliénation de notre liberté de choix, de notre liberté de création, de notre liberté tout court » (extrait de la lettre de l'AFC, janvier 1995).

La « douceur » de la pellicule négative Agfa va cruellement manquer. Ses critères colorimétriques étaient basés sur notre carnation et nos paysages. Elle correspondait

à un style de film, mais aussi, à une certaine façon de travailler. Des directeurs de la photo, dans le monde entier, ne juraient que par elle. Elle était différente, tout simplement.

La différence... Etre différent, n'est-ce pas aujourd'hui difficile à revendiquer ? Tout le monde veut ressembler à tout le monde. N'y aurait-il qu'une seule image possible ? Qu'une seule façon de s'exprimer ? Celle du plus fort ? La différence est-elle le fer de lance de notre liberté ? Le moteur de l'innovation, du libre arbitre, du changement ? N'y aurait-il de spectateurs que pour un seul cinéma, une seule idée ? Les questions méritent d'être posées.

Une pellicule en moins, c'est une palette de nuances, de couleurs qui disparaît. Une liberté de moins. C'est vrai.

Derrière toutes ces craintes, n'y a-t-il pas plutôt des considérations humaines d'une ampleur sous-estimée par nos industriels ? La pellicule, c'est aussi des hommes et des femmes qui, pour exister, déployaient des efforts considérables sur un marché occupé par un nombre restreint de fabricants. La politique commerciale d'Agfa était largement basée sur la liberté d'expression. N'étant pas *leader*, nous n'étions pas arrogants. Nous progressions cependant d'année en année sur un marché où le monopole faisait école. Fabriquer ou vendre de la pellicule négative, c'était avant tout une passion, une implication extrême.

Le support négatif est un outil redoutable de communication pour des industriels friands d'honneur et de reconnaissance. L'image de marque par l'image !

Le cinéma, cause humanitaire ou raison économique ?

Faire un film ou l'aider à se faire, c'est l'occasion de donner à des dizaines de personnes les moyens de s'exprimer. Mais au-delà, c'est aussi faire oublier à des milliers d'individus, blottis dans le noir et l'incognito, les tracas de la vie quotidienne.

Ne plus faire de négative, c'est ne plus cautionner cette grande idée. L'arrêt de la négative génère un sentiment d'abandon profond chez certains professionnels : « On se sentira un peu seuls pour aborder le deuxième siècle du cinéma » (Armand Badeyan, agence du court-métrage). « Je suis triste et peiné pour l'avenir », disait un producteur (Eric Mahé, Stellaire productions, *Ecran total*, 25 janvier 1995).

Que veut dire Européen ? Fabriquer en Europe, disent les uns. Pour d'autres, le simple fait d'être installés en Europe donne tous les droits.

Prenons l'exemple de la nationalité. N'est-elle pas donnée par notre lieu de naissance ? Agfa a donné naissance à sa pellicule en Allemagne, puis en Belgique. Alors : Européen ?

Petite guerre, où chacun veut revendiquer sa part européenne, tandis que l'Europe, elle, n'existe pas vraiment.

Les professionnels du cinéma, et surtout les techniciens, auraient beaucoup à dire sur ce sujet. Devant une concurrence monopolistique, l'esprit d'équipe lui-même est remis en cause. Les directeurs de la photographie ont-ils encore le choix de leur laboratoire, de leur pellicule ?

Le cinéma, un art ou une industrie ?

Récemment, un afficheur prenait comme slogan publicitaire : « on n'achète bien que ce que l'on voit »...

L'industrie cinématographique américaine est incontestable et incontestée. Les écrans du monde entier sont envahis par leurs films. Ils sont bons, leur marketing est puissant, et leur langage universel.

Ils ont imposé depuis longtemps un *look*, une image.

Un film = un produit. Nos auteurs sont encore loin de cette formule.

Pourtant, qui ne voudrait s'identifier au succès ?

Nombre de techniciens véhiculent un peu de ce « rêve américain », même si parfois le rêve prend des allures de cauchemar !

Le cinéma est un art industriel. Le constater est déjà une étape importante.

« Notre cinéma s'exporte mal. Trop confidentiel, trop intellectuel ».

Le monde ne voit pas suffisamment de films européens, et nous en sommes quelque part responsables. Il ne suffit plus d'en faire le constat.

Alors, quand la pellicule négative Agfa cesse d'être fabriquée, les conséquences ne sont pas qu'industrielles ou financières.

Regrettons qu'une image disparaisse et qu'en plus, ce soit la nôtre !

NOTE

¹ Ces propos sont de Jean-Paul da Costa, directeur de la photographie, dans *Ecran total*, 25 janvier 1995.

LES SALLES SONT L'AVENIR DU CINEMA EUROPEEN

Frédéric Sojcher — Si vous voulez bien, on pourrait commencer par parler d'Europa Cinémas, pour ensuite aller vers des réflexions d'ordre plus général. Dans Europa Cinémas, il y a toute une série d'initiatives destinées à soutenir l'exploitation de films européens dans les salles de cinéma. Est-ce que vous croyez votre action suffisante ? Quels sont les développements possibles ? N'est-ce pas l'un des rares secteurs de MEDIA qui ait une réelle efficacité ?

Claude-Eric Poiroux — C'est effectivement une question d'actualité. Il y a un paradoxe : beaucoup d'initiatives de MEDIA depuis l'origine (c'est-à-dire cinq ans) ont été créées pour aider la pré-production, le développement et la diffusion sans inclure l'exploitation. Europa Cinémas n'a commencé à fonctionner qu'il y a trois ans, en direction des salles de cinéma et de leur programmation européenne. Quand on évoque les parts de marché, on comptabilise généralement les entrées effectuées dans les salles de cinéma. La salle reste « la vitrine », le lieu de référence pour le succès ou l'échec des films. Globalement le cinéma européen occupe moins de 20 % des parts de marché en Europe, et le cinéma américain plus de 80 %. Notre propos est donc clair : comment faire pour que dans les salles, il y ait moins de cinéma américain et plus de cinéma national ou européen ? Cette question est capitale. Dans le secteur de l'exploitation, il y a une concurrence impitoyable. Les exploitants pourraient se contenter de programmer cinquante-deux semaines par an des films américains à succès ! Le rôle d'une initiative européenne comme la nôtre, ce n'est pas d'imposer des quotas mais d'inciter les exploitants à choisir des films européens et les aider à les diffuser avec succès. Il faut simplement s'organiser pour que le film européen tire son épingle du jeu dans un secteur fortement concurrentiel. D'où l'initiative d'Europa Cinémas qui incite financièrement à une programmation européenne et qui vise à structurer le secteur grâce à la constitution d'un réseau à l'échelle européenne. Etre minoritaire ne doit pas signifier « être isolé ».

F. S. — Ne pensez-vous pas qu'il y ait un paradoxe entre l'émergence de multiplexes de plus en plus grands — comme Kinépolis, à Bruxelles — et le choix de plus en plus restreint qu'ont les spectateurs dans le type de films qui leur sont proposés. Comme si multiplier les salles renforçait l'hégémonie américaine... Je suppose que les exploitants avec lesquels vous travaillez ont en général des petites structures ?

C. E. P. — Oui, mais je n'exclus pas de collaborer avec les multiplexes. Nous en soutenons déjà deux en Norvège : à Trondheim et Bergen. Il y a plusieurs types d'exploitations et certaines sont mieux adaptées au cinéma européen. Il ne fait aucun doute que les multiplexes favorisent les *blockbusters* américains et n'ont que peu d'intérêt pour les films d'auteurs, majoritaires en Europe. Rien n'empêchera *Quatre mariages et un enterrement* d'atterrir dans un multiplexe et d'y trouver un large public aux côtés des titres américains, mais ce sort ne sera réservé qu'aux films à succès, plus proches du divertissement que du cinéma d'auteur européen. D'où la

nécessité de soutenir un parc de salles approprié ouvert à la diversité des productions européennes.

Dans tous les cas, les exploitants doivent tirer profit des films qu'ils proposent au public. Il n'est pas question de compenser des déficits, mais bien de permettre de se développer à des exploitants qui savent mettre en valeur avec succès les films européens. Si tous les exploitants étaient convaincus qu'ils gagneraient plus d'argent avec des films européens, il est évident qu'il n'y aurait plus de problème. A Europa Cinémas, on a bien entendu envie que les films se défendent d'eux-mêmes. Aujourd'hui, il n'est pas nécessaire de pousser un exploitant pour qu'il prenne *Quatre mariages et un enterrement* dans ses salles. Quand les films arrivent à ce point de succès, les films américains sont battus, pour une bonne part d'entre eux. Mais combien de films sont actuellement capables de pouvoir lutter à armes égales et prendre la place du cinéma américain sur les écrans ? Probablement moins de vingt par an sur les cinq cents films produits en Europe. Est-il utile que des organismes européens comme le Plan MEDIA ou EURIMAGES en aident cent ou deux cents, pour précisément qu'ils sortent dans de mauvaises conditions en salles ? On donne ainsi une mauvaise image de ces films, parce qu'ils sont mal présentés. C'est un véritable gâchis. Notre idée, à Europa Cinémas, c'est de redonner confiance au cinéma européen. Nous souhaitons aider les salles de cinéma pour qu'elles proposent une plus large programmation européenne et de façon plus dynamique. Il faut élaborer une stratégie qui rende l'exploitation complice de la production. Il ne s'agit pas d'ouvrir un guichet supplémentaire pour la production. Il s'agit d'élargir la diffusion des œuvres. Si le film a une chance à tenter, c'est dans la salle de cinéma.

F. S. — Faudrait-il créer alors un réseau d'exploitation au niveau de l'Europe ? Quel est votre avis sur l'idée de *majors* européennes ? Peut-il y avoir des accords-types qui garantiraient qu'un film sorte dans un certain nombre de salles en Europe ? Les liens entre distributeur et exploitant doivent-ils être renforcés ?

C. E. P. — D'abord, ces liens sont systématiques : un exploitant obtient son film du distributeur. Il arrive assez fréquemment que les distributeurs et les exploitants soient même associés dans le cadre de sociétés verticales. Quelquefois ils sont aussi producteurs, assumant ainsi la totalité de la chaîne de fabrication et de diffusion du film. Plus les producteurs auront investi dans des salles de cinéma, plus leurs propres films y seront favorisés. Ces producteurs étant européens, on peut donc imaginer que le cinéma européen y gagnera. L'idée de *major* européenne de la distribution est effectivement une question, qui nous travaille tous. Aujourd'hui, il y a des *majors* de distribution pour les films américains, mais la plupart de ces films sont réalisés, produits, construits, conçus pour le marché, à l'échelle internationale. Il n'y a pas beaucoup de difficultés d'adaptation pour des films comme *The Mask* ou *True Lies* qui sortent en salles, d'un pays à l'autre. Le titre va peut-être changer ou la dimension de l'affiche... mais la campagne de promotion sera, en gros, la même et ces films pourront, sans problème, sortir dans toute l'Europe en moins de trois mois. Les films européens sont souvent loin de bénéficier d'une telle orchestration. Mais il y a des exceptions. Je me souviens avoir traversé l'Europe, au moment où *L'Amant* de Jean-Jacques Annaud était distribué en salle. La publicité était souvent la même, le réalisateur avait imposé une image unique... C'était une production

européenne qui avait réuni un certain nombre d'atouts qui favorisaient sa diffusion internationale, dont la langue anglaise, et qui a mobilisé des moyens importants pour créer un événement à grande échelle. Cette stratégie à l'américaine a bien sûr été très payante en termes d'impact et de résultats. Marin Karmitz, le producteur de *Bleu-Blanc-Rouge*, a aussi pris soin d'en coordonner les sorties en Europe. Les trois films se suivaient et il ne fallait pas que dans un pays on arrive déjà à *Blanc* alors que *Bleu* n'était pas sorti dans le pays voisin. Il fallait également tenir compte des festivals de Venise, Berlin et Cannes, où chacun des films était présenté en compétition. MK2 a donc tenu à ce qu'il y ait une campagne de promotion européenne, et je crois qu'elle a dopé les résultats de cette « trilogie » : deux millions et demi de spectateurs en France, dix millions au total dans le reste du monde. Il faut aller dans cette voie de simultanéité des sorties. Prenons un exemple négatif : *Toto le héros* a été présenté à Cannes, en mai 1991, et il est sorti en Espagne en juillet de l'année suivante. Cela fait quand même une quinzaine de mois d'écart. Le film avait perdu une partie de son impact — la *Caméra d'or* obtenue par Jaco Van Dormael n'était déjà plus un sujet d'actualité. Cela dit, il n'est pas toujours facile de sortir des films à l'échelle européenne, et la question est posée de savoir quel est l'intérêt de ces campagnes de sorties simultanées sur l'ensemble du continent. Il y a toute une série de films dont la distribution européenne dépend d'abord des résultats nationaux. Prenons le cas de *Delicatessen*. En France, la veille de sa sortie, tout le monde était indécis sur le succès que remporterait le film. C'était un premier long métrage, au style très particulier. Finalement, il a bien marché en France, et grâce à cela, il est devenu par étapes un succès dans tous les pays d'Europe. C'est le mécanisme des sorties successives à partir du succès français qui a été payant dans ce cas-là.

F. S. — Je voudrais revenir à la notion de *major* européenne. Vous avez parlé de *L'Amant*, on peut aussi citer *Léon* : le danger n'est-il pas que pour plaire au public européen, les films produits à l'échelle de l'Union soient en réalité complètement américanisés ? N'est-ce pas une manière de biaiser la notion d'« exception culturelle », défendue à cor et à cri pendant le débat du GATT ?

C. E. P. — Vous avez raison pour les deux exemples que vous avez cités. Mais pas pour Kieslowski ni *Delicatessen*. Il y aura peut-être une tendance à « imiter » les succès américains. Mais à côté de cela, je suis persuadé que l'effet « prototype européen » restera toujours vivant, que des films inattendus réussiront à avoir un impact, et que des réalisateurs comme Moretti, Almodovar ou Loach continueront à faire un cinéma d'auteur qui trouvera à chaque fois son public. Ces deux types de cinéma peuvent parfaitement coexister. L'Europe reste un continent qui nous réserve de bonnes surprises. Aux Etats-Unis, c'est l'inverse. Il arrive, beaucoup plus souvent qu'on le croit, que les films qui avaient tout pour plaire au public, ne marchent pas. Ce sont les mauvaises surprises. A Hollywood, tout est conçu selon le moule du succès. Et quand les films ne marchent pas, c'est un échec sur toute la ligne. En Europe, les choses se font de manière moins préméditée. Le scénario de *Quatre mariages et un enterrement* traînait depuis plusieurs années dans les bureaux de production. Personne n'y croyait. On connaît la suite.

F. S. — Mais ces bonnes surprises ne sont-elles pas la bonne conscience du cinéma européen ? Ne restent-elles pas des exceptions ? Les lois du marché ne risquent-elles pas de prendre le dessus sur le cinéma d'auteur... ou de rendre les bonnes surprises de plus en plus difficiles à réaliser ? Le cinéma américanisé ne risque-t-il pas de noyer les cinématographies nationales — si ce n'est déjà le cas ?

C. E. P. — Il y a toujours eu une lutte entre le cinéma américain et les cinémas nationaux. C'est vrai que le cinéma américain a encore accru sa présence ces dernières années, grâce à des stratégies de sortie massive de copies, par exemple. Actuellement, des films américains sortent avec cinq ou six cents copies en Allemagne. La compétition existe de manière continue et les *majors* américaines veulent encore gagner des parts de marché. Le cinéma hollywoodien s'est confirmé comme le champion de l'*entertainment* et du *star system*. Ces films répondent aux besoins du public de se changer les idées. C'est vrai, il y a eu chez nous une époque plus cinéphile et plus diversifiée. Je le reconnais à titre personnel puisque j'étais de ceux qui, il y a vingt ans, faisaient des centaines de kilomètres pour voir des films. Il faut tenir compte de l'évolution du marché, et voir comment les scénaristes, les réalisateurs peuvent gagner le public. Pas forcément à la manière américaine. Nanni Moretti a fait sans doute l'un de ses films les plus personnels avec *Journal intime*, et comme par hasard, c'est celui que les Européens et les Américains ont apprécié le plus.

F. S. — Le cinéma européen continue de perdre des parts de marché. Comment arrêter cette érosion ?

C. E. P. — Je crois que le problème du cinéma européen, c'est souvent le trop large fossé qui sépare le réalisateur du spectateur et la méconnaissance de tout ce qui se passe dans une salle de cinéma, tant du côté de l'exploitant que de celui du public. De plus en plus, les spectateurs vont au cinéma en ne connaissant pas à l'avance le film qu'ils vont choisir. Ils se retrouvent devant un multiplexe, comme Kinépolis, par exemple, et décident, à ce moment-là seulement, ce qu'ils vont voir. On en revient à la promotion : comment s'adresser au public de manière professionnelle. Déjà, on peut affirmer qu'il n'y a pas assez de copies, pas assez de publicité. Il faut améliorer l'impact des films au moment de leur sortie sur les écrans. Aux Etats-Unis et dans le monde entier, les Américains croient d'abord au cinéma dans les salles. Rien de ce qui se passe dans le domaine de l'exploitation ne les laisse indifférents alors qu'en Europe, certains pensent : « les salles de cinéma, c'est fini, c'est le passé ». Il faudrait même, selon eux, ne plus se concentrer que sur la télé ou le multimédia. Les Américains consacrent énormément de temps et investissent beaucoup d'argent dans la sortie de leurs films sur les écrans. En Europe, vendre un film au public des salles, c'est quelque chose qu'on a parfois oublié. Un producteur va passer un certain nombre de mois pour financer son film. Une fois le film fait, il va passer à la production suivante. Le producteur américain, lui, considère que son travail commence quand le film est fini. Il se donne tous les moyens pour écouler sa marchandise. Il ne suffit pas de dire « quand les films sont bons, ils trouvent les salles ». Pour cela, il faut une infrastructure adaptée à chaque territoire. Il y a deux ou trois cents exploitants qui représentent plusieurs centaines de salles en Europe et qui font marcher à eux seuls 90 % du cinéma européen. Notre idée, dans Europa Cinémas, c'était de commencer par repérer ces gens-là et les soutenir pour qu'ils

améliorent leurs résultats et puissent étendre leur parc de salles. Il y a vraiment quelque chose à reconquérir au niveau de l'exploitation en s'appuyant sur ce qui existe et en mobilisant les meilleurs exploitants autour d'un mot d'ordre clair : « mettre en œuvre tous les moyens au profit de la reconquête du public des salles en faveur des films européens ».

F. S. — Je voudrais que nous parlions maintenant d'un autre sujet, qui intéresse également très fort Europa Cinémas : la présence cinématographique européenne dans les ex-pays de l'Est. On voit là-bas une dérégulation du système économique, avec un libéralisme sauvage et les Américains qui parfois n'hésitent pas à donner les copies de leurs films pour s'imposer sur ce nouveau marché. Quelles réflexions cela vous inspire-t-il ?

C. E. P. — L'Est est un champ d'expériences nouveau et révélateur. La question, ici encore, est : sommes-nous en train de réussir ou de rater l'ouverture de ces pays à nos produits ? Il est plus simple de modifier ce qui se passe aujourd'hui dans les pays de l'Est que ce qui se passe à l'Ouest, car le pourcentage des films européens en Angleterre ou en Italie bougera peut-être de quelques points, mais guère davantage. Par contre, la présence américaine — *et a fortiori* européenne — peut encore fluctuer de dix ou vingt points dans ces pays-là. Ces pays étaient dirigés par des économies d'Etat dont le cinéma dépendait. Les films étrangers étaient achetés par une société monopolistique et étaient alors diffusés de façon massive dans les salles de cinéma, où ils atteignaient le public.

F. S. — Les films étrangers étaient achetés à un prix forfaitaire.

C.E.P — Exactement. Il y avait des contrats de 500 000 ou 600 000 FF pour toute l'URSS et après on n'avait plus aucune vérification sur ce qui s'y passait. Bien sûr, les détenteurs des droits ne voyaient pas un sou revenir puisqu'ils n'étaient pas intéressés aux recettes... Tout cela s'est effondré. Et que reste-t-il depuis cinq ans ? Les salles de cinéma ! Parce que les salles de cinéma, ce sont des murs, des fauteuils, des appareils. L'économie a beau s'écrouler, les murs résistent. Il reste même éventuellement du personnel et du public, si jamais on y passe encore des films. Il n'existe pas encore, ou alors sous un mode très hasardeux, des distributeurs ou des producteurs privés. Quant aux salles de cinéma, j'en ai visité beaucoup dans les capitales des ex-républiques de l'URSS, et on peut dire que l'état des lieux n'est ni fameux ni désastreux. Les fauteuils sont moyennement confortables, les appareils marchent plutôt bien, il n'y a que le son qui fasse problème (très peu de salles sont équipées en dolby). Les salles sont peu attrayantes mais elles existent. Ce qui leur manque cruellement, c'est le produit « film ». Est-ce attrayant d'envoyer nos productions là-bas ? Dans un premier temps, il y aura probablement du piratage, une remontée approximative de la recette et des manquements au droit d'auteur. Et ça rapportera peu financièrement parlant. Mais cette situation ne pourra que s'améliorer. Les Américains, sur ce point, sont très pragmatiques, et nous devrions l'être aussi. Ils se disent : on a les produits, on aurait préféré les vendre, mais c'est impossible, puisqu'ils n'ont pas les moyens de les acheter. Alors, plutôt que d'attendre, ils apportent le produit et le mettent en place dans la salle. En échange, ils ont une seule exigence : un contrat de programmation et le partage de la recette. Si la Warner met à la disposition d'une salle quarante films par an, l'exploitant sera évidemment

ravi. Les copies et le matériel publicitaire sont toujours fournis. Les Américains acceptent même de financer le doublage ou le sous-titrage. En plus, ils donnent les bandes-annonces pour les films à venir... L'exploitant ne pourra qu'accepter que la Warner ait un regard sur ses recettes et vienne prendre sa part. Le rapport de forces sera alors au complet avantage des Américains. Nous pourrions bien faire la même chose, sauf qu'à la différence des Américains, nous ne prenons pas l'initiative d'offrir le produit.

F. S. — Les producteurs et les diffuseurs européens ne sont pas prêts à donner des copies gratuitement, pour faire face aux Américains ?

C. E. P. — Il faut être honnête, certains le sont. Mais ils disent : ne pas gagner d'argent est une chose, en perdre est plus difficile. Bien sûr, quand les Américains arrivent avec *Le Fugitif* à Vilnius, le film a déjà été rentabilisé dix fois sur d'autres marchés. On peut considérer qu'ils ont les moyens de prolonger leur présence dans ces pays-là, pendant un certain nombre d'années gracieusement, pour qu'ensuite les bénéficiaires leur reviennent, quand le marché sera constitué.

F. S. — Est-ce que des aides européennes ne devraient pas justement intervenir pour ce type de situations ?

C. E. P. — J'avais un projet d'aider les exportateurs au niveau européen, qui n'a pas été accepté. Je crois qu'il faut être pragmatique. Je peux vous donner l'exemple de ce qui est arrivé à Alma-Ata. Au début du mois de mai 1994, le ministre du Cinéma du Kazakhstan est venu en France et a, entre autres, souhaité qu'Europa Cinémas intervienne à Alma-Ata pour soutenir des salles de cinéma. Je lui ai alors demandé de m'envoyer une topologie des lieux, ce qu'il a fait en me proposant de venir sur place voir les salles. J'y suis allé au mois de juillet. J'ai vu tous les cinémas d'Alma-Ata et pris la décision d'aider le plus performant, un complexe de deux salles de cinq cents places chacune. Deux mois plus tard, fin septembre, je suis retourné là-bas avec Claude Miller, président de notre association, présenter l'un de ses films, *L'Accompagnatrice*, et signer les conventions. De mai à septembre, en cinq mois, nous avons ouvert la voie. Aujourd'hui, grâce à nous, les salles ont le Dolby et présentent 50 % de films européens devant un public croissant. Unifrance et UGC viennent d'y amener Régis Wargnier pour la *Femme française*. Notre espoir est évidemment qu'il y ait un effet de contagion dans toutes les républiques d'Europe orientale. Mais d'abord, ce qu'il faut, c'est que l'exploitant avec lequel nous signons puisse être approvisionné en films français ou européens. Il faut répondre à ses demandes et lui envoyer les copies. Si nous ne le faisons pas immédiatement, d'autres s'en chargeront.

F. S. — Comment expliquer qu'on risque encore de rater le coche ? Est-ce que le cinéma européen n'a pas déjà perdu toute chance d'émerger, à cause de la pauvreté de la plupart des cinématographies qui le composent ?

C. E. P. — Quelles sont les cinématographies européennes qui existent et qui s'exportent ? La France, l'Angleterre, un tout petit peu l'Espagne et l'Italie... Mais je reviens à l'idée que nous manquons de confiance en nos produits. C'est un peu la question : est-ce que l'Europe croit en l'Europe ? Comment assurer la présence européenne et le rayonnement de notre culture ? J'ai remarqué, dans tous les pays

de l'Est, des affiches énormes, qui promotionnaient les films américains. En général, aucune — ou peu — de publicité pour les films européens : des affichettes de 40/60 cm accrochées avec quatre punaises pour *Les Visiteurs*. Nous ne sommes pas à la hauteur ! Si on avait l'idée de vendre nos films de manière un tout petit peu plus dynamique, je suis certain que le public suivrait, surtout dans ces pays où il est assez désireux de voir de bons films européens. C'est évident : ces gens aiment l'Europe et ils ne sont pas à genoux devant les films américains. Il y a là-bas beaucoup d'intellectuels qui apprécient la culture européenne — notamment grâce aux livres et à la musique —. L'Europe de l'Est, aujourd'hui, c'est entre trois et quatre cents millions d'habitants, qui ne se sont pas encore détournés du cinéma européen et qui ne demandent qu'à l'aimer, à condition qu'on leur en propose. C'est un marché gigantesque à nos portes et à notre portée.

F. S. — Europa Cinémas promotionne là-bas l'ensemble du cinéma européen mais la France y tient une grande place. A-t-elle un rôle particulier à y jouer ?

C. E. P. — La France pourrait très bien apporter en exemple toute une partie de son organisation et de sa réglementation. C'est d'ailleurs l'un des seuls pays d'Europe à avoir instauré l'aide aux salles de cinéma en contrepartie d'une parfaite transparence des recettes. Nous-mêmes, nous n'apportons notre soutien que si nous pouvons vérifier les programmations et les entrées des films. C'est un début qui devrait commencer à rassurer les exportateurs qui leur envoient des films. Grâce à nous, ils peuvent entrer en contact avec les meilleurs exploitants sur place et avoir un suivi des conditions de mise sur le marché et des résultats.

D'un point de vue plus général, le soutien à l'exploitation en France a eu pour résultat de maintenir un parc de salles de quatre mille cinq cents écrans, d'organiser une bonne résistance à l'hégémonie américaine et de conserver un cinéma national en bonne santé. La recette mérite de s'exporter !

Interview réalisée par Frédéric Sojcher, avril 1995.

CONTRE LE GHETTO CULTUREL, UNE PRISE EN COMPTE DU PUBLIC NATIONAL ET EUROPEEN

Frédéric Sojcher — Je voudrais commencer notre entretien en vous interrogeant sur l'aventure de Gaumont en Italie, dans les années soixante-dix. Quelles conclusions tirez-vous de cette expérience ?

Nicolas Seydoux — Dans les années soixante-dix, Gaumont a été la première société à tenter une opération européenne en se positionnant sur ses deux principaux marchés, l'Italie qui comptait en 1975 cinq cents millions de spectateurs et la France qui en comptait cent soixante-quinze soit, en les additionnant, un marché représentant les deux tiers du marché nord-américain. Le cinéma italien était vivant, tous les grands maîtres de l'après-guerre, Roberto Rossellini, Federico Fellini, Michelangelo Antonioni, Lucchino Visconti étaient encore actifs, leurs émules, Ettore Scola, Francesco Rosi, dynamiques alors même que de nouveaux talents émergeaient en s'octroyant deux années de suite la palme d'or à Cannes ¹. Ces cinéastes et les comédiens de talent qui interprétaient leurs films étaient connus et reconnus en France alors que leurs homologues français étaient inconnus du public italien. La complémentarité culturelle et économique apparaissait évidente alors même que l'expérience Gaumont dans l'exploitation devait permettre de moderniser un parc désuet.

Gaumont est partie en Italie pleine d'idées et d'espérances. En quelques années, elle est devenue la première société du cinéma italien, présente dans la production, la distribution et l'exploitation.

Nous avons produit les films des plus grands réalisateurs, nous avons distribué tous les films européens que nous produisions pour avoir au moins la satisfaction de connaître trois grands succès avec des réalisateurs dont aucun film à cette époque n'était sorti décemment en Italie, *Le Dernier Métro* de François Truffaut et *Querelle* de Fassbinder qui dépasseront le million de spectateurs, et les *Boum* de Claude Pinoteau dont le succès en Italie sera encore supérieur à celui connu en France.

Hélas, cette entreprise s'est soldée par un échec grave pour Gaumont, catastrophique pour le cinéma italien, triste pour l'Europe. La « Mamma Gaumont », comme l'appelait Fellini, ne parvenait pas à briser les inerties professionnelles et politiques qui s'opposaient à la création des multisalles. Vingt ans après, il n'existe toujours qu'un seul multisalles digne de ce nom en Italie, celui conçu à Milan par Gaumont qui pour y parvenir avait écrit un livre blanc sur le sujet et organisé un déplacement des pompiers italiens à Paris.

Les causes du désastre sont connues. Indépendamment de celles qui nous sont propres, notamment le financement de films qui ne trouvaient pas leur public, c'est le refus des Italiens de s'intéresser à leur cinéma et leur incurie à gérer de façon convenable l'explosion des télévisions privées. Ses conséquences sont tragiques : la disparition du cinéma italien. Je suis triste car l'Europe a perdu le plus beau de ses

fleurons cinématographiques qui lui manque cruellement aujourd'hui. En revanche, je n'ai pas le regret de ne pas avoir tout tenté pour le sauver.

F. S. — Est-ce que le « mauvais exemple » italien ne risque pas de se généraliser ? Comment Gaumont se positionne-t-elle après cette douloureuse expérience, au niveau européen ?

N. S. — Je crois que l'opportunité de voir se constituer en Europe une société produisant des films pour les deux principaux marchés de l'époque est définitivement enterrée, l'un de ces deux marchés étant moribond. Est-ce que l'exemple risque de se reproduire ? Non, prenons le cas de la Grande-Bretagne qui comptait cinquante-cinq millions de spectateurs en 1985 et cent vingt-trois en 1994. Cette reconquête spectaculaire de la fréquentation est due moins aux Britanniques qui se sont peu intéressés à leurs salles, qu'à des compagnies américaines qui se sont demandé pourquoi leurs propres films avaient plus d'audience en France qu'en Grande-Bretagne et qui se sont alors mises à investir dans les réseaux de salles au Royaume-Uni. Une part importante du dynamisme de l'exploitation cinématographique en Europe est due aux compagnies américaines qui y sont solidement implantées, même si elles ont laissé des sociétés européennes racheter le réseau MGM qui était le plus important. Il n'y a que deux grands pays d'où les Américains soient absents : la France, parce que les acteurs nationaux y sont suffisamment performants, et l'Italie, sans doute parce que les Américains méditent l'expérience Gaumont.

F. S. — A propos des salles, on parle beaucoup de l'exemple de Kinépolis, à Bruxelles, et de la tendance actuelle à la création de multiplexes. La principale critique que l'on entend à ce sujet est que la multiplicité des salles en un même lieu renforce paradoxalement la prédominance américaine. Qu'en pensez-vous ?

N. S. — On charge les multiplexes de tous les maux alors que la fréquentation globale de leur zone de chalandise augmente de façon substantielle. Je comprends qu'un exploitant qui voit un concurrent lui prendre une part importante de ses clients accuse le multiplexe de tous les défauts, mais pourquoi les spectateurs n'iraient-ils pas voir des films européens dans un multiplexe ?

Je crois qu'on mélange les problèmes, la nature du film, le concept du multiplexe et sa localisation. Les citoyens d'un pays moderne ont gratuitement à domicile des programmes et ceux-ci leur plaisent, puisqu'ils sont très nombreux à les regarder. Pour transformer ces téléspectateurs en spectateurs, pour qu'ils affrontent les embouteillages, pour qu'ils paient le prix de leur billet, il faut leur offrir de bonnes raisons.

La première, c'est la qualité de la salle, qu'elle se définisse par la taille de l'écran, le confort des fauteuils, l'agrément de la décoration, la fidélité du son. Le multiplexe offre ces qualités dans toutes ses salles, y compris les plus petites qui ont de « vrais » écrans de cinéma.

La seconde, c'est l'envie de voir un film. Le multiplexe avec son grand nombre de salles est à même de proposer tous les types de films et de satisfaire tous les types de clients. Il est vrai que certains films dont les résultats au centre-ville étaient satisfaisants avaient des résultats très décevants dans les multiplexes des périphéries. Mais il ne s'agit plus alors du multiplexe mais de sa localisation.

La plupart des multiplexes se construisent dans la périphérie dont la clientèle préfère aux films ésotériques de grands films populaires. Mais si l'Europe sait encore faire ce type de films, elle ne laissera pas aux Américains le monopole de la programmation des multiplexes de périphérie, *Les Visiteurs* et *Les Anges Gardiens* sont là pour le prouver. Quant aux multiplexes de centre-ville comme le Gaumont de Nantes, ils attirent dans les meilleures conditions les clients de films plus difficiles. Je pense toutefois que trop d'auteurs oublient que le film est destiné aux spectateurs du grand écran, qu'il faut susciter l'envie et qu'il n'y a pas de devoir d'aller au cinéma.

F. S. — Pour revenir et résumer votre point de vue sur la salle de cinéma, va-t-elle devenir surtout un lieu d'animation ? Je pense à l'exemple du complexe Gaumont, qui va prendre place à côté d'Eurodisney, dans une zone qui sera un lieu de distraction, au sens large du terme.

N. S. — Je pense que chacun aura ses idées pour proposer la salle de l'an 2000. Au printemps dernier, Gaumont a inauguré un emplacement qui deux ans auparavant était un terrain de labour à la sortie d'Eurotunnel. Aujourd'hui s'y élève le plus grand centre commercial de la région et un multiplexe Gaumont. Un mois plus tard, nous inaugurons un multiplexe en plein centre de Nantes. Alors même que les travaux du multiplexe de Montparnasse arrivent en phase finale, nous nous préparons à commencer les travaux à côté d'Eurodisney pour entreprendre ensuite un projet majeur au centre-ville d'Anvers face à Métropolis qui est à ce jour le plus grand multiplexe au monde. Ces exemples différents montrent que nous ne croyons pas à un modèle standard de multiplexe adapté à toutes les situations.

Doit-il y avoir animation ? Bien sûr. Les centres-ville la possèdent en eux-mêmes et les cinémas en bénéficient tout en la confortant ; Gaumont Eurotunnel est animé parce qu'indépendamment du centre commercial il y a douze restaurants qui appuient notre action ; à Disneyland, nous sommes en dehors du parc qui est fermé le soir mais en face d'attractions et de restaurants qui restent ouverts et peuvent aussi bien attirer dans la soirée les clients des hôtels du parc que toute la journée les Franciliens. Si le cinéma perd son rôle d'animateur, il se condamne mais il peut aussi s'appuyer sur autrui pour que le lieu des cinémas soit un lieu complet où on puisse tour à tour se restaurer, voir des films et acheter son journal.

F. S. — Au niveau de l'Union, comment expliquez-vous la déficience dans la distribution de films européens ?

N. S. — Le cinéma est une industrie privée, qui ne vit que de ses spectateurs. Donc, si les Européens ne s'intéressent pas au spectateur, leur client, ils sont condamnés. Nous n'avons pas une image de marque qui nous permette d'être toujours en haut de la liste. Les Américains conçoivent leurs films pour le public alors qu'il n'y a pas un flux continu de films européens qui permettrait, par exemple, à un distributeur espagnol de ne vivre que d'œuvres européennes.

Les Espagnols ont essayé d'instituer un quota en salle. C'était absurde car si les spectateurs ne veulent pas voir de films espagnols, ils ne les verront pas. Si en revanche il y a de temps en temps un talent espagnol qui réalise un film qui lui plaise, le public sera ravi d'aller voir un film national plutôt qu'un autre film. Seul

un Espagnol peut réaliser un film espagnol et seul un Russe peut trouver un nouvel Eisenstein. Un Français ou un Américain en seront incapables. Une fois que ce cinéaste aura été trouvé, d'autres pays peuvent entrer en coproduction pour mettre sur pied des œuvres plus ambitieuses.

Le vrai combat pour chaque producteur en Europe est de faire des films qui attirent d'abord ses propres nationaux. Quand un pays a une cinématographie forte, il est déjà plus ouvert pour accueillir d'autres cinémas. Les spectateurs qui connaissent deux approches culturelles différentes, l'américaine et la leur, sont plus mûrs pour s'ouvrir à une troisième. Le problème de l'Europe d'aujourd'hui, c'est qu'un nombre insuffisant de pays s'intéresse à leur propre cinéma.

F. S. — Dans un entretien que vous donniez à Jean-Michel Frodon pour le journal *Le Monde* ², vous disiez qu'il n'y avait pas de films européens, mais des films nationaux. Il serait peut-être intéressant de développer un peu plus ce point de vue.

N. S. — Bergman, Renoir, Truffaut, Visconti, Fellini, Herzog, Almodovar... ont une nationalité précise. Ils sont suédois, français, italien, allemand, espagnol. Un film de cinéma, c'est avant tout une histoire, qui a son homogénéité. Je ne crois pas à un Français amoureux d'une Italienne, dans un hôtel en Espagne, tenu par des Allemands poursuivis par les services secrets britanniques, pour une affaire de drogue en Hollande... Cela peut arriver une fois dans la vie, mais enfin, *grosso modo*, les hommes belges sont plutôt amoureux de femmes belges et les Français de Françaises. Il y a une identité culturelle profonde chez chacun d'entre nous. N'inventons pas de fausses coproductions.

La grande époque du cinéma français et du cinéma italien correspond à la politique de coproductions qui a lié les deux cinématographies pendant plusieurs décennies. Des comédiens comme Philippe Noiret ou Lino Ventura d'un côté, Marcello Mastroianni, Gina Lollobrigida, Sophia Loren, Claudia Cardinale, de l'autre, étaient aussi célèbres de chaque côté des Alpes. Cela donnait naissance à de vraies coproductions, dans lesquelles on n'engageait pas quelqu'un parce qu'il était d'une autre nationalité, mais pour son talent. C'étaient aussi de grands films populaires, comme *Don Camillo*, *Pain, amour et fantaisie*, ainsi que tous les films, ou presque, des Fellini, Visconti...

Aujourd'hui, nombre de films nés des plans européens sont des élucubrations technocratiques, dont les résultats sont, c'est le moins qu'on puisse dire, limités. On voudrait que ce soient des films tri- ou quadripartites, et de préférence produits par les seuls petits pays. C'est absurde. S'appuyer sur des pays qui ont une très petite cinématographie rend le succès encore plus difficile, et le choix du sujet doit plus que jamais avoir sa justification.

Si le film n'a pas d'identité culturelle, ses chances sont bien limitées. Les films nationaux qui s'exportent bien sont d'abord des succès nationaux. Ensuite l'accueil que leur réserve chaque pays peut être très variable. Un Espagnol, un Français, un Allemand, un Belge ne réagissent pas de la même façon. Veut-on gommer ces différences ou les pérenniser ? C'est une question dont on ne parle pas. L'Europe de demain a-t-elle comme objectif de parler une seule langue ou de préserver ses différentes identités ?

En ce qui me concerne, je suis pour une Europe pluri-culturelle, parce que je crois qu'on est riche de ses différences. Je crois qu'on s'appauvrit en ne parlant plus qu'une langue, parce que nous parlerions tous, sauf exception, un mauvais anglais, et que nous aurions donc de moins en moins d'expressions à notre disposition. C'est un débat qui, à ma connaissance, est rarement abordé, et qui mériterait sans doute de l'être davantage. Je pense qu'il faut avoir le courage de dire deux choses. La première : les grands pays d'Europe, ceux qui ont une langue ayant joué un rôle dans l'Histoire, n'ont pas les mêmes réflexions à avoir sur le sujet que les petits pays d'Europe. On ne peut tout de même pas, quel que soit son attachement à la démocratie, comparer le rôle du Danois et celui de l'Espagnol, bien que le Danemark produise de temps en temps des films de grande qualité. La deuxième est d'ordre financier. Les grands pays ont à peu près les moyens d'avoir une politique audiovisuelle importante. Les petits pays ne l'ont pas. On ne peut pas imaginer, demain, que l'essentiel des films distribués au Portugal ou en Grèce soit des films nationaux. C'est un problème complexe, sur lequel il y a au départ des points de vue objectivement différents, ce qui explique d'ailleurs un grand nombre de difficultés persistantes. Un des dangers que nous frôlons de façon permanente, c'est qu'il n'y ait comme politique européenne que la défense d'un cinéma élitiste, sorte de ghetto culturel, comparable à la « réserve d'Indiens ». Quelques auteurs et réalisateurs, surtout s'ils sont citoyens d'un petit pays, pourront alors continuer à faire des films, sans vrai contact avec le public, mais ils seront eux aussi menacés de disparaître un jour, parce que tôt ou tard l'Etat ou les fonds européens qui les soutiennent pourraient vouloir faire des économies sur leurs budgets.

Il n'y a qu'une garantie : c'est le succès. On ne peut pas traiter de la même façon le problème grec et le problème allemand, et si on veut avoir une Europe avec une forte action audiovisuelle, il faut au minimum que les grands pays aient une attitude commune. Ce n'est pas le cas à ce jour, bien que nous ayons fait des progrès ces dernières années. Je pense que certains ont enfin pris conscience à Bruxelles que des programmes audiovisuels européens doivent exister face aux programmes américains qui auront une place importante mais qui ne peuvent en aucun cas dépasser un certain seuil. Sinon il n'y aurait plus de pluralisme, mais un monopole qui serait une catastrophe pour l'avenir de l'Europe, telle que je la souhaite : pluri-culturelle.

F. S. — Prise de conscience, spécificité : la différence entre cinéma européen et cinéma hollywoodien est-elle vraiment culturelle ? Peut-on définir ce qui sépare les deux démarches ?

N. S. — Aujourd'hui, les grands succès en Europe sont, sauf exception, les films américains. Y a-t-il entre la culture de l'Anglais, du Suédois, du Portugais et du Grec plus de points communs qu'entre leur culture et la culture américaine ? La question mérite d'être posée. Je suis convaincu que les pays les plus pauvres d'Europe, Europe centrale incluse, sont ceux dont les citoyens aspirent le plus à un mode de vie néo-américain.

Cela nous amène à nous interroger sur ce qu'est un film européen réussi. C'est pour la plupart des Européens une œuvre d'Ingmar Bergman, vue par l'élite intellectuelle, ceux qui ont eu la chance d'avoir reçu un certain niveau d'éducation. Le film américain réussi, c'est celui qui attire des millions de spectateurs.

Je crois que les Américains ont, de façon conceptuelle et pragmatique, totalement intégré le phénomène de la télévision. Tout le monde oublie que dans les années soixante-dix un grand nombre de studios américains se portait mal. C'était l'époque où commençait à apparaître et se développer le câble, puis, quelques années plus tard, ils ont retrouvé un équilibre en réalisant des films différents, qui se démarquaient fortement des programmes diffusés à la télévision. Par ailleurs, les Etats-Unis réunissent un kaléidoscope de cultures. Les grands films américains — à part quelques exceptions comme ceux de Woody Allen qui confirment la règle — tentent de rassembler l'ensemble du public américain, d'origines et de cultures différentes, qui va du paysan du Middle West aux descendants du *Mayflower*, du Chinois de San Francisco aux réfugiés cubains de Floride.

Le film européen, c'est exactement l'inverse. Nous avons une approche traditionnellement différente qui, quand elle est réussie, donne naissance à de grands succès critiques et publics, mais quand elle est imparfaite... pousse le public à rester chez lui, pour regarder ces films à la télévision. Je pense que ceux qui veulent faire du cinéma, de nos jours, en Europe, doivent faire des œuvres spécifiquement cinématographiques, et non télévisuelles, tout en sachant qu'on ne sera très bon qu'en restant soi-même. C'est là tout le dilemme. Si on doit faire des films américains, au sens strict du terme, avec un réalisateur américain, un sujet américain, des comédiens américains, autant s'installer à Hollywood... et le succès ne sera pas assuré pour autant.

F. S. — Pour revenir à l'entretien que vous aviez eu avec Jean-Michel Frodon, dans *Le Monde*, vous disiez que dans certains cas il était justifié que des films européens se tournent en anglais mais que dans d'autres cas, cela vous paraissait inadéquat. Pourriez-vous préciser votre pensée sur ce point ?

N. S. — Prenons deux exemples typiques : *Les Visiteurs*, sujet français, se passant dans la France du moyen âge et dans la France contemporaine, n'a de sens que s'il est réalisé en français. *Léon* se passe à New York, seule ville au monde où l'insolite ne l'est pas, vous ne pouvez pas être aussi anonyme à Londres, Paris ou *a fortiori* à Tokyo : à New York, personne ne prête attention à vous. Le lieu comme le sujet justifiaient l'anglais. Quand un film européen a la chance de trouver une sortie aux Etats-Unis, il ne touche qu'une partie très limitée du public, parce qu'il a été conçu comme un film national, avec une autre langue et un autre style que ceux auxquels l'audience américaine est habituée. On peut le regretter — croyez bien que je le regrette — mais c'est une donnée dont nous devons tenir compte. Soyons courageux mais soyons lucides. Certains sujets peuvent et doivent absolument être tournés dans la langue des auteurs qui les ont conçus. Mais qui a lu *Guerre et Paix* ou *Don Quichotte* dans sa langue originale ? Fort peu. Je ne pense pas pour autant que Tolstoï et Cervantes se sentent trahis quand ils sont traduits.

F. S. — L'exemple de *Léon* est intéressant. Il y a effectivement peu de cinéastes français qui tournent en anglais : Jean-Jacques Annaud, Luc Besson...

N. S. — Francis Veber et Costa-Gavras. C'est tout.

F. S. — Mais si l'on compare *Léon* au *Nom de la Rose*, on peut dire que Jean-Jacques Annaud adopte là un sujet totalement européen, tandis qu'on peut se demander quelle est l'identité culturelle de Luc Besson ?

N. S. — C'est une bonne question, mais que ne peut poser qu'un « franco-culturel » : vous devriez lire les critiques américains sur *Léon*, qui ont tout de suite compris que c'était un film français³. L'un d'eux parle de l'affection volubile, naïve et folle d'un Français pour New York, de « l'unorthodoxe » relation d'amour père-fille, protecteur-protégée entre Léon et Mathilda qui ne ressemble à aucune New-Yorkaise dans le Métro⁴. Un autre critique américain, Lloyd Eby, après avoir vu la rétrospective Gaumont aux Etats-Unis, écrivait qu'il était tout à fait clair, à travers l'ensemble de ces films, qu'apparaissait une approche culturelle différente. Une des caractéristiques du cinéma américain, disait-il, c'est l'antagonisme entre le Bien et le Mal. En revanche, dans le cinéma français, cette opposition est beaucoup moins claire et il prenait le cas de *La Poison*, de Sacha Guitry, pensant qu'il était inimaginable, pour un Américain, d'envisager un tel sujet sur le mode de la comédie, un homme qui veut tuer sa femme et qui va préalablement consulter un avocat...

Pour prendre un autre exemple, la différence se marque au niveau des relations entre les hommes et les femmes. *Cousin-Cousine* a été perçu par les Américains comme un film « révolutionnaire » pour sa description du rapport homme-femme. Quand Marie-Christine Barrault rentre d'un week-end qu'elle vient de passer sans son mari et que celui-ci s'apprête à l'interroger et qu'elle lui dit : « Si tu me poses la moindre question, je me tire définitivement », la salle, aux Etats-Unis, éclate de rire. En France, ou en Belgique, une telle réponse est triste, peut prêter à sourire éventuellement, mais en tout cas pas au fou rire. Je crois qu'au-delà de la langue, il y a dans le tréfonds culturel, sur des sujets de tous les jours une approche différente. Si certains Belges ou Français ont eu le sentiment que *Léon* était assez peu français, les Américains, eux, n'ont jamais douté que ce film écrit et réalisé par un Français l'était bien, ne serait-ce qu'à cause de cette relation spéciale entre Jean Reno et Nathalie Portman qui ne pose aucun problème à un Français et qui demeure ambiguë pour un Américain.

F. S. — Je voudrais, si vous le voulez bien, que nous abordions maintenant la question des aides européennes. Que pensez-vous des programmes MEDIA et EURIMAGES ? Peuvent-ils être améliorés ? Ont-ils suffisamment de moyens ? Sont-ils pertinents ?

N. S. — Bien sûr que ces démarches sont pertinentes. Il est tout à fait logique que ceux qui ont le plus de mal à exister soient un peu plus aidés. Je trouve normal qu'il y ait une aide supplémentaire pour les petits pays. Mais je crois qu'il faut être aussi un peu objectif. Il peut y avoir un Ingmar Bergman en Suède, grâce d'ailleurs à la télévision suédoise et donc à une volonté, une ambition nationale, il n'y aura pas, pour autant, d'industrie cinématographique suédoise. Une fois de plus, il faut ici être attentif à la demande du public et ne pas tomber dans un ghetto culturel. Quand on a dit cela, on n'a pas pour autant résolu le problème. Le meilleur système de soutien me semble être celui qui encourage ceux qui obtiennent quelques succès, je défendrais donc plutôt les aides automatiques. Les soutiens sélectifs, quel que soit le talent de ceux qui les attribuent, sont toujours un peu arbitraires.

F. S. — Je sais que Gaumont produit deux ou trois premiers longs métrages par an. Faudrait-il des aides spécifiques dans ce domaine, quand on sait qu'il y a encore moins de certitude de réussite pour un premier essai cinématographique, qu'avec un réalisateur déjà confirmé ?

N. S. — Pour les premiers films, il faut être clair : n'aider ni des sociétés ni des pays, mais soutenir des sujets et si le sujet est produit par une grande société d'un grand pays, tant mieux. Il est préférable d'être édité par Gallimard en France que par un éditeur inconnu. Il ne faut pas supprimer les aides sélectives, mais les cibler, en donnant aux projets la possibilité d'être retravaillés. Je pense que les sujets doivent être plus souvent pensés ou réécrits pour le public, afin qu'il y ait dès le départ une liaison au sens amoureux du terme — on n'aime pas ce mot, mais je crois qu'on a tort — avec le public. Le cinéma vit non pas d'une clientèle de technocrates ou de professionnels des commissions mais de clients. C'est une différence essentielle.

F. S. — J'aimerais savoir ce que vous pensez de quelqu'un comme Rohmer, qui réalise des films destinés à un « petit public », tout en restant complètement logique sur le plan de la rentabilité, le coût de ses productions étant très faible.

N. S. — J'ai de l'estime et de l'admiration pour Rohmer que Gaumont a activement soutenu sur des projets très difficiles. Il ne cherche pas à avoir les moyens de Spielberg et reste cohérent dans sa démarche. Plus de cinéastes devraient en méditer l'exemple à l'image de Marguerite Duras, qui trouve un équilibre financier quand elle réalise *India Song*. Ce qui est grave, c'est quand le décalage entre le public nécessaire et le public réel est immense, que le public des salles refuse le film et que les chaînes qui l'ont financé — à tort ? — ne peuvent le diffuser. Ces films grippent tout le système.

F. S. — N'y a-t-il pas une certaine mentalité européenne, qui découle en droite ligne de la Nouvelle Vague, et qui veut que le cinéaste soit l'auteur du film, cela en dépit de tout rapport avec le public ? N'assiste-t-on pas là à une dérive de la notion même du « cinéma d'auteur » ?

N.S. — Vous répondez à la question en la posant. Toutefois, la Nouvelle Vague remonte à quarante ans. C'est donc très ancien. Elle a donné naissance à quelques grands talents... et ils avaient raison de réagir à l'égard d'un certain cinéma. Mais les réactions en matière culturelle sont brutales et sans doute moins aujourd'hui qu'au XIX^e siècle tant on semble avoir oublié la bataille d'*Hernani*.

Le cinéma a changé, l'univers a changé. Le comportement des citoyens de 1995 n'est pas celui de 1955 et *a fortiori* pas celui de 1935. Si nous voulons refaire les films qu'ont réalisés nos parents ou nos grands-parents, nous courons à l'échec. Dès lors, il faut se poser deux questions, qui ne devraient jamais nous sortir de l'esprit. Premièrement : pour qui faisons-nous un film ? Si la réponse est pour soi, pour quelques amis critiques ou pour plaire à des commissions, il faudrait avoir le courage de renoncer... Le film de cinéma nécessite des moyens considérables, ceux du bâtiment, et nul n'a le droit d'investir ces moyens pour son seul plaisir égoïste, sauf à être riche et à investir son propre argent. Tout le monde peut se tromper dans sa quête du public, mais beaucoup ne le cherchent même pas.

La seconde question est de savoir si l'œuvre cinématographique envisagée est fondamentalement différente de ce que proposent les télévisions. Fait-on du cinéma ou de la télévision ? Dans un cas, on espère convaincre un nombre suffisant de spectateurs, qui devront se déplacer et payer leurs tickets, dans l'autre, vous avez en face de vous un interlocuteur : Monsieur ZDF, Monsieur BBC ou Monsieur TF1 qui dit connaître le public de sa chaîne et qui vous dit si oui ou non il marche dans le projet. Il faudrait que tous les responsables, à quelque niveau que ce soit, aient le courage de dire que le cinéma est un bien culturel, mais puisque ce bien culturel nécessite des moyens, il faut aussi tenir des comptes. Que ces moyens soient fournis par un entrepreneur privé ou par une collectivité nationale ou européenne, il faut respecter ses sources de financement, *a fortiori* s'il s'agit d'argent public, donc des impôts. Enfin, il est nécessaire d'aider les pays à soutenir leur cinéma national, à être solidaires de cette cause et à se sentir d'abord Européens, avant d'être citoyens du monde, parce que pour être citoyen du monde, il faut d'abord être très bien ancré chez soi.

Interview réalisée par Frédéric Sojcher
le 27 juin 1995

NOTES

¹ *Padre Padrone*, de Paolo et Vittorio Taviani, palme d'or 1977 ; *L'Arbre aux Sabots*, d'Ermanno Olmi, palme d'or 1978.

² Nicolas Seydoux, « Je ne crois pas aux films « européens » ». Entretien avec Jean-Michel Frodon, *Le Monde*, 29 octobre 1994.

³ *Entertainment Weekly*, 2 décembre 1994.

⁴ *The World*, 1^{er} juin 1994.

CHARLES PATHE, L'EUROPE ET L'AMERIQUE

Premier chapitre d'une histoire du cinéma européen

Cet article ne pourrait être que le prélude d'une étude plus vaste sur l'histoire du cinéma européen, ou la longue suite de tentatives infructueuses de producteurs privés d'abord, puis des gouvernements nationaux, et enfin des organismes européens pour édifier une cinématographie commune.

Dans les paragraphes qui suivent, nous parlerons essentiellement de Charles Pathé, mais nous nous permettons, en introduction, de décrire les différents axes que pourrait constituer le travail ultérieur, que nous souhaitons entreprendre.

La construction cinématographique européenne est bien antérieure aux programmes audiovisuels mis en place par l'Union européenne ou le Conseil de l'Europe (MEDIA et EURIMAGES), en 1988. En réalité, on peut presque dire que l'idée d'une « Europe du cinéma » remonte au temps des films muets, avec l'essor de Pathé en France, avant la première guerre mondiale, puis de l'UFA en Allemagne, dès 1917-1918. Ces deux entreprises essaieront de faire rayonner leurs productions à l'échelle du continent. Mais dans leur optique, les autres pays européens ne sont pas considérés réellement comme des partenaires potentiels, mais bien plutôt comme des marchés à conquérir. Arthur Rank tentera lui aussi, à partir cette fois de l'Angleterre, de créer dans les années quarante une *major* européenne, à l'image des superstructures de production et de distribution hollywoodiennes. Les trois exemples que nous venons de citer entrent dans le cadre d'une tentative hégémonique de contrôle et de domination économique de la cinématographie, qui n'est pas sans faire penser à certains traits, habituellement caractéristiques du « géant américain ».

Ce n'est qu'au lendemain de la seconde guerre mondiale qu'une réelle politique de coopération, d'« égal à égal » naîtra, notamment à travers les traités de coproduction unissant la France à l'Italie. Questions : n'est-ce pas pour contrer la faiblesse du cinéma européen, face à Hollywood, qu'est né ce type d'initiatives économiques et juridiques ? Ou, autrement dit, « l'association » franco-italienne se serait-elle jamais réalisée sans la peur de la prédominance américaine ? La construction d'un cinéma européen ne serait-elle qu'une réponse à une faiblesse structurelle, et non un phénomène intrinsèque ? Avec le traité de Rome, en 1957, l'acuité d'un partenariat cinématographique se posera avec d'autant plus de force que le libre marché est l'objectif premier des pays européens signataires. Avec l'ébauche de l'Union européenne, nous voilà ainsi renvoyés à la problématique des aides publiques, qui régissent dans les années 1950 et 1960 la plupart des cinématographies encore importantes, du « vieux continent ». Faut-il harmoniser ces systèmes ou tendre à les supprimer ? Certains programmes de développement multilatéral du secteur sont régulièrement proposés — sans avoir, pratiquement, de suivi sur le terrain. Questions : est-ce parce que le cinéma touche à une matière identitaire et, en partie au moins, culturelle, que les pays du marché commun ont tant de mal à délimiter des règles ? Ou bien, l'audiovisuel a-t-il été sous-estimé par le monde politique, chacun préférant garder sa manière de fonctionner, plutôt que d'unir ses forces ? Il est tout de même étonnant que dans les secteurs du charbon ou de l'agriculture, pourtant en diffi-

culté, les différents pays ouest-européens arrivent beaucoup plus facilement à s'entendre. L'agriculture ou le charbon étaient-ils plus importants pour l'Europe que ses modes de représentation, ses médiums de communication des plus populaires : cinéma et télévision ? Est-ce l'égoïsme des petits pays producteurs qui a prévalu, leurs gouvernements refusant de faire un effort supplémentaire pour une industrie du cinéma quasi inexistante chez eux ? Ou alors, l'individualisme des cinématographies plus fortes ne se préoccupant point de la santé des pays voisins — ne voyant pas que tout seul bientôt il ne serait plus possible de s'en sortir ? Incompétence ou indifférence : voilà ce qui expliquerait le manque de perspectives communes.

Les programmes européens mis en place depuis la fin des années 1980, s'ils sont évidemment une initiative positive, paraissent toujours bien insuffisants. Que ce soit MEDIA (avec ses soutiens financiers en amont et en aval de la production) ou EURIMAGES (et son système d'avance sur recettes attribuées aux coproductions), la question reste plus que jamais celle de la réglementation du secteur et des moyens que l'on est prêt à mettre en œuvre pour souder une cinématographie européenne. Quand Anne Devauchelle nous apprend, dans un entretien qu'elle donne dans ce livre, que l'ensemble des aides financières européennes dégagées pour l'audiovisuel représente 0,7 % de la masse financière véhiculée dans l'audiovisuel, on ne peut que rester sceptique quant à leur potentialité d'inverser, à elles seules, le rapport de force entre l'Europe et les Etats-Unis.

Jean-Claude Batz, producteur et ancien professeur à l'INSAS (l'Ecole belge de cinéma) fut l'un des premiers à se poser la question avec son homologue français Claude Degand, de la politique cinématographique à mener à l'échelle de l'Europe. Selon Batz : « Dès 1910, le commerce cinématographique était organisé suivant un schéma qui, dans ses traits essentiels, est encore le schéma actuel. Du producteur au distributeur, puis à l'exploitant, il n'y a pas aliénation de la propriété du film, mais cession limitée dans le temps et dans l'espace du droit d'exploiter l'œuvre cinématographique dont le film est le support, les intérêts pécuniaires des trois secteurs intéressés étant habituellement définis par référence à la recette future encaissée aux guichets des salles (...) Cette caractéristique distingue fondamentalement le commerce cinématographique de celui du livre, du disque... où l'échange comporte le transfert en propriété d'un bien matériel » ¹. Il y aurait donc une spécificité économique propre au film, qui aurait des incidences évidentes sur la production, la diffusion et l'organisation tout entière du secteur. Avant de chercher une quelconque solution pour parer aux faiblesses du cinéma européen, il s'agirait de bien appréhender les mécanismes qui régissent l'industrie du film. Henri Mercillon émet, dès 1956 (soit un an avant le traité de Rome), le même type d'analyse : le cinéma ne serait pas « une industrie comme les autres. On ne saurait comparer la réalisation d'un film à la fabrication d'une automobile ou à celle d'une montre (...) Le produit film est à la fois durable et multiple, on peut le garder indéfiniment et le tirer à autant d'exemplaires qu'on le désire. Ces caractéristiques du film expliquent son énorme diffusion, qui est facilitée encore par les faibles moyens techniques exigés pour sa consommation. Mais *chaque film est un produit unique, différencié*. Il en résulte que la production cinématographique ressemble à une industrie qui ne sorti-

rait que des « prototypes ». Le risque apparaît ainsi total dès le moment où la production est entreprise. Or, peu d'industries offrent de si gros risques et exigent de si gros capitaux par unité produite » ². Le cinéma, « industrie des prototypes », l'expression est aujourd'hui devenue commune dans les milieux professionnels, mais les principales cinématographies européennes ont-elles toujours tenu compte de cette donnée intrinsèque au 7^e art ?

Empruntons la machine à remonter le temps et revenons aux alentours de 1910, en France, quand Charles Pathé détenait la plus grosse structure de production au monde — à cette « époque bénie » où les films français représentaient économiquement la plus forte des cinématographies. En déterminant les éléments qui ont fait périlcliter cette position dominante, nous parviendrons sans doute mieux à cerner la problématique du cinéma européen.

L'exposition qui s'est tenue, à l'occasion du centenaire du cinéma au Centre Georges Pompidou, sur les entreprises Pathé, portait un titre assez révélateur : « Pathé, premier empire du cinéma ». Dans la préface du catalogue de l'exposition, on pouvait d'ailleurs lire ceci : « Cette longue traversée de l'histoire de Pathé est d'autant plus passionnante qu'elle n'est pas une simple commémoration qui veut saluer la mémoire des figures disparues. Elle parle aussi d'aujourd'hui et d'un avenir imprévisible, d'une aventure aux multiples épisodes qui nous éclaire à la fois sur l'invention d'un art, la généalogie et le développement d'une entreprise, l'histoire des mœurs, l'innovation technologique et l'incomparable puissance de l'image » ³. Aux yeux de l'auteur de cette préface, François Barré, il est clair que les questions que posent les différentes péripéties de l'« aventure Pathé » sont, plus que jamais actuelles. Charles Pathé, qui selon René Bonnell s'attribue l'invention du secteur de la « distribution » en salles ⁴, fut le premier à louer les films, plutôt que de les vendre. Il explora d'abord cette innovation structuro-économique en France, avant de l'exporter dans d'autres pays d'Europe — les Etats-Unis suivant le mouvement. Charles Pathé dit lui-même : « Une des idées les plus fécondes qui me soient jamais venues fut de renoncer à la vente des films pour les remplacer par la location (...) Pendant quelques années, ce système, inauguré en 1904, reste confiné en Europe. L'Amérique ne l'adopta que vers 1907, lorsque le Trust des fabricants, sous la protection des brevets d'Edison, exerça un contrôle rigoureux sur les producteurs américains, parmi lesquels notre agence de New York » ⁵. Pathé, à la fois lucide et fier du rôle qu'il a joué dans le développement économique du cinéma, ajoute par ailleurs : « Je n'ai pas inventé le cinéma, mais je l'ai industrialisé » ⁶. Nous pouvons effectivement situer le tournant du secteur cinématographique entre une représentation foraine et un circuit permanent de salles de cinéma entre 1904 et 1907. Bien entendu, des projections itinérantes continueront à se dérouler au-delà de cette époque, mais c'est à ce moment que des premiers réseaux structurés de distribution prennent corps, au départ sous l'impulsion de Pathé, l'industriel étant bientôt imité par Gaumont et ses homologues étrangers. En ayant en Italie, en Russie, en Algérie, en Suisse, aux Pays-Bas, en Belgique... et bien sûr aux Etats-Unis des succursales ou « sociétés sœurs » (que Pathé et ses actionnaires contrôlent indirectement), notre producteur français s'assure de l'écoulement, et donc de la rentabilité de ses films. Mais, ce faisant, Pathé se rend bientôt compte que les réseaux de distribution qu'il

vient d'impulser se révèlent être une source beaucoup plus sûre de revenus que la production des films elle-même, au résultat par essence aléatoire. « Pathé a pris conscience de l'évolution du goût des spectateurs et réalisé que le spectacle cinématographique ne pouvait plus se cantonner aux baraques foraines et autres music-halls. Cette mainmise sur le circuit de distribution montre qu'il y voit la condition de la sécurité de son empire, bien plus que dans la production »⁷. Sans renoncer à produire directement ses films, Charles Pathé va développer, dès 1908 en France, puis avec d'autres pays européens, des partenariats avec différentes maisons de production, les accords stipulant que Pathé diffusera les œuvres de ses confrères — agissant alors, exactement, comme les *majors* américaines le feront plus tard, en s'associant avec des « producteurs indépendants », qui n'ont pas la possibilité de distribuer eux-mêmes leurs films. Ce système perdure toujours aujourd'hui. En France, à l'époque, des accords sont signés avec Le Film d'Art et la SCAGL (Société cinématographique des auteurs et gens de lettres). Mais ce type de collaboration dépasse le cadre strictement hexagonal. En 1906 est créé l'Hispano Film en Espagne ; en 1907, la Pathé-Rouss en Russie ; en 1909, le Film d'Arte Italiano en Italie ; la Pathé Britannia en Angleterre ; la Pathé Austria en Autriche ; l'Imperium Film en Hongrie ; en 1910, c'est au tour de la Pathé America d'être reconvertie en société de production ; en 1911, la Hollandsche Film est mise sur orbite aux Pays-Bas ; puis, en 1912, la Belga-Cinéma-Film, dans laquelle Alfred Machin jouera un rôle déterminant en Belgique. Directement dépendantes de la maison mère (à la différence du Film d'Art ou de la SCAGL, en France), ces maisons de production gardent pourtant une certaine autonomie artistique, Pathé faisant encore ici figure de pionnier, ayant l'intuition que chaque public national a besoin de « son type » de film, adapté aux mentalités ou aux « caractères » desdits pays. Pathé installe donc un double réseau de distribution et de production. Laurent Creton, dans son article « Pathé 1900-1910 : finances et stratégies » (paru dans le catalogue de l'exposition *Pathé, Premier empire du cinéma*) expose admirablement cette flexibilité structurale, ou comme il le dit lui-même, de « stratégie d'innovation permanente ». Et Creton d'ajouter par ailleurs, dans son livre *Economie du cinéma, perspectives stratégiques*, à propos de Charles Pathé : « Il a multiplié les micro-innovations pilotées par le marché, les possibilités de commercialisation et de rentabilisation »⁸. A travers les différents éléments que nous venons de situer, nous pouvons en tout cas bien comprendre les raisons de l'hégémonie du Groupe Pathé, aux alentours de 1910. C'est bien l'expansion territoriale des activités, liée au réseau de distribution, qui lui permit de rayonner économiquement. Cela dit, Pathé était un géant aux pieds d'argile. Il y avait, dans l'empire qu'il s'était bâti, au moins une faille... qui allait se révéler fatale. Les Etats-Unis prirent à leur compte l'organisation du secteur cinématographique en réseaux de distribution. Or, l'Amérique du Nord étant beaucoup plus peuplée que n'importe quel pays européen, à terme, il était logique qu'elle devienne la principale force financière, la première cinématographie du monde. (Les Etats-Unis alliant pouvoir d'achat de ses habitants et efficacité organisatrice d'un « pays riche »). Le paradoxe était là : Pathé aurait lui-même bâti (ou en tout cas contribué) par la réussite même de son système au futur déclin européen. Peut-être, sans lui, l'évolution aurait suivi le même cours. Mais on ne refait pas l'histoire, et il est indéniable que notre industriel français est l'initiateur de ce tournant décisif.

L'historien du cinéma Jean Mitry voit également une autre faiblesse dans l'organisation du Groupe Pathé, avant la première guerre mondiale : sa politique de décentralisation et de filiales étrangères de production. On parle de « crise du cinéma », pratiquement depuis que ce médium existe. Ainsi, aux alentours de 1908-1910, le secteur cinématographique connut des difficultés inhérentes à son développement trop rapide : le nombre de sociétés de production et de films avait à ce point augmenté que la concurrence devenait rude, et le public de plus en plus exigeant. Mitry note, à propos des activités de Pathé : « Fondé sur la rentabilité facile d'une quantité de petites bandes autant que sur la circulation rapide des capitaux engagés, l'« Empire » commença à se lézarder. Obligés de suivre la politique de prestige généralisée dans toute l'Europe, les filiales durent songer à la diffusion de leurs propres films avant de s'inquiéter du sort des productions françaises. Bloquant de ce fait, dans une certaine mesure, le marché étranger, les succursales d'hier devinrent autant de firmes concurrentes et le système d'expansion développé à outrance par Charles Pathé se retourna finalement contre lui »⁹. On le voit, les dés semblent donc bien jetés avant la première guerre mondiale, qui verra concrètement les Etats-Unis s'imposer comme la première puissance cinématographique du monde — rôle qu'ils ne quitteront plus. Les producteurs américains n'éprouveront d'ailleurs pas le besoin, comme Pathé, de créer des succursales de production sur les territoires étrangers, les Etats-Unis étant suffisamment vastes et peuplés pour assurer une rentabilité à leurs films.

En janvier 1909 est créée officiellement aux Etats-Unis la MPPC, Motion Picture Patents Company, qui regroupe un certain nombre de compagnies de production américaines qui pourront bénéficier entre elles des brevets détenus par Edison, et faire payer « de lourdes dîmes à tous les utilisateurs des (de leurs) films, dans toutes les branches de l'industrie »¹⁰. En se réunissant en cartel, ces entreprises désignées le plus souvent sous le terme de « Trust » ont évidemment, comme objectif, en s'alliant ensemble, de dominer tout le secteur cinématographique du pays. Face au « Trust », ceux qu'on appellera bientôt les « Indépendants », paraissent bien déforçés. Dans les sociétés siégeant au sein du MPPC, on ne trouve que deux compagnies d'origine étrangère, celle de Pathé et celle de Méliés. D'après Martin F. Norden, le Trust, qui se constitue autour d'Edison, « ne peut se passer de Pathé, de loin le producteur de films le plus important du monde. Pour l'attirer dans le cartel, Edison semble bien avoir passé avec elle un accord excluant les compagnies qui menacent ses intérêts ». C'est-à-dire que Pathé lui-même aurait insisté pour qu'aucune autre société importante des films européens ne fasse partie de la MPPC. Quant à Méliés, poursuit Norden, « cette autre firme étrangère « agréée », ne représente pas une menace sérieuse pour Pathé. Georges Méliés a fait montre de plus de créativité que de prudence commerciale, et s'est très vite retrouvé les mains liées. Les deux firmes passent finalement un accord qui prévoit que Pathé se chargera de la distribution des films Méliés »¹¹. Charles Pathé, conscient de l'importance du marché américain, se serait donc en quelque sorte arrangé pour en évincer ses principaux concurrents du « vieux continent ». Ce point est très important car s'il s'avère exact (et les différents historiens du cinéma semblent s'accorder sur le sujet), il s'agit bien ici d'une distorsion au droit à la concurrence — ce que l'on appellerait aujourd'hui « capitalisme sauvage » — qui, dans un premier temps, profitera à l'in-

dustriel français, mais aura finalement de lourdes conséquences sur la présence de firmes (et de films !) européens sur le territoire américain. Toujours la même année, en février 1909 (soit un mois après la fondation de la MPPC), se tient à Paris ce que l'histoire retiendra comme le « Congrès des Dupes ». L'idée était d'y constituer un cartel de producteurs européens, exclus de la MPPC qui, en s'associant entre eux, pourraient constituer une force économique alternative. Murdock créa même l'International Projecting and Producing Company dans ce but. Mais les principales sociétés européennes n'arrivèrent pas à s'entendre entre elles, certaines ayant reçu des promesses de firmes américaines de voir écouler leurs productions aux Etats-Unis. Le manque de coordination européenne remonte donc assez loin... A cette mésentente, deux raisons : l'individualisme (la vision des seuls intérêts à court terme) et sans doute aussi la sous-estimation de l'importance d'une assise américaine (la prétentieuse assurance de pouvoir faire jeu égal avec les sociétés d'outre-Atlantique). En 1909, on peut dire que l'avenir du cinéma européen et de l'antagonisme qui allait bientôt l'opposer aux Etats-Unis était déjà largement dessiné. Pendant ce temps, Pathé commençait à produire, dès 1910, des films en Amérique, en s'adaptant au goût des spectateurs locaux (les premiers films mis en chantier sont des westerns). En 1912, on dénombrait environ dix mille salles de cinéma aux Etats-Unis, contre moins de huit mille en Europe. Or, comme l'écrit Jean Mitry : « Alors qu'en France la production sollicitait l'exploitation, aux Etats-Unis ce fut la prolifération des salles qui déterminera l'essor de la production »¹². L'exemple français peut bien entendu être généralisé à l'ensemble des cinématographies européennes de l'époque.

En 1910, l'exploitation américaine rapporte environ 50 % des bénéfices de Pathé Frères (d'après Mitry et Sadoul). Dans ces conditions, on ne sera pas étonné que Pathé décide, quand la première guerre mondiale éclate en Europe, de concentrer tous ses efforts sur le continent américain. Nous taisons ici volontairement toutes les péripéties financières qui agiteront la société Pathé Frères et ses filiales de 1910 à 1914, ne souhaitant pas entrer dans les détails de l'organisation d'un « empire » — d'autres que nous, et en premier lieu les collaborateurs au catalogue de l'exposition du Centre Georges Pompidou, s'étant brillamment attelés à cette tâche. En 1914, la mobilisation générale entrave toutes les activités économiques liées au cinéma, en France. Une grande partie du personnel masculin de la firme Pathé sera mobilisée, certains locaux de l'entreprise sont réquisitionnés et la nitro-cellulose, indispensable à la fabrication de pellicule (mais qui peut aussi servir à la confection d'explosifs) est prise de force par l'armée. Les gouvernants européens en guerre ne voient pas du tout, en ce début de conflit, l'importance que peut avoir l'industrie du cinéma, non seulement d'un point de vue économique, mais aussi sur le moral des troupes. Charles Pathé qui, comme nous l'avons déjà constaté, avait étendu ses activités, non seulement en Amérique, mais aussi dans de nombreux pays d'Europe, voit soudain l'ensemble de son organisation menacée. Comme il l'écrit lui-même plus tard, dans son livre qui fait en quelque sorte office de mémoires : « Comment faire front à tous les côtés à la fois ? Une grande angoisse me saisit (...) Je décidai de fermer toutes les succursales incapables de fonctionner sans les subsides du siège social (...) Je pus alors partir pour New York »¹³. Le premier souci de Charles Pathé est alors de réorganiser la Pathé America, qui change de nom et devient en

octobre 1914 la Pathé Exchange. Il s'associe avec le grand homme d'affaires Hearst (dont la personnalité influencera plus tard, paraît-il, Orson Welles pour son *Citizen Kane*) et s'appliquera dorénavant principalement à un rôle de distributeur sur le territoire américain, ayant des accords de diffusion avec plusieurs producteurs indépendants. Pathé joue ici la sécurité, s'étant depuis longtemps rendu compte que les secteurs de la distribution et de l'exploitation comportent beaucoup moins de risques que les investissements dans la réalisation des films, à proprement parler. Il crée, pour ce faire, vingt-deux agences, qui se répartissent le territoire américain, qu'il divise en « régions » de distribution (le pays étant trop grand pour contrôler la diffusion des films, uniquement depuis New York). Il est à noter que Charles Pathé n'aurait pu mener à bien cette nouvelle adaptation structurelle, sans le soutien de Hearst et des banquiers américains — à qui il saura toujours gré de lui avoir fait confiance. Pendant ce temps, la France se remet peu à peu à produire des films, mais le nombre de réalisations mises en chantier est très inférieur à la demande du public qui, en ces temps de guerre, se rue plus que jamais dans les salles obscures. C'est ainsi qu'entre 1914 et 1918 l'Europe tout entière verra déferler sur ses écrans la production des Etats-Unis — les innovations techniques et de mise en scène étant, pour la première fois, largement américaines... et non plus européennes. David W. Griffith (*Naissance d'une nation*, 1915), Cécil B. De Mille (*Forfaiture*, 1915) ou les « Charlot » dominant largement, par leurs qualités artistiques, l'ensemble des cinématographies mondiales. Charles Pathé, qui continue malgré tout à avoir des activités en France pendant la guerre (aidant, indirectement au montage financier de films, au moins jusqu'en 1916), se rend bien entendu compte de cette supériorité américaine, tant économique qu'esthétique (mais l'un n'entraîne-t-il pas l'autre ?). Quoi qu'il en soit, il est un fait certain que les bénéfices à nouveau engendrés par Pathé à la fin du conflit, en 1917 et 1918, tenaient principalement à sa position outre-Atlantique.

Nous terminerons de parler de Charles Pathé avec les conclusions qu'il tint lui-même à la veille de l'armistice, puis dans les mois qui suivirent la fin de la guerre. L'industriel propose, début 1918, à ses collègues français « l'organisation d'un cartel de fabricants, lequel, en laissant subsister la concurrence, aurait permis (...) d'assurer l'existence normale des quelques producteurs de films de notre pays », l'industrie nationale devant par ailleurs être protégée par un système de « contingentement des négatifs étrangers en France »¹⁴. On ne peut que souligner ici l'extraordinaire pragmatisme de Charles Pathé qui, se rendant compte de l'hégémonie américaine, l'intègre comme un fait contre lequel il est impossible de lutter à armes égales. Venant de l'industriel, ces propositions de cartel et de contingentement (qui s'apparentent, à proprement parler, à un type de protectionnisme) sont surprenantes... d'autant plus qu'elles anticipent (avec trente ans d'avance !) des mesures que les gouvernements européens se sentiront souvent obligés de prendre, pour protéger leur industrie cinématographique... après la seconde guerre mondiale ! Ni les banquiers, ni les exploitants, ni les principaux producteurs français ne furent, en 1918, prêts à suivre Pathé. Nous voudrions maintenant faire allusion à une conférence que Charles Pathé donna à Vincennes en mai 1918, et qui fit beaucoup de bruit dans les milieux professionnels (ses propos ayant été répercutés dans la presse de l'époque ; l'intégralité de cette conférence intitulée *Etude sur l'évolution de*

l'industrie cinématographique française est aussi reproduite dans le catalogue de l'exposition du Centre Georges Pompidou). Pathé s'y dit prêt à encore croire et investir dans le cinéma français, à condition que les scénaristes, chefs opérateurs, acteurs et réalisateurs soient capables de mettre en œuvre des films de qualité, au moins aussi bons que ceux développés dans les œuvres américaines. Pour ce faire, il faut, selon Pathé, avant tout concentrer ses efforts sur le scénario : « Le scénario est et sera toujours l'élément capital. Mais pas n'importe quel scénario : avant de se lancer dans la production d'un film, il sera indispensable de vérifier que son scénario « ait une capacité commerciale certaine en dehors de notre pays ». Et Pathé de préciser : « Le seul remède efficace contre notre décadence industrielle (...) réside dans la volonté de chacun des professionnels de notre industrie qui devront, dans l'avenir, avoir comme objectif de faire mieux que la concurrence. Au lieu de marcher à la remorque des Américains qui font mieux que nous et de les copier servilement, ils devront s'appliquer à les dépasser (et la chose est possible) par (...) des innovations nombreuses auxquelles notre jeune industrie se prête merveilleusement »¹⁵. La conférence de Pathé fut en général mal perçue, certains lui reprochant de vouloir « américaniser » le cinéma français. C'est en tout cas l'analyse de Georges Sadoul : « Se mettre au goût américain, ou disparaître, telle est l'alternative que pose Charles Pathé à la production française, en jetant dans la balance tout le poids de son autorité »¹⁶. En réalité, Pathé se rendant compte que les professionnels français ne sont ni capables de s'organiser en cartel protectionniste ni, dans leur immense majorité, dans la capacité de concurrencer le cinéma américain « sur son propre terrain », décide de « jeter l'éponge ». En septembre 1918, il annonce son intention de retirer les investissements de sa société dans la production de films en France. Avant même la fin de la première guerre mondiale, la société Pathé Frères est subdivisée en deux entités distinctes : Pathé cinéma et la Société des machines parlantes (s'occupant exclusivement des phonographes). Charles Pathé s'emploiera effectivement à cesser ses activités dans le domaine de la production, se concentrant sur la distribution, l'exploitation, la fabrication de pellicule et d'appareils cinématographiques. Nous savons, d'après ses écrits, qu'il fut un moment tenté d'aller s'installer aux Etats-Unis. « J'avais songé à cette éventualité. Peut-être me serais-je orienté de ce côté-là si j'avais été plus jeune, mais cette transformation aurait signifié le déplacement de notre affaire de France en Amérique et mon installation à demeure dans ce pays. J'étais trop âgé pour m'arrêter à ce projet »¹⁷. Pendant toute la durée de la guerre, Pathé avait voyagé d'Europe aux Etats-Unis. Avec la fin des hostilités, il lui fallait définitivement choisir où s'installer, car l'industriel était bien conscient que le contrôle de sa principale filiale demandait une occupation totale et constante — il ne pensait plus pouvoir longtemps diriger ses vingt-deux agences depuis la France. C'est ainsi qu'il décida de liquider ses affaires américaines, apportant encore par ce biais de larges dividendes à ses actionnaires. Tout au long de son parcours, l'industriel français nous apparaît comme une forte personnalité, au caractère parfois paradoxal. Georges Sadoul ne voit en lui qu'un financier soucieux de ses intérêts à court terme. Nous croyons plutôt que Pathé démontre une formidable capacité d'adaptation aux événements, qu'il est capable du meilleur comme du pire, et qu'après une lutte acharnée pour détenir le groupe cinématographique le

plus puissant au monde, il préféra baisser les bras plutôt que de ne plus être à la hauteur de ses folles ambitions.

Citons encore une réflexion de Pathé, qui donne froid dans le dos tant son analyse paraît toujours actuelle et sans issue pour le cinéma européen. « Les Etats-Unis, avec leurs possibilités indéfinies, s'étaient emparés, probablement pour toujours, du marché mondial. La guerre n'avait fait que hâter un peu l'avènement de cette suprématie. Favorisés par l'importance de leur marché intérieur (...) les Américains pouvaient engager des sommes considérables dans l'exécution de leurs négatifs, les amortir complètement sur leur territoire et venir ensuite conquérir les marchés d'exportations dans tous les pays, notamment dans tous ceux qui, du fait de leur faible population, ne sauraient se permettre le luxe d'une production nationale régulière »¹⁸. Ce que Pathé démontrait au niveau cinématographique peut, aujourd'hui, être généralisé à tout le secteur audiovisuel.

Pour conclure sur le sujet, résumons en cinq points en quoi l'expérience de Charles Pathé et les déductions qu'il tint lui-même de la situation économique-structurelle propre au cinéma restent instructives.

1. Le marché américain (sur lequel les films peuvent être plus facilement rentabilisés) est l'atout majeur des Etats-Unis, cinématographiquement parlant. De ce potentiel économique supérieur à celui de n'importe quel pays européen, vient la possibilité de mettre en œuvre des super-productions et de pouvoir « brader » à des prix très compétitifs la diffusion des œuvres sur les autres marchés.
2. Face à cette prédominance démographique-structurelle, les Européens restent divisés, au lieu de réunir leurs forces. Ce point semble être une constante, depuis 1909 (même s'il y eut, à partir des années trente, notamment entre l'Allemagne et la France, puis à la fin des années quarante, entre l'Italie et la France, des tentatives de politique de coproduction). Soulignons, bien que cela soit évident, qu'à l'époque où Charles Pathé est à la tête de son empire, le cinéma est muet. Les problèmes de langue ou de doublage ne viendront donc que s'ajouter à un état des lieux, déjà largement en faveur des Américains¹⁹.
3. Le manque de soutien des banques et investisseurs privés dans le cinéma français (et encore plus européen) ne fait qu'accentuer le point 2. Les banquiers américains furent, nous l'avons vu avec Charles Pathé, dès l'origine beaucoup plus présents dans le secteur cinématographique.
4. L'hégémonie américaine n'est pas qu'économique, elle est aussi technique et souvent artistique. Les apports de Griffith au langage cinématographique, l'invention, ou plutôt la mise en œuvre du cinéma parlant, les qualités de mise en scène souvent supérieures aux plus petites cinématographies sont directement liés au pouvoir financier des producteurs, et de ce que l'on appellera bientôt les « studios hollywoodiens ». La preuve ? L'industrie américaine n'hésitera pas, dès les années 1920, et *a fortiori* dans le courant des années 1930 à accueillir en son sein les meilleurs acteurs, réalisateurs ou chefs opérateurs européens. D'ailleurs, Charles Pathé ne fut-il pas un temps l'un des plus célèbres transfuges d'Europe vers les Etats-Unis ?

5. Nous en arrivons ici au phénomène qui nous paraît le plus étrange : comment expliquer que la prédominance américaine, justifiée principalement par un effet de marché, soit valable pour le cinéma et pas forcément pour les autres domaines industriels ? Nous en revenons à la spécificité de l'objet filmique et aux définitions de Batz ou Mercillon, que nous citions en début de chapitre. « On se trouve donc, dans le domaine de la cinématographie, en présence d'une dénaturation des processus de libre concurrence, tant dans les relations internationales entre grands et moyens pays producteurs qu'au sein d'un même pays, entre grandes et petites entreprises de production »²⁰, écrit encore Jean-Claude Batz.

Henri Mercillon décrira, lui, dans son livre *Cinéma et Monopoles*²¹ comment se créeront les *majors* américaines et leur modèle de fonctionnement — la domination du marché passant par une centralisation financière, la diminution des risques étant atteinte par l'accroissement de la production et le contrôle de l'ensemble du processus de création (du scénario du film à sa diffusion en salles). Nous ne sommes pas si loin ici de Charles Pathé, que nous pourrions le penser de prime abord, les Américains ayant tout simplement poussé plus loin sa logique hégémonique et monopolistique. La question vient dès lors de savoir si une industrie culturelle comme le cinéma peut être régie uniquement par des lois capitalistiques, agencées de telle manière qu'elles faussent le jeu de la libre concurrence. C'est encore Charles Pathé qui nous donne un élément de réponse. Il note que « tant que le régime capitaliste n'aura pas été supprimé, une entreprise quelconque, même celle du cinéma, est tenue de rémunérer régulièrement les capitaux qui lui ont été confiés (...) Or, personne ne peut contester que dans l'état actuel la production des négatifs est pour le moins *très spéculative* ». Il faudrait donc, selon Pathé : « renoncer à la production régulière des négatifs, cette industrie ne constituant *qu'une aventure financière* à renouveler indéfiniment pour chaque production ». Ou bien, et c'est toujours Pathé qui parle, il arrive à une « solution d'économie dirigée ». L'industriel français n'était, nous l'avons vu, pas contre : « On aurait accordé aux seuls producteurs de films français le droit d'importer des films américains et ceci dans une proportion déterminée par le montant des recettes d'exploitation »²². En réalité, et Pathé en était bien conscient, on se heurterait ici aux prérogatives des exploitants qui préfèrent bien entendu avoir leurs salles remplies avec des films étrangers plutôt que d'assurer la large diffusion de productions nationales, au public potentiel moins certain (les films américains, par exemple, ayant déjà fait preuve de leur impact aux Etats-Unis. A soixante-dix ans d'intervalle, René Bonnell tiendra le même type d'analyse : « Préoccupée de rentabilité immédiate en raison de l'importance de ses coûts fixes, l'exploitation conserve le souci de l'élimination des risques commerciaux et se sent plus à l'aise dans l'écoulement routinier du produit confectionné sur mesure, conforme au sacro-saint et à l'insaisissable « goût du public » »²³). Ici encore le parallèle serait aisé entre exploitation cinématographique et télévisuelle. Les acteurs audiovisuels européens seraient, aujourd'hui encore, pris en tenaille entre le désir de développement d'une industrie nationale (ou européenne) et la rentabilité directement perceptible de la diffusion des œuvres américaines.

NOTES

- ¹ Jean-Claude Batz, *Action syndicale et politique européenne du film*, Institut de sociologie, Université libre de Bruxelles, 1965, p. 13-14.
- ² Henri Mercillon, « Le financement de la production cinématographique en France », *Revue de science financière*, avril-juin 1956, n° 2, Paris, Librairie générale de droit et de jurisprudence, p. 184.
- ³ François Barré, *Préface de Pathé, Premier empire du cinéma*, Catalogue de l'exposition, sous la direction de Jacques Kermabon, Paris, Editions du Centre Georges Pompidou, 1994, p. 8.
- ⁴ René Bonnell, *La 25^e image*, Paris, Editions Gallimard-FEMIS, 1989, p. 89.
- ⁵ Charles Pathé, *De Pathé Frères à Pathé Cinéma*, Premier Plan, 1970, p. 61. Première édition : 1940.
- ⁶ *Ibid.*, p. 170.
- ⁷ Henri Bousquet, « L'Age d'or », in *Pathé, Premier empire du cinéma*, *op. cit.*, p. 62.
- ⁸ Laurent Creton, *Economie du cinéma, perspectives stratégiques*, Ed. Nathan Université, Coll. Fac Cinéma, Paris, 1994, p. 38.
- ⁹ Jean Mitry, *Histoire du cinéma, Art et Industrie I, 1895-1914*, Paris, Editions Universitaires, 1968, p. 281.
- ¹⁰ Georges Sadoul, *Histoire générale du cinéma*, 3, *Le cinéma devient un art (L'avant-guerre) 1909-1920*, Editions Denoël, p. 55.
- ¹¹ Martin F. Norden, « Pathé frères à l'époque du « Trust » », traduit de l'américain par Charles Tatum Jr., in *Pathé, Premier empire du cinéma*, *op. cit.*, p. 92-93.
- ¹² Jean Mitry, *Histoire du cinéma*, *op. cit.*, p. 282.
- ¹³ Charles Pathé, *De Pathé Frères à Pathé cinéma*, *op. cit.*, p. 80.
- ¹⁴ Charles Pathé, *Souvenirs et conseils d'un parvenu*, Paris, 1926, cité par J. Mitry, *Histoire du cinéma*, *op. cit.*, p. 139.
- ¹⁵ Charles Pathé, « Etude sur l'évolution de l'industrie cinématographique française », reproduit in *Pathé, Premier empire du cinéma*, *op. cit.*, p. 408.
- ¹⁶ Georges Sadoul, *Histoire générale du cinéma*, 4, *op. cit.*, p. 48.
- ¹⁷ Charles Pathé, *De Pathé Frères à Pathé cinéma*, *op. cit.*, p. 97.
- ¹⁸ *Ibid.*, p. 92-93.
- ¹⁹ Il nous faut ici nuancer notre propos. L'invention et la commercialisation du parlant permit, dans un premier temps, la renaissance d'industries nationales, le public étant friand d'acteurs et de films s'exprimant dans sa langue. Ce n'est que dans un second temps, avec notamment la perfection du doublage, que le cinéma parlant devient un « nouvel atout » pour les Etats-Unis, en raison de leur prédominance structuro-économique.
- ²⁰ Jean-Claude Batz, *Réflexions sur les politiques gouvernementales dans le domaine de la cinématographie*, INSAS, Séance officielle de rentrée 1967-1968, 26 octobre 1967, Bruxelles, p. 16.
- ²¹ Henri Mercillon, *Cinéma et Monopoles*, Paris, Armand Colin, 1953.
- ²² Charles Pathé, *De Pathé Frères à Pathé cinéma*, *op. cit.*, p. 112 et 94.
- ²³ René Bonnell, *La 25^e image*, *op. cit.*, p. 111.

V

STRATEGIES ET REGULATION

REFLEXION SUR UNE POLITIQUE COMMUNAUTAIRE DE L'AUDIOVISUEL

« ... il est fondamental de réfléchir aux priorités, au volume et aux mécanismes du soutien public dans l'Union européenne »

Livre vert de la Commission « Options stratégiques pour le renforcement de l'industrie des programmes dans le contexte de la politique audiovisuelle de l'Union européenne », 1994.

La Conférence européenne de l'audiovisuel (Bruxelles, 29 et 30 juin, 1^{er} juillet 1994) semble avoir, de manière dominante, approuvé la volonté de maintenir l'économie générale de la directive « Télévision sans frontières », sauf à rendre effectif le régime de quotas qu'elle institue, et les activités du « Plan Media », quitte à en simplifier et à en resserrer le fonctionnement.

Il va de soi cependant, et chacun se le représente, que la mise en place d'une industrie européenne de programmes audiovisuels exige bien davantage que cela, exige une mutation beaucoup plus radicale et profonde, tant de la politique audiovisuelle de l'Union que du volume des moyens financiers à mettre à sa disposition ¹.

Pour entrer dans le vif du sujet sans nous attarder dans les préliminaires, disons d'emblée qu'une telle mutation pourrait résulter de la mise en œuvre de deux priorités simples et fondamentales :

1. la création d'un fonds communautaire de l'audiovisuel, alimenté par une contribution prélevée sur le budget de l'Union ². Faite voici longtemps déjà, cette proposition a été reprise par divers conférenciers et intervenants de la Conférence européenne de l'audiovisuel. Par ailleurs, des chiffres ont été avancés, situant dans une fourchette de un et demi à deux milliards d'écus les ressources budgétaires nécessaires à un tel fonds ;
2. la mise en place d'un réseau paneuropéen de distribution, composé d'une demi-douzaine de consortiums européens de distribution ³, durablement implanté dans le marché européen, ramifié sur toute l'étendue de celui-ci et organisé de manière à lui permettre de mobiliser ce marché en faveur des produits audiovisuels européens et, au-delà, de prendre pied sur les marchés extérieurs ; en même temps et dans la même démarche, de dynamiser puissamment la production audiovisuelle dans l'ensemble des pays de l'Union, cela dans le respect de leur diversité culturelle ; de conduire à terme l'industrie européenne des programmes à une situation de rentabilité marchande et d'autonomie financière ⁴.

Cette dernière proposition — celle d'un réseau paneuropéen de distribution est la seule sur laquelle je m'étendrai dans les pages qui suivent. Elle se trouve, sous une forme implicite, longuement évoquée dans le livre vert de la Commission tandis qu'elle est explicitement développée dans le rapport de la cellule de réflexion. J'avais moi-même formulé une idée voisine dès 1968 lors d'un colloque que j'avais organisé dans le cadre de l'Université libre de Bruxelles, avec la collaboration de la

Communauté européenne, sur le thème « Les voies et moyens d'une politique commune de la cinématographie dans le marché commun » ⁵.

Aujourd'hui que vient, dans l'urgence, le temps de rendre les idées générales opérationnelles sur le terrain, où il faut imaginer une pratique qui incarne l'idée et inventer « les mécanismes du soutien financier public » comme dit le livre vert, je voudrais tenter d'apporter dans ce débat quelques propositions, complémentaires ou alternatives à celles du livre vert de la Commission et du rapport de la cellule de réflexion, et notamment tenter de répondre aux questions suivantes.

- Comment articuler l'idée d'un fonds communautaire avec celle d'un réseau paneuropéen de distribution ?
- Où situer le point d'insertion de l'argent public dans le processus de la production et de la diffusion des programmes audiovisuels ?
- A quels « mécanismes » recourir pour rester compatible avec les pratiques de l'industrie et du marché et, tout en même temps, se conformer aux objectifs de la politique communautaire ?

1. Un système communautaire à trois partenaires

Le système communautaire proposé mettrait en présence trois partenaires :

1. un producteur, le plus généralement un producteur national indépendant qui serait l'initiateur du projet ;
2. un consortium européen de distribution, parmi la demi-douzaine qui formeraient le réseau paneuropéen de distribution, qui s'engagerait à la fois à distribuer le produit sur toute l'étendue du marché européen et à financer la production du projet par un à valoir important, avance consentie au producteur et gagée sur la recette du film, lequel à valoir pourrait atteindre 40 à 80 % du coût de production ; la promotion du produit sur le marché européen et international ; les frais de tirage de copies et contretypes ; les frais de doublage et sous-titrage.

Etant entendu que ces divers financements seraient exclusivement remboursés par une quotité de la recette provenant de l'exploitation du produit, quotité cédée par le producteur au consortium à titre de gage de remboursement ; que ces financements, à valoir et avances ne porteraient pas intérêt ; que le producteur serait délié de l'obligation de rembourser en cas de déficit de recettes, c'est-à-dire si la quotité de recettes cédée au consortium s'avère insuffisante pour apurer les financements consentis au producteur ;

3. le fonds communautaire de l'audiovisuel, agissant en l'occurrence comme un fonds de garantie, serait appelé à garantir le consortium de distribution contre le risque d'un déficit de recettes, cela dans l'hypothèse mentionnée ci-avant où la quotité de recettes encaissée par le consortium au titre de la cession faite par le producteur serait insuffisante pour rembourser les financements accordés par ce consortium au producteur.

La garantie du fonds communautaire ne jouerait que dans l'hypothèse d'un déficit de recettes, cette hypothèse devant toutefois être considérée comme la plus commune, spécialement dans les premières années de fonctionnement du sys-

tème. Elle serait fixée à un pourcentage de ce déficit, de sorte que le consortium de distribution continue, en tout état de cause, à supporter une part résiduelle du risque de marché, suffisante pour assurer à toutes les parties intervenantes que sa décision de prendre le produit en distribution est une décision réfléchie et responsable, qui l'engage financièrement sur ses ressources propres et l'incite de manière contraignante à rentabiliser au mieux le produit sur le marché. La garantie serait fixée à un pourcentage du déficit pouvant varier de projet à projet ; le taux de la garantie — par rapport au déficit éventuel — pourrait ainsi être modulé à l'intérieur d'une fourchette allant, ici encore, de 40 à 80 % en fonction de paramètres divers : l'intérêt intrinsèque du projet ; les risques de marché propres à ce projet ; l'équation financière du projet (présence de tiers bailleurs de fonds, coproducteurs, banquiers, etc., rang et couloir des recettes cédées aux tiers, importance du produit de pré-achats investi dans le financement, hauteur de la commission de distribution, etc.), en fonction enfin, mais ce paramètre est fondamental, des objectifs relevant de la politique générale du fonds communautaire de l'audiovisuel.

Le débat triangulaire entre ces trois partenaires devrait aboutir à fixer les montants des financements accordés au producteur par le consortium, spécialement celui de l'à valoir destiné à financer le coût de production ; à identifier la quotité de recettes cédée par le producteur au consortium à titre de gage du remboursement de l'à valoir et autres avances consenties par ce dernier et à fixer le taux de la garantie (pourcentage du déficit couvert) donnée au consortium par le fonds communautaire de garantie.

2. Une multiplicité de fonctions promotrices

Le système « fonds communautaire de garantie/réseau paneuropéen de distribution » unifie dans une seule et même démarche globale une multiplicité de fonctions promotrices

1. La stimulation financière de l'activité de production

Rompant avec la pratique de la subvention au produit, le système proposé se fonde sur le principe du crédit remboursable. Dans le même temps, il prend la forme et les voies d'un financement professionnel classique du distributeur au producteur.

La garantie du fonds communautaire va permettre, par l'action médiate des consortiums, de dynamiser puissamment la production européenne d'œuvres audiovisuelles, en restaurant le traditionnel financement de la production par le distributeur (qui tend aujourd'hui, dans un contexte de crise cinématographique et de bouleversement du marché, à s'atrophier), et plus encore en majorant très substantiellement l'à valoir du distributeur ⁷.

Dans le même temps, la perspective d'un accès au marché européen, voire mondial, sera un stimulant décisif pour nombre de producteurs européens, cette perspective se conjuguant avec celle d'une rentabilité croissante.

2. La mise en place d'une structure européenne de distribution

Les consortiums européens de distribution dont nous supputons ici la création ne deviendront le socle solide et durable d'une industrie continentale de programmes

que dans la mesure où ils auront la possibilité de se structurer progressivement au travers d'une activité journalière, poursuivie année après année ⁸.

Seule une telle activité, inscrite dans la durée, peut leur permettre de nouer des relations suivies avec les personnes et les entreprises ; d'assurer la programmation d'un nombre croissant de points de diffusion, de salles de cinéma et de chaînes de télévision ; de se constituer des portefeuilles de titres, des catalogues de droits toujours plus étendus ; de gagner des parts de marché ; d'intégrer des activités connexes ; de prendre place dans le voisinage d'autres groupes industriels de la famille médiatique ; etc.

Seule une telle activité, poursuivie jour après jour au long des années, possède cette vertu « structurante ». C'est donc au premier chef cette activité journalière de distribution du produit que le fonds communautaire doit se préoccuper de susciter et d'entretenir, en adaptant sans cesse sa collaboration financière aux circonstances, aux données du marché et à leur évolution.

A cet égard, la prise en charge d'une lourde part du risque de marché par le fonds communautaire de garantie, et cela à la décharge du consortium de distribution, constitue pour celui-ci une incitation fondamentale et permanente à développer son activité, spécialement si l'on considère que le risque couvert par le fonds de garantie porte à la fois sur l'investissement financier (l'à valoir consenti au producteur) et sur l'investissement commercial (frais de promotion, de tirage de copies, de doublage et sous-titrage).

Pour le surplus, les consortiums agréés par le fonds communautaire sont assurés comme par un privilège d'exclusivité, de la clientèle assidue de nombre de producteurs européens, cette situation étant par elle-même de nature à garantir la continuité de leur activité.

3. Le financement de la commercialisation du produit audiovisuel sur le marché

L'investissement commercial concerne en ordre principal la promotion du produit, le tirage de copies et contretypes, le doublage et le sous-titrage.

Ces investissements sont décisifs pour la carrière des produits audiovisuels sur un marché européen et mondial.

Historiquement négligés ou sous-dimensionnés dans le contexte d'une exploitation commerciale circonscrite au marché national, ils se trouvent nécessairement redimensionnés à l'échelle du marché continental, voire mondial, et prennent rang prioritaire dès lors que la diffusion des produits audiovisuels ambitionne d'accéder à cette échelle.

Il suffit d'évoquer la position sur le marché de produits américains tirés à des centaines ou des milliers de copies, doublés et/ou sous-titrés dans quantité de langues, portés par de puissantes campagnes publicitaires et des budgets de promotion considérables pour se représenter qu'à la différence des systèmes nationaux de soutien, une politique communautaire soucieuse de rétablir un équilibre des parts de marché ne peut faire l'impasse sur l'investissement commercial qu'il est indispensable de pouvoir assumer.

Cela reconnu, plutôt que d'éparpiller son énergie à multiplier les organes et les institutions soit pour soutenir la production, soit pour organiser la diffusion, soit pour prendre en charge la promotion, soit encore pour aider au doublage et au sous-titrage, etc., il semble de loin préférable de globaliser les problèmes et d'unifier « les mécanismes du soutien public dans l'Union européenne ».

A cet égard, il faut se rappeler que l'entreprise de distribution a traditionnellement pris en charge tant le financement de la production par à valoir et minima garantis, que le financement des frais de promotion, de tirage de copies de doublage et de sous-titrage, se réservant de se rembourser sur la recette du film de ces diverses avances qu'elle consentait au producteur.

Ce précédent historique impose de lui-même la solution rationnelle : les consortiums européens de distribution devraient pouvoir assumer l'ensemble des financements précités contre cession par le producteur d'une quotité adéquate de la recette future, tandis que le fonds communautaire devrait étendre sa garantie au remboursement de l'ensemble de ces avances, le tout dans le cadre d'une négociation unique et globale, conduite projet par projet.

3. L'instrument d'une politique européenne

Le fonds communautaire de garantie se présente comme l'instrument d'une politique audiovisuelle européenne dans le domaine de l'industrie de programmes (et comme le régulateur d'un équilibre entre la logique marchande et la logique culturelle).

Intrinsèquement, le système proposé consacre une logique de rentabilité marchande. Impliquant l'adhésion préalable d'un consortium européen au projet, il associe intimement la distribution, c'est-à-dire le secteur professionnel le plus proche du marché, le mieux à même d'en appréhender les contraintes, au processus de décision concernant la mise en chantier du produit audiovisuel. Dans le même temps, il fait appel à une technique financière promotrice qui n'a plus rien à voir avec la traditionnelle subvention au produit, mais qui consiste dans une garantie (publique) donnée au financement professionnel (privé) souscrit par le distributeur, ce mécanisme intégrant derechef une logique de marché et de rentabilité dans le processus de prise de décision.

Prenant le parti de proposer ce système, je n'ignore aucunement la critique, ni les légitimes interrogations. On me dira : faut-il payer ce prix ? Faut-il se résoudre à concurrencer le gigantisme américain ? Et s'exposer à faire des produits mimétiques de ceux que fabrique l'industrie américaine ? Faut-il vraiment s'en remettre, corps et âme, à la loi du marché, qui ne sera que trop souvent celle de l'audience maximale et de la diffusion massive ?

Il ne m'est pas possible d'ouvrir ici le vaste débat que mérite le sujet. Je m'en tiendrai donc à un seul argument, qui est, je le concède, celui du dur réalisme. Le parti proposé est le parti du moindre mal, le seul (ou l'un des seuls parmi d'autres, néanmoins semblables sous l'aspect qui nous concerne ici) qui puisse éviter à l'Europe une submersion générale et durable par les produits et la culture des Etats-Unis. Dans l'immédiat, cet enjeu est prioritaire.

Par ailleurs, on ne peut oublier que le problème auquel nous sommes confrontés est celui de la mise en œuvre d'une politique audiovisuelle de l'Union européenne dans le domaine de l'industrie des programmes. On ne peut se dissimuler que la définition d'une politique n'a de sens que si l'on dispose de l'instrument capable de l'incarner dans la réalité.

A cet égard, le fonds communautaire de garantie, couplé à un réseau européen de distribution, constitue par excellence l'instrument d'une politique communautaire et, simultanément, le possible régulateur des excès auxquels donnerait lieu le libre jeu des processus de marché.

Pour jouer pleinement ce rôle, pour infléchir certaines évolutions, corriger certaines dérives, il devrait suffire au fonds communautaire de garantie de moduler son intervention en jouant sur les variables dont il négocie le niveau avec ses partenaires, à savoir le taux de la garantie qu'il donne au consortium de distribution ; le montant de l'à valoir que ce dernier accorde au producteur ; l'étendue du gage (rang, couloir, etc., de la quotité cédée de recettes).

Faisant varier ces paramètres à la hausse ou à la baisse, il sera loisible au fonds communautaire de proportionner son intervention, et spécialement sa garantie, à l'intérêt intrinsèque de l'œuvre, tel qu'il le reconnaît, projet par projet. A l'inverse, il pourra accepter de garantir en bloc des programmes composés de plusieurs projets émanant d'un même producteur ou d'un même consortium de distribution (en stipulant, le cas échéant et si les circonstances s'y prêtent, la solidarité des recettes).

Il pourra s'en tenir à une stricte politique de rentabilité marchande. Il pourra aussi (et simultanément) faire une place, dont il réglera l'étendue, à une politique de répertoire, réserver une part de ses ressources à accueillir des projets à risque, des œuvres circonscrites à des audiences limitées ou marquées par la singularité d'un auteur.

Il peut encore, à la faveur de la procédure d'agrément des consortiums s'attacher à faire émerger une structure appropriée à la diffusion de ces œuvres, susceptible et soucieuse d'irriguer un réseau européen de salles ayant une ambition de répertoire, de chaînes et de stations de télévision ayant un objet général ou des objectifs particuliers de programmation culturelle. De manière plus générale, il peut veiller à assurer la pérennité de la tradition européenne du film d'auteur en favorisant sa production et sa diffusion.

Il aura la possibilité d'assurer un relatif équilibre entre les pays producteurs, et notamment entre petits et grands pays.

Il pourra contrarier certaines dérives, par exemple freiner les tendances à la surproduction.

Il pourra moduler ses interventions en fonction des activités connexes ou complémentaires des fonds nationaux de soutien de la production audiovisuelle.

Il peut veiller à ce que soient respectées les règles de la concurrence, à la réalité du pluralisme des consortiums ou à ce que l'un ou l'autre ne puisse acquérir une situation dominante dans telle ou telle zone géographique, etc.

Il pourra, en réduisant progressivement l'étendue et la hauteur de sa garantie au cours du long terme, conduire l'industrie européenne des programmes vers une situation de rentabilité et d'autonomie croissante et cela en adaptant son pas et sa démarche à la réalité des progrès accomplis.

Il sera en mesure de favoriser l'intégration des pays de l'Est, de leurs marchés et de leurs produits dans une vaste « zone audiovisuelle européenne », etc.

Naturellement appelé à être le garant de l'origine européenne des œuvres qu'il soutient et, dans cette fonction, le garant de la diversité culturelle, du respect de la diversité culturelle des peuples européens, le fonds communautaire de garantie se propose — et c'est là sa caractéristique principale — d'être l'instrument souple et polyvalent d'une politique audiovisuelle européenne dans le domaine de l'industrie des programmes.

4. L'effet de levier du mécanisme de la garantie

L'intérêt du mécanisme de la garantie tient à son effet de levier, à sa fonction de catalyse.

Si, à défaut de données statistiques sur le sujet, on s'arrête à l'hypothèse — sommaire et grossière, mais plausible — d'une production audiovisuelle européenne exposée, dans la situation qui prévaut actuellement (dans le domaine du film de fiction tout au moins), à un déficit global de recettes égal au tiers du coût global de production, l'on devrait conclure qu'un fonds communautaire qui consacrerait ses ressources à garantir le secteur de la production/distribution contre ce déficit (en comblant celui-ci par décaissements en faveur des consortiums garantis) aboutirait à mobiliser un investissement privé trois fois supérieur à la mise budgétaire qu'il accepterait de perdre.

Dans pareille hypothèse, le coefficient multiplicateur — qui mesure l'effet de levier du mécanisme de garantie — serait de trois pour un.

Dans la réalité, le coefficient multiplicateur devrait être sensiblement supérieur, eu égard notamment aux données et circonstances suivantes :

- le fonds communautaire ne garantit pas au consortium de lui rembourser en totalité le déficit de recettes ; il a été envisagé plus haut que la garantie couvrirait 40 à 80 % du déficit, laissant le risque résiduel à charge du consortium ;
- le consortium lui-même ne financerait pas en totalité le coût de production du film ; l'à valoir avancé au producteur contribuerait à financer, selon un scénario proposé plus haut, de 40 à 80 % de ce coût, le solde devant être levé auprès de tiers bailleurs de fonds ou fourni par le producteur lui-même ;
- le fonds communautaire recevrait des projets déjà sélectionnés, au plan des risques de marché et des perspectives de rentabilité, par des producteurs et des consortiums de distribution, *a priori* circonspects car financièrement impliqués dans le risque de marché ; on peut penser notamment que le consortium sera attentif à obtenir un rang de remboursement favorable (sauf à prendre délibérément des risques sur certains films et produits moyennant couverture adéquate de la garantie du fonds) ou à stipuler la solidarité des recettes dans l'hypothèse d'un ensemble de produits proposé par une même entreprise de production ; etc.

Dès lors, on peut conjecturer que le coefficient multiplicateur s'établirait plus vraisemblablement, à moyen terme du moins, aux alentours de cinq, ce qui signifierait qu'un investissement budgétaire (à fonds perdus) du fonds communautaire qui atteindrait un milliard d'écus serait capable de générer un investissement privé de production de l'ordre de cinq milliards d'écus, les performances de cet effet de levier, de cet effet de catalyse étant susceptibles de s'améliorer avec le temps, c'est-à-dire à mesure de la progressive implantation des consortiums de distribution dans le marché européen et mondial.

5. La fonction de subsidiarité du fonds communautaire de garantie. La convergence des politiques nationales

1. La subsidiarité

L'action du fonds communautaire s'inscrit à l'évidence dans une logique de subsidiarité, en cela qu'elle se propose expressément de mobiliser le marché européen dans toute son étendue en transcendant la fragmentation nationale et de mettre en place des structures organisées à l'échelle territoriale de ce marché continental, à savoir un réseau paneuropéen de distribution avant vocation à une expansion mondiale. Un tel projet est sans l'ombre d'une hésitation hors de la compétence et hors de la portée des politiques audiovisuelles nationales.

L'action d'un fonds communautaire de garantie serait cependant tout à fait compatible avec la permanence des politiques nationales et des fonds nationaux de soutien de la production audiovisuelle. Ces derniers pourraient continuer à fonctionner comme ils le font aujourd'hui, notamment à prendre en charge la production des films et autres produits audiovisuels produits nationalement, voire en coproduction bilatérale et voués à être diffusés et amortis principalement sur le marché national ou bi-national, à prendre en charge cette part de la production qui se situe en lisière du marché (l'expérimental, le court métrage, le domaine des premières œuvres, etc.).

2. La convergence

Dans les pays qui tendent à promouvoir leur production nationale par un régime d'avances sur recettes, on pourrait concevoir d'infléchir progressivement la technique de l'avance vers celle de la garantie de recettes, celle-ci étant à son tour progressivement articulée à une structure de diffusion, nationale d'abord, puis multinationale (selon la formule d'Eurimages), enfin continentale, voire mondiale dans la mesure où certains des films — produits dans le cadre national — s'avèreraient susceptibles d'être diffusés sur de plus vastes marchés. Un pont pourrait ainsi être jeté entre les productions nationales et le réseau paneuropéen de distribution.

Dans les pays qui pratiquent le système de l'aide automatique à la production, il pourrait se recommander de donner aux producteurs toute liberté pour affecter cette aide, conjointement avec la recette, en remboursement de financements consentis par une structure de distribution, nationale, multinationale ou européenne.

Enfin, chaque fois que la chose serait possible, il conviendrait de favoriser la distribution sur le marché européen et mondial, à l'intervention des consortiums, des films et autres produits audiovisuels produits initialement dans le seul cadre national.

Des évolutions de ce type mériteraient d'être qualifiées de convergentes dans la mesure où elles favoriseraient une homogénéité croissante entre les politiques nationales d'une part, entre celles-ci et la pratique communautaire d'autre part, une osmose progressive des systèmes et des marchés.

6. Logiques marchandes et logiques culturelles

Prendre le parti de la résistance à la submersion du marché européen par les produits et la culture des grandes compagnies de l'industrie audiovisuelle américaine (et japonaise ?) exige que l'Europe dispose à son tour d'entreprises de taille continentale aptes à soutenir la compétition, à endiguer la submersion, à reconquérir son marché (à tout le moins dans une proportion assurant la viabilité de l'autonomie de son industrie de programmes), voire à conquérir les marchés extérieurs. Sauf à renoncer — mais la renonciation ne serait-elle pas suicidaire ? —, on n'aperçoit guère d'alternative à cette nécessité.

Mais, dira-t-on, à quoi bon entreprendre la reconquête si l'on risque d'y effiloche son âme chemin faisant, si la logique marchande de la compétitivité doit se révéler contradictoire avec la logique culturelle de la créativité, si l'on doit craindre que de très grandes entreprises ne favorisent la fabrication quantitative de produits aseptisés et cosmopolites, si l'on doit craindre que se trouve minorisée la place des auteurs et des producteurs indépendants, que soient amenuisés les espaces où prévaut encore le style artisanal qui a suscité dans les pays de la vieille Europe l'émergence de tant de personnalités créatrices, la réalisation, sur le mode majeur ou mineur, dans quantité de registres, de tant d'œuvres humainement fortes et généreuses, d'œuvres belles et souvent singulières ou novatrices.

J'ai déjà évoqué ce problème, au point 3. Il convient à présent de l'aborder sous un autre angle.

Toute entreprise ayant intrinsèquement tendance à croître et, au cours de ce développement, à modifier non seulement le volume, mais parfois aussi la nature de ses activités, et même sa structure, la question se pose de savoir si le fonds communautaire doit proposer ou imposer un modèle, voire un code de conduite ou des règles coercitives aux consortiums sujets à son agrégation. Sans prendre position dans ce débat, je me bornerai à formuler sommairement quelques interrogations.

1. Les fonctions traditionnelles de l'entreprise de distribution

L'entreprise a traditionnellement assumé trois fonctions principales :

- la fonction physique : celle de messagerie assurant l'entreposage et la circulation du produit matériel (copies, contretypes, etc.) ;
- la fonction commerciale : consistant à promouvoir et à placer le produit (dont elle a acquis les droits) sur le marché, à lui ouvrir et à en suivre la carrière d'exploitation, à rendre compte de celle-ci aux divers ayants droit et à partager la recette entre eux ;
- la fonction financière : consistant à assumer, par octroi d'à valoir et minima garantis au producteur, le rôle de principal bailleur de fonds de la production

(quitte à compenser le risque financier par une majoration de la commission contractuelle de distribution).

Faut-il assujettir les consortiums à un strict statut de distributeur, ou aux trois fonctions classiques de l'entreprise de distribution ?

2. La tendance à la concentration horizontale

Des entreprises continentales de distribution comme les consortiums que nous envisageons seront souvent, par les circonstances et la force des choses, tentées d'empiéter sur les domaines voisins de la production et/ou de l'exploitation du produit, d'assumer par elles-mêmes ou par filiales interposées l'activité de production d'œuvres audiovisuelles ou d'acquérir la propriété d'un circuit de salles, ou d'une chaîne de télévision, ou d'une maison d'édition. Faut-il encourager ou contrarier pareilles initiatives ou évolutions ?

3. La tendance à l'intégration dans des conglomérats

Par ailleurs, ces consortiums, dont nous supputons la création, seront également conduits à s'adosser ou à s'intégrer à des conglomérats :

- dans le domaine du « *software* » : à des conglomérats réunissant le secteur des produits audiovisuels à ceux de l'édition du livre, de l'enregistrement de disques et cassettes (audio et vidéo), de la presse, etc. ;
- dans le domaine du « *hardware* » : à des conglomérats de l'industrie électronique manufacturière des appareils domestiques et des équipements industriels de radiotélévision ;
- dans le domaine de la diffusion : aux grandes entreprises de télécommunications, entreprises de téléphonie, etc. ; aux grandes entreprises de distribution d'eau, etc. investies dans les réseaux du câble ; les unes et les autres impliquées par l'édification des « autoroutes ».

Ces évolutions que nous évoquons brièvement sont de nature à modifier les rapports entre les acteurs de l'industrie des programmes : auteurs, producteurs et distributeurs, ainsi qu'à troubler, voire à fausser les rapports de concurrence. Elles devraient dès lors donner lieu à une réflexion préalable et, vraisemblablement, à l'adoption de règles et modèles.

4. La détention de catalogues de droits

La détention de catalogues de droits apparaissant de plus en plus comme la base de la puissance commerciale des distributeurs dans leurs rapports avec les diffuseurs terminaux du marché (salles, mais surtout chaînes diverses de télévision et éditeurs vidéo), on ne peut douter que les consortiums s'attacheront à acquérir pareils catalogues et à étendre sans cesse le nombre et le choix des titres de leurs portefeuilles.

Cette évolution est dans la nature des choses ou, plus exactement, elle correspond à la logique du marché. Toutefois, il convient de s'interroger de manière très attentive sur la situation qui sera corrélativement faite à l'auteur qui a conçu et réalisé l'œuvre, ainsi qu'au producteur (au producteur indépendant, dans la généralité des cas) qui a pris l'initiative de la mettre en chantier et qui en a assuré la construction financière et la production sur le terrain. Il faut considérer comme une exigence d'importance

capitale de sauvegarder leurs droits légitimes et, par là, leur fonction originale et vitale.

5. Le domaine des « producteurs indépendants »

La production audiovisuelle des pays d'Europe est, pour une large part, le fait d'une nébuleuse de producteurs indépendants, d'entreprises petites et moyennes, conduites moins souvent par des gestionnaires administratifs et financiers que par des opérateurs de terrain, personnages expérimentés, fréquemment sortis des équipes de réalisation ou liés à la vie du spectacle, entretenant des rapports personnels, parfois familiers avec les auteurs, les réalisateurs et leurs collaborateurs techniques. Cette réalité-là, qui est celle d'un rapport de proximité entre les personnages, d'un dialogue privilégié ou complice entre producteur et auteur, est aussi celle d'un « bouillon de culture », d'un lieu de génération spontanée des projets, d'un terreau fertile pour les initiatives créatives.

Le projet d'un réseau européen de distribution que nous proposons ici se garde de toute intrusion intempestive dans cet univers-là. Il serait hautement périlleux et dommageable que l'activité des consortiums puisse d'une manière ou l'autre réduire l'espace vital de ces producteurs indépendants, menacer leur libre initiative, leur mode d'existence ou, hypothèse plus grave, leur existence même.

Les *majors* américaines elles-mêmes ont préféré, pour l'essentiel, se cantonner dans le financement et la distribution, et laisser le champ libre aux producteurs indépendants, choisissant le plus souvent de traiter avec eux plutôt que de chercher à les réduire ou à les intégrer.

A maints égards, il est d'ailleurs permis de penser qu'une structure concentrée au plan de la distribution du produit (comme le serait le réseau européen de distribution) serait de nature à limiter fortement le risque de concentration dans le domaine de la production, à sauvegarder la structure relativement atomisée (ou moléculaire) des entreprises, ainsi que leur pratique largement artisanale (au sens le plus positif de ce terme).

6. De l'influence d'un réseau européen de distribution sur la nature des œuvres : le problème de la diversité culturelle

Chacun convient, et c'est là le point de vue de l'Union européenne elle-même, que le génie propre à l'Europe tient largement à sa diversité culturelle. Dans le domaine audiovisuel qui nous concerne, l'opinion dominante considère que la force d'authenticité des œuvres est liée à leur enracinement dans la singularité nationale ou régionale des « terroirs ».

En d'autres mots et tant que le brassage des individus et des peuples n'aura pas modifié cet état de choses, l'œuvre audiovisuelle européenne se définira d'abord comme une œuvre émanant de l'une ou l'autre communauté culturelle nationale ou régionale de l'Europe.

A la différence du système de la coproduction qui, dans le respect de la logique des traités, a trop souvent sacrifié à la pratique du pot-pourri culturel multinational, au point de s'exposer à la moquerie et au sarcasme (les « *europuddings* »), la mise en place d'un réseau européen de distribution ne peut avoir pour conséquence d'altérer

l'authenticité nationale ou régionale des œuvres, ni de compromettre si peu que ce soit les auteurs dans l'absurdité du « *melting-pot* ».

Il y a au contraire une totale compatibilité entre le caractère national des activités de création, le respect scrupuleux de la diversité culturelle des pays européens et le fonctionnement d'un réseau européen de distribution.

Il faut observer au passage que le recours à la formule d'un tel réseau européen de distribution rend obsolètes les autres schémas institutionnels à dimension communautaire que l'on voudrait tirer des concepts de « coproduction financière multilatérale » ou de « codistribution ».

Ajoutons, pour conclure, ceci : il n'est guère douteux que la croissance continue des échanges entre les pays de l'Union, l'augmentation de la circulation conjointe des personnes et des œuvres de l'esprit, singulièrement des œuvres audiovisuelles amènent un nombre croissant d'Européens non plus à considérer leur diversité culturelle comme une réalité qui leur serait extérieure, mais à la vivre comme une expérience existentielle, en soi génératrice de témoignages et d'œuvres. L'expérience commune rejoint alors celle des voyageurs du grand siècle, ainsi Voltaire ou Mozart.

7. A propos de la « conquête » des marchés extérieurs

Dans le même temps où nous considérons, dans la stupeur et la consternation, les effets dévastateurs de la submersion du marché européen par les produits audiovisuels américains, nous songeons déjà à créer l'instrument qui devrait nous permettre, à notre tour, de prendre pied sur le marché mondial. Et sous la plume des uns et des autres (y compris sous la mienne) apparaît, au-delà même de l'entreprise de se ré-appropriier le marché européen, le projet d'une « conquête » des marchés étrangers.

Ce terme de « conquête » est malencontreux et n'est pas sans introduire une contradiction dans notre propre démarche. Plutôt que de nous placer en situation d'être considérés à notre tour comme des prédateurs, tout au moins en puissance, ne faudrait-il pas dès à présent réfléchir à organiser, dans le domaine de la culture et de la circulation des œuvres de l'esprit, une collaboration multinationale ou internationale fondée sur l'échange plutôt que sur la conquête ?

Ce serait-là un grand projet pour l'Europe.

Août 1994.

NOTES

¹ Au départ de la situation actuelle caractérisée par un profond délabrement de l'industrie européenne de programmes audiovisuels

- anémie, voire état moribond de nombreuses productions cinématographiques nationales ;
- déficit chronique d'une activité de production incapable de s'amortir dans le cadre territorial national et, en même temps, faute de structures continentales de distribution, de prendre pied sur les marchés nationaux voisins ; vouée à dépendre de la subvention publique sans espoir de dépasser cet état structurel de nécessité ;

- augmentation continue, selon le processus cumulatif de la boule de neige, de la part de marché détenue par les produits de l'industrie audiovisuelle américaine, et cela jusqu'au terme logique de l'asphyxie de l'activité européenne de production audiovisuelle,

il est illusoire de penser que ces tendances puissent être inversées par le jeu spontané des mécanismes de marché.

Il convient tout au contraire de s'imprégner profondément de la conviction qu'une restauration des forces vitales de l'Europe, que la mise en place d'une industrie européenne de programmes ne peuvent être obtenues qu'au terme d'un processus de restructuration, prolongé dans le temps (avant que soit atteint le stade de l'autonomie et de la rentabilité marchande), piloté et financé par la puissance publique, au plan communautaire en ordre principal.

² On ne peut ouvrir ici le débat sur l'origine des ressources budgétaires d'un fonds communautaire de l'audiovisuel. Il semble assurément plus simple et expédient de les prélever sur le budget général de l'Union plutôt que de chercher à alimenter le fonds par des taxes levées, au plan communautaire ou au plan national, sur les flux économiques générés par les salles, les chaînes de télévision, les réseaux de câbles, les éditeurs vidéo et autres opérateurs de l'industrie audiovisuelle. Il semble préférable de laisser à chaque Etat national le soin de compenser comme bon lui semble la surcharge budgétaire liée à la majoration de sa contribution.

³ On peut concevoir qu'un réseau européen de distribution soit formé par une demi-douzaine de consortiums agréés — sur appel de candidatures — par le fonds communautaire.

La nature européenne de ces consortiums tiendrait à leur conformité aux critères classiques (lieu du siège social et des principales activités, origine et domicile des personnes, associés détenteurs du capital et administrateurs etc.), mais aussi à leur capacité de distribuer effectivement les produits audiovisuels sur l'ensemble des territoires de l'Union européenne et, plus encore, à l'origine européenne des produits audiovisuels faisant l'objet de leur activité de distribution.

Ces consortiums auraient vraisemblablement la forme soit d'une société européenne de distribution (le cas échéant, intégrant par fusion, absorption, etc. des entreprises multiples) ; soit d'une chaîne européenne de distribution, formée d'entreprises conservant leur personnalité juridique propre, segmentées nationalement et assemblées par un pacte contractuel.

Ces consortiums auraient obligatoirement une vocation multimedia, c'est-à-dire capacité et compétence pour distribuer toutes espèces de produits audiovisuels ; sur tous supports, présents ou à venir ; vers tous points ou réseaux de diffusion (salles de projection, éditeurs vidéo, réseaux du câble, chaîne de télévision, généralistes ou thématiques, à péage ou non, etc.).

Le cas échéant, on pourrait concevoir qu'ils puissent couvrir préférentiellement certains créneaux du répertoire, dès lors que cela favoriserait le pluralisme et la diversité culturelle.

⁴ Le système proposé vise à s'adapter à la mutation d'échelle que représente le passage des marchés nationaux au marché communautaire. Il rompt avec la pratique de la subvention nationale au produit. Il lui substitue une incitation communautaire à structurer et à mobiliser le marché européen, de manière à le rendre porteur, à assurer à terme la rentabilité marchande et l'autonomie financière de l'industrie européenne de programmes. Ce point de vue tend à consacrer le caractère transitoire (dans sa durée temporelle) du soutien public communautaire. A cet égard, il est conforme à la philosophie de l'Union en matière d'aide publique à l'industrie et à sa lecture des articles 92 et suivants du traité de Rome.

⁵ Les 24, 25 et 26 avril 1968, alors que Jean Rey assumait la présidence de la Commission, avec l'active collaboration de son chef de cabinet Raymond Rifflet et la participation des directions générales du Marché intérieur et de la Concurrence, s'est tenu à l'Institut de Sociologie de l'Université libre de Bruxelles un colloque réunissant, outre les représentants de la Communauté, les pouvoirs publics de tutelle de la cinématographie des six pays membres (et de la Grande-Bretagne), ainsi que les dirigeants des associations professionnelles de ces mêmes pays (production, distribution, exploitation et industries techniques).

Le rapport introductif que j'avais établi (« Contribution à une politique commune de la cinématographie dans le Marché commun », Institut de sociologie de l'Université libre de Bruxelles, 133 pages) énonçait déjà nombre des idées maîtresses qui continuent aujourd'hui encore de structurer le débat et mettait en évidence que la mutation d'échelle résultant du passage à un grand marché continental commandait :

- de transcender la fragmentation nationale des productions, des marchés et des politiques ; de considérer que l'objectif prioritaire devait dorénavant consister à mobiliser le marché européen au profit des films européens ;

- de considérer que le propos principal d'une politique commune devait dès lors consister à mettre en place un réseau européen de distribution, formé par une demi-douzaine de « chaînes européennes de distribution » ; d'articuler ce réseau à un fonds communautaire à installer simultanément ;
- de rompre corrélativement avec la logique des politiques nationales qui consistait à privilégier le produit et le secteur de la production pour leur substituer une politique communautaire qui privilégie dorénavant le marché de l'implantation d'une structure durable de la distribution (qui finance la production de manière médiate, au travers de la structure de distribution) ;
- de rompre dans le même temps avec la technique de la subvention à fonds perdus au produit (subvention vouée à entretenir l'état de nécessité qui l'a engendrée et qui résulte du déficit chronique et structurel de marchés nationaux relativement trop exigus) pour lui substituer un mécanisme de garantie impliquant triangulairement le fonds communautaire et le couple producteur/distributeur ;
- de concevoir et d'agencer le régime communautaire en sorte qu'il conduise l'industrie cinématographique européenne à un état d'autonomie et de rentabilité marchande tel qu'il autorise à terme sa propre suppression ;
- de concevoir le régime communautaire en sorte qu'il soit, tant par sa logique naturelle que sans son fonctionnement, compatible avec la diversité culturelle des pays européens, avec l'origine nationale des œuvres cinématographiques et l'exigence d'authenticité, avec la survivance du style artisanal de la production, avec la pérennité des grandes traditions du répertoire cinématographique européen ;
- de s'attacher à mettre le réseau européen de distribution en situation non seulement d'investir le marché communautaire, d'élargir sans cesse la part des films européens sur leur propre marché, mais encore de prendre progressivement pied sur les autres marchés mondiaux ; de se représenter qu'une telle perspective, si elle conduisait à mettre en cause le *leadership* américain (et spécialement la domination absolue du marché européen par les produits de l'industrie américaine), devait aussi permettre de développer une relation équilibrée et coopérative de *partnership* avec l'industrie américaine.

Le « Rapport de la cellule de réflexion sur la politique audiovisuelle de l'Union européenne » (Office des publications officielles des Communautés européennes, 1994, 94 pages), sous la plume de son président Antonio-Pedro Vasconcelos, fait longuement référence à ce colloque de 1968 et aux thèses que j'y présentais, qualifiées de « visionnaires » et de « prémonitoires ». La très haute qualité du rapport de A. P. Vasconcelos me rend d'autant plus sensible à l'honneur qu'il me fait, ainsi qu'à l'hommage qu'il rend à cette première tentative, vieille de plus de vingt-cinq ans, de définir une politique commune de la cinématographie à l'échelle de l'Europe.

⁶ Les divers investissements financiers faits par le distributeur (en l'occurrence, un consortium européen de distribution) ont cela en commun qu'avancés par celui-ci au producteur ou pour compte du producteur, ils sont les uns et les autres remboursables sur la recette du produit. Plus exactement sur une quotité précise de cette recette, définie par son origine, par un rang (fraction cédée de la recette définie par sa place dans l'ordre chronologique des encaissements), par un couloir (fraction cédée de la recette définie par un pourcentage), etc.

Dans la négociation entre le producteur et ses divers bailleurs de fonds concernant les quotités de recettes cédées aux uns et aux autres en gage du remboursement de leurs prêts respectifs, le distributeur a coutume de s'inscrire en premier rang de remboursement. Cette position privilégiée prise par le distributeur, dans le cas où il a consenti un à valoir substantiel au producteur, est de nature à contrarier la recherche par ce dernier de financements complémentaires.

On ne peut toutefois songer à limiter le gage du distributeur (par exemple en lui conservant un remboursement au premier franc — en premier rang —, mais en lui réduisant son couloir à un pourcentage inférieur à 100 %) sans augmenter corrélativement son risque. Un tel accroissement de risque ne peut être compensé que par une majoration, soit de la commission de distribution, soit, dans le cas qui nous occupe, de la garantie du fonds communautaire.

Il y a là un jeu de divers paramètres à géométrie variable, dont l'équation doit être négociée par les partenaires.

⁷ L'entreprise de distribution finance traditionnellement la production par à valoir (somme versée au producteur à titre d'avance récupérable sur la recette, pour autant du moins que la quotité cédée de la recette soit suffisante) mais aussi par minimum garanti (promesse de paiement à terme d'un montant déterminé au titre de la part du producteur dans la recette, le paiement de ce minimum étant garanti quelle que soit par ailleurs l'importance réelle de la recette).

Une différence essentielle entre l'à valoir et le minimum garanti est que cette dernière pratique place le producteur en situation de supporter la charge des intérêts. S'il veut disposer immédiatement du montant minimum garanti, il lui faut en effet escompter la promesse de paiement auprès d'un organisme bancaire et payer l'escompte courant jusqu'au terme fixé par le distributeur.

Que l'on place le distributeur dans l'obligation de devoir mobiliser des capitaux pour financer le paiement d'un à valoir au producteur, ou que l'on mette le producteur devant la nécessité de lever un crédit d'escompte pour capitaliser le minimum garanti du distributeur, on contraint l'un ou l'autre à faire appel, à défaut de ressources propres, au crédit bancaire. Il serait dès lors opportun d'organiser une concertation avec le secteur bancaire pour examiner dans quelles conditions on pourrait bénéficier de pareil crédit aux meilleurs taux.

⁸ Le « Rapport de la cellule de réflexion sur la politique audiovisuelle de l'Union européenne » (cité note 5) estime qu'un réseau européen pourrait comprendre trois à cinq consortiums de distribution. Il propose de les appeler à l'existence, mais aussi d'assurer leur fonctionnement au long des années par le moyen d'une dotation financière initiale, octroyée sous forme de prêts bonifiés remboursables à long terme (dix à quinze ans).

Si cette formule peut s'avérer judicieuse pour financer les frais de premier établissement ou constituer un fonds de roulement, elle me semble inadéquate pour financer sur le long terme l'activité des consortiums de distribution.

Tout en adhérant à l'analyse générale du remarquable rapport établi par la cellule de réflexion, je m'écarte de ses recommandations sur ce sujet précis, mais fondamental, tout en reconnaissant que le rapport ne s'explique pas clairement sur le sujet, ce qui devrait laisser ouverte la discussion. Je crois cependant comprendre qu'il s'agirait de doter les consortiums de moyens considérables tout en leur concédant la mission — et le pouvoir — de conduire de manière relativement autonome — pour ne pas dire discrétionnaire — l'activité de distribution des produits audiovisuels à l'échelle de l'Europe.

Ma conviction est que l'enjeu politique — financier, culturel et moral — est ici trop lourd, trop capital pour l'Europe — et son destin spirituel — pour qu'on puisse envisager de le traiter sous le régime de la concession à l'entreprise privée, et cela même dans l'hypothèse où une telle concession serait organisée par une charte de droit public.

Ma conviction est que, sur cette question fondamentale, l'Union européenne ne peut se dessaisir de ses prérogatives naturelles, spécialement du pouvoir de fixer les choix de sa politique audiovisuelle, et conséquemment de la faculté de contrôler la réalité de leur mise en œuvre, à l'intervention d'une instance qui suive cette mise en œuvre, au jour le jour, sur le terrain.

J'avance donc, sur ce sujet, une proposition alternative.

⁹ Le distributeur — qui stipule normalement une clause d'exclusivité — se trouve dans une position stratégique unique pour contrôler l'ensemble des flux de recettes générés par l'exploitation des films et autres produits audiovisuels et pour prélever au passage la quotité de recettes qui lui a été cédée en gage du remboursement de ses avances, voire pour assurer la répartition de ces recettes entre tous les ayants droit.

Les consortiums de distribution seraient en situation de tenir une comptabilité des recettes accessible à tous les ayants droit. Afin de faciliter l'identification de ces derniers, du montant de leurs créances, des privilèges qu'ils détiennent (rang, etc.) pour fixer l'ordre de leurs droits respectifs sur la recette du produit qu'ils ont contribué à financer, il se recommanderait de créer un registre public européen de l'audiovisuel qui consigne les conventions intervenues avec les divers ayants droit et puisse être consulté par tout tiers justifiant de son intérêt.

ANALYSES ET OPTIONS STRATEGIQUES POUR LE CINEMA EUROPEEN

Le cinéma européen n'existe pas. Des cinémas nationaux ont vécu jadis en Europe. Ils ont parfois coopéré grâce à des coproductions, mais n'ont jamais vraiment réussi à constituer un ensemble. Leur principal facteur d'unité reste la diversité. Atomisation, astructuration, crises existentielles, effondrements et incertaines renaissances participent à la construction d'un paysage kaléidoscopique qui suscite à la fois émerveillement et désespoir.

Le cinéma français est une des rares survivances de cet état du monde qui permettait aux composantes culturelles, artistiques et industrielles d'une identité nationale de trouver des raisons et les moyens d'exister. Le cinéma français a su garder une activité, entretenir des compétences, faire émerger des talents, et maintenir des positions telles qu'il continue à incarner la possibilité d'une posture alternative au renoncement.

Dans un univers qui s'est déstructuré, on trouve ici ou là en Europe, des cinéastes, des techniciens, des comédiens, des scénaristes, des studios, des outils de production diversifiés qui sont emportés par le tourbillon de la mondialisation dont la violence multiplie les destructions et incite aux compromis justifiés par les impératifs de survie.

Devant un tel constat, la tentation est grande de s'en remettre aux nouvelles versions du réalisme et de la *Realpolitik* qui se fondent sur les impératifs de marché et la loi d'airain de la compétitivité internationale. Dans une sorte d'acceptation tacite, de temps à autre distraits ou bercés par quelques discours sur la reconquête, l'Europe et les Etats-nations qui la composent sont emportés par des tendances apparemment inexorables qui se traduisent par la fausse évidence des séries statistiques.

Certes, des politiques industrielles nationales et communautaires sont conçues et tentent d'arrêter ce mouvement destructeur, d'en renverser le sens. La grande Europe, terre de haute culture, ne peut accepter d'abdiquer, de se rendre sans combattre sous la pression d'un marché qui aurait force de loi. Des budgets sont alloués à la grande cause industrialo-culturelle, des aides sont distribuées afin de soutenir et stimuler l'activité. Des réglementations, des quotas, sont définis afin de protéger le territoire européen soumis à un écrasant rapport de forces.

Pourtant, en dépit des actions engagées par les pouvoirs publics et les professionnels, la situation concurrentielle continue à se dégrader. Ces actions contribuent à limiter les dégâts, pour une période donnée, mais structurellement la position des industries cinématographiques européennes reste très vulnérable. Quelques très beaux succès isolés, qui ravivent l'espoir¹, ne parviennent pas à dissimuler les graves déchirures du tissu productif ni les rapports de domination.

Face à une telle situation, la référence aux gloires de jadis et les traditions mélancoliques ne permettent plus d'éviter que soient posées de radicales questions. Le cinéma

peut-il encore exister en Europe ? Si oui, sous quelles formes ? Avec quels moyens, quelles organisations, quelles stratégies ? Et tout ceci pour quel cinéma ?

1. Les cinémas européens face à la concurrence

L'intensification de la concurrence et le renouvellement de ses formes figurent parmi les caractéristiques majeures du système productif dans son ensemble. La filière cinématographique n'échappe pas à cette tendance profonde et durable. Elle semble même particulièrement marquée par son insertion dans une dynamique intersectorielle qui la dépasse largement, et par une mondialisation qui s'intensifie.

Les cinémas européens sont confrontés à la double concurrence des modes de production et des modes de diffusion. Une certaine forme de cinéma spectacle, qui correspond le plus souvent au modèle américain, a su conquérir une position dominante. Conjointement, le mode de diffusion télévisuel et audiovisuel renforce son empire.

Le cinéma européen est riche de son histoire et de sa diversité, mais il parvient de plus en plus difficilement à trouver son public. Une importante partie du public potentiel ne se déplace plus en salle que pour des superproductions, dont la plupart sont d'origine américaine. Pour les autres productions, le public est de plus en plus tenté d'attendre leur programmation à la télévision. Les cinémas nationaux européens sont devenus principalement télévisuels. Ils sont financés par leur télévision nationale et diffusés par elle ², alors que la présentation en salle est plus exceptionnelle, et exerce principalement une fonction de promotion et de labélisation.

L'évolution de la fréquentation cinématographique en Europe en fonction de la nationalité des films se caractérise par une augmentation régulière de la part des entrées des films américains, et une désaffectation pour les films européens, tout particulièrement depuis le début des années quatre-vingt. De plus, alors que l'exportation est un facteur important de rentabilisation des investissements sur des marchés élargis, les cinémas européens sont très mal placés dans ce domaine ³.

Aucune étude des cinémas européens ne peut se dispenser de faire référence au cinéma américain. Le puissant empire qu'il a su établir dans le monde occidental ne laisse en effet qu'une place relativement modeste aux cinémas européens ⁴. Il contrôle aux trois-quarts le marché de l'Union européenne et poursuit sa conquête. En Europe, le principal dénominateur commun est paradoxalement composé d'éléments du modèle américain. Le tableau, ci-dessous, montre l'état des rapports concurrentiels.

L'échange très inégal entre la CEE et les Etats-Unis en matière cinématographique et audiovisuelle peut se résumer en quelques chiffres. L'Europe a acheté aux Etats-Unis 3,6 milliards de dollars de programmes cinématographiques et audiovisuels en 1992. Réciproquement, elle a vendu aux Etats-Unis 288 millions de dollars soit 12 fois moins. 70 % des programmes cinématographiques et audiovisuels diffusés en Europe sont américains. La réciproque est inférieure à 1 %. 80 % des recettes des productions cinématographiques et télévisuelles réalisées en Europe le sont par des compagnies américaines. Seule la France défend une position moins défavorable avec un taux de 57 %.

Panorama international du cinéma

	USA	U. eur.	France	Italie	All.	R.-U.	Esp.	Japon
Longs métrages produits (y. c. coprod.)	210	486*	155	127	63	48	52	240
Nombre d'écrans distribués	413	2550	381	437	288	232	226	617
Ecrans	25105	17100	4402	3522	3630	1860	1807	1744
Spectateurs (en millions)	971	558	116	84	106	103	83	126
Population totale (en millions)	249	346	58	58	80	58	39	124
Fréquentation moyenne (par h.)	3,9	1,6	2,0	1,4	1,3	1,8	2,1	1,0
Nombre d'entrées par salle	38700	32600	26200	23700	29200	55300	46100	72000
Recettes guichet (en millions de francs)	27400	14300	3940	2250	3070	2520	1520	8200
Part du film national (en %)	98,7	17	35,1	24,3	9,5	3,6	9,3	45,1
Part du film américain (en %)	98,7	73	58,3	59	82,8	85,8	77,1	52,2

* Hors coproductions franco-européennes.

Source CNC (année 1992).

L'explication par les volumes, par les économies d'échelle et la rentabilisation sur un vaste marché est souvent avancée, à juste titre. Des effets cumulatifs industriels, commerciaux, culturels peuvent se développer sur ces fondements ⁵.

Sans accorder une importance excessive aux budgets, il apparaît clairement que le décalage des moyens financiers entre le cinéma américain et les cinémas européens est, toutes choses étant égales par ailleurs, défavorable à ceux-ci. De plus, les investissements en promotion et marketing représentent une part croissante des budgets globaux et participent au renforcement des positions américaines.

Dans la compétition internationale, les cinémas européens disposent de moyens relativement limités, ceux-ci devant être proportionnés au marché couvert. Confronté à un tel décalage de marché potentiel et de moyens mobilisables, sa créativité, son potentiel de renouvellement sont des atouts d'autant plus nécessaires.

2. Les configurations offensives du modèle hollywoodien

Le modèle hollywoodien continue à exercer une grande influence. Son succès et sa position dominante dans le monde en ont fait un objet référentiel. Lieu de pouvoir et de mythe, objet de désir et de crainte, il suscite, tantôt la fascination, tantôt le rejet, et souvent leur passionnelle combinaison. La qualité première du langage cinématographique hollywoodien est d'être directement compréhensible par un large public dans le monde entier. Le cinéma hollywoodien a su développer avec une excellence qu'il sait renouveler la formule du cinéma-spectacle, et s'appuyer sur la notoriété internationale de ses stars. Il rayonne par l'expression qu'il porte de l'ambition d'universalité des Etats-Unis, et offre au monde un modèle qui a montré sur de nombreux autres terrains sa réussite (industrielle, commerciale, financière, monétaire, militaire). Mais l'universalisme sommaire de ce modèle bute sur la résistance des cultures nationales et régionales. Hollywood est souvent dénoncé comme système dominant fondé sur le commercialisme et la vulgarité ⁶.

La redéfinition des activités cinématographiques au sein d'une industrie de l'« *entertainment* » suscite quelque effroi chez ceux qui pensent que le cinéma ne

peut se réduire à un art du divertissement. La domination du *cinéma-monde*, en étroite conjonction avec l'ensemble des médias, des actions publicitaires et des produits vendus, participe au nivellement des cultures. La puissance d'un tel mouvement ne doit pourtant pas conduire à une vision déterministe et linéaire des processus engagés. Si la mondialisation organise la convergence des goûts et des comportements, elle se heurte à des résistances et en génère de nouvelles. L'évaluation de leur portée reste très incertaine : elles peuvent être considérées comme contre-tendances mineures, émergences empreintes de folklorisme, ou comme vecteur de puissantes réaffirmations identitaires.

Pour se maintenir en position dominante, le cinéma hollywoodien pousse à son comble le modèle fordiste en investissant dans des formules de standardisation. Il marque ainsi la puissance de ce modèle, et rend plus évidentes encore ses contradictions et saturations. La dextérité technique dissimule de plus en plus mal la répétition et le suivisme du marché.

Pourtant, en dépit de ses finalités et de ses pratiques intensives, ce modèle de production manifeste, dans certaines réalisations, des talents et des capacités créatives significatifs. Même si la tendance est lourde, les films destinés à un large public ne sont pas nécessairement condamnés à recourir aux recettes ni à surenchérir dans la facilité. Le réalisateur qui, tout en la destinant à un grand public aspire à la qualité de son œuvre, se lance un défi particulièrement élevé. Mobilisant un volume de ressources généralement lourd, il augmente le poids de ses risques.

Les Etats-Unis disposent depuis longtemps de la première industrie mondiale de l'image qui façonne les rêves, les désirs et les normes de consommation. Ce pays continue à investir massivement dans ce secteur et n'entend pas que cet instrument impérial soit affecté dans sa prééminence ⁷. En matière de cinéma, comme de télévision, sa suprématie se renforce, dans une concentration qui semble inexorable et devient de ce fait de plus en plus largement acceptée, *de facto*.

Le cinéma américain a su déployer avec succès une stratégie de mondialisation. Cette stratégie est délicate à réaliser dans des activités culturelles, les particularismes nationaux constituant de résistants obstacles. Le modèle du cinéma-monde est fondé sur le film-monde, film événement universel destiné à tous les publics dans tous les pays, dans une approche mondialisée des marchés.

Cette stratégie s'appuie sur de solides bastions multinationaux. Les *majors* sont en effet présentes sur leurs principaux marchés grâce à des filiales de distribution. Elles participent de plus à un organisme commun d'exportation, la Motion Picture Exportation Association of America (MPEAA) dont la puissance d'intervention n'est plus à démontrer.

Dans les économies de marché, la distribution est un facteur essentiel de réussite, surtout lorsque la profusion des offres donne au client un pouvoir essentiel d'arbitrage. Le secteur cinématographique n'échappe pas à la règle et donne à la maîtrise de la distribution une position clé. La distribution est dans une position cruciale au sein de la filière. Les lancements de plus en plus coûteux nécessaires pour la percée d'un film pèsent lourdement sur les finances et les risques supportés par les distributeurs. Le film doit se rentabiliser en salle de plus en plus vite du fait de la rotation accélérée, et un optimum de programmation doit être trouvé.

La distribution cinématographique européenne est dominée par quelques grands groupes. Une dizaine d'intervenants dominant le marché. Dans ce petit groupe se distinguent quatre filiales de *majors* américaines. C'est dans ce domaine que la domination américaine est la plus nette et la plus décisive pour la maîtrise de l'ensemble de la filière.

L'offensive du modèle hollywoodien est fondée sur trois principaux facteurs : le film événement, la promotion et la projection grand spectacle. C'est d'abord sur le film que repose l'avantage concurrentiel. Il doit se distinguer par son caractère exceptionnel. Les thèmes, leur traitement, les effets spéciaux, le casting, l'importance des moyens mis en œuvre pour la production comme pour le lancement sont déterminants ⁸. L'intensité de l'effort promotionnel, dont le budget tend à dépasser de plus en plus fréquemment celui de la production, joue aussi un rôle majeur pour créer l'événement. Tous les médias convergent pour présenter le film, le mettre en avant, lui donner une position « *top of the mind* », en faire un « *must* », et susciter un intense désir de le voir en salle, lors de la sortie.

Conjointement, la formule du multiplexe qui se répand rapidement constitue un outil privilégié de valorisation du cinéma-monde. Importé des Etats-Unis en Europe via l'Allemagne et la Belgique ⁹, le multiplexe (ou mégaplexe) connaît un important développement. Complexe cinématographique de dix à vingt salles, généralement intégré à un centre commercial, il bénéficie de toutes ses infrastructures et synergies commerciales. Hall, forum, magasins, notamment de produits culturels, services, restaurants sont associés pour optimiser l'effet de chalandise et permettre de pratiquer le *cross-selling*. Nécessitant un investissement moyen de soixante-dix millions de francs, un multiplexe draine de cinq cent mille à un million de personnes par an. Il s'agit donc d'une formule qui requiert un montant élevé de capitaux, et qui ne peut être développée que par des groupes disposant d'une large surface financière ¹⁰.

La généralisation de la logique de supermarché et de centre commercial qui atteint les produits culturels suscite quelques réserves. Dans de tels espaces, le modèle cinématographique dominant est dans un contexte particulièrement favorable pour se renforcer. L'étude de la situation européenne confirme que le processus de modernisation des salles, très variable dans ses rythmes selon les pays, s'accompagne d'une concentration accrue de la programmation ¹¹.

Afin de réduire les contraintes liées aux spécificités du culturel, l'industrie cinématographique américaine investit lourdement dans les moyens d'une standardisation acceptée sur de vastes marchés. Le cinéma américain est parvenu à se placer comme seul capable de réaliser une stratégie de mondialisation. Grâce aux normes culturelles qu'il a su imposer et faire désirer, il n'est pas obligé de gommer ses spécificités nationales pour atteindre les marchés internationaux. Pour de nombreux films et programmes, elles constituent même des atouts prépondérants. En revanche, le cinéma européen semble plus enfermé dans ses particularismes régionaux. Il ne parvient que marginalement à s'exporter et seules des politiques engagées sur une longue période peuvent permettre d'infléchir cette lourde tendance.

3. Processus de globalisation et stratégies mondiales

Les activités cinématographiques sont intégrées au sein d'un système économique qui se caractérise par l'intensification des logiques de marché, de concurrence, de concentration, et une mondialisation qui se poursuit à un rythme soutenu. Dans cet espace structuré et évolutif, l'industrie hollywoodienne occupe une position centrale fondée sur le contrôle des marchés de masse et une rentabilisation à grande échelle. Face à ce pôle central et dominant, tous les autres cinémas occidentaux se voient assigner les rôles de « cinémas indépendants ». Ces derniers ont pour vocation résiduelle d'exploiter quelques « niches » qui ne sont pas attractives ni adaptées aux productions du cinéma-monde, et aussi de contribuer à l'émergence de concepts, de compétences et de talents dont une partie pourrait être réappropriée par le centre. Ces « cinémas indépendants » constituent des laboratoires de recherche, des pôles de création, des poissons-pilotes pour toute l'industrie cinématographique ¹².

Un important déséquilibre caractérise les rapports d'un centre à une périphérie qui investit dans de nouvelles formules sans pouvoir bénéficier d'une valorisation qui lui échappe majoritairement au profit du centre ¹³. Hollywood constitue une des structures les plus avancées du capitalisme mondialiste qui, grâce à un niveau élevé de professionnalisme, des moyens financiers, technologiques et commerciaux de premier plan, investit dans un productivisme spectaculaire qui se rentabilise au delà de l'espace cinématographique dans toutes les activités qui créent de la valeur par de la mise en image. Le reste du monde occidental se trouve *ipso facto* confronté à une problématique qui articule acceptation-soumission et engagement dans les voies de l'indépendance qui sont multiples et non exemptes d'ambiguïté.

Alors que les processus de mondialisation se poursuivent et s'intensifient, se pose avec une acuité croissante la question du degré de pertinence que garderait la référence aux espaces nationaux. Les capitaux circulent et s'accumulent dans le monde sans qu'il soit aisé d'en identifier l'origine. Les concepts, idées, scénarios se diffusent rapidement. Des films sont produits qui combinent des facteurs de production provenant de nombreuses origines nationales. L'examen de ce brassage pourrait amener à considérer que parmi les différentes variables qui permettent de qualifier un film, le déterminant national n'occupe qu'un rang secondaire. Sur un marché cinématographique dont la mondialisation s'étend et se renforce, la production et les films tendent aussi à se mondialiser. Ce processus n'est pas fondé sur une multiplicité de contributions nationales. Au contraire, il est déterminé par l'influence de pôles dominants, Hollywood servant de référence majeure à cette polarisation. La mondialisation se réalise au travers d'une structuration polarisée et hiérarchisée.

Selon la théorie de la globalisation, les économies modernes forment des systèmes interactifs dominés par un mouvement de généralisation des échanges de produits, de services, d'informations, de technologies, de capitaux. Les spécificités culturelles des marchés et les modes de consommation seraient en voie de dissolution au profit d'une circulation généralisée de marchandises universelles. Le concept de globalisation ne traduit pas un simple changement d'échelle ou élargissement des marchés, mais désigne la formation de nouvelles structures de marché et la mise au point de dispositifs organisationnels destinés à *concevoir, produire et vendre* qui se

superposent aux structures locales traditionnelles. Selon cette théorie, un modèle d'échange universel se constitue, détournant les marchandises de la circulation concrète sur les marchés locaux, et participant à l'élaboration d'un modèle abstrait de circulation : un *méta-marché* ¹⁴.

Ce qui est habituellement dénommé « économie mondiale » est loin de constituer un ensemble unifié. Elle est constituée par l'ensemble des activités économiques présentes dans le monde qui sont caractérisées par des dialectiques de standardisation-diversité, coordination-dissociation, structuration-déstructuration. Son rapport aux économies nationales est composé de relations asymétriques dans lesquelles la polarisation exercée par les ensembles socio-économiques dominants constitue le processus structurant essentiel. Ni l'économie mondiale, ni l'économie nationale ne constituent des totalités. Chacune est soumise aux deux logiques de reproduction conjointement à l'œuvre : celle de l'espace national dans ses particularités socio-économiques, et celle de la globalisation qui tend à transcender les spécificités des sous-ensembles qui constituent l'espace mondial.

Les économies nationales sont dissemblables dans leur rapport aux processus de mondialisation, selon la part active qu'elles occupent dans ceux-ci, et aussi selon la perméabilité plus ou moins grande qu'elles offrent aux mouvements de globalisation. Ces inégalités se traduisent par la structuration d'un système multinational-mondial hiérarchisé : multinational du fait de la persistance dans l'organisation socio-politiques des Etats-Nations, et mondial du fait de la dynamique de l'économie de marché et du capitalisme.

Si elle n'est pas régulée, la logique de marché conduit au renforcement de positions dominantes. Le libre échangisme devient alors la doctrine qui justifie et renforce les déséquilibres. Le dialogue des cultures permet, certes, d'enrichir les identités, mais l'acceptation de rapports de forces économiques inégaux est de nature à écraser des pôles d'expression et de création. L'évolution de plusieurs cinémas européens offre la désolante illustration de ce phénomène.

La prééminence toujours grandissante des logiques de marché et des impératifs de compétitivité induit d'importants risques pour l'activité économique, les équilibres sociaux et la création culturelle. Cette logique tend à laminier les solidarités et les cultures sous la standardisation productiviste. L'impact des effets de déstructuration est d'autant plus violent que les systèmes collectifs de régulations s'épuisent et parviennent difficilement à redéfinir leurs modalités d'intervention.

C'est pourquoi, même dans les pays réputés les plus libéraux, les politiques gouvernementales interviennent pour influencer sur les lois du marché et sur ses conséquences. De multiples formes de néo-libéralisme existent et ce sont les caractéristiques de celles-ci qui sont au cœur du débat.

4. Marchés, concurrences et politiques de soutien

Le concept de concurrence est placé au cœur de nombreux débats fondamentaux qui se nouent autour de l'organisation des sociétés occidentales, et plus particulièrement sur les principes qui sous-tendent leurs décisions économiques et politiques : place de l'hétérorégulation par rapport aux marchés, normalisation des rapports entre agents économiques, choix de coopérations inter-étatiques, constructions d'espaces pluri-nationaux, etc.

Aux Etats-Unis un grand débat sur la pertinence et l'opportunité des politiques industrielles s'est engagé depuis le début des années quatre-vingt-dix. Les évolutionnistes bostoniens (ou industrialistes) considèrent que les profondes mutations des marchés et du capitalisme au seuil du XXI^e siècle justifient la mise en place au niveau national d'une politique industrielle par objectifs visant la recherche d'avantages comparatifs, tout en plaidant en faveur de la constitution d'un ordre mondial de la concurrence.

L'école structuraliste et managériale de Harvard souligne le rôle déterminant des structures économiques qui favorisent les comportements anti-concurrentiels. Les économies d'échelle, les avantages absolus de coût, les méthodes de différenciation, etc., permettent d'ériger des barrières à l'entrée, et d'exclure à plus ou moins long terme des concurrents du marché. Ces contraintes subies par les entreprises concurrentes ne trouvent pas nécessairement leur origine dans un comportement délibérément anti-concurrentiel. Pour les entreprises dominantes et les pays dont elles sont originaires, il est aisé de justifier de telles évolutions par la « loi naturelle du marché », la théorie de la destruction créatrice et la sélection des entreprises les plus performantes pour le plus grand intérêt supposé des consommateurs ¹⁵.

A l'inverse, le point de vue des entreprises en difficulté et des pays qui voient leur tissu industriel se dégrader vient souligner le caractère déloyal de comportements d'exclusion fondés sur le renforcement cumulatif des positions dominantes ¹⁶.

Le cinéma français, principalement, et dans des convergences plus ou moins grandes quelques cinémas européens rejettent l'ordre commercial et financier international. Les industries culturelles invoquent les spécificités et enjeux nationaux de la culture pour récuser leur inclusion dans les marchandages planétaires, notamment ceux du GATT.

L'intervention d'instances étatiques est indispensable au développement et à la survie de cinémas nationaux confrontés à la mondialisation des marchés. Le principe étant affirmé, reste la question décisive des modalités de l'intervention. Les politiques nationales vis-à-vis du secteur cinématographique sont multiples, et peuvent se caractériser par leurs références aux options libérales et interventionnistes.

L'analyse libérale considère que la division internationale du travail s'établit sur base des avantages comparatifs qui se valorisent sur les marchés. Dès lors, comme c'est le cas dans de nombreux secteurs, quelques pays se spécialisent et acquièrent une position dominante. Ces thèses sont, à l'évidence, plus facilement défendues dans les pays disposant de ces positions.

Mais, pour les autres pays, qui sont nombreux, subir ces effets de dominance, notamment dans le domaine culturel, est difficilement acceptable. Des mesures de soutien apparaissent indispensables pour protéger une industrie naissante, qui n'a pas encore les moyens d'être compétitive, ou une industrie menacée par des rapports concurrentiels déséquilibrés.

Toutefois, le protectionnisme culturel n'est certainement pas une solution praticable à long terme. La théorie de l'industrie naissante peut apporter d'utiles contributions au débat, mais pour faire face à la concurrence le repli frileux n'est pas une piste prometteuse. Les cinémas nationaux risquent de subir les effets pervers des

réglementations et des aides. La protection dont ils bénéficient peut en effet entretenir des comportements de dépendance, de moindre confrontation directe au marché, et de fragilisation. La création a besoin pour s'épanouir de la rencontre de l'étranger comme de la confrontation à celui-ci. L'internationalisation des échanges culturels est une exceptionnelle opportunité d'ouverture, et de rupture avec les particularismes et idiotismes nationaux artificiellement entretenus.

Le rayonnement d'une culture dépend principalement de la qualité et de la portée des œuvres qu'elle réalise et propose. Dans la perspective de publics internationaux le caractère d'universalité est un facteur déterminant. L'œuvre est-elle strictement centrée sur des préoccupations locales ou peut-elle se situer dans une plus large perspective ?

Le cinéma français est protégé. Depuis plusieurs décennies, il bénéficie de politiques de soutien. L'abandon du cinéma au destin qui résulterait du jeu « naturel » des marchés n'a pas été accepté. Par voies de négociations et de règlements, les relations entre le cinéma et les nouveaux médias sont organisées afin de préserver les intérêts respectifs et mutuels.

La politique des pouvoirs publics en faveur du cinéma et de l'audiovisuel est inspirée par des motifs économiques et culturels. Il s'agit à la fois d'assurer la survie et le développement d'un secteur d'activité, et de préserver l'identité culturelle nationale. La France dispose en effet d'importantes dotations factorielles, en compétences, métiers, traditions, présence sur ces marchés qui amènent à considérer le cinéma comme un secteur prioritaire de développement, justifiant ainsi la politique industrielle et les soutiens publics.

La politique industrielle a pour mission de soutenir une activité multiforme, et nécessite des mesures diversifiées et adaptées. Elle vise simultanément plusieurs objectifs et doit préserver le système de ses dérives. Promouvoir des entreprises compétitives sur le plan international sans laisser se développer des positions de monopole et de domination abusive. Favoriser le pluralisme et la diversité sans émietter les structures. Faire preuve de réalisme économique, tout en respectant les espaces de liberté nécessaires à l'épanouissement de l'artistique. L'équilibre est difficile à trouver.

Ce système présente des risques qu'il importe de ne pas méconnaître. Comme dans bien d'autres professions qui s'inscrivent dans une économie administrée, la mise en avant de sous-secteurs et d'entreprises en difficulté a pour finalité l'obtention d'aides et d'avantages supplémentaires. L'Etat-Providence se substitue au client final — le public — et c'est sa reconnaissance qui devient principalement recherchée. Il n'est pas inutile de poser la question du montant optimum des aides, des clés de répartition, et de l'efficacité de ces transferts. Leurs objectifs et l'articulation de ceux-ci ne sont pas toujours explicités. Le système de valeurs, les intérêts et les objectifs des différents partenaires de la filière étant loin d'être toujours convergents, une politique industrielle qui tente de les concilier, fait à la fois œuvre utile d'harmonisation professionnelle, mais court le danger de la dispersion.

Mis en perspective avec l'ensemble de l'industrie, le cinéma apparaît comme une pratique semi-industrielle fondée sur un artisanat d'art, qui mobilise en définitive

un volume limité de facteurs de production. Il a une grande importance symbolique et culturelle mais se réduit économiquement à un micro-secteur. Le spectacle cinématographique en salle représente en effet moins d'un pour mille des dépenses de consommation de ménages.

Beaucoup d'images, de sons, de signes, de symboles, de mythes, d'influence culturelle pour un coût qui reste globalement très modéré. Cette productivité culturelle se rentabilise largement par les activités induites qui en découlent du concept original : *merchandising*, audiovisuel, et diverses formes de consommation qui peuvent prendre appui sur les différentes modalités de valorisation induites par le cinéma.

Ce faible coût, relativement à l'importance des enjeux culturels et économiques induits, fait de l'activité cinématographique un espace d'investissement très rentable, dès lors que l'on ne se limite pas aux analyses locales et de court terme. En effet, sur une longue période, et en incorporant les effets économiques, sociaux et culturels induits, l'investissement cinématographique se caractérise par un coefficient multiplicateur très élevé. Cette caractéristique devrait en faire une allocation prioritaire en Europe, bénéficiant d'une grande attention des pouvoirs publics. La France est de loin la plus avancée dans cet engagement, alors que ses partenaires européens sont traditionnellement moins actifs, et sont même amenés à succomber aux sirènes du libre échange dans le cadre du vaste troc à l'échelle mondiale. Avec une aide au cinéma de plus de cent fois inférieure aux aides à l'agriculture, le budget communautaire effectue des arbitrages qui démontrent le décalage entre les discours et les politiques effectivement engagées.

5. Perspectives stratégiques pour les cinémas européens

L'Europe est un espace de la diversité. Le pluriel est son principal atout, et aussi sa principale fragilité face à l'empire de l'uniformisation. La crise du cinéma européen est représentative des faiblesses de la construction européenne : des talents divers, pluriels, isolés qui parviennent difficilement à converger pour construire une offre compétitive. Le cinéma européen est morcelé. De brillantes productions émergent ici ou là qui permettent de rêver d'une renaissance du cinéma italien, britannique, espagnol, etc. Mais quelques remarquables exceptions ne permettent pas de contrecarrer la tendance générale à l'émiettement. A l'exclusion du cinéma français, les industries cinématographiques nationales sont exsangues : ne subsistent que quelques cinéastes européens. Certains qui naviguent habilement parmi les courants du cinéma-monde ¹⁷ ; d'autres détournés de leur ouvrage qui restent confinés dans leurs retraites. Cette dégradation est en soi une cruelle perte de potentiel de création, et contribue aussi à fragiliser les cinémas européens qui ont besoin de partenaires pour élargir la base de leurs ressources et de leurs débouchés ¹⁸.

En Europe, les frontières et les langues fragmentent le marché potentiel en enclaves, ce qui constitue un grand désavantage en matière d'économies d'échelle. Le principal dénominateur commun des pays européens est constitué par la culture, les produits et les entreprises américaines. Pour distribuer un film, seules quelques firmes américaines disposent du réseau suffisant. Les entreprises européennes d'une telle envergure font défaut. Pour faire face à l'industrie américaine, les cinémas des pays européens ont besoin de pouvoir s'appuyer sur de puissantes structures de distribution internationales.

L'incapacité du cinéma européen à mettre en place une stratégie de mondialisation résulte de ses caractéristiques propres : sa diversité et son enracinement dans chaque réalité sociale nationale. Il est d'abord un cinéma d'auteur marqué par une large palette de sensibilités artistiques. Or, c'est cette conception du cinéma qui subit la concurrence la plus vive exercée par le modèle standardisé-mondialisé.

Un premier axe de réplique stratégique peut être constitué par l'investissement dans des super-coproductions-événements européennes. Quelques tentatives soulignent les risques de tomber dans l'*euro-pudding* et une certaine fadeur. Dans ce cas, le film n'a plus les qualités d'un film d'auteur européen et il n'a pas non plus toutes celles qui font la réussite du cinéma américain : il reste dans un entre-deux qui marque la faiblesse de son positionnement ¹⁹.

Le deuxième axe consiste en la réaffirmation des identités et spécificités des cinémas nationaux qui peuvent offrir au public cet « autre chose » dont le désir n'a pas été totalement éradiqué par l'acculturation aux standards dominants. La conquête du marché par des produits indifférenciés et homogénéisés génère en effet un rejet de la part de spectateurs qui ne parviennent pas à s'y reconnaître.

Pour les cinémas européens, la différence d'échelle avec le cinéma américain en matière de marché couvert et de moyens financiers mobilisés est telle qu'un rapport économique de domination s'est installé et renforcé ²⁰. Les résultats des négociations du GATT ne doivent pas faire perdre de vue qu'une sévère compétition aux enjeux très lourds se poursuit. Le maintien du système de défense permet d'éviter de brutales dégradations mais reste insuffisant si une véritable stratégie offensive des industries de l'image n'est pas engagée.

Pour contrer l'avancée des grandes multinationales américaines, le développement du potentiel des industries européennes de l'image et du son est un impératif. Sauf à se contenter de la défense de particularismes les cinémas européens ont besoin pour exister et s'épanouir de s'appuyer sur des groupes aptes à affronter la compétition internationale.

La situation du marché caractérisée par un rétrécissement des débouchés en salle et l'importance des capitaux nécessaires entraîne une spirale de concentration. Les restructurations renforcent le poids des grandes entreprises et pèsent lourdement sur les petites. Dans un tel contexte, les entreprises nouvelles parviennent difficilement à émerger, à trouver une place sur le marché, à affirmer une force de proposition. Grâce à des capacités productives adaptées, elles sont pourtant particulièrement aptes à répondre à la variété croissante des produits et des activités, en prenant en compte de manière plus pertinente les évolutions des besoins. Ainsi, elles concourent au bon fonctionnement et au renouvellement des activités, et jouent un rôle essentiel dans la découverte et le lancement d'idées, de procédés et de talents nouveaux.

L'émergence des petites entreprises indépendantes est affectée d'un taux de mortalité élevé. Elles prennent en effet en charge une grande part des risques liés aux nouvelles formules. Celles qui dépassent ce stade de décollage sont pour la plupart captées à des degrés divers par la gravitation des grands groupes. Le qualificatif « indépendant » exprime alors davantage une aspiration et une culture qu'une réa-

lité inscrite dans les rapports économiques.

La vitalité et la force d'un secteur dépendent de la qualité mais aussi du nombre d'entreprises qui constituent le tissu productif. Le foisonnement favorise la diversité et l'innovation. C'est pourquoi la défense d'un cinéma fécond et pluraliste, le maintien et la promotion d'un tissu dense d'entreprises indépendantes est une priorité, ce qui suppose la définition et le respect du droit de la concurrence ²¹. Puisant dans ce vivier, ce sont les grandes entreprises qui, disposant de potentiels financiers, productifs et commerciaux importants, en assurent la valorisation sur une large échelle. Elles organisent la standardisation et la généralisation des produits et des processus.

Du fait de la concentration, l'initiative tend à devenir très improbable en dehors de la tutelle des groupes dominants, alors que ces derniers ne parviennent pas, à eux seuls, à entretenir et renouveler la singularité et l'originalité indispensables à la vitalité et au renouvellement de la filière. La diversité et le pluralisme sont une des conditions essentielles de l'équilibre et de la dynamique de toute la filière. Le développement du cinéma en Europe est conditionné par l'existence d'un tissu structuré d'entreprises de production, de distribution et d'exploitation indépendantes. Conjointement, la filière a besoin de sociétés puissantes, aptes à promouvoir la compétitivité globale des cinémas européens, tout particulièrement pour les activités de distribution. L'avenir du cinéma européen dépend de la qualité de l'articulation de ces logiques de diversité et de masse critique.

Sans rayonnement international, les cinémas européens se replient sur eux-mêmes. Les politiques de coproductions européennes et de promotion à la diffusion des œuvres à l'international sont donc une de leurs priorités. Les marchés de l'Europe occidentale, des Amériques et du Pacifique représentent un potentiel commercial de premier plan qui justifie d'importants investissements. Les autres marchés, tels que ceux de l'Europe orientale, qui sont moins solvables appellent des politiques spécifiques qui relèvent du mécénat et de l'investissement à long terme.

6. Structuration et compétitivité de l'industrie européenne

Globalement, la filière cinématographique européenne et les entreprises qui la composent se caractérisent par une fragilité structurelle. Grâce à l'important accroissement de ressources financières provenant des chaînes de télévision depuis le milieu des années quatre-vingt, la production cinématographique s'est globalement trouvée dans une situation plus favorable, et aussi plus dépendante. Avec la baisse d'audience télévisuelle des films nationaux européens du début des années quatre-vingt-dix, c'est cette manne qui se trouve aussi remise en cause ²².

Face à la domination de l'oligopole cinématographique américain, la structuration d'une industrie européenne, qui reste fragile et très atomisée, est une priorité. Il s'agirait, par la constitution de firmes de plus grand poids économique, ou la constitution de réseaux d'entreprises, d'accroître la compétitivité globale du tissu industriel européen. Un nombre plus élevé de films européens pourraient être sur les écrans grâce à une meilleure maîtrise de la distribution et une participation accrue de celle-ci à leur financement.

Afin de contrecarrer la domination des *majors* américaines, le projet de constituer une *major* européenne alimente régulièrement les débats. Selon le promoteur de

cette thèse, une telle structure serait la plus apte à résister à la poursuite de leur avancée, et de mener une contre-offensive.

Avant d'envisager sa faisabilité et ses diverses modalités, sans doute est-il nécessaire de s'interroger sur ses finalités. Si un tel projet se concrétisait, quel impact aurait-il sur la nature du cinéma européen ? Est-il de son intérêt de voir se développer une *major*, européenne par ses origines et ses marchés de base, qui tendrait à mener des politiques similaires à celles de ses homologues d'outre-Atlantique ? Ne deviendrait-elle pas nécessairement, quels que soient les principes énoncés, par ses structures, sa position stratégique et ses impératifs gestionnaires, une *major* « américaine » ? Pour éviter une telle dérive, il serait nécessaire d'assigner à cette entreprise des finalités et des objectifs autres que ceux qui résultent habituellement des logiques de marché, ce qui est difficilement envisageable dans l'actuel cadre européen. Une autre modalité consisterait à mener des politiques industrielles communautaires qui influeraient sur les stratégies de la nouvelle *major*. Quel serait leur influence réelle, alors que toute entreprise cherche d'abord à s'en affranchir ?

En ce qui concerne la faisabilité, la constitution d'une *major* par croissance interne de firmes cinématographiques existantes est peu réaliste en raison de l'insuffisance de surface financière et d'un déficit de masse critique. L'appui d'un groupe diversifié rend le projet plus réalisable. Chargeurs est un des quelques groupes européens qui manifeste des ambitions de distribution pan-européenne. Toutefois, l'analyse du fonctionnement du groupe fait apparaître que les sociétés qui le composent (Pathé, AMLF, Renn, Guild, Tobis, etc.) restent très indépendantes, et ne s'intègrent que faiblement dans une stratégie d'ensemble ²³.

Une autre piste consiste dans la construction d'une *major* européenne à partir de stratégies d'intégration que pourraient développer des groupes télévisuels, audiovisuels et de communication, pouvant être diversifiés dans d'autres secteurs d'activité. Au sein du tissu industriel français, Canal +, Havas, la Générale des Eaux, la Lyonnaise des Eaux, Matra-Hachette, le groupe Bouygues (TF1, Ciby 2000), notamment, disposent des capitaux et de l'expérience nécessaires. Une telle option correspond à la constitution d'une filière cinématographique-audiovisuelle française puissante, économiquement justifiée par les atouts concurrentiels dont disposeraient les entités construites selon ce schéma. Elle présente les avantages d'un schéma industriel cohérent et performant, mais comporte une logique de prise de position stratégique qui est de nature à induire un affaiblissement des possibilités de coopération européenne dès lors que les partenaires y perçoivent la consécration et le renforcement d'un système dominant. Cette piste est affectée par les risques encourus par l'intégrité du modèle de création cinématographique qui pourrait se trouver assujéti aux finalités et logiques de rentabilité du modèle audiovisuel. Quant aux stratégies d'alliance avec d'autres groupes européens de communication, on reste dans l'euphémisme en supposant qu'elles ne permettraient pas de réduire ces risques, en particulier si l'on évoque le cas Fininvest (Berlusconi).

Dans l'espace français, avec le cadre législatif et réglementaire qui est encore en vigueur, les pouvoirs publics sont en mesure de définir des règles du jeu destinées à préserver les grands équilibres, et d'en garantir le respect. A l'échelle européenne, rien n'est moins sûr. Dans bien des cas, l'institution communautaire tend à dessaisir

les Etats-nations de leurs prérogatives au nom d'une régulation supranationale qui se révèle n'être *in fine* que le masque de l'abandon à l'idéologie du *laisser-faire* qui se formule en « respect des lois du marché » alors qu'elle signifie acceptation des lois de la domination.

Une formule alternative à la *major* intégrée peut être conçue par la fédération de petites entreprises travaillant en réseau. Plus adaptées aux spécificités européennes, plus économes en ressources, « l'entreprise-réseau » peut s'avérer plus performante dès lors qu'elle s'appuie sur des stratégies de coopération maîtrisées ²⁴.

Malheureusement, conformément à un schéma souvent observé dans l'industrie européenne (électronique grand public, informatique, par exemple), les firmes parviennent difficilement à coopérer entre elles, et sont tentées par des stratégies de coopération avec des entreprises américaines ou japonaises. C'est l'option qui a été retenue par Gaumont alliée avec Buena Vista (qui a distribué *Les Visiteurs* et *Léon* dans plusieurs pays européens), tout comme UGC avec la Fox. Le développement de cette orientation stratégique vient confirmer que les firmes multinationales américaines constituent le principal vecteur de l'eupéanisation. Cette orientation tend à se renforcer par effet mimétique, tout accroissement de compétitivité d'un groupe stimulant la recherche de parité de ses concurrents.

Pourtant, la « nouvelle entreprise réseau » apparaît comme un modèle particulièrement bien adapté aux spécificités européennes. Elle se définit à partir du dépassement des catégories classiques de la grande et de la petite entreprise. Le système réseau relie des entités autonomes aptes à générer des stratégies adaptées, et à établir des connexions efficaces. Un centre apporte la cohérence stratégique et définit les règles de connexion entre les entités. Ce modèle se fonde sur trois atouts fondamentaux : les économies de relation obtenues par des partenariats externes et internalisés ; la différenciation compétitive par le partage des valeurs, essentiel dans un univers caractérisé par la qualité nécessaire des interconnexions entre partenaires ; le micro-marketing correspondant à une offre globale pouvant s'adapter à un *design* socio-culturel plutôt qu'à un simple besoin économique.

Dans leurs activités menées dans divers pays, les entreprises peuvent s'approprier des avantages stratégiques par un fonctionnement en réseau. Les outils modernes de gestion et de communication fondés sur une application étendue des technologies de l'information, combinées à des pratiques managériales adaptées permettent aux entreprises de fonctionner avec une bien plus grande flexibilité ²⁵.

La société Polygram offre une remarquable illustration de cette organisation industrielle originale. Portée par l'exceptionnelle réussite du film *Quatre Mariages et un Enterrement*, cette filiale à 75 % de Philips qui réalise en 1994 un chiffre d'affaires de 3,3 milliards de francs, trois fois supérieur à celui de Gaumont, est devenue en quelques années l'entreprise européenne la plus apte à se mesurer aux *majors* américaines. Polygram a réussi à construire une structure de production et de distribution mondiale grâce à l'acquisition d'une série de petites sociétés indépendantes ²⁶. Sur la base de cette structure et du développement d'un savoir-faire, elle s'est engagée dans la production de quelques films à gros budget et la constitution d'un catalogue valorisable auprès des chaînes de télévision et par la vidéo. Partant d'un métier de base qui est l'édition musicale, Polygram s'est diversifiée dans l'industrie

cinématographique en raison du fort taux de croissance de celle-ci et des synergies potentielles entre ces deux activités. La société a choisi de garder pour les activités cinématographiques les structures, l'organisation et la stratégie qui ont fait sa réussite : structures légères, multiculturelles, décentralisées, et politiques de label.

En effet, à la différence des *majors* américaines qui exportent et valorisent leurs produits dans le monde entier selon une logique commerciale homogène, les films européens ne permettent pas de systématiser leurs modes de diffusion. Au contraire, ce sont des indépendants, très proches de leurs marchés qui sont les plus aptes à concevoir les formules de production et de distribution appropriées. L'organisation en réseau fondée sur des indépendants permet de réaliser un travail spécifique sur chaque film sans tomber dans le travers de processus sérialisés, tout en disposant des budgets nécessaires à des productions pouvant espérer atteindre un potentiel européen, et à des lancements que seuls des groupes puissants et internationaux peuvent effectuer.

7. Conclusion

L'Europe apparaît comme une terre d'héritage, d'échanges et de division. Les cultures européennes ont puisé à des sources communes, ont bénéficié d'influences réciproques, et n'ont pourtant cessé de souligner leurs distinctions, les divergences de vision du monde et les combats d'idées se mêlant aux rivalités entre nations. L'affirmation d'une différence qui sache exister sans se fonder sur l'antagonisme est la grande ambition européenne, dont l'échec renforcerait le rôle de chevalier blanc que s'attribue la culture mondialiste d'inspiration américaine.

Alors que l'unification technique, la standardisation des produits et la globalisation économique gagnent du terrain, les menaces qu'elles représentent pour toute identité exacerbent l'inquiétude de la perte d'existence, de la dissolution au sein d'un vaste ensemble dans lequel les individus et les groupes se trouveraient étrangers.

Ecartelée entre universalisation et identité, chaque culture est un enjeu et un terrain pour des luttes multiformes, explicites ou travesties. Les réactions identitaires se reformulent sans cesse pour réaffirmer une différence menacée, dans des postures défensives dont l'efficacité est incertaine. Replis nostalgiques, provincialismes, combats d'arrière-garde, ou chances pour une renaissance ? La dialectique permanente de l'universalité et des sursauts identitaires montre combien sont illusoire les représentations d'une culture planétaire, tout comme les aspirations à une intégrité locale fondée sur l'immobilisme.

Il est courant de considérer que l'Europe vit un long déclin, et de multiplier les propos nostalgiques qui évoquent les âges d'or du berceau de la modernité occidentale. Le thème de la décadence alimente une des obsessions les mieux partagées des sociétés, quelles que soient leurs situations réelles. Les illusions du narcissisme historique sont tenaces et viennent prendre appui sur des analyses affectées par l'économisme et le réductionnisme quantitatif. Parts de marché et taux d'audience sont des indicateurs certes importants, mais qui restent frustes et partiels. Le pessimisme ambiant complaisamment entretenu est un des effets de l'offensive idéologique destinée à faciliter le déploiement des stratégies de conquête du système dominant.

Le renforcement des logiques de concentration constitue une des principales tendances de la filière cinématographique. Concentration du capital, des pouvoirs de décision et de l'audience sur quelques films qui accompagne l'intensification des processus de division internationale du travail (DIT), et qui consacre quelques pôles productifs dominants au détriment de formules alternatives. La manifestation de ces tendances dans les industries culturelles a de lourdes conséquences dès lors qu'elle implique une réduction de diversité, de possibilité de création et d'expression.

L'examen des rapports de force mesurés quantitativement par les résultats commerciaux et financiers est à la fois nécessaire et dangereux. L'analyse stratégique requiert de s'appuyer sur une analyse lucide des rapports concurrentiels, mais ces analyses ne doivent pas constituer de nouveaux arguments pour les diverses formes de soumission et de renoncement. L'avenir du cinéma européen repose sur sa capacité à s'affirmer sur la base de critères de valorisation autres que la rentabilité marchande immédiate, sans pour autant verser dans le repli intégriste, ni la méconnaissance de la dynamique spectatorielle.

Pour les cinémas européens confrontés à une double crise identitaire et industrielle, deux orientations stratégiques principales se dessinent. L'une, dominante par le poids économique qu'elle représente, s'appuie sur le développement et l'optimisation de la coopération avec le pôle télé-vidéo. Cette orientation stratégique se justifie par le grand affaiblissement de la plupart des cinémas nationaux, l'assèchement des circuits financiers qui trouvaient jadis leur source dans l'exploitation en salles, et le refus d'accepter que les spectateurs ne puisse plus rencontrer de réalisations nationales. Elle suppose de dépasser l'antagonisme traditionnel cinéma-télévision qui est pourtant légitime lorsque celle-ci a participé à la mise à mort de celui-là (voir le cas italien). Des pactes de coopération peuvent être établis à condition qu'ils respectent les principes d'intégrité de l'œuvre cinématographique, et qu'ils soient soutenus et garantis par la puissance publique ²⁷.

L'autre orientation tente de reconquérir une place sur les écrans par le biais du modèle cinéma-monde à dominante spectaculaire ²⁸. Les deux voies portent atteinte à ce qui caractérise essentiellement le cinéma et la culture européens en ce qu'ils se définissent d'abord par la diversité ²⁹.

Afin de défendre une intégrité, de garantir des capacités de création et de proposition, une autre piste est à l'évidence nécessaire. Elle ne peut se réduire à l'application de recettes codifiées par le parti de la nostalgie. Réalisme et innovation sont à la fois indispensables à la viabilité de cette perspective.

Pour se redéployer, les cinémas européens ont besoin de s'appuyer sur deux logiques complémentaires. La première est fondée sur une recherche de compétitivité résultant de la constitution d'un tissu industriel structuré et performant. Elle nécessite la constitution de groupes cinématographiques et audiovisuels puissants disposant des atouts et de la masse critique nécessaires à la réussite sur ses propres marchés et à l'exportation. Elle doit aussi pouvoir s'appuyer sur un réseau dense de petites entreprises flexibles et dynamiques. La fédération de petites entreprises travaillant en réseau peut se révéler très pertinente en dépit d'une plus grande exigence en matière de management interculturel. Cette stratégie présente le risque de

voir les impératifs commerciaux et financiers supplanter les autres critères de valorisation, et suppose que la qualité prenne une place essentielle dans les choix et les réalisations. Elle comporte aussi le danger d'abus de position dominante, ce qui souligne l'importance du rôle de régulation des pouvoirs publics nationaux et communautaires.

La seconde logique, essentielle à l'art cinématographique, accorde une position centrale à la création, et se fonde sur la stimulation et la valorisation d'un cinéma différent, pluriel, novateur.

Ces deux logiques sont profondément différentes, voire antagonistes. Pourtant, elles ont vocation à se dynamiser mutuellement. La recherche de compétitivité serait à courte vue, et finalement vaine, si elle n'intégrait pas les impératifs de renouvellement, notamment par des modes de production indépendants. Quant aux indépendants, ils ne peuvent avoir d'existence significative dans un espace industriel désertifié. Ils ont aussi besoin du support économique que peuvent apporter les systèmes orientés vers la compétitivité. Ces stratégies mixtes présentent d'indéniables ambiguïtés et risques qu'il importe de ne pas méconnaître. Elles constituent pourtant des formulations qu'il faut savoir concevoir et gérer afin de créer les conditions d'une revitalisation des cinémas européens.

NOTES

¹ Le film *Quatre mariages et un enterrement*, réalisé par Mike Newell, est un des grands succès de l'année 1994. Avec plus de deux cents millions de dollars de recettes dans le monde pour un budget de quatre millions et demi de dollars, il apporte une grande source de rentabilité à Polygram producteur du film. Notons que quelques cas de *success stories* sont fréquemment cités ; souvent les mêmes parce qu'ils sont peu nombreux. Ces cas d'espèce ne sont évidemment pas représentatifs de l'état des cinémas nationaux qu'ils sont censés représenter. Bien au contraire, ils ne parviennent pas à faire oublier, voire soulignent, la désertification qui les environne.

² Voir le cas britannique, très précocement représentatif de cette tendance, Channel Four, notamment.

³ Par exemple, les films français n'occupent qu'une modeste position dans les pays qui constituent leurs principaux marchés extérieurs : en 1993, environ 4 % des recettes en Italie, 4 % en Espagne, 3 % en Allemagne. Ils représentent moins de 1 % du marché américain, celui-ci n'offrant qu'une place minimale aux films étrangers. Le premier facteur limitant l'entrée des films français aux Etats-Unis est constitué par les différences linguistiques et culturelles. Le public américain, à l'exclusion de la petite communauté cinéophile, est très réticent aux sous-titrages. En outre, le doublage est mal accepté, d'autant plus que celui-ci est généralement de qualité médiocre. Ces obstacles, la faible ouverture à des cultures différentes et le contrôle par le puissant cinéma américain de son propre marché expliquent une situation qui évolue peu malgré les efforts déployés. Les offensives exportatrices, les choix des films à promouvoir, les efforts en matière de qualité du doublage se conjuguent dans une mobilisation sans doute utile mais qui nécessite de la durée pour porter ses fruits.

Les revers du cinéma européen qui s'expriment par des pertes de part de marché conduisent aisément à des critiques globales dont la pertinence est modérée tant il se caractérise par une grande diversité et de réelles capacités de renouvellement. Les commentaires et critiques sont toutefois, malgré leurs limites, stimulants dès lors qu'ils permettent d'interroger les pratiques et de susciter de nouvelles orientations.

⁴ En 1993, les cent films qui ont obtenu les meilleurs résultats dans le monde ont totalisé une recette d'environ huit milliards de dollars. Quatre-vingt-huit d'entre eux sont américains, dont les vingt-six premiers. Et six seulement n'ont pas été tournés en langue anglaise.

⁵ La position dominante de l'économie américaine dans le monde s'est aussi bâtie grâce la qualité de ses ressources, au rang desquelles il convient de souligner les aptitudes entrepreneuriales et une

socioculture favorable qui leur sert de terreau. Aux Etats-Unis, le goût et le talent de faire, de mettre en œuvre, de prendre en compte le marché, d'industrialiser, de commercialiser, ainsi qu'un cadre institutionnel favorable expliquent pour une bonne part les avantages concurrentiels.

⁶ Afin d'être facilement accessibles à un large public, la tentation est grande de réaliser des films « prêts à consommer ». Le loisir doit être immédiat, fournir une distraction, un divertissement. Afin d'atteindre un large public, une prédilection est accordée à des formules destinées à un spectateur conçu comme consommateur de marché de masse.

⁷ L'industrie cinématographique et audiovisuelle est pour les Etats-Unis un enjeu économique majeur. Au début des années quatre-vingt-dix, elle emploie environ cinq cent mille personnes, et constitue la troisième industrie exportatrice avec six milliards de dollars d'excédents. Pour le cinéma, c'est quatre milliards d'excédents qui représentent plus de la moitié (52%) de son chiffre d'affaires. En outre, indirectement, elle est un vecteur de promotion de l'ensemble de l'économie américaine. Ceci explique l'âpreté des négociations du GATT en la matière, alors que plusieurs pays européens, dont principalement la France, tentent de faire valoir des modalités d'échanges commerciaux qui permettraient de préserver leur intégrité culturelle et un secteur d'activité menacé.

⁸ Le budget de production moyen des films américains est d'environ cent quatre-vingts millions de francs. L'industrie américaine investit lourdement dans la promotion et le marketing : le budget de lancement d'un film s'élève en moyenne à quatre-vingt-dix millions de francs.

⁹ En Belgique, *Kinepolis*, précurseur des mégaplexes en Europe, a nécessité un investissement d'environ cent soixante millions de francs français (1988). Avec plus de trois millions de spectateurs par an (58% de la fréquentation bruxelloise), il a induit une baisse de moitié de la fréquentation du centre-ville, et accéléré la fermeture des petites salles.

¹⁰ UGC Ciné Cité, créée grâce aux cent millions de francs apportés par la Générale des Eaux qui porte sa participation dans UGC à 32 %, a ouvert son capital à Partenaire, filiale de Lazard Frères, et à Paribas Affaires Industrielles. Les trois associés ont pour objectif d'investir entre sept cents millions et un milliard de francs sur sept ans dans la création de multiplexes. Un retour sur investissement en six ans est escompté.

¹¹ Selon l'étude réalisée par Unifrance, la Grande-Bretagne, la Belgique, la Suède, et dans une moindre mesure l'Allemagne et l'Espagne sont en tête du mouvement d'implantation de multiplexes qui s'accompagne de la fermeture de petites salles. L'investissement dans la formule multiplexe s'inscrit dans deux types de stratégies. Le premier type vise la consolidation de sociétés cinématographiques sur leur propre marché (Rank Odéon en Grande Bretagne, ACEC en Espagne, SF Bio et Sandrews en Suède, etc.). La seconde vise à pénétrer de nouveaux marchés dans le cadre d'une stratégie d'internationalisation (UCI, Warner, AMC, MGM, Showcase pour les américaines, et trois européennes : Chargeurs-Pathé, UGC et Bert-Clayes). (Laurent Valière, *Cartographie du Parc de salles de cinéma en Europe*, Unifrance, 1995).

Pour ce qui concerne le Groupe Bert-Clayes qui investit dans plusieurs pays européens, il convient de souligner que les multiplexes ne viennent pas s'articuler à une structure cinématographique intégrée (production-distribution-exploitation). L'investissement se concentre sur l'exploitation conçue comme activité commerciale intégrée au sein d'un ensemble de multiples activités marchandes diversifiées (loisirs, restaurants, services, magasins, etc.). C'est une autre logique d'intégration qui est privilégiée, fondée sur des synergies de vente auprès d'une clientèle constituant une chalandise de centre commercial.

¹² Les analyses des relations concurrentielles entre les cinémas européens et le cinéma américain qui se fondent principalement sur l'opposition cinéma commercial-cinéma culturel font fausse route. Des deux côtés de l'Atlantique se produisent une multiplicité de films qui combinent dans des configurations diverses préoccupations commerciales et engagements culturels.

Universalisme, capitalisme, libéralisme, commercialisme font partie de la culture américaine, et ce sont ces dimensions qui se retrouvent dans la plupart des films qui parviennent à toucher un large public dans le monde. Il ne s'agit pas de s'enfermer dans la critique systématique du cinéma américain si riche de talents. C'est la question des rapports commerciaux, financiers et industriels qui est posée, avec ses conséquences directes sur l'existence et la survie d'un cinéma produit ailleurs, hors des normes diffusées par le centre.

¹³ Par exemple, le *remake* du film *Mon père, ce héros* réalisé par Hollywood avec le même Gérard Depardieu dans le rôle titre a généré en Allemagne un niveau de recettes sept fois supérieur à celui réalisé par l'original français.

¹⁴ L'idéologie globaliste, dernier avatar du mythe universaliste, représente le *méta-marché* comme marché idéal enfin débarrassé des scories historiques et culturelles. Selon cette idéologie, un modèle

unique de marché universel se construit à la mesure d'un homme universel libéré des vestiges de pratiques d'un autre âge. Productivité et prospérité sont les bénéfiques-récompenses qui résultent d'un tel mouvement qu'il conviendrait d'encourager. Selon cette conception, le développement asymétrique et déséquilibré ne doit pas servir d'argument suspensif. Il résulterait « naturellement » de la division internationale du travail qui consacre les pôles de production les plus performants.

¹⁵ L'Ecole de Chicago va jusqu'à montrer que les économies d'échelle constituent des « barrières naturelles » inhérentes à la dynamique des marchés voués à se concentrer, et qu'elles constituent une manifestation du progrès dans l'organisation industrielle. Elle considère que le second terme du paradigme de Harvard (concentration du marché → risque pour la concurrence) doit être transformé au profit du principe de « l'efficacité économique ». Selon les théoriciens de cette Ecole (principalement Bowman, Bork, Pozner, Stigler), les concentrations, pratiques de sélectivité et d'exclusivité sont dans la plupart des cas motivés par nature, *per se*, par une recherche saine de l'efficacité économique qui a pour effet de maximiser la satisfaction globale du consommateur.

¹⁶ Un comportement d'exclusion se définit par la recherche de créer un pouvoir de marché qui n'existerait pas en son absence afin de constituer des rentes économiques.

¹⁷ Par exemple, les films de Bernardo Bertolucci *Le Dernier Empereur* et *Little Buddha* visent le marché mondial et sont construits afin d'être compatibles avec leur destination. Le réalisateur est de nationalité italienne, mais en quoi ces films le sont-ils ? Destiner un film à un vaste public à travers le monde requiert le plus souvent de le dégager des spécificités nationales, sauf dans le cas spécifique du cinéma américain qui est parvenu à faire accepter, et même désirer, son modèle.

¹⁸ L'effondrement du cinéma italien, grand partenaire traditionnel de coproduction du cinéma français, est tout particulièrement dommageable à celui-ci.

¹⁹ Si l'évocation de l'*euro-pudding* correspond à un risque réel, qui constitue aussi une des expressions de l'euro-pessimisme, le nombre des coproductions européennes augmente constamment, et la qualité ne fait pas toujours défaut. La trilogie « trois couleurs » du réalisateur Krzysztof Kieslowski produit par Marin Karmitz symbolise, par exemple, une certaine manière de construire le cinéma européen qui parvient à conjuguer une ambition et la rencontre d'un large public dans de nombreux pays.

²⁰ La disproportion des moyens mobilisés et des échelles de diffusion conduit à penser que les deux cinémas ne concourent pas dans la même catégorie. Seuls quelques films français sont conçus pour mener une offensive internationale d'envergure en intégrant certaines caractéristiques du cinéma-monde. Pour les autres c'est le marché francophone qui est principalement visé. Il est peu réaliste d'envisager une reconquête massive. Il s'agit plutôt de permettre au cinéma français de s'équilibrer sur son propre marché, tout en déployant stratégies et moyens idoines pour optimiser à moyen-long terme ses positions sur les marchés internationaux.

²¹ Le système de production cinématographique européen est très atomisé, dispersé, peu structuré. Il existe un grand nombre de petites sociétés de production que leur faible surface financière rend très fragiles. L'instabilité des parts de marchés montre la volatilité de la production et sa dépendance vis-à-vis des aléas de la réussite des films.

²² Le niveau du volume de production cinématographique rendu possible par les quotas et les préachats des chaînes de télévision pourrait aussi être altéré par la chute de fréquentation qui affecte les films français. Une moindre réussite en salle pèse en effet sur sa valorisation symbolique, et *in fine*, induit une réduction de l'audience télévisuelle. Dès lors, les chaînes ne tardent pas à traduire cette tendance dans leurs grilles de programmation et leurs choix d'investissement. Ce risque d'*effet domino* souligne à quel point la défense du cinéma en salle constitue une orientation stratégique prioritaire.

²³ En outre, jusqu'à présent, le groupe Chargeurs concentre ses investissements sur une partie de l'Europe : France-Belgique-Suisse, Allemagne, Grande-Bretagne.

²⁴ La coopération entre firmes doit être appréciée à la lumière des motivations qui conduisent à cette option comme alternative à l'intégration. La coopération comporte des difficultés et des risques résultant du comportement opportuniste de certains partenaires. Sa réussite est assujettie à une gestion très fine et exigeante des complémentarités et des convergences d'intérêt.

²⁵ Selon Charles Handy, la grande firme classique est morte : la fédération apparaît comme la nouvelle forme d'organisation la plus appropriée au monde moderne. L'entreprise doit être conçue comme « organisation organisante » de compétences, de projets, de marchés. Un nouveau modèle doit se développer, fondé sur le fédéralisme, à base de *subsidiarité* et de *délégation vers le centre*. Le centre n'est pas nécessairement le sommet. L'entreprise d'avenir est composée d'entités locales, très autonomes, coordonnées par les états-majors centraux. Au sein de ces entreprises, des compétences de « *Team-leaders* », facilitateurs, coordinateurs sont particulièrement nécessaires.

Le développement d'un management stratégique est nécessaire à la conduite des entreprises de demain. Il se compose, à la fois, d'un cadrage et d'une polarisation stratégique des activités, et d'une intelligence répartie au service des capacités de décision et d'action locales. (Son dernier ouvrage *The Empty Raincoat*, est traduit en français sous le titre *Le temps des paradoxes*, Editions Staires Associés, Paris, 1995.)

²⁶ Polygram Film Entertainment est une entreprise polymorphe composée d'une dizaine de petites unités installée principalement à Londres, Paris et Los Angeles. En France, PFE contrôle la Pan-Européenne, Cinéa (50 %) et Noé Productions (60 %). Elle développe des stratégies de coopération avec divers partenaires, notamment en matière de distribution. Aux Etats-Unis, la distribution des grosses productions, au marketing lourd et coûteux, est confié à la MGM, *major* capable de présenter un film sur plus de mille salles américaines. Pour les autres films, c'est Gramercy, société de distribution constituée en *joint-venture* avec Universal.

²⁷ Une chaîne de télévision à vocation européenne telle que Arte est destinée à jouer un rôle exemplaire en la matière. Notons que parmi les films qu'elle coproduit, huit ont été sélectionnés pour le Festival de Cannes 1995, dont cinq primés.

²⁸ Par exemple, le film *Léon*, réalisé par Luc Besson (1994) qui fut un grand succès au *box-office*, illustre bien la délicate question du rapport du cinéma français aux impératifs de marchés imposés par le modèle mondialiste dominant. Réalisation et acteur principal sont français, Gaumont assure la production et la distribution, alors que la plupart des autres éléments évoquent irrésistiblement le cinéma américain. Ce film sert la compétitivité du cinéma français grâce au succès obtenu sur le marché national et les marchés internationaux. Mais le recours à des normes du cinéma-monde suscite quelques réserves : le film parvient-il à jouer avec elles sans s'y soumettre ? Parvient-il à les dépasser ? En quoi le fait de produire quelques films en anglais, en intégrant de nombreux codes du cinéma-monde menace-t-il le reste de la production ? N'est-ce pas, sous couvert de compétitivité, une nouvelle victoire du cinéma dominant qui parvient à combattre l'adversaire de l'intérieur. « L'art de la guerre est de savoir gagner dans l'esprit de l'adversaire » ne cesse de rappeler dans son œuvre le grand stratège chinois Sun Tze. Dans l'engagement des cinémas européens pour défendre leurs positions et s'affirmer, la stratégie consistant à reprendre les armes du cinéma dominant présente le risque de contribuer plus encore à sa dominance, tout en perdant les facteurs distinctifs qui sont indispensables à l'affirmation d'une identité.

²⁹ S'il est nécessaire d'arbitrer, la coopération avec le pôle télévision-vidéo est un moindre mal, sous réserve de la garantie d'un bon équilibre entre les composantes.

JACQUES DELMOLY

DE MEDIA I A MEDIA II OU COMMENT DYNAMISER LE SECTEUR AUDIOVISUEL EUROPEEN

Frédéric Sojcher — Je voudrais commencer par vous poser la même question que Jacques Fantsen aux Rencontres de Beaune ¹ : pouvez-vous faire une sorte de bilan de MEDIA I, avec les points positifs du programme, et ceux peut-être plus critiquables ? A Jacques Fantsen, vous aviez répondu que le plan MEDIA I avait relativement bien marché, mais que les différentes actions entreprises manquaient peut-être de lisibilité...

Jacques Delmoly — MEDIA I a été la première initiative d'envergure de la Communauté européenne pour soutenir l'industrie européenne du cinéma et des programmes audiovisuels. C'est déjà un mérite, qui n'est pas mince, d'être en quelque sorte un programme pionnier. Il avait d'ailleurs été adopté par les Etats membres, suite à une initiative conjointe de la Commission et du Parlement européen pour intervenir dans le domaine audiovisuel, ce qui n'était pas inscrit dans les « gènes » des Communautés européennes, à leurs débuts.

Il faut aussi bien avoir à l'esprit, qu'au niveau de l'Union, certains pays ont une forte tradition d'« interventionnisme culturel », tandis que d'autres, au contraire, ont une tradition aussi importante de « non-interventionnisme ». Cela étant dit, le programme MEDIA I, qui s'est déroulé de 1991 à 1995 (précédé d'une phase-pilote) a permis de baliser les actions possibles, au niveau communautaire, dans le domaine audiovisuel, puis à la lumière de l'expérience, de déceler celles qui paraissent les plus efficaces. C'est dans ce sens qu'on peut tirer un bilan. On peut aussi analyser le mode d'organisation, d'architecture du programme. Il est apparu qu'il était préférable, compte tenu d'une enveloppe budgétaire fermée, de se concentrer sur certaines actions, plutôt que de disperser ses efforts. Dans MEDIA I, il n'était pas anormal d'esquisser plusieurs pistes, qui étaient en quelque sorte un balisage, une occupation du terrain. Dans MEDIA II, je crois qu'il était nécessaire, et cela a été souhaité par les professionnels qu'on a consultés, d'établir une hiérarchie des priorités. Comme vous le savez, nous avons décidé de mettre l'accent, dans cette deuxième phase du programme, sur *la distribution*, avec une dotation budgétaire substantiellement augmentée, *le développement*, et *la formation*. En matière de *mode de gestion*, il est apparu également qu'il fallait avoir une lisibilité plus grande. MEDIA I était divisé en dix-neuf structures de gestion, chacune localisée dans un endroit différent, ce qui répondait à un souci d'équilibre de forces et à une mobilisation des professionnels de chacun des pays de l'Union — à l'usage, cette atomisation est apparue trop complexe, car pour chacune des lignes d'action, il fallait s'adresser à un guichet différent.

Aujourd'hui, même si nous n'excluons pas une certaine décentralisation pour la présélection des projets, les appels d'offre se feront à Bruxelles, sous le contrôle direct de la Commission. Nous suivons ici encore, une demande très forte des Etats, mais aussi des professionnels, qui estiment qu'il est plus simple de pouvoir s'adresser à un seul guichet. Pour résumer ma pensée, je crois que l'on peut dire que nous avons tiré certaines leçons de MEDIA I, dont on peut considérer les actions comme « globalement positives », et que nous avons maintenant, pour MEDIA II, un souci de plus grande efficacité.

F. S. — Pourriez-vous détailler, plus précisément, les objectifs prioritaires de MEDIA II ? S'agit-il avant tout de structurer le marché et de permettre à l'industrie européenne cinématographique et audiovisuelle d'atteindre à terme une certaine rentabilité ?

J. D. — Je commencerai par vous répondre en reprenant la fameuse phrase de Malraux, que l'on cite toujours, mais qui est plus que jamais d'actualité : « le cinéma est à la fois un art et une industrie ». Quand on est responsable d'un programme de soutien à ce secteur, on doit bien sûr suivre des objectifs économiques et industriels, mais on ne doit jamais perdre de vue la dimension culturelle de cette activité. *L'approche économique* doit effectivement se faire dans la recherche d'objectifs structurants. C'est ce que nous tentons de réaliser, notamment au niveau de la distribution, suivant là la demande très forte qu'avaient exprimée les professionnels, lors de la conférence européenne de l'audiovisuel en juin 1994 ². L'idée est de favoriser les réseaux, les contacts entre distributeurs européens, pour arriver à des stratégies concertées sur la sortie des films en salle, dans les différents pays de l'Union. Nous souhaitons aussi promouvoir le même type de démarche auprès des télévisions qui doivent apprendre à coproduire (ce qu'elles font déjà dans une certaine mesure), mais aussi à codiffuser des œuvres européennes, émanant de productions indépendantes. *L'approche culturelle*, elle, est prise en compte au sein de MEDIA II, notamment au niveau de la formation, ou de tout ce qui concerne les nouvelles technologies, le multimédia. Quand on parle de nouveaux développements techniques, il ne faut jamais perdre de vue le contenu des images. Il y a un message, une dimension propre à nos cultures, qu'il faut pouvoir sauvegarder — je pense notamment à la mise en valeur de notre patrimoine culturel.

F. S. — En ce qui concerne plus précisément la distribution, pouvez-vous nous parler du système d'aide automatique qui sera mis en place au sein de MEDIA II ? Aux Rencontres de Beaune, vous parliez des problèmes de billetterie qui se posent dans certains pays européens. Y a-t-il des pistes de réflexion à ce sujet ?

J. D. — Quand on parle d'aide au cinéma, on distingue souvent (sans qu'il y ait d'opposition conceptuelle, les deux formules pouvant coexister, comme en France), le système dit « sélectif », qui fonctionne sur des données essentiellement artistiques ou prospectives, du système dit « automatique », qui est une aide proportionnelle aux recettes générées par un film (et donc, en quelque sorte, une « prime au succès »). Nous avons, pour la première fois, dans MEDIA II, sous forme d'un projet expérimental qui devrait se développer sur une période de trois ans, la volonté d'établir un système d'aide automatique, dont les modalités d'accès seraient déterminées par les recettes réalisées par les films européens, en Europe, en dehors de

leur(s) pays producteur(s) d'origine. Par exemple, les recettes réalisées par un film britannique en Allemagne donneraient un droit de tirage au distributeur allemand qui, dans ce cas-là, pourrait l'année suivante couvrir ses frais de sortie pour d'autres films européens. La justification de ce système, c'est qu'il récompense le « bon choix » commercial des distributeurs, tandis que quand on soutient la distribution d'un film en amont, on ne sait pas s'il va réellement avoir du succès, ni même si le distributeur met tout en œuvre pour assurer au film la meilleure sortie possible. Mais pour que ce système fonctionne, il faut évidemment que nous ayons des données statistiques fiables, concernant le contrôle des recettes réalisées en salle par chaque distributeur, sur chaque film européen diffusé en dehors de ses frontières nationales. Le contrôle de la billetterie tel qu'il existe en France, par exemple, est difficilement imaginable dans d'autres pays, qui n'ont pas d'organisation administrative assez développée dans le secteur. Une autre piste envisageable, plus pragmatique peut-être, est d'avoir un contrôle des remontées des recettes par les producteurs, qui reçoivent des distributeurs leurs pourcentages sur les billets d'entrée. Ici encore, il faut mettre en place un système de contrôle fiable et accepté par les distributeurs et les producteurs. Tout ceci pour dire qu'une année d'étude de faisabilité n'est pas de trop. Ce sera, entre autres, ce qui nous occupera en 1996.

F. S. — Dans le *Rapport de la Cellule de réflexion*³, présidée par Antonio-Pedro Vasconcelos, il était beaucoup question de l'utilité de la création de « *majors* européennes ». Bien évidemment, la Commission ne peut pas forcer les distributeurs et producteurs européens à s'associer entre eux, mais comment expliquez-vous que ces propositions aient rencontré si peu d'écho sur le terrain ?

J. D. — Dans les conclusions du groupe de la « cellule de réflexion », il y avait effectivement cette idée forte, qui consistait à expliquer une partie des faiblesses structurelles du secteur par le manque de coordination au niveau de la distribution des films en Europe. Mais la mise en place opérationnelle de grands consortiums de distribution émanait, comme par hasard, de producteurs. Dans ce secteur, comme dans tant d'autres, on a toujours tendance à dire que si ça ne va pas, c'est de la faute de l'un des autres maillons de la chaîne. Si vous interrogez des distributeurs, il auront eux plutôt tendance à rejeter la « faute » sur les producteurs, en se plaignant de ne pas avoir suffisamment de « bons films ». Cette problématique nous renvoie à la question essentielle du « où » et du « comment » il faut intervenir pour soutenir les films, l'art et l'industrie. Il est vrai que, jusqu'à présent, peu de producteurs, peu de distributeurs ont marqué de l'intérêt à s'associer structurellement. D'un autre côté, il ne faut jamais oublier que la raison d'être d'un système de soutien public, surtout au niveau européen, n'est pas de servir de tiroir-caisse, mais d'influer le cours des choses. En définitive, l'autorité publique n'est jamais obligée de poursuivre un programme de soutien. Il s'agit donc de dynamiser le secteur, au-delà des comportements naturels émanant du marché, de pousser les opérateurs à entreprendre des actions qu'ils n'accompliraient pas autrement, et notamment au niveau européen, à s'allier entre eux. Dans le domaine de la distribution, nous veillerons à ce que les conditions d'octroi soient respectées et pas uniquement de « pure façade ». Mais la question que vous posez est tout à fait pertinente, car on sent bien une certaine résistance des opérateurs à s'unir, au niveau européen. Notre responsabilité

est de mettre en place un système qui, en contrepartie d'avantages tout de même non négligeables sur le plan financier, force à l'organisation du secteur, de manière à ce que les effets que nous obtiendrons soient durables. Le programme MEDIA a pour vocation de modifier les comportements, pour qu'à terme les structures économiques privées puissent être suffisamment solides pour s'organiser et répondre au marché. Autrement dit, le système de soutien tel qu'il existera au sein de MEDIA II, n'a pas pour vocation de durer éternellement.

F. S. — Que se passera-t-il si, par miracle, le système d'aide automatique que vous comptez mettre en place au niveau européen fonctionne mieux que prévu ? N'y a-t-il pas une contradiction entre l'« automatisme » de l'aide et un cadre budgétaire structurellement limité ?

J. D. — Contrairement à beaucoup de programmes nationaux de soutien, les plans MEDIA I et II sont effectivement à enveloppe budgétaire fermée (sans être alimentée par des taxes parafiscales, par exemple, qui suivent l'activité économique du secteur et qui permettent, par des mécanismes de recyclage de l'argent, d'obtenir des fonds proportionnellement plus importants, et surtout à géométrie variable). Le budget de MEDIA I est de deux cents millions, celui de MEDIA II, de trois cent dix millions d'Ecus. En ce qui concerne l'aide automatique, un plafond financier a été fixé à 30 % du budget total de fonctionnement, sur une période maximale de trois ans. C'est là une décision politique du Conseil, qui découle bien entendu d'âpres négociations.

F. S. — Au-delà de la période de transition prévue pendant les six premiers mois de 1996, y aura-t-il, au niveau de l'organisation du programme, des liens structurels entre MEDIA I et MEDIA II ?

J. D. — Parmi les structures qui existaient au sein de MEDIA I, le plus grand nombre va très probablement se repositionner dans MEDIA II. D'autres initiatives de MEDIA I, moins nombreuses, qui agissaient comme des structures de redistribution de fonds, vont très probablement se replacer comme organisations intermédiaires chargées d'assister la Commission dans la gestion du programme... mais cela ne concerne que les initiatives comme EFDO, le GRECO, SCRIPT FUND ou DOCUMENTARY. Tout cela est lié, comme vous le savez très certainement à la décision de la Commission de faire appel à des organisations externes, pour l'aider dans la gestion du programme. On a lancé des appels d'offre, au début de cette année, qui doivent répondre aux règles des marchés publics en Europe, c'est-à-dire une procédure assez contraignante. Ces organisations devront fonctionner au cours du deuxième trimestre 1996. D'ici là, la période de transition permettra de passer « en douceur » de l'organisation du plan MEDIA I à MEDIA II.

F. S. — Pour changer radicalement du sujet, j'aimerais bien que vous me parliez maintenant des rapports possibles entre MEDIA II et les ex-pays de l'Est, sachant que la déréglementation qui a eu lieu au niveau du secteur audiovisuel, dans l'Europe centrale et orientale, a surtout ouvert le marché aux produits américains.

J. D. — Nous avons déjà eu une expérience de coopération avec les professionnels des ex-pays de l'Europe de l'Est, dans le cadre de MEDIA I. La Pologne et surtout la Hongrie ont participé l'année dernière, sur la base d'une contribution *ad hoc*,

transitant par EUREKA AUDIOVISUEL, au plan MEDIA. A l'initiative de la Commission, il est précisé et écrit noir sur blanc que MEDIA II est ouvert à la participation des pays d'Europe centrale et orientale, qui ont des accords d'association, comportant des clauses audiovisuelles. Cela concerne nominativement la Bulgarie, la Hongrie, la Pologne, la République tchèque, la Roumanie et la Slovaquie. A ces six pays, il faut ajouter d'autres pays, identifiés sous le même mode structurel, comme Malte ou Chypre. Il existe, pour ces pays, un budget spécifique de relations extérieures, géré par la DG X et nous avons, pour eux, engagé une campagne de sensibilisation, qui consiste à organiser des réunions thématiques. Personnellement, je me suis rendu, au cours du dernier trimestre 1995, à Varsovie, Prague et Budapest, et nous avons d'autres rencontres prévues. Nous désirons avant tout expliquer aux professionnels les tenants et les aboutissants du programme MEDIA II, et indiquer aux responsables politiques et institutionnels les mécanismes de co-financement qui peuvent être mis en place. Concrètement, cela veut dire que ces pays doivent contribuer au budget de MEDIA, s'ils veulent faire bénéficier leurs professionnels du programme.

Connaissant leurs difficultés financières, nous avons même prévu, grâce à d'autres plans de soutien, comme PHARE, de les aider à payer leur cotisation. Nous sommes donc doublement ouverts, mais encore faut-il que l'audiovisuel soit pour eux une priorité politique. Les situations sont très différentes d'un pays à l'autre, à cet égard. En ce qui concerne les domaines dans lesquels nous pourrions aisément coopérer, je crois qu'on peut mettre en avant la formation. Certains de ces pays ont en effet une forte tradition en matière d'enseignement audiovisuel, et il pourrait, par ce premier biais, y avoir des échanges extrêmement profitables entre professionnels. D'autre part, vous faisiez allusion à toute leur politique de déréglementation, et à tout ce que cela comporte en terme de présence américaine. Ceci n'est pas inexact. Nous suivons de près, avec même une réelle préoccupation, les modifications de lois intervenues notamment en Hongrie ou en République tchèque.

Nous sommes parfaitement conscients de l'importance du *lobby* américain, qui essaie notamment de dissuader les responsables de ces pays de respecter la proportion d'œuvres européennes diffusées sur les chaînes télévisuelles et prévue dans la directive « Télévision sans frontières ». Les différents éléments de la politique audiovisuelle sont liés entre eux, et le non-respect de la directive « Télévision sans frontières » pose des problèmes — y compris pour la participation de ces pays au programme MEDIA.

F. S. — Pouvez-vous nous parler du rapport qui va exister entre MEDIA II et EURIMAGES ? Jusqu'ici, EURIMAGES passait le relais d'EFDO (initiative de MEDIA I, de soutien à la distribution) pour tous les pays ne faisant pas partie de l'Union européenne, mais bien du Conseil de l'Europe. Qu'en sera-t-il dans l'avenir ? Je voudrais aussi avoir votre avis sur l'annonce du retrait du Royaume-Uni du plan EURIMAGES.

J. D. — En ce qui concerne la complémentarité entre MEDIA et EURIMAGES, je crois qu'elle a toujours été très bien comprise et très bien mise en œuvre. En principe, EURIMAGES est là pour soutenir les coproductions européennes, ce dont justement ne s'occupe pas MEDIA. Il est vrai qu'EURIMAGES était aussi inter-

venu pour couvrir la distribution des pays, qui ne participaient pas à MEDIA I. A ce sujet, je ne peux absolument pas dire quels seront les développements possibles. Cela dépendra, en pratique, de la participation effective des ex-pays de l'Est au plan MEDIA. Quant au retrait du Royaume-Uni d'EURIMAGES, je n'ai pas à prendre position.

Comme l'a dit, je crois, Monsieur Adinolfi ⁴, tout pays a le droit de se retirer de ce programme. Il y a certes une question de procédure, mais je ne suis pas qualifié pour en parler. Je crois que le Royaume-Uni, comme d'autres pays, doivent faire face à des problèmes d'équilibre budgétaire, et donc opérer des coupes financières. Il est toujours douloureux de choisir dans quels secteurs on va supprimer les crédits.

F. S. — Il y a un tout autre aspect que j'aimerais aborder avec vous : l'aide aux petits pays producteurs. L'initiative SCALE avait été créée dans ce but dans MEDIA I. Y a-t-il d'autres actions spécifiques prévues dans ce domaine, dans MEDIA II ?

J. D. — Des actions spécifiques, pas réellement. Il y aura par contre la préoccupation constante, dans les décisions de MEDIA II, de prendre en compte les intérêts des pays dont les capacités de production et l'aire linguistique sont faibles. Il y aura une certaine pondération, une sorte de discrimination positive en faveur de ces pays, mais qui se fera au cas par cas, en examinant les projets. Il n'y aura pas de guichet spécifique, puisque là aussi, on s'est aperçu, avec l'expérience, que ce n'était pas la façon la plus efficace d'intervenir.

F. S. — Actuellement, on parle beaucoup du fonds européen de garantie, pour pourrait se mettre en place en complémentarité de MEDIA II. Pouvez-vous nous dire où on en est pour l'instant, et, au niveau budgétaire, quelles décisions seront prises de ce côté-là, pour encourager la production cinématographique, par des aides au financement ?

J. D. — La Commission a proposé, à la fin de l'année dernière, de créer un fonds européen de garantie, qui serait mis en œuvre à travers le fonds européen d'investissement (qui sert l'ensemble des grands travaux concernant le réseaux des petites et moyennes entreprises en Europe). C'est une proposition de la Commission qui doit être négociée, les discussions à ce propos venant juste de commencer, l'année dernière. Ces négociations devraient idéalement aboutir, dans le courant de l'année 1996. Dans un premier temps, la Commission a proposé de contribuer sur le plan communautaire à hauteur de quatre-vingt-dix millions d'Ecus, pour alimenter ce fonds, qui pourrait, avec une montée en puissance progressive, avoir à terme un budget de deux cents millions d'Ecus. En prenant comme base un coefficient multiplicateur de cinq, cela permettrait de garantir un milliard d'Ecus dans la production. Cette analyse est bien évidemment à interpréter dans une perspective dynamique, car rien ne garantit, qu'une fois le fonds créé, il y ait instantanément un milliard d'Ecus généré en faveur de la production. Cela dit, ce système paraît en effet extrêmement intéressant, car avec une mise de fonds limitée, il permet de lever, grâce à un système d'assurance et de partage de risque, d'importantes sommes d'argent dans le secteur audiovisuel.

Précisions que ce fonds européen de garantie sera juridiquement à replacer dans le même cadre que MEDIA, c'est-à-dire de la politique de soutien à l'industrie audiovisuelle qui doit être adoptée à l'unanimité par l'ensemble des Etats de l'Union. D'autre part, pour que la création du fonds soit réellement efficace, il faut que les banques acceptent de jouer le jeu et participent au capital de ce fonds.

F. S. — Pourriez-vous me dire un mot sur la question de la subsidiarité, ou les interactions qui peuvent exister entre politique communautaire et nationale, en matière de soutien du secteur audiovisuel ? En d'autres termes, ne risque-t-on pas que l'« exception culturelle » chèrement acquise lors des débats du GATT, ne soit dans les faits qu'un repli sur soi identitaire de chaque pays, et non un mouvement propulseur d'échanges culturels européens ?

J. D. — C'est une question difficile. Tout dépend de l'endroit où vous placez le curseur, en matière d'intervention communautaire. Si vous mettez la barre assez haut, la compétence nationale devient assez limitée. Si par contre, l'accord ne peut se faire qu'à un niveau moyen, ou même minimal, le curseur se retrouvant à ce moment déplacé, vous avez une marge de flexibilité et de compétence beaucoup plus grande au niveau national.

Dans ce cas, les Etats peuvent faire ce qu'ils veulent, c'est-à-dire se montrer plus — ou moins — restrictifs et contraignants pour leurs opérateurs, au niveau national. On retrouve là deux écoles de pensée, de politique, l'une plus libérale, l'autre plus protectionniste. Cette dichotomie est très claire en matière de réglementation télévisuelle et des libres services.

L'ambition de la Commission est d'arriver à une harmonisation optimale. En fait, la subsidiarité, personne ne peut la définir *a priori*. Elle résulte d'une négociation politique et elle est la conséquence de l'accord qui a pu se réaliser au niveau communautaire. En l'absence d'harmonisation, il peut y avoir des distorsions de concurrence, sinon même des entraves à la libre circulation des services, compte tenu des réglementations différentes les unes des autres. Avec une réglementation européenne, on éviterait ce risque là. Mais la position que j'expose ici, celle de la Commission, n'est pas forcément partagée par l'ensemble des Etats membres.

F. S. — Peut-on imaginer qu'il y ait un jour un CNC européen, c'est-à-dire une centrale réglementaire en fonction pour l'ensemble de l'Union ? D'autre part, les nouvelles technologies ne peuvent-elles pas favoriser le développement audiovisuel européen ? Je pense notamment aux nouvelles possibilités de diffusion et à la multiplicité possible de canaux, qui pourraient régler les questions de langue...

J. D. — Pour commencer par là, il est clair que les possibilités techniques en matière de transmission et de choix des canaux linguistiques, sont à prendre comme un facteur éminemment positif. Il y a encore une dizaine d'années, certains analystes pensaient qu'une globalisation du marché audiovisuel était impossible, à l'échelle de l'Europe, pour des raisons linguistiques. Les faits démontrent aujourd'hui le contraire. En ce qui concerne le problème de l'organisation, il est vrai que la logique du développement d'une politique audiovisuelle complète, aussi bien réglementaire que de soutien financier, devrait conduire, sinon à un CNC européen, du moins à un organisme jouissant d'une certaine autonomie pour s'occuper de ces

affaires. C'est du moins, je dirais, dans le domaine de l'audiovisuel, comme dans d'autres domaines d'intervention de la Communauté, un raisonnement assez naturel. Mais tout ceci n'est pas forcément faisable, d'abord en terme de structure administrative, et puis surtout en terme de négociation politique. Qui dit organisme jouissant d'une certaine autonomie, dit très souvent problème de localisation. On a vu dans d'autres domaines, comme avec l'Office des marques et l'Agence des médicaments, par exemple, les dossiers être bloqués des années durant, uniquement parce que les Etats membres ne se mettaient pas d'accord sur les sièges des organismes.

F. S. — En conclusion, une question volontairement naïve : quels espoirs pour l'avenir audiovisuel européen ?

J. D. — L'espoir pour l'avenir, c'est que les professionnels et les jeunes générations, c'est-à-dire les nouveaux spectateurs continuent à réaliser et à aller voir des programmes européens. La facilité consisterait à vouloir imiter les Américains, ou même à vouloir travailler directement pour eux. C'est une question que je pose souvent aux étudiants en audiovisuel : si une boîte américaine leur proposait un contrat, l'accepteraient-ils ? La réponse est majoritairement « oui », ce que l'on peut comprendre, vu l'état du marché du travail. Du côté des jeunes spectateurs — cela, c'est un espoir plus volontariste — je souhaiterais que l'on puisse enseigner à l'école l'analyse de l'image, de la culture cinématographique — montrer qu'il y a un patrimoine filmique européen, comme nous avons un patrimoine littéraire et artistique. Tout l'avenir réside là, en définitive. Aujourd'hui, les enfants regardent de plus en plus tôt et de plus en plus la télévision. Or, quelle que soit la chaîne, quel que soit le pays, les programmes sont majoritairement américains — ou complètement inspirés des styles, du rythme américains. On doit faire très attention à ce que ces jeunes générations ne soient pas complètement ignorantes du style de narration européen. Sinon, c'est tout un pan de notre création qui disparaîtra.

Entretien réalisé par Frédéric Sojcher, février 1996.

NOTES

¹ Lire à ce propos les Actes des Rencontres de Beaune, 1995, *Quel cinéma pour demain ?*, Ed. Dixit.

² Lire à ce propos le *Livre vert : Options stratégiques pour le renforcement de l'industrie des programmes dans le contexte de la POLITIQUE AUDIOVISUELLE EUROPEENNE*, CECA-CE-CEEA, Bruxelles-Luxembourg, avril 1994.

³ *Rapport de la Cellule de réflexion*, sous la direction d'Antonio-Pedro Vasconcelos, Union européenne, Bruxelles, mars 1994.

⁴ Monsieur Gaetano Adinolfi est le président d'EURIMAGES.

POUR UNE POLITIQUE DE COPRODUCTIONS ET DE DIFFUSION REELLEMENT EUROPEENNE

Frédéric Sojcher — La première question que je voudrais vous poser concerne EURIMAGES. Pouvez-vous essayer d'en tracer un bilan, avec une colonne positive et une colonne négative ?

Anne Devauchelle. — Nous essayons justement de dresser un bilan, à EURIMAGES, sur l'efficacité de nos actions — ce bilan n'étant pas inscrit dans nos obligations statutaires, mais venant du souhait que notre programme soit le plus efficient possible. Dans la colonne positive, on peut souligner que le caractère réel des coproductions soutenues semble, en règle générale (même si la non-ratification par plusieurs Etats membres de la convention du Conseil de l'Europe sur les coproductions multilatérales pose certains problèmes), avéré. Nous avons aussi réussi à fédérer vingt-quatre pays, ce qui n'était pas du tout évident au départ, puisque les pays membres d'EURIMAGES étaient douze à l'origine, et qu'il y a encore aujourd'hui des pays qui veulent se joindre à nous. L'année dernière, en 1994, nous avons aidé quatre-vingt-neuf projets.

Dans la colonne négative, on peut se poser la question de la sortie des films, ou essayer de mieux apprécier quel est le rapport entre les longs métrages bénéficiant du fond EURIMAGES et leur impact auprès du public européen. Une étude devrait être lancée à ce sujet. En réalité, le type de films que nous soutenons est extrêmement varié. Nous poursuivons des buts qui peuvent parfois apparaître comme contradictoires. D'un côté, notre objectif premier est d'encourager une meilleure circulation des films européens en Europe, et si possible au-delà. De l'autre, nous nous devons de soutenir la diversité culturelle des différents pays membres d'EURIMAGES. Il nous faut donc, idéalement, aider des films porteurs artistiquement et commercialement. Ce que l'on peut dire, c'est que les films portant le label EURIMAGES sortent en général dans leur pays d'origine, et à plus de 50 % dans leurs trois pays de coproduction. C'est bien, mais ce n'est peut-être pas encore assez. Du côté artistique, on peut noter que les films ayant reçu l'aval d'EURIMAGES sont très souvent sélectionnés dans les festivals. A Cannes, cette année, il y avait six de nos films, dont le Ken Loach, l'Angelopoulos, le Jeunet et Carot, ... Avec une avance sur recettes qui peut aller jusqu'à cinq millions de francs français, nous soutenons à la fois de gros budgets et de tout petits films. La condition d'admission de base, qu'il y ait au moins trois pays coproducteurs pour chaque projet qui nous est présenté, rencontre certaines limites, notamment pour les productions les plus importantes au regard des possibilités réelles de financement dans la plupart des pays. Par ailleurs, les exigences en matière artistique et technique, dans le cadre de ces coproductions, ne sont pas très sévères. C'est un débat que nous avons souvent, au sein du comité d'EURIMAGES : faudrait-il renforcer les mesures d'admission ? Il me semble que nous avons un besoin de clarification de nos choix. L'accent doit

peut-être encore être plus mis sur la diffusion en salle, nous avançons dans ce sens parallèlement aux discussions qui se tiennent à Bruxelles, autour de MEDIA II et la priorité qui sera affichée, au sein du nouveau programme, pour la distribution. EURIMAGES ne doit pas être remis en question, parce qu'il s'agit d'un formidable outil, qui permet aux producteurs de pays différents d'apprendre à se connaître et travailler ensemble. Il est important d'avoir une bonne compréhension entre partenaires, dans une Europe qui apparaît de plus en plus affaiblie, par rapport, par exemple, à la grande époque des coproductions franco-italiennes, dans lesquelles le mélange des acteurs, équipes et sujets, se faisait de manière naturelle et évidente. Le risque aujourd'hui est que la difficulté d'accès aux marchés non nationaux est telle qu'on assiste à un repli sur soi de chacun des pays concernés.

F. S. — Comment pratiquement organiser une politique de soutien, à la fois de grosses et de plus petites productions ?

A. D. — On a effectivement cette double mission de supporter à la fois des projets ambitieux, qui ne pourraient pas se monter financièrement dans un seul pays, et de soutenir de beaucoup plus petites productions. Il est d'ailleurs intéressant de constater que des films à budget important n'émanent pas toujours des plus gros pays producteurs. Les pays nordiques, par exemple, nous présentent parfois des projets nécessitant de gros capitaux. A l'inverse, des pays comme la France peuvent demander notre aide pour des films dont ils sont le principal coproducteur, et qui s'avèrent être des tout petits budgets. EURIMAGES soutient ainsi les premiers longs métrages. En ce qui me concerne, j'aimerais que l'on puisse avoir au sein d'EURIMAGES deux collèges distincts, pour déterminer les règles d'éligibilité, les conditions d'examen de dossier différentes selon qu'il s'agit de projets ambitieux présentés par des producteurs expérimentés, ou de projets plus modestes. Dans le premier cas de figure, on pourrait avoir des exigences en terme de garantie de diffusion en salles, sous la forme de minimum garanti apporté par les distributeurs des trois pays concernés, en admettant en contrepartie les coproductions bipartites (sur le modèle des règles adoptées pour des longs métrages documentaires). Nous pourrions aussi intervenir plus tôt sur ces projets, pour être présent dès le départ dans le montage financier de ces films. Pour ce faire, je porte beaucoup d'espoirs dans les négociations européennes qui accompagnent le renouvellement du programme MEDIA, et qui devraient aboutir à la création d'un fonds de garantie. Ce fonds pourrait justement couvrir l'à valoir, le minimum garanti que mettraient les distributeurs dans la production. Il pourrait donc servir d'instrument, à la fois pour MEDIA II et EURIMAGES, tout le monde sachant parfaitement que le champ de pays européens couvert par les deux programmes tend, de plus en plus, à se recouvrir.

Revenant maintenant au deuxième cas de figure, l'autre collège que je verrais au sein d'EURIMAGES, pour analyser les projets de films moins solides. Je souhaiterais qu'on ait alors un examen plus sélectif. Comme vous le savez, on n'examine pas actuellement les scénarios à EURIMAGES, même s'ils sont déposés avec le dossier de production, on ne porte pas de jugement artistique sur leur contenu — l'attribution de l'aide se faisant essentiellement d'après les qualités du montage financier qui nous est soumis. Pour ce second type de films, je crois qu'il serait nécessaire d'avoir un droit de regard sur le scénario.

F. S. — Ce collège serait-il calqué sur ce qui existe déjà à l'avance sur recettes en France, avec un collège pour les premiers et les seconds films, et un autre, pour les réalisateurs déjà plus confirmés ?

A. D. — Pas forcément. Il existe des premiers et des seconds films réalisés avec de gros moyens. Ce second collège pourrait s'intéresser aux jeunes producteurs, parce qu'il faut s'intéresser au renouvellement, tant artistique que de la production. Il faut également que nous puissions continuer à soutenir des films qui sont peut-être moins susceptibles d'avoir un réel succès commercial en Europe, bien qu'étant des œuvres aux qualités esthétiques évidentes. C'est pour cela que nous avons attribué l'avance sur recettes d'EURIMAGES au dernier film d'Antonioni.

F. S. — Les fonds de fonctionnement de MEDIA II et d'EURIMAGES vous paraissent-ils suffisants ? Que pensez-vous de la proposition qu'avait faite Jack Lang à la conférence audiovisuelle de Bruxelles, en juin 1994, d'attribuer 1 % du fonds structurel de l'Union européenne pour le développement du cinéma et de l'audiovisuel ? Cette proposition a-t-elle une chance d'un jour aboutir ?

A. D. — Pour le 1 %, la réponse est clairement non, il n'y a aucune chance de parvenir à cet objectif. C'était d'ailleurs, je crois, une idée lancée plus politiquement que de manière pragmatique, Jack Lang connaissant parfaitement l'état d'esprit de certains de nos partenaires européens. Vous savez que pour le renouvellement du plan MEDIA, la Commission proposait quatre cents millions d'écus sur cinq ans... et que le Conseil des ministres européens a opté pour un budget de trois cent dix millions d'Ecus. Les Britanniques, notamment, mais aussi les Néerlandais et les Allemands ne voulaient absolument pas aller au-delà. On peut dire, compte tenu de l'élargissement à quinze de l'Union, qu'il s'agit plutôt d'une reconduction budgétaire de MEDIA I. Le complément qu'on attend maintenant, c'est ce fameux fonds de garantie, qui devrait tourner autour de cent millions d'Ecus, argent public destiné à amorcer la pompe du système. L'intervention du fonds de garantie se placera dans le champ économique, et non comme une machine à subvention, l'espoir étant qu'il y ait un effet multiplicateur — ou un effet de levier, comme on dit — sur les investissements dans le marché. Dans l'Europe des quinze, il n'est guère réaliste d'obtenir plus. Serait-ce souhaitable ? Trois cent dix millions d'Ecus, cela fait soixante-deux millions par an, auxquels on peut ajouter vingt-deux millions d'Ecus environ provenant des soutiens d'EURIMAGES. Au total, cela fait un budget de quatre-vingt-quatre millions d'Ecus, pour l'ensemble des deux programmes européens. Nous avons calculé que cela représente environ 0,7 % de l'ensemble des investissements dans la production, tous secteurs audiovisuels confondus, pour les quinze pays membres de l'Union européenne. Donc, c'est vraiment très peu de chose. Nous, en France, et tout particulièrement au ministère de la Culture, nous considérons que le montant de ces aides est minime en regard de l'enjeu, à la fois économique et culturel qu'elles représentent. Cela dit, il est vrai aussi que la superposition des subventions peut avoir certains effets pervers. Ce qui compte le plus, c'est la façon dont on peut intelligemment utiliser cet argent, qui sera toujours au niveau communautaire, une aide à la marge.

F. S. — Est-ce que vous croyez que l'on peut s'acheminer, en Europe, vers une politique cinématographique à deux vitesses, avec des pays qui seraient plus volon-

taristes que d'autres, pour une coopération entre différentes cinématographies de l'Union ?

A. D. — C'est assez délicat à dire. Il y a, d'une part, les pays qui manifestent une réelle volonté de politique européenne en matière de cinéma, et cela indépendamment de la taille de leur marché ou la force de leur industrie cinématographique. Et puis, il y a la nécessaire responsabilité-solidarité des grands pays européens. Il est vrai que nous devrions tous parler d'une seule voix, mais il est difficile de faire entendre ce type d'argument à la Grande-Bretagne ou à l'Allemagne, qui sont, pour des raisons diverses d'ailleurs, beaucoup plus ouverts à l'apport américain. Tout devrait commencer au niveau de la définition de l'œuvre cinématographique européenne, qui pourrait permettre de revoir notre politique d'accords bilatéraux de coproductions, à l'échelle de l'Union.

F. S. — Que pensez-vous de l'idée d'aider au développement de *majors* européennes ?

A. D. — C'était effectivement une idée développée, il me semble, par Antonio-Pedro Vasconcelos, dans le rapport de la Cellule de réflexion diffusé en mars 1994, pour la préparation du livre vert sur l'audiovisuel, édité par les Communautés européennes la même année. Cette piste n'a finalement pas été reprise dans MEDIA II. Ce que nous pensons, nous, c'est qu'il faut renforcer les distributeurs, et plus spécifiquement les distributeurs moyens. Nous ne sommes bien entendu pas contre l'émergence de *majors*, il en existe déjà une : Polygram. Mais promouvoir la création de telles *majors* ne nous semble pas relever de la politique publique, cela tient vraiment de la loi du marché.

F. S. — Je voudrais maintenant que nous parlions, si vous le voulez bien, de la politique audiovisuelle spécifiquement française. Et puis, d'abord, comment faire pour que la France ne fasse pas figure de cavalier seul, pour qu'elle ne soit pas le seul pôle de production en Europe ?

A. D. — D'un point de vue franco-français, notre système de compte de soutien, qui se gère ici au CNC, a permis à notre cinéma de devenir le premier d'Europe... et surtout de résister, en part de marché, mieux que les autres au déferlement américain. Sur les premiers mois de 1995, les films français font plus de 40 % de part de marché sur le territoire national. Il est vrai que cette bonne tenue ne se traduit pas du tout au niveau de l'exportation. La distribution de nos films dans les salles européennes a baissé plus fort proportionnellement que l'effondrement de chacune des cinématographies nationales des pays considérés, à l'exception du bassin francophone. Une autre constatation qui apparaît très nettement est que la France est de plus en plus le seul pays capable de financer de grands projets européens. Il y a un mouvement que l'on observe en ce moment à EURIMAGES : la France est présente dans près de trois-quarts des coproductions européennes qui nous sont présentées. En 1994, sur quatre-vingt-neuf projets, cinquante-six avaient une participation française, mais seulement onze d'entre eux étaient majoritairement français, réalisés par des cinéastes français. Vous ne serez pas étonné de savoir que des metteurs en scène belges ou suisses (Jaco Van Dormael ou Chantal Akerman, par exemple), se tournent vers la France sans parler des pays d'Europe centrale et orientale, pour lesquels nous avons créé un fonds de soutien spécifique, compatible avec l'aide

d'EURIMAGES. Mais il y a maintenant aussi des metteurs en scène italiens, dans le même cas de figure. Les prochaines réalisations de Francesco Rosi ou de Marco Ferreri seront des productions majoritairement françaises. On voit aussi des films anglais avoir besoin du financement de la France. Tout notre système d'aide et le jeu des accords de coproductions, favorisé notamment par EURIMAGES, a un effet attractif qui induit, pour nous aussi, un effet pervers. De plus en plus de films se tournent, avec un cofinancement français, en dehors de la France. Du point de vue de l'industrie technique, cela est vraiment perçu comme une délocalisation. Nous avons un contre-exemple à notre système, avec un pays comme l'Allemagne dont le système d'accès aux aides favorise principalement le tournage dans le pays et qui a une réglementation très peu exigeante quant à la nationalité. En Italie, il existe encore de jeunes réalisateurs talentueux, mais presque tous les films ont beaucoup de difficultés à se monter. Les Anglais arrivent parfois à faire des films qui s'exportent dans le monde entier, mais qui ne sont pas reconnus dans leur propre pays, et qui n'ont pratiquement aucun soutien de leur gouvernement au moins jusqu'à tout récemment. Ils ont donc tendance, pour les projets un peu ambitieux, à se tourner vers le marché américain — à de rares et brillantes exceptions près, favorisées par Simon Perry au British Screen, qui est lui plutôt favorable à un partenariat européen. La question revient donc à : comment s'entendre entre pays ? Cela nous ramène à ce que j'avais déjà évoqué précédemment : il faut arriver à créer entre nous des coproductions équilibrées. Que la France fasse bande à part et n'arrive pas à convaincre les autres pays de l'Union de l'intérêt d'une synergie serait le pire des axes envisageables.

F. S. — La problématique n'est-elle pas de savoir comment favoriser une politique de coproductions équilibrées entre des pays qui n'ont ni les mêmes régulations nationales, ni le même potentiel industriel, ni le même nombre de spectateurs en salles ?

A. D. — Dans le livre vert, le thème qui me paraissait le plus intéressant, et qui a été abandonné en cours de route, était celui de la convergence des politiques nationales.

F. S. — Y a-t-il eu des tentatives d'harmoniser les réglementations, ou de construire des passerelles entre pays ?

A. D. — Il y a des tentatives... du côté des professionnels. Je pense par exemple au Club des producteurs européens, où l'on retrouve des personnalités aussi différentes que David Puttnam, pour l'Angleterre, De Laurentiis pour l'Italie, René Cleitman ou Philippe Carcassonne pour la France. Ils se réunissent et essaient de se mettre d'accord, déjà entre eux, sur une base commune de définition de l'œuvre européenne, le but étant ensuite de faire passer le message auprès de leurs gouvernements respectifs.

F. S. — Ne se retrouvera-t-on pas toujours devant la difficulté d'être à quinze, au sein de l'Union ? Statistiquement : ne risque-t-on pas de voir toujours un pays au moins mettre son veto à une procédure de convergence ?

A. D. — Oui, il est vrai qu'au sein de l'Union, le processus de prise de décision à l'unanimité, comme c'était le cas pour MEDIA, pousse à des compromis un peu à

la baisse. Mais si des propositions viennent des producteurs ou des diffuseurs eux-mêmes, il sera peut-être plus facile de créer un tronc commun d'accords, avec un groupe de partenaires importants. Il existe différentes pistes. On pourrait, par exemple, monter un projet avec le groupe des pays latins, ou si l'on veut couvrir un champ plus vaste encore, avec le groupe des pays qui ne sont pas encore trop sous l'influence anglo-saxonne. Le paradoxe vient du fait que l'un des pays les plus intéressants actuellement au niveau de la création est la Grande-Bretagne.

F. S. — Que pensez-vous de la position prise par certains ces derniers temps, qui consiste à dire qu'il faut se concentrer sur certaines grosses productions et réaliser globalement moins de films ?

A. D. — C'est un mouvement qui s'est déjà, en partie, amorcé. Le nombre de films produits en France en 1994 est inférieur à 1993. Il faudrait que maintenant cela se stabilise. Je crois que c'est une erreur de dire qu'en se concentrant sur quelques très gros budgets, on touchera le « *jack-pot* » à tous les coups. D'abord, n'oublions pas que les grosses productions européennes restent des films à petits budgets, comparés à ceux auxquels on veut faire concurrence. Ensuite, nous avons eu la preuve, cette année, avec deux productions françaises à budgets moyens, *Gazon maudit* et *Un Indien dans la ville*, sans parler de *La haine*, qu'il était possible d'avoir, à partir de ce type de montage financier, une rentabilité très importante. Il faut donc, me semble-t-il, développer les productions proportionnées au public potentiel auquel elles peuvent plus facilement avoir accès. Ne pas oublier, non plus, de maintenir un vivier de renouvellement de talents. Le point le moins critiquable je crois, dans l'avance sur recettes en France, c'est le premier collège, qui permet d'avoir un nombre de premiers films important. Il y a aussi un phénomène nouveau que l'on constate : de petits films qui commencent à se tourner de manière astucieuse. Je pense à *Augustin*, ou à *Etat des lieux*, dont les budgets étaient respectivement d'un million et de trois cent cinquante mille francs français.

F. S. — C'est ce que fait Rohmer depuis très longtemps.

A. D. — Oui, et cela reste d'actualité. Le tournage de films à tous petits budgets, qui peuvent facilement s'amortir, est toujours aujourd'hui une piste à explorer.

F. S. — Je voudrais aborder maintenant avec vous un tout autre chapitre, celui de la directive « Télévision sans frontières ». Où en est le dossier ?

A. D. — Il était prévu dans le texte même de la directive, et la Commission s'étant une nouvelle fois engagée sur ce point à l'occasion de la publication du livre vert, que des modifications seraient apportées au texte.

F. S. — On a notamment beaucoup critiqué la formule « chaque fois que cela est possible ».

A. D. — C'est exact. Donc, la Commission, après avoir eu un grand nombre de discussions internes, au sein du Collège des commissaires, a finalement adopté une proposition de modification présentée par le nouveau commissaire en charge de l'audiovisuel, Monsieur Oreja. Nous voudrions dépassionner ce débat, et le rendre plus technique, pour ne pas nous affronter sur des questions de principe, ou sur des terminologies, comme le mot « quota ». La première chose à faire serait de connaître les taux d'occupation nationaux et européens sur les différentes chaînes de télé-

vision généralistes en Europe. Or, on connaît mal la situation. En France, on a fait des études pour savoir si la directive et notre réglementation nationale étaient respectées. Pour les producteurs, de cinéma comme de télévision, le système français a été extrêmement positif. Les diffuseurs considèrent, bien sûr, que cela alourdit considérablement leurs charges, mais actuellement toutes les chaînes émettant sur les canaux hertziens sont en bonne santé financière, en France. On pourrait prévoir, pour les chaînes câblées ou thématiques, des adaptations ou des systèmes de montée en charge progressive. La directive « Télévision sans frontières » adoptée en 1989 était, il est vrai, assez monolithique. La proposition déposée par la Commission en vue de son renouvellement doit encore faire l'objet d'un accord, après d'éventuels amendements, au Conseil des ministres européens, en co-décision avec le Parlement européen. Nous sommes engagés dans un processus très long.

F. S. — On a aussi parlé d'un marchandage proposé par certains pays, qui étaient plus favorables à une obligation d'investissement des chaînes européennes dans la production, plutôt qu'à une obligation de diffusion d'œuvres européennes ?

A. D. — Les deux pôles nous semblent absolument complémentaires et nécessaires. Nous ne sommes pas contre une adaptation de la directive, mais adaptation, pour nous, ce n'est certainement pas un démantèlement des principes déjà adoptés. Il nous semble très important de préserver l'acquis communautaire. A quoi auraient servi, sinon, les négociations du GATT ? Avec le GATT nous avons réussi à garder une marge de manœuvre non seulement au niveau national, mais aussi au niveau européen.

F. S. — Le reproche qu'on peut faire au compromis qui doit encore recevoir l'aval du Conseil des ministres et du Parlement européens n'est-il pas le manque de définition de l'œuvre audiovisuelle européenne (les émissions de plateau étant prises en compte dans les pourcentages de diffusion) ? Ne peut-on pas aussi critiquer l'absence de notion « *prime time* », les chaînes généralistes étant en règle avec la directive en diffusant des programmes européens à des heures de très faible taux d'écoute ?

A. D. — Sur l'ensemble des points que vous venez de mentionner, le Conseil supérieur de l'audiovisuel vient de prendre une position très nette. Ce n'était pas évident, d'ailleurs, parce que cet organisme est en principe plus proche des diffuseurs que des producteurs. Nous n'aimons pas trop la proposition du commissaire Oreja d'obligation d'investissements pour les chaînes thématiques, à la place des obligations de diffusion. Pourquoi ? Ce n'est pas pour nous qu'une question de principe, mais un problème d'application. La manière dont cette proposition est libellée, assise sur le budget de programmation des chaînes, rendrait toute réelle vérification impossible. Mais pour améliorer la directive, nous pourrions par exemple concentrer les mesures d'obligation de diffusion sur des œuvres européennes non nationales.

F. S. — Ce qui impliquerait que les émissions de plateau soient moins directement concernées par la directive ?

A. D. — Oui, à la limite, ça se fera naturellement. Mais ce que l'on veut clairement afficher au sein de la directive, c'est l'encouragement à la libre circulation des œuvres audiovisuelles européennes. Le plus important n'est pas de maintenir le quota élevé

de 50% sur un magma un peu indéfini, mais d'afficher des objectifs réalistes, clairs et contrôlables.

F. S. — Y a-t-il une date-limite pour la reconduction de la directive ?

A. D. — Aucune. Je crois que la première négociation avait duré à peu près trois ans. Dans l'état actuel, tout ce qui n'est pas renégocié reste en vigueur.

F. S. — Je voudrais revenir à la question de l'identité culturelle, dont nous avons déjà parlé. N'y a-t-il pas un certain antagonisme entre le souci de pluralité culturelle et le besoin de plus en plus affiché de rentabilité ?

A. D. — Je vous ai cité les chiffres des budgets de MEDIA et d'EURIMAGES, qui sont vraiment une goutte d'eau. Dans l'état actuel du paysage audiovisuel européen, on ne peut dire qu'une chose : c'est au niveau national, selon la responsabilité de chaque Etat, que se décideront les survies ou les morts définitives des cinématographies... et donc d'une partie de l'expression culturelle de chacun des pays incriminés. Il est vrai que dans l'analyse que je vous livre, je me base principalement sur l'idée qu'un film est l'émanation d'une équipe et d'un pays (même dans les coproductions, il y aurait un partenaire majoritaire prépondérant, du point de vue identitaire). On peut aussi adopter une autre grille de lecture, et partir du principe qu'il faille produire des films à « caractère international ». En France, des groupes comme City 2000 poursuivent cet objectif. C'est une piste parallèle qui peut être intéressante.

F. S. — Justement, pouvez-vous expliciter la position du CNC par rapport à la langue utilisée dans un film ?

A. D. — Nous estimons qu'un film doit être tourné dans la langue naturelle du récit qui est en général celle du pays producteur majoritaire. On peut donc parfaitement admettre une coproduction dans laquelle la France est minoritaire... avec un film tourné dans une autre langue que le français. Le film étant une coproduction, bénéficiera du soutien automatique. La seule subvention réservée exclusivement aux films d'expression française est l'avance sur recettes, la partie sélective de l'aide. Je rappelle que l'ensemble du compte de soutien, cinéma et audiovisuel confondus, a une masse budgétaire annuelle de deux milliards de francs. De cette somme, seuls cent vingt millions environ sont attribués à l'avance sur recettes. Sont assimilés à la langue française, et donc éligibles à l'avance sur recettes, les films tournés dans un dialecte qui n'est pas l'émanation d'un territoire complet, ou la langue officielle d'un pays. C'est ainsi que nous avons aidé le tournage d'un film en yiddish, *Moi Ivan, toi Abraham*.

F. S. — N'y a-t-il pas la tentation chez certains producteurs, de vouloir tourner à tout prix en anglais pour avoir accès à un marché plus large ? Ne décelez-vous pas ce type de démarche dans certains projets remis à EURIMAGES ?

A. D. — A EURIMAGES, nous devons simplement faire attention à ce que les projets qu'on nous soumet n'aient pas des financements américains déguisés. Notre jurisprudence, en cas de doute, est de demander les contrats de prévente signés avec les Américains, pour bien s'assurer qu'ils ne s'apparentent pas à une coproduction. On en vient alors à la règle de notre programme, qui veut qu'un pays coproducteur non membre d'EURIMAGES ne peut pas avoir plus de 30 % de part de coproduc-

tion. C'est un point sur lequel, en tant que vice-présidente d'EURIMAGES, je souhaite être extrêmement vigilante. Nous assistons actuellement à une recrudescence inquiétante de ces projets à très fort financement américain, que notre programme n'a ni vocation ni capacité à soutenir, quel que soit leur intérêt. Mais pour vous répondre sur le problème de l'utilisation de la langue anglaise, soulignons que les films américains font, la plupart du temps, carrière dans le monde en versions doublées. Il n'y a que quelques pays irréductibles, comme le Japon, qui préfèrent les versions originales sous-titrées. *A contrario*, l'Angleterre et les Etats-Unis refusent de voir nos films doublés. Il n'y a donc que le marché anglo-saxon qui puisse profiter aux films tournés en anglais. Or, on sait que ce sont justement les pays les plus difficilement pénétrables. Cela dit, il est vrai que les seuls films français qui ont eu jusqu'ici un succès au *box-office* aux Etats-Unis (qui reste assez modeste à l'égard de l'échelle américaine), ce sont les films en langue anglaise, comme *Léon*, *Valmont* ou *L'amant*. On a déjà là-bas une minuscule part du marché, mais si on retirait ces films-là des statistiques, la présence française aux Etats-Unis frôlerait le zéro absolu, tout en restant la première des cinématographies en langue non anglaise.

F. S. — Je voudrais terminer par une dernière question d'ordre général. En ce qui concerne le cinéma, ne croyez-vous pas que nous vivons une double crise, structurelle et identitaire ? Plus largement encore, le fait que l'Europe n'arrive pas à mieux défendre son audiovisuel, ne remet-il pas en question l'existence identitaire de l'Europe même ?

A. D. — Nous sommes là au cœur du débat de l'exception culturelle. Si nous nous arc-boutons derrière des quotas, par exemple, c'est faute d'avoir trouvé mieux. Il y a là effectivement une question de survie. Il ne faut pas sous-estimer non plus la pression américaine, qui est très forte depuis le GATT, ressenti de l'autre côté de l'Atlantique, comme un échec, même symbolique. Dieu sait que les Américains, quand ils font un *lobby*, sont très efficaces. On a l'impression que leurs arguments portent parfois sur certains de nos partenaires. Il faut aussi savoir qu'en dehors de l'Europe, d'autres pays sont sensibles aux questions d'identité culturelle. Nous sommes, par exemple, très bien accueillis au Japon. Quand la Chine s'ouvre, on assiste bien sûr à l'arrivée de films américains, mais aussi à une certaine demande d'autre chose. Il y a plusieurs pays très différents à forte identité, qui semblent voir d'un œil moins complaisant une domination purement américaine de leurs écrans. Etre ouvert à d'autres cultures que le seul mode hollywoodien, c'est paradoxalement défendre le droit de sa propre différence. L'ensemble de ces espoirs disséminés dans le monde ont besoin d'un bloc fédérateur qui puisse être un contre-poids à la puissance audiovisuelle américaine. Seul l'Europe pourrait jouer ce rôle. Les années qui viennent sont vraiment décisives...

Entretien réalisé par Frédéric Sojcher, le 28 juin 1995.

L'EUROPE CULTURELLE : LE DISCOURS ET LA METHODE

« S'il fallait refaire l'Europe, je commencerais par la culture ». Cette citation de Jean Monnet scande régulièrement les débats sur les rapports entre la culture et le projet européen. Venant après coup, on peut la prendre pour une incantation qui vise à donner une conscience — bonne ou mauvaise — à la construction européenne, ou on peut estimer qu'elle souligne avec lucidité que la culture est le ciment intellectuel qui consolide une nouvelle identité, ce supplément d'âme sans lequel les grands desseins s'aplatissent.

Mais qu'en est-il dans la réalité ? Et depuis que nous savons que la culture est si importante, qu'a-t-il été accompli pour traduire dans les faits cette prise de conscience ?

Si on se réfère aux textes divers qui organisent l'Union européenne, nous observons effectivement la référence aux notions de « diversité culturelle », « d'identités culturelles », « d'attention particulière aux pays à ère linguistique ou géographique restreinte » ou encore — particulièrement dans le domaine audiovisuel — « à faible capacité de production »...

Ces références se trouvent essentiellement dans ce qu'on appelle les considérants ou le préambule des textes réglementaires européens, mais ne sont pas reprises dans le dispositif ayant force obligatoire.

Cela signifie que les concepts culturels, généraux et généreux, sont rarement concrétisés en termes explicites et sont même souvent contredits par la logique fondamentale du traité qui reste économique et s'assigne pour objectif essentiel, la construction d'un marché européen unique. Mais au moins, cette référence culturelle commence à être exprimée et écrite.

A l'opposé, les Etats-Unis réfutent les termes mêmes de politique culturelle et s'appuient résolument sur le développement du commerce international articulé sur la concurrence et l'ouverture des marchés.

En résumé, dans le cas de l'Europe il y a une idéologie culturelle peu suivie d'effets réels, alors que les Etats-Unis récusent en principe l'idéologie mais développent une industrie culturelle manifestement dominante sur le plan international.

On pourrait se hasarder à dire que les Etats-Unis font du marxisme appliqué puisqu'ils travaillent essentiellement sur l'infrastructure et les conditions économiques de fonctionnement de la société, la superstructure ou l'idéologie venant de surcroît.

Depuis que Malraux a énoncé de manière lapidaire que le cinéma est à la fois un art et une industrie, on mesure à quel point des approches contradictoires peuvent exister dans ce secteur. Même en Europe, nous connaissons cette oscillation permanente entre les deux approches de la création audiovisuelle.

Soulignons que l'économisme est encore une discipline dominante dans les sciences humaines où il a pris la relève de la sociologie triomphante des années soixante et soixante-dix. C'est la logique financière et commerciale qui apparaît comme la

référence centrale, malgré les remises en cause des effets sociaux catastrophiques de doctrines prônant un libéralisme intégriste.

Même dans notre pays où le discours culturel est largement reconnu et proféré dans les médias, les problèmes budgétaires et économiques restent dominants dans le fonctionnement de la société, avec les conséquences qui en découlent sur l'emploi et l'organisation sociale.

Plusieurs indices nous montrent que les questions culturelles ne sont pas les premières préoccupations des citoyens même si — ou peut-être grâce au fait que — la culture est plus largement disséminée et pratiquée qu'il y a trente ans.

Le discours culturel européen nous fait trop souvent oublier que si la culture est inventive, elle reste fragile et dispersée dans ses manifestations.

L'Europe est culturellement forte mais industriellement faible, il s'en suit un déséquilibre dans le binôme « industrie-culture ».

Quels sont les jalons posés par les textes officiels de l'Union européenne et qui permettent de situer la place exacte de la culture et de l'audiovisuel au sein de la politique communautaire ?

1. Le 3 octobre 1989, était adoptée la directive dite « Télévision sans frontière ». Son objectif était clair : assurer la circulation de toutes les chaînes nationales dans l'ensemble de l'espace européen afin d'utiliser toutes les potentialités de ce marché et de casser les obstacles à la diffusion des programmes. Constatant les très grandes difficultés à produire les œuvres audiovisuelles originales et le risque corollaire de voir ouvrir un espace européen pour les programmes américains diffusés par de nombreuses chaînes de télévision, le législateur européen a prévu l'instauration d'un système de quotas de diffusion par lequel « les Etats membres veillent, chaque fois que cela est réalisable par les moyens appropriés », à ce que les organismes de télévision réservent une proportion majoritaire de leur temps de diffusion à des œuvres européennes. Beaucoup de chaînes nationales ont répondu d'emblée à ces critères.

Ceci avait un sens à partir du moment où la circulation internationale des chaînes résultait de l'expansion en tache d'huile de chaînes originellement nationales. Depuis lors, sont apparues les chaînes à vocation internationale, implantées de manière plus ou moins formelle dans un pays déterminé et revendiquant la nationalité de ce pays pour être librement diffusées, sans répondre aux quotas qui avaient été prévus dans la directive. Le cas le plus flagrant est celui de TNT-Cartoon bénéficiant en Angleterre de ce qu'on appelle une *non domestic licence* (officiellement chaîne anglaise, elle ne doit pas répondre aux obligations imposées par la loi anglaise à ses propres chaînes nationales. Ainsi, elle n'est pas tenue à la diffusion d'œuvres européennes). C'est pratiquement la technique du pavillon de complaisance à propos de laquelle les autorités européennes avaient été alertées en vain dès le début des discussions sur la directive.

2. De manière positive et incitative, en 1990 le programme Média a été mis en œuvre. Il visait au travers d'une vingtaine de projets à stimuler à la fois l'écriture, la formation à la production audiovisuelle ou encore la distribution, la

promotion et le financement. Ce programme a atteint des résultats tangibles et soulevé aussi des critiques. Ces critiques sont assez semblables à celles provoquées par les aides nationales dans la plupart des pays : manque d'effet industriel structurant, encouragement pour certains professionnels d'une ingénierie du guichet, ou comment obtenir des subsides sans se soucier de toucher le public. Mais à côté de cela que de succès comme *Toto le héros...*

3. En vertu de l'article 92, paragraphe 3d, du traité sur l'Union européenne, « les aides destinées à promouvoir la culture et la conservation du patrimoine, quand elles n'altèrent pas les conditions des échanges et de la concurrence dans la Communauté dans une mesure contraire à l'intérêt commun », seront tolérées alors qu'en principe de telles aides sont proscrites dans l'ensemble des services. Il s'agit d'une première exception à un principe général du traité.

4. L'article 128 du traité de Maastricht est considéré comme celui qui attribue officiellement une compétence culturelle à la Communauté puisque dorénavant celle-ci « contribue à l'épanouissement des cultures des Etats-membres dans le respect de leur diversité nationale et régionale, tout en mettant en évidence l'héritage culturel commun ». En outre, elle « tient compte des aspects culturels dans son action au titre d'autres dispositions du présent traité ».

Ce qui apparaît dans cet article, c'est l'attribution officielle d'une compétence culturelle mais en respectant le principe de subsidiarité — on fait référence ici à la diversité nationale et régionale — tout en considérant la culture comme essentiellement liée à l'héritage culturel ou au patrimoine. C'est une approche très traditionnelle de la culture qui nous ramène à des conceptions qui ont été largement dépassées ces vingt dernières années.

Toujours d'après l'article 128, l'audiovisuel est effectivement pris en considération mais dans sa dimension non commerciale. Dès lors, comment faire pour mettre en place le fameux binôme industrie-culture déjà évoqué ?

Cependant, ce serait un bon tremplin pour développer des actions. La réalité est autre : la procédure de décision prévue par l'article 128 nécessite en effet l'unanimité, ce qui entraîne la Commission lorsqu'elle veut avancer à se référer à d'autres articles du traité de Maastricht. La décision du mois de juin 1995 de relancer Média II a été prise pour cela sur la base d'autres articles du traité. Paradoxe d'un texte ouvrant théoriquement de nouvelles perspectives mais appliqué rarement car assorti d'un mécanisme de décision jugé trop lourd.

5. Le débat sur le GATS en 1994 a jeté un éclairage cru sur le maniement des concepts puisqu'ici, il ne s'agissait plus de savoir ce que chaque Etat pouvait encore faire de sa propre initiative au sein de l'Europe, mais d'opposer les conceptions européennes aux conceptions américaines en matière de développement de l'audiovisuel.

L'essentiel du débat portait sur l'ouverture des frontières et l'arrêt des aides publiques considérées comme étant une distorsion à la libre concurrence. Pour ce qui concerne l'ouverture des frontières, un contingentement quelconque des programmes d'origine américaine est peu perceptible pour les spectateurs de

cinéma ou téléspectateurs... En Communauté française de Belgique, la diffusion des films américains est largement dominante et cette domination ne fait que se renforcer au fil du temps.

C'est pourtant au nom de l'ouverture des frontières que les Etats-Unis se sont opposés au système de quotas prévu par la directive « Télévision sans frontière », quotas dont nous avons déjà observé qu'ils sont particulièrement perméables et contournables par différents procédés.

Cependant, l'expérience montre qu'il n'est pas absurde de viser la diffusion d'une part majoritaire d'œuvres européennes quand on voit dans les derniers chiffres de l'audimétrie des séries ou des téléfilms « nationaux » battre dans les sondages, la diffusion de films américains, voire de films européens, alors que les œuvres télévisuelles avaient traditionnellement moins de succès d'audience que les films.

En ce qui concerne l'arrêt du subventionnement par les pouvoirs publics de la création audiovisuelle, le débat du GATS visait directement le programme Média alors que son intervention à l'échelle industrielle reste très marginale comparée aux investissements faits dans un seul film grand public américain.

Mais au-delà, seraient visées aussi les aides aux services publics de radiotélévision accusés de mener une concurrence déloyale aux services privés qui se sont démultipliés. Une plainte a été introduite auprès de la Commission par l'ACT, qui est l'association européenne des télévisions privées, contre le fait que des chaînes publiques recourent à la fois aux crédits publics et aux recettes publicitaires.

Dans le cadre du débat sur le GATS, après une rencontre à Mons des ministres de la Communication en 1994, la Commission a agi enfin en bon ordre et a réussi à ne pas faire rentrer l'audiovisuel dans les textes généraux, sans toutefois obtenir qu'il soit mentionné que le secteur culturel et audiovisuel constituait une exception. Les règles générales du GATS précisent qu'en matière de service, il faut procéder de manière générale à une libéralisation progressive. Cette pression se répercute dans la proposition de modification de la directive « Télévision sans frontière » faite par la Commission. Celle-ci propose le maintien d'un système de quotas de diffusion — avec une alternative prévoyant que 25 % des budgets de programmation pourront être consacrés aux productions européennes pour les chaînes thématiques — dans la limite d'une période de dix ans.

En clair, le point de vue défendu par l'Europe vis-à-vis des Etats-Unis doit rester aussi le point de vue à défendre par l'Europe en son propre sein vis-à-vis des interventions des Etats-membres. Or ce n'est pas toujours le cas. Pourtant, comme le dit un document de travail de la DG 4 de la Commission, « la culture dans l'Union européenne n'est pas un produit comme les autres ».

Par rapport à la situation actuelle, nous pouvons dire que nous sommes européens par destination, naturellement francophones et qu'il convient d'avoir en matière audiovisuelle des ambitions qui touchent le monde. L'idée du « village glo-

bal » ne doit pas renvoyer seulement la description d'un réseau de diffusion, mais doit entraîner comme perspective nos propres initiatives aussi locales soient-elles.

1. Les aides nationales à la production cinématographique et audiovisuelle, ainsi qu'aux chaînes publiques de télévision sont à maintenir, développer et créer là où elles n'existent plus. Sans ce ressort, la production audiovisuelle, dans une communauté aussi limitée que la Communauté française de Belgique, ne pourra pratiquement plus exister. Les aides sont une condition nécessaire mais insuffisante, notamment pour ce qui concerne le développement industriel de l'audiovisuel. Là il faut mettre en jeu des mécanismes économiques. Pour mémoire, rappelons qu'il existe, en Communauté française, une disposition décrétable permettant de garantir à 75 % les investissements faits dans l'audiovisuel. Utilisation jusqu'à présent de cette disposition en principe destinée à toutes les industries culturelles ? Aucune demande enregistrée puisque les producteurs ou les éditeurs attendent en fait une garantie à 100 % au moins !... Ceci montre tout le chemin à parcourir aussi en termes de crédibilité vis-à-vis d'investisseurs privés.
2. Les télévisions doivent continuer à financer la création audiovisuelle. Les chaînes publiques ont un rôle à jouer et donc la RTBF aussi ¹. La présence et le développement de la RTBF n'auront toutefois de sens que dans la mesure où elle s'insérera dans un réseau francophone ou européen auquel elle apportera son ton particulier, sa spécificité. Nous irons vraisemblablement vers des formules d'association et de décrochage. Il sera indispensable que chaque Etat reste compétent à l'égard des programmes décrochés vers lui pour ne pas favoriser la délocalisation de chaînes de télévision à la recherche des réglementations les plus légères. La RTBF deviendra une chaîne de télévision dans un espace international de plus en plus ouvert et suroccupé par la multiplication des chaînes.
3. Au moment où la directive « Télévision sans frontière » se rediscute, la technique des quotas est une fois de plus remise en question par une majorité de pays, pour lesquels il s'agit de méthodes protectionnistes aux effets anesthésiants.

Pour les petits pays comme la Belgique ou les Communautés qui la composent, la formule des quotas de diffusion n'est pas nécessairement la meilleure. Elle fait en effet appel à un réservoir de programmes européens que nous ne parvenons à produire nous-mêmes que de manière minoritaire. C'est pourquoi nous mettons en évidence la formule des quotas de production qui font que chaque télévision est amenée à devoir produire ou coproduire, ce qui entraînera logiquement ensuite la diffusion de ce qui aura été introduit.

Des discussions ont eu lieu également sur la définition des œuvres européennes. Laissons cette définition ouverte et mouvante : l'important est que les artistes vivant en Europe, travaillant ici, quelle que soit leur origine, aient la faculté de produire et de créer sans obligatoirement devoir se délocaliser eux-mêmes.

Toujours sur le plan européen, le lancement de Média II, recentré sur la formation, le développement et la distribution, reste important. Comme pour les aides nationales, il s'agit d'une condition nécessaire mais non suffisante. L'articulation doit se faire au moyen des aides nationales et là aussi, il faut agir à la fois sur la dimension culturelle et la dimension industrielle. L'idée énoncée par la Commission de la création d'un fonds de garantie, dans l'esprit du dispositif de garantie déjà prévu mais non employé par la Communauté française de Belgique, doit être soutenue. Même si les risques similaires de sous-utilisation ou d'utilisation détournée pour des raisons financières, avec une hausse artificielle des coûts de production sont connus.

4. Le débat sur la société de l'information recoupe celui de la création audiovisuelle. Le secteur des télévisions ne pourra plus être approché de manière isolée. Là aussi la priorité doit aller vers le renforcement de la capacité pour chaque entité nationale ou régionale de développer des créations originales et particulières, pouvant néanmoins toucher la sensibilité des publics européens et extraeuropéens. S'il s'agit de s'interroger sur l'usage industriel des nouvelles techniques liées à la société de l'information, on constate qu'elles s'appuient largement sur le patrimoine culturel extrêmement riche dont nous disposons en Europe. Même si ce n'est pas la manière la plus innovatrice de s'exprimer, c'est en tout cas un capital culturel qui nous permettra encore de nous manifester dans le réseau mondial de diffusion.

En conclusion, notre propos est d'appuyer les interactions régissant les différentes initiatives. Il est préférable de mettre en place des réseaux professionnels fédérés plutôt que de s'appuyer sur une entreprise monolithique ou à tendance monopolistique qui créerait dans un premier temps un effet d'irruption, mais dont la fragilisation éventuelle pourrait entraîner des effondrements en cascade (cela s'est déjà vu récemment dans le secteur de l'audiovisuel).

Des critères de convergence sont évoqués dans le domaine économique, il faudrait se battre dorénavant pour une *convergence culturelle européenne*, résultante des apports de tous les interlocuteurs. Le résultat qualitatif qui en découlera, sera bien plus intéressant que la simple somme des bonnes volontés additionnées.

NOTE

¹ RTBF : chaîne de télévision publique francophone belge.

POUR UNE REGLEMENTATION A L'ECHELLE DE L'UNION

Frédéric Sojcher — Pourquoi la France, à votre avis, fait-elle figure d'exception, au niveau européen ? Pourquoi sa cinématographie « résiste »-t-elle mieux que les autres ?

Pascal Rogard. — Ce n'est pas parce qu'on est meilleur que les autres : nos cinéastes, nos artistes-interprètes n'ont pas plus de talent que les Italiens, les Anglais ou les Allemands. La situation particulière du cinéma français vient tout simplement du système institutionnel mis en place, qui permet aux productions de bénéficier de ressources sûres. Ce système repose sur deux piliers : le compte de soutien à l'industrie cinématographique (alimenté à la fois par les taxations des salles de cinéma, de la vidéo et de la télévision) et, d'autre part, une série d'obligations qui ont été imposées aux télévisions : un quota de diffusion de films d'expression française et de films européens ainsi que des obligations d'investissement.

F. S. — Selon vous, la « bonne santé » relative du cinéma français tiendrait donc de ces réglementations ?

P. R. — C'est clair. Prenons un exemple très simple : quand Canal + s'est créé, un cahier des charges a été négocié, imposant à la chaîne cryptée un certain nombre de règles. Canal + doit injecter 20 % de son chiffre d'affaires dans l'ensemble des films — à l'intérieur de ses 20 %, au moins 12 % pour le cinéma européen ; de ses 12 %, au moins 9 % pour les films d'expression française. Cela fait environ, pour les films tournés en langue française, un investissement de six à sept cents millions de francs français chaque année. Imaginez que le gouvernement anglais ait négocié le même type de règles avec B Sky B (dont le chiffre d'affaires approche aujourd'hui celui de Canal +), vous auriez six à sept cents millions injectés dans le cinéma anglais, et vingt à trente films supplémentaires produits chaque année. Comme les Anglais ne sont pas des manchots et que leur cinéma est plutôt bon, la part de marché de leur cinématographie nationale remonterait automatiquement de 20 à 25 %. Ceci serait vrai, à différentes échelles, pour tous les pays européens. La force du système français est double : il ne dépend pas de décisions budgétaires annuelles et il repose sur les contributions du marché (le compte de soutien). Cette année, par exemple, le ministère de la Culture a souffert des arbitrages budgétaires : ses crédits ont stagné. Par contre, le budget du compte de soutien est toujours en sensible augmentation... parce qu'il est relié au marché. Dans beaucoup d'autres pays européens, des subventions sont accordées à des films, sans lien avec le marché, sans se préoccuper s'ils auront ou non un succès en salle. C'est l'autre caractéristique de notre système : il est pour une large part automatique... les aides automatiques vont aux producteurs qui ont eu la chance de faire des succès en salles, ou dont les films passent souvent à la télévision. Les aides sélectives (avance sur recettes) ne représentent que 20 % environ des aides à la production.

F. S. — On a beaucoup parlé, ces derniers temps, du projet de réserver 1 % du budget de fonctionnement de l'Union européenne à un fonds de soutien européen.

P. R. — C'est un projet que nous défendons. Il s'agirait de créer à côté du plan MEDIA — qui serait, disons, la partie sélective de l'aide — un système d'aides automatiques, à la fois pour le cinéma et l'audiovisuel, qui permettraient de favoriser la circulation des œuvres et leur diffusion, aussi bien en salles qu'à la télévision. Le plan MEDIA a des qualités, mais il a le défaut principal de ne pas avoir eu d'effet structurant sur l'industrie.

F. S. — Est-il possible d'avoir une harmonisation des systèmes d'aides, au niveau européen, ou cela reste-t-il du domaine de l'utopie ?

P. R. — Sur les systèmes d'aides, le traité de Maastricht est clair : ils restent du domaine national. Il n'y aura pas, à mon avis, de changements fondamentaux à ce sujet avant plusieurs années, car les « philosophies » des différents pays, en matière d'aides, sont différentes. En France, c'est un système d'aides aux œuvres ; en Allemagne, ce sont avant tout des aides régionales, l'argent étant délivré selon la localisation des tournages : à la limite, les Allemands seraient peut-être prêts demain à soutenir un film américain, si les dépenses de production s'effectuaient dans le *Land*, par exemple de Berlin. Je crois que chaque pays doit se préoccuper de son système national : le seul souci étant de savoir s'il est performant. L'Europe doit se focaliser sur le problème européen, c'est-à-dire, principalement, la circulation des œuvres européennes au sein de l'Union. Dans les différents marchés européens, le film national occupe une certaine place, le film américain une plus ou moins grande part — et entre les deux, il n'y a rien : c'est comme si les films des autres pays européens n'existaient pas. L'objectif est donc de lutter contre un certain cloisonnement des marchés, qui est devenu aussi un cloisonnement des publics : les Américains étaient les seuls à profiter pleinement du marché unique.

F. S. — La question n'est-elle pas dès lors de savoir quel type de film peut toucher le public européen ? N'y a-t-il pas un risque à vouloir imiter « ce qui marche », à s'américaniser et à y perdre son « âme » ?

P. R. — Au temps où existaient des cinématographies nationales fortes, les films circulaient. A l'époque du grand cinéma italien, les films italiens étaient vus dans l'Europe entière. A l'époque où il y eut un renouveau du cinéma allemand, les films de ces cinéastes étaient vus partout. De même, pour le cinéma anglais. Je pense qu'il faut qu'il y ait quelques pays producteurs « forts », et que ces pays coopèrent. C'est comme cela qu'on arrivera à faire reculer la part de marché des films américains.

F. S. — Ceci nous amène au GATT. Comment avez-vous vécu les négociations et leur résolution, il y a quelques mois ?

P. R. — Quand on parle des négociations du GATT et de l'exception culturelle, de quoi s'agissait-il exactement ? Tout simplement, d'une volonté américaine de remettre en cause les réglementations qui peuvent nous permettre d'exister. Même si, dans certains cas, ils étaient prêts à accepter le gel de la situation actuelle (c'est-à-dire, par exemple, de ne pas remettre en cause le système français), ils voulaient à tout prix empêcher l'Europe de se doter d'une vraie réglementation. Or, nous sa-

vons parfaitement, nous Français, qu'on ne peut pas être une oasis de prospérité cinématographique — d'ailleurs toute relative — dans un désert européen. La seule chance de la France réside dans un niveau de réglementations européennes suffisamment puissantes pour permettre de construire une industrie audiovisuelle à l'échelle de l'Europe. La télévision et le cinéma ne sont pas qu'un problème culturel : ce sont aussi des enjeux économiques très importants. Jacques Delors l'a bien compris, lui qui défend la théorie du développement de l'industrie audiovisuelle dans son « Rapport sur la compétitivité et la croissance » où il note que ce secteur peut être un formidable gisement d'emplois pour l'avenir. Il faut garder en mémoire la violence avec laquelle les Américains se sont manifestés pendant le GATT, l'énorme pression qu'ils ont essayé de faire peser sur les discussions : le président Clinton a appelé deux fois de suite ses homologues à ce sujet. Quand vous avez en face de vous un partenaire de négociation terriblement pressant sur une clause ou un domaine, il faut être vraiment le dernier des imbéciles pour ne pas saisir qu'il s'agit d'un sujet important. J'espère que l'Europe a compris, une fois pour toutes, que l'audiovisuel est l'un des moteurs de la société de demain, qu'il n'y aura plus la tentation de laisser tomber ce secteur, en échange de contreparties. Notre objectif, autour du GATT, était de ne pas hypothéquer l'avenir et de permettre aux hommes politiques qui vont gérer l'Europe de mettre au point des instruments de soutien suffisamment efficaces pour pouvoir défendre et développer l'audiovisuel. Ce que les Américains voulaient, c'était surtout empêcher toute réglementation future à l'échelle européenne. Le combat est loin d'être gagné, mais au moins nous avons encore la possibilité de le mener.

F. S. — Le problème de l'Europe ne vient-il pas du fait qu'il y a en son sein deux philosophies : celle, plus libérale, de type anglais et une autre philosophie de type socio-démocrate ?

P. R. — La philosophie anglaise, quand on parle de l'Europe, ne couvre pas uniquement le cinéma : elle couvre tous les domaines. Ce n'est pas un refus de toute réglementation, c'est clairement un refus de l'Europe. A la limite, on peut dire que le général de Gaulle avait raison. J'ai encore noté récemment que les Anglais ont refusé la notion d'Europe sociale. Or, si on veut faire l'Europe et assurer une compétition loyale entre les différents partenaires, il faut naturellement qu'ils aient à peu près les mêmes règles sociales. Sinon, vous aurez des délocalisations : les entreprises iront s'installer dans les pays les moins protecteurs. Cela dit, je ne suis pas certain que les Anglais ne comprendront jamais l'intérêt d'une politique commune en matière d'audiovisuel, surtout s'ils analysent les déficits de balance commerciale induits par le manque de régulation du secteur. Comme ils sont pragmatiques, peut-être trouveront-ils en fin de compte qu'il faut des règles du jeu claires et applicables par tous. Après tout, les Anglais étaient au départ contre un fonds de soutien européen au cinéma et ils ont fini par rejoindre EURIMAGES. D'ailleurs, la fiction télévisuelle se défend bien en Angleterre. Ils produisent des programmes qui s'exportent un peu partout. Ils ont une faiblesse structurelle sur le plan cinématographique, mais peut-être des leçons à donner sur le plan des fictions ou du documentaire à d'autres pays. Tout n'est pas blanc ou noir.

F. S. — N'y a-t-il pas aussi une ambiguïté, révélée autour des discussions du GATT, sur la notion même de ce que représente le cinéma ? Les termes de « marchandise » et d'« exception culturelle » sont-ils toujours compatibles ?

P. R. — Evidemment. Le film n'est pas une marchandise. Si c'était une marchandise, on appliquerait la règle du « dumping » et les Américains ne pourraient pas vendre leurs films à l'étranger moins cher que sur le marché national. Il n'y aurait pas eu la discussion du GATT et nous serions tranquilles... L'audiovisuel est un « service » rémunéré en proportion de l'audience. C'est clair. Je crois, cela dit, que ce n'est pas un « service » comme les autres. Les Américains eux-mêmes sont obligés de le reconnaître. Si c'était un service comme les autres, pourquoi y aurait-il toutes ces discussions au Congrès des Etats-Unis sur l'impact des films sur la société, sur la violence, la sexualité... Parallèlement, pour les Etats-Unis, l'audiovisuel est un secteur important. D'autant plus important qu'il est localisé en Californie, et que la Californie est un Etat déterminant dans l'élection du président. On dit souvent qu'il s'agit du deuxième secteur, en ordre d'importance, du point de vue industriel. Je ne suis pas certain qu'on n'exagère pas un tout petit peu, mais dans tous les cas, l'audiovisuel pèse positivement dans la balance commerciale américaine. Enfin « *last but not least* », les productions cinématographiques et télévisuelles américaines sont connues et reconnues dans le monde entier comme un savoir-faire, ou des œuvres — c'est selon — de référence. Les Américains diffusent mieux leurs films que leurs voitures. Il est donc tout à fait logique que le gouvernement des Etats-Unis soutienne ses producteurs. Mais il est aussi normal, et ils doivent aussi comprendre, que nous ne voulions pas, en Europe, d'une politique de la terre brûlée où 95 % des images que les gens voient et consomment sont fabriquées ailleurs. Il faut trouver un certain équilibre. Actuellement, les Américains ont environ 80 % du marché européen en salles. Aux Etats-Unis, les cinématographies étrangères — tous pays confondus — représentent à peine 2 % du marché. Si la situation est déséquilibrée, elle l'est totalement en leur faveur : ils ne doivent pas aller trop loin ! Si on aborde le problème des blocages commerciaux, par exemple, je crois qu'ils sont beaucoup plus pernicieux que nous — et en réalité, beaucoup plus restrictifs. Certes, aucune réglementation de protection n'existe, mais on pourrait leur opposer la théorie des blocages structurels. Disons que les Américains se comportent à notre égard comme les Japonais, dans d'autres domaines industriels, se comportent à l'égard des Américains.

F. S. — Je voudrais que l'on revienne au problème de l'« identité culturelle ». Les petits pays européens sont dans l'impossibilité de rentabiliser des productions cinématographiques sur leur territoire, pour une question évidente de coût face à une échelle de population. Pensez-vous que l'Europe doit ici intervenir ?

P. R. — On ne peut pas produire en Belgique, en Hollande ou même au Portugal le même nombre de films qu'en France. Par définition, il y a aussi moins de créateurs et d'artistes. Mais il faut que ces cinématographies puissent exister, en coopération avec des pays plus importants. Je pense effectivement que c'est l'un des rôles de l'Europe, que de faciliter ce type de démarche. J'estime même que cela devrait être l'une des actions prioritaires : éviter que ces pays soient uniquement consommateurs d'images venues d'ailleurs.

F. S. — Développer les cinématographies des « petits pays » permettrait aussi au cinéma européen de prospérer ?

P. R. — Absolument. Il n'y aura pas cinq « grands pays » avec une production nationale, et rien à côté. Ces petits pays ont autant le droit de générer leurs propres images. Bien entendu, la Belgique ne produira jamais cent films par an, mais si elle en produisait vingt, ce ne serait déjà pas mal.

F. S. — Pourquoi les films européens circulent-ils si mal ? Est-ce un problème structurel ? Pourquoi les Européens sont-ils si peu curieux des cinématographies autres que le film américain ? N'est-ce pas aussi une question de civilisation : l'Europe incapable de créer ses propres mythes ?

P. R. — Il ne faut pas dire le « cinéma américain », c'est le cinéma d'Hollywood. Il y a un cinéma américain indépendant, qui a toutes les caractéristiques et les mêmes difficultés à exister en salles aux Etats-Unis que le cinéma européen. D'un côté, le cinéma d'Hollywood, de l'autre, tous les cinémas du monde. Voilà où se situe la ligne de clivage. Hollywood a imposé son modèle, un modèle dominant qui, pour la majorité du public, est synonyme de rêve, d'évasion, de distanciation avec le réel. Le cinéma, du fait également de la concurrence avec la télévision, est vécu de plus en plus *uniquement* comme un divertissement. C'est l'aspect « parc de loisirs » des films. Vous allez au cinéma comme vous montez dans un grand « 8 ». Vous êtes secoué, du début à la fin, et puis, trois jours après, vous avez tout oublié ; mais vous avez passé un bon moment. De plus en plus pour la population, compte tenu de la crise, du chômage, le cinéma doit « changer la tête », permettre d'oublier les soucis quotidiens. Les Européens font aussi du cinéma commercial : il n'y a pas de honte à en faire, le cinéma commercial européen a toujours existé. Simplement, en Europe, ce type de film était plutôt basé sur la comédie. Et la comédie a plus de mal à s'exporter. D'autre part, compte tenu de la concurrence avec la télévision, le cinéma européen a très rarement les moyens financiers de concurrencer le cinéma américain. Il y a vingt-cinq ans, l'Europe produisait beaucoup de films pour les jeunes : les films de cape et d'épée, les péplums, ... Aujourd'hui, on produit très peu de grands films d'action susceptibles de concurrencer la machine hollywoodienne. Ce qui s'est effondré, en Europe, ce n'est certainement pas le film d'auteur — il existe toujours, même s'il a un public plus restreint — mais le cinéma commercial.

F. S. — Vous croyez que c'est dans le but de distribuer à nouveau ce type de cinéma commercial que l'on parle de plus en plus de *majors* européennes ?

P. R. — Les *majors* européennes, moi j'attends de les voir pour y croire. De toute manière, il faudrait d'abord créer des *majors* de production avant de parler de distribution. Si vous avez un outil de distribution et aucun film à vous mettre sous la dent, vous risquez de souffrir. Il s'en construira peut-être, des *majors*, autour de grands groupes financiers, ou des chaînes de télévision, type Canal +. Il peut s'en créer trois ou quatre, à l'échelle de l'Europe. Une des différences entre les Américains et les Européens réside dans l'approche du secteur audiovisuel. Aux Etats-Unis, on considère le domaine des télécommunications comme un tout et leur puissance est incomparable avec celle de l'Europe. L'avantage qu'ils ont, c'est qu'il n'y

a chez eux aucune dichotomie entre l'industrie de programmes et les vecteurs de communication : à la base, ce sont les mêmes pôles financiers.

F. S. — N'y a-t-il pas un paradoxe dans l'existence de vecteurs de diffusion, de plus en plus performants, et d'une certaine tendance dans la production à s'homogénéiser ? Le choix est de plus en plus grand, mais les produits proposés risquent de plus en plus de se ressembler, non ?

P. R. — Ça, c'est clair. On le voit, par exemple, en France. Il y a moins de diversité avec cinq chaînes qu'il n'y en avait avant avec trois. Pourquoi ? Tout simplement, parce que les chaînes de télévision tendent à faire plus d'audience, et donc à se fédérer autour de mêmes projets. Il y aura bientôt une possibilité d'accès avec images comparables à celle que l'on a actuellement sur papier, comme un kiosque à journaux. Il y aura, bien entendu, des images ou des services spécialisés, dont certains seront interactifs. L'audience va, à mon avis, dans un premier temps, s'émietter un peu. Mais, fondamentalement, les grands réseaux fédérateurs, type TF1, France 2 ou RTL en Belgique vont, il me semble, conserver leur importance. Ce sera la diversité pour les initiés et le même type de programmes regardé par la majorité de l'audience. Je pense que cette multiplicité, relativement factice, va créer un retour à la salle de cinéma, une vision collective. Je ne crois pas du tout à une société où chacun restera chez soi, devant ses claviers d'ordinateur et ses postes de télévision. Il y a encore peu de temps, certains prédisaient la mort du cinéma d'ici l'an 2000. Au contraire, les études et les chiffres semblent nous démontrer que le cinéma continuera à exister en salle — que la salle continuera de rester le lieu privilégié de rencontre entre un film et son public. Le cinéma comme spectacle risque malheureusement encore de renforcer les films américains. On s'est par ailleurs rendu compte, dans beaucoup de pays d'Europe où la fréquentation s'était effondrée, qu'elle avait eu en réalité à pâtir d'une pénurie d'investissements. Aux Etats-Unis, les exploitants ont fait des efforts financiers importants pour créer des multiplexes, des lieux agréables et conviviaux... et la fréquentation a augmenté.

F. S. — Quand on parle du cinéma européen, il y a toujours de grandes questions qui reviennent : celles des productions à grand spectacle, du cinéma d'auteur, de l'identité culturelle, de la langue du film...

P. R. — Je ne vois pas pourquoi la langue serait plus un problème pour les films européens que pour les films américains. Le vrai problème, c'est qu'on n'a pas le même type de cinéma. En Europe, on fait des films, je dirais plutôt culturels... même s'ils sont commerciaux : une bonne partie d'entre eux expriment la vision du monde d'un auteur. A Hollywood, on conçoit les films comme du marketing, en fonction des émotions brutales et primaires que l'on peut faire passer auprès du spectateur. Ce qu'on peut espérer, c'est qu'à un moment donné, le cinéma de marketing montre ses propres limites, que les effets spéciaux, par exemple, n'étonneront plus personne... que le public ait envie d'un cinéma plus profond, avec une vision du monde... Imaginez Fellini à l'heure du marketing : une véritable catastrophe ! L'avenir dépend aussi sûrement de la créativité et de l'invention. Dans ce domaine, les Européens n'ont pas à avoir de complexes. Il suffit de voir le nombre de *remakes* que font les Américains d'après nos œuvres.

F. S. — A propos de Fellini : son dernier film, *Les voix de la lune*, a été diffusé sur France 2 à 23h55 et en version française. Qu'est-ce que cela vous inspire ?

P. R. — Ce n'est pas normal, mais on ne peut pas faire de reproche aux patrons des chaînes publiques françaises à qui on donne une mission impossible. D'un côté on leur dit : vous devez, puisque vous êtes financés par la redevance, faire la différence avec les télévisions commerciales. De l'autre côté, on n'augmente pas suffisamment la redevance et on fixe des objectifs de rentabilité en matière de recettes publicitaires, qui contredisent immédiatement le premier principe.

F. S. — Pour en revenir au cinéma européen : imaginons que vous ayez les pleins pouvoirs et que vous puissiez décider de nouvelles mesures pour son développement. Que feriez-vous ?

P. R. — D'abord, j'appliquerais au niveau européen un soutien automatique pour la diffusion des films en salles et à la télévision, avec un système de primes, à la fois pour le producteur et le diffuseur. Je m'occuperais également des salles. Il y a le plan EUROPA CINEMA que je développerais, parce que ça ne sert à rien d'avoir des distributeurs si vous n'avez pas à votre disposition des salles qui puissent projeter les films européens. Je me concentrerais également sur la politique extérieure, c'est-à-dire la présence du cinéma européen, à la fois dans les pays de l'Est et surtout dans le Sud-Est asiatique, parce qu'il y a des possibilités réelles d'implantation là-bas, si on s'y prend bien. Par rapport au plan MEDIA, je me concentrerais sur quatre ou cinq de ses initiatives qui marchent le mieux, et en particulier celles qui visent à privilégier les plus petits pays d'Europe. L'aspect « aides », pour moi, reste cependant tout à fait marginal par rapport à l'aspect « régulations ». Les mesures réglementaires sont beaucoup plus importantes en terme d'impacts financiers que les mesures de soutien. Quand j'entends Madame Holde Lhoest dire que la réglementation n'est pas le réel enjeu mais que tout ce qui compte, ce sont ses petites boutiques du plan MEDIA, il y a de quoi frémir.

F. S. — Vous croyez que les réglementations, telles que vous les définissez, ont une chance d'être un jour appliquées ?

P. R. — Comme pour tout ce qui se fait en Europe, il faut arriver à un consensus. Il y a par exemple un grand nombre de diffuseurs qui sont contre la réglementation de leur secteur. Il y a aussi parfois une dichotomie qui existe entre la demande des télévisions, qui sont maintenant les principaux financiers du film, et la demande de la salle de cinéma, qui n'est pas forcément la même. Aux chaînes privées qui veulent la liberté totale d'agir, je dis qu'elles doivent bien se rendre compte que la réglementation européenne est leur meilleure protection. Si on applique la loi de la jungle, c'est le plus fort qui gagne, les chaînes américaines, qui vont arriver avec les nouvelles technologies et les programmes les plus attractifs. Les *majors* américaines peuvent très bien mettre leurs portefeuilles sur orbite à destination de l'Europe, en adaptant elles-mêmes les programmes dans nos différentes langues. L'intérêt, à la fois des producteurs, des diffuseurs et des créateurs, est d'avoir des règles du jeu qui permettent de défendre l'identité européenne. C'est dans le cadre de cette identité que les entreprises fonctionneront le mieux.

F. S. — Mais n'y a-t-il pas urgence ? Péril en la demeure ?

P. R. — Il y a urgence, oui. C'est un problème de rapport de force politique, de volonté des Etats. Si l'on se borne à être un grand marché où circulent les marchandises et que sur le plan de la création — en particulier la création de l'image qui est l'un des grands vecteurs d'influence sur la société dans les années qui viennent — on est complètement dépendant de l'étranger, je crois que l'Europe ne se fera pas. L'autonomie en matière de production d'images est une priorité bien plus aujourd'hui que ça ne l'était encore il y a dix ou quinze ans. Malheureusement, dans certains pays ou chez certains politiques, on trouve un manque de volontarisme, une forme de fatalisme, qui consiste à dire : il n'y a plus qu'à se flinguer, c'est foutu. Je crois que ce n'est jamais foutu. Qui aurait pu penser qu'on s'en serait aussi bien sorti dans l'affaire du GATT ? Le GATT, c'est la démonstration qu'en se battant, qu'en étant présent, un peu retors — mais nos adversaires l'étaient aussi—, on arrive au meilleur résultat possible. En se tournant vers le passé, pour analyser la dernière décennie, on voit que l'évolution, en matière de politique audiovisuelle européenne, est plutôt positive. Il s'agit aujourd'hui de ne pas baisser les bras car rien n'est acquis, tout reste à faire.

Entretien réalisé par Frédéric Sojcher, février 1995.

VI

**LE GATT ET LES DROITS
DE LA CONCURRENCE**

L'AUDIOVISUEL DANS LA NEGOCIATION DE L'URUGUAY ROUND AU SEIN DU GATT

La partie américaine demande que le dossier de l'audiovisuel soit joint aux négociations de l'Uruguay round en cours au sein du GATT et que les produits de l'industrie audiovisuelle soient considérés comme de simples marchandises justiciables des mesures générales de libéralisation du commerce international. Ce point de vue exige que les réglementations, nationales et/ou communautaires, faisant obstacle à la libre circulation de ces produits (ainsi les quotas) ou à la libre concurrence (ainsi les aides publiques à la production) soient supprimées ou démantelées.

La partie européenne, par la voix de la Commission, de la Communauté, et à l'initiative principale de la France, se propose quant à elle d'invoquer l'argument de l'« exception culturelle » pour obtenir, en faveur des produits audiovisuels, considérés comme des œuvres de l'esprit, un statut dérogatoire autorisant l'adoption par les pouvoirs publics nationaux ou communautaires de mesures de protection ou de promotion propres à ce secteur.

A mon sens, le parti qui consiste à plaider l'« exception culturelle » pour traiter l'immense problème de la submersion planétaire des marchés par les produits de l'industrie audiovisuelle américaine et le problème corrélatif de la progressive et profonde imprégnation, à l'échelle de la planète, des consciences privées et de l'inconscient collectif par les modèles, archétypes et fantasmes de l'*american way of life*, représente une approche réductrice de la nature tant économique que spirituelle de ces deux ordres de problèmes.

Pour m'en tenir au domaine du film et de la cinématographie (mais nombre de mes observations peuvent être étendues ou transposées au domaine audiovisuel dans son ensemble), l'argumentation de nos pays européens (mais celle-ci vaut pour quantité de pays extra-européens) devrait, à mon sens, mettre en évidence deux données majeures.

1. En nous plaçant sur le plan de l'économie et sur le terrain conceptuel du GATT, il convient de constater que l'économie du film est fondamentalement marquée par une singularité, par des mécanismes spécifiques dont le jeu dérègle les normes habituelles du marché et fausse gravement les termes de la concurrence entre les pays producteurs — autant que pourraient le faire, par exemple et en d'autres domaines, les pratiques du *dumping* —, ces distorsions spécifiques justifiant un régime dérogatoire et une intervention régulatrice et tutélaire de la puissance publique.
2. En prenant cette fois le champ qu'il convient à l'égard d'un point de vue économique terre-à-terre et en transcendant l'étroite logique du GATT (logique futile au regard de l'enjeu), il faut bien voir que l'enjeu de la domination planétaire du marché par les produits audiovisuels américains n'est pas étroitement « culturel ». Bien plus profondément, bien plus gravement, il s'agit d'un véritable enjeu de civilisation. Au plus intime de chaque individu, pour des centaines et des centaines de millions d'individus « consommateurs », ce sont les pensées, les

croyances, les sentiments et jusqu'aux menus gestes de la vie quotidienne que les images américaines, répétitivement, inlassablement, placent sous influence. Au-delà, ce sont la mémoire et les racines des peuples et des nations, leur identité et leur destin spirituel qui se trouvent en jeu.

Mais avant même d'aborder notre sujet, il reste utile de rappeler, même si nul ne l'ignore, le fait acquis de la domination hégémonique et planétaire de la cinématographie américaine (et, dans son sillage, progressivement depuis plus de trente ans, de l'industrie audiovisuelle américaine dans son ensemble), laquelle se fonde sur divers facteurs.

Une donnée naturelle et originelle, sur laquelle il n'y a pas lieu de s'appesantir car elle est évidente, est l'existence d'un immense marché mondial de langue anglaise, par ailleurs en expansion continue.

Un second facteur capital consiste dans le développement, dès la période 1910-1935, à l'occasion de la bataille pour le contrôle des salles, de l'avènement du parlant et de la crise de 1929, à l'intervention souvent de grandes sociétés du secteur de l'électricité et de grands groupes financiers et bancaires (tel la Chase Manhattan bank), d'un impétueux processus de concentration d'entreprises qui a abouti dans les années 1930 à la constitution d'un oligopole formé par une dizaine de sociétés cinématographiques géantes (les *majors* : MGM, Paramount, Twentieth Century Fox, Universal, Columbia, United Artists, RKO, etc.). Elles trustent les activités de production et de distribution de films et contrôlent à 90 % le marché intérieur américain de diffusion ; elles sont ramifiées internationalement et organisées en associations cartellisées, la MPAA et la MPEA (Motion Picture Exporters of America), qui défend partout dans le monde les intérêts corporatifs de l'industrie américaine du film, la main dans la main avec les autorités gouvernementales, spécialement le State Department ¹.

La mise en place d'un gigantesque réseau mondial de diffusion du film américain (et, parallèlement, de tous les autres produits audiovisuels *made in USA*) tient largement à ces facteurs, mais aussi à des événements historiques, spécialement aux deux guerres mondiales qui ont coupé la cinématographie européenne de ses marchés extérieurs et favorisé leur occupation par les investissements américains ou qui l'ont réduite à un grave état d'anémie, voire de dévastation ².

Depuis bientôt cinquante ans, le réseau mondial de diffusion marchande du film américain, largement contrôlé par les *majors* et soutenu tant par la MPEA que par les autorités gouvernementales des Etats-Unis, n'a cessé de s'étendre et de se fortifier, du fait notamment (je cite en vrac) :

1. de l'installation, à l'initiative des *majors*, agissant seules (ou groupées selon des configurations variables), d'agences et de succursales dans quasiment tous les pays du monde. Dans chacun de ces pays, par le développement, confirmé jour après jour dans la durée et la permanence, de relations commerciales suivies avec les circuits locaux de salles, relations se structurant et se personnalisant dans la continuité. Le cas échéant et d'un pays à l'autre, par l'acquisition de salles ou la prise de participations financières dans les circuits, voire dans l'activité de production elle-même. Ainsi durant la période de la « *runaway pro-*

duction » — pendant les années soixante et soixante-dix — où les *majors* ont financé jusqu'à 80 % de la production anglaise de près de 50 % de la production italienne ;

2. d'une politique de présence par une participation majoritaire ou prépondérante dans les associations professionnelles nationales des pays étrangers, essentiellement dans le secteur de la distribution, position servant de relais pour les démarches à conduire auprès des autorités publiques des pays concernés. On se souvient du boycott du marché espagnol lors de l'instauration du système du barème par le gouvernement Franco ;
3. d'un effort délibéré d'adaptation du produit au public mondial, c'est-à-dire à un public multinational et multiracial diversifié (entreprise favorisée au départ par l'origine multinationale et multiraciale du public américain lui-même), la délibération portant jusqu'à la consultation des agences locales appelées à se prononcer sur les projets, les scénarios et les *castings* et même à s'engager sur un chiffre prévisionnel de recettes ; du fait d'un effort parallèle d'adaptation par la généralisation de la pratique du doublage ;
4. du gonflement progressif, parfois jusqu'à des montants ahurissants, des budgets de promotion publicitaire des films (jusqu'à avoisiner le coût de la production du film lui-même) ; jointe à la pratique de la sortie massive dans un grand nombre de salles et simultanée dans un grand nombre de villes et de pays, cette activité publicitaire mondiale contribue à dynamiser l'offre ainsi que la structure de diffusion qui en est le support ;
5. du recours, chaque fois qu'une situation du monopole le permet, à des pratiques de contrainte commerciale, ainsi le « *block booking* » (location de plusieurs films en bloc, en complément obligé d'un film à forte attraction d'audience, jouant un rôle de locomotive), le « *blind booking* » (location à l'aveugle de films non encore mis en chantier), etc. ;
6. du développement d'un réseau intégré ou parallèle de diffusion commerciale de produits principalement ou exclusivement destinés à la télévision, tels que films, téléfilms divers, séries et feuilletons ;
7. de la réduction progressive, voire de l'éviction plus ou moins totale, des cinématographies nationales concurrentes et de la monopolisation corrélative des réseaux nationaux de l'offre de films, à mesure de leur vacance ; il n'est pour s'en convaincre que de voir l'effondrement successif des productions cinématographiques nationales de Grande-Bretagne, d'Allemagne, plus récemment d'Italie (qui était, il n'y a pas tellement d'années, le deuxième producteur mondial après les Etats-Unis et le plus glorieux des pays producteurs de l'Europe occidentale), le Brésil voici peu, etc. ;
8. de la rapide et vaste implantation des entreprises américaines et de leurs films sur les ruines des productions nationales de l'URSS, de la Pologne, de la Hongrie, de la Tchécoslovaquie, etc. à la faveur de l'écroulement de l'empire soviétique et de l'impuissance de l'Europe occidentale à relever le défi et à affirmer une présence concurrente.

Trêve d'explications. Venons-en à la brutalité des chiffres.

Les films battant pavillon américain exportés dans les douze pays de l'Union drainent 80 % environ du public et de la recette cinématographique des salles européennes.

Progressivement acquise, cette situation témoigne de la dévastation du marché européen, de l'éviction quasi totale des films d'Amérique latine, d'Afrique, d'Asie, mais aussi d'Europe de l'Est, ainsi que de l'effondrement des cinématographies allemande, anglaise et italienne.

Par ailleurs et considérés dans leur ensemble, les films produits par les douze pays de la Communauté européenne parvenaient avec peine à grignoter moins de 2 % du public et des recettes des salles américaines ³.

1. La singularité atypique de l'économie du film

Quelles que soient l'incidence effective et la valeur explicative des divers facteurs que je viens d'énumérer, il demeure évident que la domination hégémonique et planétaire du marché cinématographique (et audiovisuel) n'a pu s'établir et atteindre une telle étendue, un si haut niveau d'occupation des écrans (chiffres uniques parmi la multiplicité des secteurs de l'économie mondiale) que parce que ce phénomène de domination s'est trouvé continûment incité, soutenu, amplifié, en un mot dynamisé, par des caractéristiques et des mécanismes spécifiques propres à l'économie du film et qui lui confèrent sa singularité atypique.

Il me reste donc à évoquer la logique intrinsèque de cette dynamique de domination.

Le film est un produit qui se consomme sans perdre sa substance matérielle.

Le film — entendons par là le négatif original qui résulte, une fois pour toutes de l'acte de production — est une matrice qui donne naissance par duplication à une première génération de contretypes dont on tire, formant seconde génération, un grand nombre de copies (de quelques unités à quelques centaines, selon les besoins du marché), dont le coût unitaire est sans commune mesure avec celui de la matrice originale (le rapport peut être de un à mille).

La matrice sera désormais placée en lieu sûr (ainsi qu'un ou plusieurs contretypes de sécurité), tandis que les copies voyageront de salle en salle à travers le monde et permettront que le film puisse être vu par une infinité de spectateurs/consommateurs, sans qu'il soit jamais nécessaire de répéter l'acte initial de production, sans même que les charges de l'entreprise de production soient sensiblement majorées, sans qu'il y ait lieu d'entreprendre ou d'entretenir une activité manufacturière d'objets matériels (sous réserve de ce qu'il y aurait à dire, mais c'est là un autre sujet, sur le secteur de l'édition de vidéocassettes et vidéodisques).

En contrepartie du prix payé pour son billet d'entrée dans la salle, le spectateur/consommateur obtient un service, acquiert le droit de s'asseoir, de voir et d'entendre. A aucun moment, il n'acquiert la disposition privative, même momentanée d'un objet matériel, ni de la copie projetée, ni *a fortiori* de la matrice originale, laquelle conserve donc, en dépit de la multitude des actes de consommation, son intégrité matérielle originelle.

L'acte de consommation est, au sens commun du terme, immatériel.

Le « produit-film » occupe son marché potentiel, sans que sa nature — matérielle — fasse jamais de manière significative obstacle ou résistance à sa diffusion, qu'il s'agisse de sa diffusion dans l'espace (où il a privilège d'ubiquité) ou de sa diffusion dans le temps (où il a privilège de simultanéité), ces privilèges s'exerçant quels que soient l'étendue territoriale du marché, ou le volume du public, que celui-ci soit confidentiel ou innombrable.

L'activité cinématographique va d'un pôle qui est celui de la réalisation de prototypes (conception, financement, réalisation) à l'autre pôle qui est celui de leur diffusion marchande, en sautant l'étape intermédiaire traditionnelle, l'étape industrielle proprement dite qui consiste dans la fabrication manufacturière d'objets matériels destinés aux consommateurs individuels (à raison, le plus souvent, d'un objet par consommateur, comme c'est le cas, par exemple, dans l'industrie automobile) ⁴.

Cette singularité du produit, spécifique de son mode marchand d'existence, permet aux productions nationales les plus puissantes (et principalement à la cinématographie des Etats-Unis) de saturer massivement et rapidement leurs vastes marchés, affermissant et accentuant continûment leur domination sur ceux-ci et sur tous les autres marchés potentiels (ainsi récemment ceux des pays de l'Est, quasiment pris à l'abordage).

« Industries de prototypes », la concurrence entre productions cinématographiques nationales est essentiellement financière et commerciale et relativement peu industrielle.

Industrie de prototypes, la cinématographie n'organise pas une activité de production et de circulation des marchandises.

A aucun moment, le film ne prend l'aspect caractéristique d'une marchandise. Dans sa relation avec le consommateur, le film n'a assurément pas le statut d'une marchandise que l'on vend et que l'on achète. Dans les relations entre le producteur, le distributeur et l'exploitant, la copie qui circule reste la propriété du producteur et les diffuseurs sont de simples mandataires de ce dernier.

Par ailleurs, tant les copies que les contretypes que le négatif original lui-même ne sont en définitive que des supports matériels de l'œuvre intellectuelle qui s'y trouve enregistrée et qui seule est génératrice d'une valeur d'exploitation.

Lorsqu'une copie entre dans un territoire douanier, la taxation *ad valorem* frappe sa seule matérialité, c'est-à-dire le coût de son tirage facturé par le laboratoire. La « valeur » de l'œuvre intellectuelle que recèle la copie ne se révèle qu'au terme du processus d'exploitation, nécessairement postérieur à l'entrée de la copie dans le territoire douanier.

Cette singularité de l'objet a été invoquée pour justifier les aides d'Etat à leur production nationale, l'aide étant alors considérée comme un substitut à l'absence de protection douanière, absence elle-même imputable à l'impossibilité d'une taxation douanière de la valeur réelle de la copie.

La singularité de l'économie du film tient aussi au fait que le volume d'une production cinématographique donnée — le nombre annuel de films produits — n'est en aucune manière une fonction proportionnelle de l'étendue du marché de consom-

mation de cette production nationale — c'est-à-dire du nombre de spectateurs formant ce public consommateur.

Dans les belles années du cinéma européen, l'Italie et même la France produisaient un nombre de films tout à fait comparable à celui de la production américaine (*grosso modo* entre deux à trois cents films par an) alors que le rapport numérique entre les marchés français ou italien d'une part, le marché du film américain d'autre part, était proche d'un ordre de un à dix.

Il convient d'ajouter que pour chacune de ces productions nationales, une très petite minorité de films (de l'ordre, par exemple, de 10 %) réalise l'essentiel (70 %, 80 % et parfois même jusqu'à 90 %) de la recette globale de cette production nationale sur le marché mondial. Il s'agit là d'un phénomène de polarisation sur lequel je reviendrai.

En fait, toute production nationale tend à saturer au mieux son marché (celui dont elle contrôle structurellement l'offre, celui qui lui est traditionnellement fidèle, celui potentiellement plus stable) en lui proposant un éventail de genres, un répertoire diversifié d'œuvres et de titres susceptibles de répondre qualitativement à la diversité des goûts du public et quantitativement aux normes de fréquentation de la masse de ce public, de manière à couvrir l'assiduité normale.

Il est aussi souhaitable par ailleurs que le volume quantitatif de la production atteigne un seuil critique permettant, selon les lois de la probabilité et de la polarisation du public, l'émergence d'un nombre de films de grande audience, suffisant pour assurer la rentabilité globale de la production et des grandes entreprises productrices.

Terminons ce paragraphe par un exemple. Si l'on suppose que le nombre de films produit par les Etats-Unis est le double de celui de la France, tandis que la taille (en spectateurs) du marché mondial du film américain est vingt fois plus grande que celle du marché français, il résulterait de cette supposition que la recette unitaire moyenne d'un film français est dix fois inférieure à celle d'un film américain, cette situation supposée étant bien évidemment génératrice à son tour de situations lourdement discriminatoires et de distorsions de concurrence. J'y reviendrai.

Il est un autre trait spécifique (et capital) de l'économie du film : le coût de l'acte de consommation est une constante ; autrement dit, le prix du billet d'entrée dans les salles est, pour l'essentiel et du point de vue qui nous occupe ⁵, fixe, ce qui signifie qu'en tout état de cause il ne varie ni en fonction de l'origine nationale du film, ni en fonction de sa « qualité » ou de son « intérêt spectaculaire », ni en fonction de l'importance de son coût de production, c'est-à-dire du prix de revient du film, alors même que l'échelle des coûts de production (des LM de fiction) est susceptible de varier de 1 à 100.

Cette singularité fondamentale a une origine historique. Très tôt, dès la fin du siècle dernier, les entreprises de production de films (qui étaient généralement des entreprises de mécanique de précision) avaient commencé de débiter le film au mètre de pellicule et de le vendre au détail à des clients-consommateurs, préalablement équipés d'appareils de projection (vendus par ces mêmes entreprises).

Dès le début du siècle (en 1905, à San Francisco), une formule nouvelle, celle de la projection en salle de spectacle était inaugurée. La profession allait dès lors abandonner

progressivement la formule de la vente directe de la pellicule impressionnée au consommateur pour lui préférer la formule de l'exploitation en salles, laquelle, à son tour, allait engendrer l'émergence progressive d'un secteur de la distribution et la pratique du partage au pourcentage de la recette/guichets entre l'exploitant de salles, le distributeur et le producteur du film.

Ce que le spectateur/consommateur achetait désormais en acquittant le prix de son billet, c'était moins le privilège de voir tel film particulier plutôt qu'un autre, c'était moins l'accès à l'œuvre que le service rendu par l'exploitant, qui lui donnait le droit d'occuper une place dans une salle, le temps d'une séance, en bénéficiant de ses commodités (abri, chauffage, aération, confort des sièges, insonorisation, performances techniques, etc.).

Ce choix de l'histoire (la formule de la salle) eut deux conséquences capitales : la première, déjà évoquée, fut d'établir le caractère collectif et immatériel de la consommation cinématographique ; la seconde consista dans l'instauration d'un prix d'entrée fixe, d'un prix d'entrée qui rémunérait la salle plutôt que le film. C'est ainsi que les célèbres « *nickelodeons* » du début du siècle durent leur dénomination au prix unique d'un « *nickel* » fixé pour l'achat du billet d'entrée.

On aurait pu, sans forcer la logique, imaginer que le marché invente un système dans lequel le spectateur/consommateur, pour une même mise financière, pour un même prix, aurait eu la faculté de voir soit un film d'un coût de cent millions, soit deux films de cinquante millions chacun, soit encore cinq films de vingt millions, etc. en telle sorte que le coût de la production retentisse proportionnellement sur le coût de la consommation.

Il n'en a rien été. Le système de la salle, historiquement mis en place par le marché, a refusé au spectateur/consommateur cette alternative multiple et l'a placé devant un choix simple : choisir pour un même prix fixe, en même temps qu'une salle, un seul et unique film (le cas échéant, par arbitrages successifs avec quelques autres, mais chaque fois par préférence donnée à l'un des deux films du couple considéré).

On pourrait penser, à première vue, que cette solution dessert les films à gros budget, condamnés à mobiliser une lourde masse de public pour amortir leur investissement.

En fait, c'est tout le contraire qui se passe. Si l'on opère sur un marché planétaire comme le font les grandes compagnies américaines qui produisent, financent ou commanditent communément de tels films, il s'avère — du moins en ordre moyen de probabilité statistique — que l'intense capacité de polarisation du public que possèdent généralement ces films contrebalance, largement et au-delà, le handicap que représente l'obligation de récupérer sur le marché une mise financière lourde.

Le régime du prix fixe — du billet d'entrée dans les salles — engendre en effet un phénomène chronique et intense de polarisation des spectateurs, dans leur grande masse tout au moins et en prépondérance statistique globale, sur les étoiles les plus brillantes, sur les vedettes les plus célèbres ou les plus familières, sur les décors les plus grandioses, sur les effets spéciaux les plus impressionnants, voire même sur les paillettes du strass publicitaire, etc. dès lors que la qualité du film et le bouche-à-oreille ne contrarient pas cet élan naturel de gens tentés d'en « avoir pour leur

argent » . Il arrive donc ce qui doit arriver, à savoir que le plus grand nombre (pas toujours, mais le plus souvent) retrouve dans la multitude des choix subjectifs individuels le chemin des films confectionnés (*a priori*, mais avec un talent suffisant pour le plus grand nombre).

Il en va d'autant plus généralement ainsi que les grandes compagnies américaines contrôlent largement le marché de l'offre, des réseaux planétaires de distribution, et disposent de considérables moyens de promotion publicitaire, toutes choses qui, par ailleurs et en retour, leur permettent de prendre le risque financier de hausser la mise budgétaire de production à des niveaux où aucun autre pays producteur ne peut les suivre.

Le régime du prix fixe présente donc ce trait spécifique et insolite dans l'économie de marché de placer le spectateur/consommateur en situation de payer le même prix pour obtenir un service très différent, de payer au même prix son billet d'entrée dans la salle, quel que soit le coût de production du film qui s'y trouve projeté, alors même que ce coût est susceptible de varier sur une échelle allant de un à cent.

Le spectateur/consommateur se voit offrir des Rolls Royce au prix des 2 CV. L'économie du film consacre ainsi une distorsion — qui lui est non seulement spécifique, mais aussi intrinsèque — qui fausse fondamentalement les règles de la concurrence, cette distorsion n'étant pas sans analogie, du point de vue de ses effets, avec les pratiques cousines du dumping ⁶.

Le prix de vente d'un film, c'est-à-dire la recette nette part producteur dans le langage professionnel, est — si l'on s'attache du moins à l'hypothèse de l'exploitation du film au pourcentage — une proportion, fixée contractuellement, de la recette brute encaissée aux guichets des salles. Il est donc fonction d'un produit à deux termes, à savoir le prix du billet (grandeur relativement constante) par le nombre de spectateurs (grandeur variable et, surtout, relativement aléatoire) ⁷.

Le prix de vente d'un film (sa recette) n'est donc pas fonction de son prix de revient (son coût de production), mais une grandeur erratique et imprévisible, à raison de sa composante aléatoire (le nombre de spectateurs). Tout singulier et spécifique qu'il soit, ce phénomène s'explique aisément par le fait, lui aussi spécifique, que le film ou, plus exactement, l'œuvre cinématographique dont il est le support, ne possède pas *a priori*, au sens économique du terme, une valeur d'usage. Ou du moins sa valeur d'usage reste-t-elle virtuelle car non identifiée par le spectateur.

Si en effet la fréquentation cinématographique a progressivement installé un besoin social objectif qui entretient le rythme général de la consommation et de la production, ainsi qu'une relative stabilité des marchés, il n'en va pas de même de chaque film en particulier, qui est une œuvre *sui generis* dont la carrière commerciale reste tributaire de la libre subjectivité des spectateurs.

Ces derniers ne peuvent connaître le film proposé à leur choix qu'en choisissant de le voir, en telle sorte que l'acte d'information (sauf à le réduire à la rumeur du bouche-à-oreille ou au commentaire de la critique) s'identifie paradoxalement avec l'acte de consommation, qui seul est à même d'en révéler la valeur d'usage dans sa vérité subjective.

Quoi qu'il en soit, le choix des spectateurs et, conséquemment, le destin commercial du film relèvent de l'imprévision.

De tous temps, l'industrie cinématographique — et, au premier chef, les grandes entreprises de production — ont tenté de maîtriser ou de limiter cette imprévision, cette dimension aléatoire, ce risque de marché à nature de cataclysme, d'autant plus insupportable que les coûts de production suivaient une courbe ascensionnelle au cours du temps, doublant de quinze en quinze ans (en valeur constante) et que l'investissement à risque devenait considérable. Les moyens mis en œuvre à cette fin sont classiques et tendent :

- soit à contrôler l'offre par le contrôle financier et/ou commercial des réseaux de distribution ; par l'achat de salles ou de circuits de salles ; par la programmation des salles, par sorties massives saturant le marché etc. ;
- soit à contrôler la demande, en conférant aux films une attraction spectaculaire, une valeur d'usage artificielle,
 - par le recours généralisé au « *star system* » (imaginé et mis en place dès les années trente par A. Zukor), les vedettes, réalisateurs et comédiens devenant des références objectives dans un contexte dominé par la dimension subjective ;
 - élévation de l'intérêt spectaculaire des films (ce qui n'a rien à voir *a priori* avec la qualité des œuvres) : par la recherche des sujets, le travail des scénarios, l'adaptation de *best sellers* de la littérature, les performances dans l'emploi des techniques de l'image et du son, la virtuosité des effets spéciaux, la mondialisation des lieux de tournage, la minutie des reconstitutions historiques, l'opulence des décors, etc. ;
 - l'ornière répétitive, le recours à ce qui a déjà marché, le recours au « *re-make* », la formule des séries à épisodes, les suites à..., le rachat de scénarios pour en tirer un nouveau film (cas de *Trois hommes et un couffin*), etc. ;
 - les investissements massifs dans les campagnes de promotion publicitaire, etc. ;
- soit à chercher à compenser les risques de marché en faisant jouer la loi du grand nombre (mise en chantier d'un nombre de films suffisant pour espérer raisonnablement que les bonnes fortunes compenseront et au-delà les mauvaises, sachant que ces dernières seront toujours la grande majorité), en cherchant à s'intégrer dans des groupes multimédias où la pluralité des secteurs tend à garantir la rentabilité, voire la permanence de chacun.

Toutes ces techniques et formules de compensation ou d'atténuation du risque d'imprévision contribuent à une fuite en avant : le risque financier se trouve effectivement atténué, mais son montant se trouve augmenté, car les unes et les autres contribuent sans fin à la croissance des coûts de production et des coûts publicitaires.

La logique d'atténuation du risque extraordinaire, risque du « tout ou rien » inhérent à la consommation de l'œuvre cinématographique, engendre des processus de surenchère dans la production des films, de contrôle des structures du marché, d'in-

tégration et de concentration d'entreprises, lesquels à leur tour épousent et innervent puissamment la logique de domination naturelle aux grands groupes.

Si la recette individuelle d'un film reste essentiellement variable, la recette globale annuelle d'une production nationale donnée témoigne généralement d'une relative stabilité dans le temps (sauf mutations de temps de crise), laquelle traduit notamment la permanence de l'appareil marchand de diffusion.

A l'intérieur d'une telle production nationale — américaine, française, italienne,... — le coût moyen de production des films tend (il s'agit bien d'un phénomène tendanciel qui ne s'exprime que par approximation grossière) à s'établir en équilibre entre la recette potentielle globale du marché traditionnel de cette production nationale et le nombre de films que celle-ci met sur ce marché (et dont on a vu qu'il était limité et relativement constant), la concurrence poussant sans cesse les groupes producteurs les plus puissants à forcer la polarisation du public par la hausse des budgets individuels (lesquels tendent à doubler tous les dix ou quinze ans), la circonspection obligée les gardant d'élever leur risque financier à des niveaux incompatibles avec le rendement qu'ils sont en mesure de supputer.

De la sorte, mais cette fois en survolant la question d'une production nationale à l'autre, on constate que le coût moyen de production tend à être fonction de la recette unitaire moyenne. Comparés entre eux, les coûts de production des diverses productions nationales tendent à se hiérarchiser en proportion de l'étendue de leurs marchés respectifs, ce phénomène (tendanciel, répétons-le) se trouvant illustré par le fait que les chiffres des coûts américains sont cinq à dix fois supérieurs aux chiffres européens.

Cette réalité-là permet d'entretenir au sein du marché mondial une confrontation inégale entre les diverses productions nationales, où des films de coûts très différents se trouvent proposés à un prix cependant identique au « libre » choix du spectateur/consommateur. Cette réalité discriminatoire est cousine de celle qui résulte des pratiques du *dumping*, au plan tout au moins de la situation subjective dans laquelle se trouve placé le consommateur.

Résumons. Des données et mécanismes spécifiques décrits ci-avant, intrinsèques à l'économie du film, agissant séparément ou se combinant selon des configurations diverses, engendrent continûment une dynamique d'expansion et de domination des marchés. Ceux-ci jouent spontanément en faveur des grands groupes producteurs (nationaux) aux dépens des moins grands, des grands ensembles marchands au détriment des plus petits, selon des processus cumulatifs (en boule de neige). L'évolution logique, et sans doute irréversible, est l'hégémonie finale et totale de la cinématographie des Etats-Unis, tout au moins sur le marché de l'Atlantique Nord (situation déjà largement acquise). A moins que... le libre jeu de ces processus de marché (pervers pour nombre d'entre eux) soit contrarié ou interrompu par l'intervention tutélaire et régulatrice de la puissance publique.

Par ailleurs, ces données et mécanismes, spécifiques à la cinématographie et à l'économie du film, se retrouvent sous des formes analogues, voisines ou symétriques, dans l'économie des produits de télévision (films, téléfilms, séries et feuilletons), qui se caractérise également par une consommation « immatérielle » ; l'absence de

relation entre le nombre d'œuvres produites et le nombre de consommateurs ; un prix fixe demandé au consommateur (ainsi sous forme de redevance) ; un prix de vente (cession de droits d'antenne) aux chaînes de télévision proportionnel à leur audience, mais aussi d'autant plus bas que le produit offert s'amortit sur un marché mondial plus étendu ; des coûts de production discriminatoires, d'autant plus élevés que leur marché virtuel est plus considérable.

2. L'exception culturelle

Il convient de faire ici une déclaration préliminaire. La cinématographie et le public mondial doivent beaucoup aux Etats-Unis, à leurs films innombrables, à leurs comédiens, à leurs grands réalisateurs, qu'il s'agisse de Lubitsch ou de von Sternberg, de Welles ou de Huston, de Cassavettes ou de Woody Allen, ou de tant d'autres, d'hier et d'aujourd'hui, dont les œuvres devraient pouvoir être accueillies généreusement, avec bonheur, sans réserves, ni limites, dans tous les pays du monde.

Cela doit être bien entendu, afin que je puisse poursuivre sans être suspect d'anti-américanisme primaire, afin que je puisse ajouter que l'Europe ne peut accepter d'être submergée par le raz-de-marée d'une production massive et industrialisée de films de série B, de téléfilms, de séries et de feuilletons américains venant envahir ses marchés et saturer ses écrans.

L'argument de l'exception culturelle met l'accent sur le droit des peuples et des nations à s'exprimer culturellement, spécialement par les médias audiovisuels qui sont le principal mode de l'expression culturelle de notre temps.

L'occupation, jusqu'à saturation, du marché européen, l'engorgement de ses infrastructures médiatiques (salles, chaînes de télévision) par les produits audiovisuels américains, ne peuvent être considérés comme une banale perspective de la vie des marchés et l'on ne peut en accepter la conséquence, à savoir l'asphyxie progressive de toute velléité d'expression et de création autonomes des pays européens.

Cette perspective d'asphyxie (à proche délai) est dénoncée avec force et à juste titre par les forces vives de la création et de la culture européennes, ainsi que par les grands secteurs professionnels concernés.

C'est essentiellement cette protestation des créateurs, des auteurs, réalisateurs et producteurs, que relaie l'argument de l'exception culturelle avancé par la Commission de l'Union européenne dans les négociations du GATT qui demande que le domaine des œuvres audiovisuelles bénéficie d'un statut dérogatoire et soit soustrait aux règles de la libéralisation marchande.

Liberté de marché ou liberté d'expression. On en revient au vieux débat sur les limites de la liberté. Les Américains, qui sont sourcilleux sur le problème des droits de l'homme, devraient l'être davantage encore lorsqu'il s'agit du droit des hommes assemblés en nation.

La liberté d'expression d'un peuple, ainsi le peuple américain, a pour limite la liberté homologue d'expression des autres peuples, ainsi les peuples européens.

Sur ce sujet bien évidemment politique, capital pour l'existence culturelle des individus et l'identité des nations, il y a lieu de récuser toute prétention à faire du marché et de ses règles les arbitres du débat.

Il ne faudrait pourtant pas que l'arbre cache la forêt.

Le problème posé — la libéralisation totale du commerce audiovisuel et l'hégémonie absolue et consécutive des Etats-Unis sur le marché — concerne assurément, dans chaque pays, le sort des créateurs et de la liberté d'expression, ainsi que la possibilité de développer une activité de réalisation, une industrie de programmes audiovisuels (comme dit une très vilaine expression).

Mais il comporte, conjointement, un autre enjeu sur lequel l'argument de l'exception culturelle fait le silence et l'impasse, un enjeu plus important qui concerne cette fois la multitude des peuples, la multitude innombrable des hommes menacés d'être désormais livrés à la consommation massive et permanente d'images et de programmes étrangers à leur mémoire, à leur terre, à leurs racines, à leurs croyances et à leurs coutumes.

Cet enjeu-là est un enjeu de civilisation.

Qu'on prenne garde à la question : que restera-t-il de vingt-cinq siècles de civilisation européenne, d'un art de vivre patiemment élaboré de pays à pays, de région à région, que restera-t-il de la mémoire des événements et de la vie des œuvres pour trois ou quatre cents millions d'habitants de la vieille Europe, confrontés à raison de trois heures par jour, à longueur de vie et durant deux ou trois générations successives, à l'écran d'une télévision investie par d'invasives images, par les programmes venant des Etats-Unis ou de lointaines multinationales, laminés par le harassant nivellement et la persévérante standardisation d'une culture commerciale confectonnée pour un public planétaire indifférencié ?

Qu'on prenne garde à la réponse. Que l'Europe prenne garde à ne pas vendre son âme et son droit d'aïnesse pour un plat de lentilles.

*
* * *

L'enjeu est immense et le péril réel et imminent. Il a pris corps depuis longtemps déjà à la faveur de la croyance commune, mais trompeuse, qui veut que la fiction audiovisuelle soit chose anodine, inoffensive pour l'esprit et sans retentissement sur les conduites humaines.

Le débat sur le fait de savoir si la fiction tire ou non à conséquence, sur l'innocuité ou la non-innocuité de la fiction est trop vaste et trop complexe pour qu'on puisse l'engager ici. Je ne ferai donc que l'ébaucher, et d'abord par le biais d'un sujet concret et d'actualité qui est celui de la violence dans les œuvres audiovisuelles.

Le problème de la violence à la télévision fait actuellement couler beaucoup d'encre aux Etats-Unis. Il remue et inquiète la classe politique et le Congrès. Il inquiète dans le même temps les milieux professionnels du cinéma et de la télévision qui tirent une large part de leurs recettes des films, téléfilms, séries et feuilletons qui exaltent ou montrent, non sans complaisance, l'image de la violence, parfois la plus brutale, ou la plus sanglante, ou la plus gratuite, ou la plus sadique.

Une étude récente conduite aux Etats-Unis et citée par *Le Monde* ⁸ révèle qu'un jeune spectateur de la télévision américaine a, dès l'âge de vingt ans, assisté en moyenne — sur l'écran de son récepteur — à environ quarante mille meurtres.

Des études universitaires diverses et concordantes ont mis en évidence des indices significatifs de corrélation statistique montrant que l'image répétée de la violence à la télévision était responsable de l'accroissement considérable de la délinquance criminelle, devenue endémique aux Etats-Unis comme est endémique l'image de la violence meurtrière.

Mais là n'est peut-être pas la conséquence la plus redoutable. La perversion fondamentale atteint la vie de l'esprit et tiendrait plutôt à la banalisation du meurtre et de la violence dont la télévision se fait l'instrument. Instillée au goutte à goutte au plus intime de l'esprit de centaines de millions d'individus, cette banalisation diffuse progressivement dans la conscience de chacun et le conduit à laisser s'altérer le sens même de la vie et de la mort et, dans le prolongement de cette dérive, sa relation à toutes les valeurs et sa relation aux autres. Intérioriser la banalité du meurtre et de la violence, c'est s'exposer à faire vaciller dans son esprit un des socles de toute civilisation.

Il n'est pas sans intérêt de citer ici et *in extenso* certains extraits des articles de Claudine Mulard publiés dans *Le Monde* des 3 et 6 août 1993 :

« (...) Peut-on établir un lien formel entre l'absorption de programmes au contenu violent et le passage à l'acte agressif ? Existe-t-il une corrélation entre le nombre de postes de télévision et les homicides ? Des chercheurs ayant suivi les mêmes sujets à l'âge de huit, dix-neuf et trente ans dans une communauté semi-rurale de l'Etat de New York l'affirment haut et clair : plus les enfants de huit ans regardaient la télévision, plus les adultes de trente ans étaient enclins à des comportements criminels.

(...) Une autre étude établit une concordance entre l'apparition de la télévision dans un pays et la progression du chiffre de ses homicides (...).

(...) Pour l'auteur de cette recherche comparative, le docteur Brandon Centerwall du département d'épidémiologie de l'Université de Washington, la pratique de la télévision est « un facteur déterminant dans environ la moitié des homicides commis aux Etats-Unis, soit dix mille par an ». De même que fut établi un lien de cause à effet entre l'usage de la cigarette et le cancer du poumon, les images violentes de la télévision altéreraient de façon indélébile le développement cognitif d'un jeune sujet (particulièrement les préadolescents), les incitant sans discernement à l'imitation et à la reproduction de ce qu'ils voient.

Georges Gerbner, professeur en communication à la célèbre école Annenberg de Philadelphie affine l'analyse : « Quelle leçon la violence à la télévision enseigne-t-elle à nos enfants ? Que c'est là un moyen efficace de résoudre un problème ! Encore plus débilite est la désensibilisation, qui conduit à ne plus savoir dire non, à accepter des formes de violence, même officielles (...).

(...) Les conclusions du docteur Edward Donnerstein, qui travaille au département de communication de l'université californienne de Santa Barbara, sont similaires : divisant un échantillon de population, il a soumis un des deux groupes à des visionnages de films très violents puis leur a demandé de juger un procès pour viol. « Le verdict est toujours plus tolérant dans le groupe des « spectateurs », apparemment désensibilisés par ce qu'ils ont vu ». Les membres du Congrès se sont largement appuyés sur ces recherches pour établir leur conviction.

(...) Mais, une fois énoncées leurs bonnes intentions, on entend resurgir chez les responsables de chaînes (de télévision) l'obsession des taux d'audience, et la crainte que le label « violent » n'effraie les annonceurs. Question de marchés aussi : la comédie voyage mal, tandis que le film d'action, synonyme de sang, d'explosions et de meurtres, est une bonne marchandise internationale » (3 août 1993).

« (...) Paul Simon, le sénateur démocrate de l'Illinois, a donné soixante jours aux responsables de la télévision américaine réunis à Los Angeles pour commencer à purger le petit écran

de la violence endémique qui y sévit. Sinon, le Congrès sera amené à prendre des mesures autoritaires, a-t-il menacé.

Devant la communauté hollywoodienne convoquée au premier « sommet » sur la violence à la télévision, le sénateur Paul Simon, auteur du Television Act Law de 1990 et principal instigateur de la croisade anti-violence, n'a pas mâché ses mots, lundi 2 août : « S'il s'avère qu'une partie de votre industrie préfère l'argent à la notion de responsabilité, voilà qui ne passera pas inaperçu à Washington », a-t-il lancé à un parterre de sept cents participants où l'on retrouvait les dirigeants des *networks*, ABC, CBS, NBC, Fox ainsi que des chaînes câblées, des producteurs, des scénaristes, (...) sans oublier Jack Valenti, président de la Motion Picture Association of America, le syndicat professionnel des Major de Hollywood.

Déjà mis « KO » par l'exposé des recherches universitaires prouvant une corrélation entre télévision et criminalité (*Le Monde* du 3 août), le Tout-Hollywood a dû écouter et applaudir poliment l'avertissement solennel du sénateur démocrate de l'Illinois, qui a réaffirmé la détermination du Congrès à légiférer si les *networks* ne modifient pas rapidement leur programmation » (6 août 1993).

L'industrie américaine de l'audiovisuel invoque (au plan interne, vis-à-vis de sa classe politique et du Congrès) la liberté d'expression pour perpétuer obsessionnellement les thèmes et les scènes de la violence dans ses films, téléfilms, séries et feuilletons, tandis qu'elle se prévaut de la liberté de marché (au plan externe cette fois, en revendiquant la libre circulation des produits audiovisuels au sein du GATT) pour se faire reconnaître le droit d'exporter cette violence dans tous les pays de la planète.

On n'aperçoit pas au nom de quel argument terre-à-terre d'ordre marchand et mercantile ces pays, voués à l'importation, seraient tenus d'être plus catholiques que le pape, plus tolérants que ne l'est le Congrès américain lui-même, et pourraient être contraints d'accueillir ce qui est une nuisance dans l'ordre de la civilisation, une pollution (industrielle et en un certain sens, elle aussi) de l'esprit.

On nous a appris que les jeunes Américains avaient dû subir, avant d'atteindre leurs vingt ans, la vision de quarante mille meurtres à la télévision. Leurs condisciples européens, qui regardent également la télévision trois heures par jour et qui sont soumis à une programmation faisant place pour 50 % environ à la fiction américaine n'auront donc à en subir que vingt mille...

Mais l'industrie audiovisuelle américaine ne se tient pas pour satisfaite. Elle exige aujourd'hui le démantèlement des quotas de télévision et, par là, la faculté de saturer le marché européen. Si l'on veut bien appeler un chat un chat et voir en face la réalité des choses sur le sujet précis qui nous occupe, on est obligé de comprendre qu'elle revendique aussi, par cette exigence, la faculté d'exporter, mais cette fois à dose pleine, la manie meurtrière, c'est-à-dire très exactement la faculté d'imposer aux jeunes Européens la vision de vingt mille meurtres supplémentaires (sous déduction, pour faire juste compte, de ceux qui leur seraient servis en substitution par une industrie européenne à vocation mimétique...).

Le *lobby* audiovisuel américain plaide bien évidemment l'innocuité de la fiction, la capacité de chacun de faire le partage entre la réalité et la fiction. C'est là un plaidoyer *pro domo*, auquel les actuelles enquêtes et études sur la relation de causalité entre les images de la violence à la télévision et le déchaînement de la violence dans la société apportent un cinglant démenti, prouvant tout au contraire que les images sont « intériorisées » par la conscience.

Le même *lobby* prétend aussi, non sans hypocrisie, que la violence est dans la réalité et que la fiction, qui ne serait que le reflet fidèle et donc innocent de cette réalité, n'y est pour rien, en feignant d'ignorer que le reflet (l'image) peut devenir cause agissante à son tour, cause autonome du déchaînement de la violence réelle, en feignant d'oublier que l'industrie audiovisuelle ne peut décliner son immense responsabilité dans ce jeu des causes et des effets.

Mais arrêtons-là, car le problème particulier de la violence n'est pas notre sujet. Il n'est qu'un exemple, très significatif sans doute, servant à démontrer que les images de la fiction, loin d'être anodines, imprègnent l'esprit en profondeur (« s'intériorisent », comme il est dit ci-avant).

La violence n'est qu'un thème parmi cent autres. En vrac et pêle-mêle : les conduites amoureuses et celles de la sexualité, l'univers de la famille et les rapports de générations, les lieux de la vie quotidienne, la société du travail, le rapport à l'argent et le carriérisme, le rapport au pouvoir, à l'autorité, le goût de la compétition, la relation au corps, à la maladie et à la mort, le rapport à la nourriture et la vie de la table, le rapport aux arts, à la musique, à la fête, la recherche d'un art de vivre, le rapport au rationnel et à l'irrationnel, à la religion, à la science, à l'ésotérisme, etc. Cette énumération fastidieuse pouvant être poursuivie et détaillée sans fin tant la fiction audiovisuelle brasse la vie privée tout entière comme la vie publique, la multitude des opinions et des croyances, des goûts et des sentiments, des conduites et des coutumes.

La submersion planétaire des marchés par les produits industrialisés de la fiction audiovisuelle américaine, c'est à longueur de jours, de mois et d'années, la répétition inlassable des valeurs et des conduites de l'*american way of life* ; c'est la représentation permanente des modèles, archétypes, mythes et fantasmes de la société américaine ; c'est l'invasive imprégnation des champs de la conscience et de la mémoire de centaines de millions d'hommes et de femmes par des milliards de fugitives images ; d'autant plus profonde et insidieuse que toute vigilance critique est ici abandonnée, cette imprégnation pénètre l'inconscient collectif.

Les images de la fiction s'« intériorisent » progressivement dans l'intimité du moi, pénètrent par une invisible effraction dans l'univers imaginaire de chaque individu, au point de « prendre chair » et de s'incarner finalement dans les croyances, les goûts, les sentiments et les conduites de la vie quotidienne de chacun.

Si ces phénomènes d'« intériorisation » se prolongent, suffisamment, ainsi durant le temps d'une vie d'homme (*a fortiori* le temps de deux ou trois générations), la lente imprégnation des champs de conscience et de mémoire au sein des populations de la vieille Europe aboutira à des mutations individuelles si profondes et si nombreuses qu'elles détacheront ces populations de leurs racines et de leurs cultures et qu'elles pourraient atteindre le seuil critique d'une véritable rupture de civilisation.

Que la classe politique réfléchisse à ce que pourrait devenir, dans pareille éventualité, le projet d'une Europe communautaire ; qu'elle réfléchisse à la difficulté qu'il y aurait désormais à trouver et à mobiliser la conviction, la volonté et l'énergie indispensables pour animer ce projet et en assurer la continuité.

Il est un autre processus inscrit dans la logique de l'histoire, qu'il convient d'évoquer car il aggrave lourdement les craintes qui viennent d'être exprimées. Il concerne la culture de substitution que les Etats-Unis seraient en situation de nous proposer.

Téléfilms de toutes sortes, séries et feuilletons, l'industrie américaine de programmes audiovisuels de consommation massive les confectionne délibérément et systématiquement pour le plus grand nombre. D'une part, elle vise au premier chef le public des chaînes privées de télévision, lesquelles ont l'œil rivé sur l'audimat et achètent leurs programmes par référence à leur capacité d'audience massive, telle que l'exigent les annonceurs publicitaires, américains et internationaux. D'autre part, elle se doit de tailler ses produits à la mesure d'un public mondial, immense et diversifié à l'extrême.

L'empire de la loi du nombre signifie que le niveau (intellectuel, artistique) de compréhension des œuvres et des programmes devra être fixé non par rapport à une valeur moyenne, mais par référence à une valeur limite, non par rapport à une masse indifférenciée, mais par référence au plus petit commun dénominateur susceptible de rassembler cette masse.

Dans ce contexte, l'industrie audiovisuelle américaine (mais l'industrie européenne homologue, si elle survit, ne sera-t-elle pas conduite à emprunter, demain, quelque voie parallèle ?) s'engage par la force des choses dans un processus planétaire de nivellement et de standardisation des valeurs, des modèles et des conduites (dans un processus de normalisation idéologique qui prolonge le rôle stratégique dominant des Etats-Unis sur le plan politique et militaire) dont la logique est — par nécessité d'audience massive — une logique d'« abaissement » du niveau intellectuel de compréhension de ses programmes, d'abaissement du niveau d'intelligence, de sensibilité et de culture requis du public à un point compatible avec la diffusion massive du produit. Certains ont même évoqué, dans cette perspective, un risque de « crétinisation » du public ou, par ailleurs, un risque d'« infantilisation » généralisée de celui-ci, du fait que les classes d'âge les plus jeunes sont souvent désignées comme une cible privilégiée par les médias alors que l'humanité aurait pu espérer que cet immense médium qu'est la télévision fasse prévaloir un idéal humaniste, une logique d'« élévation » et d'« exemplarité ».

Et puisque cette allusion à l'idéal d'une culture humaniste me vient sous la plume, il me faut ajouter ici que l'éviction progressive, dans chaque pays, des films, des œuvres audiovisuelles en provenance des autres pays — fait déjà largement acquis —, a pour conséquence, tragique et irréparable, l'appauvrissement, voire le tarissement complet de ce dialogue entre les peuples et les cultures du monde, voire même entre voisins immédiats comme cela devient le cas en Europe.

Un article d'Yves Mamou, dans *Le Monde* du 24 juin 1993, donnait cette information :

« La situation à Bruxelles semble cependant plus mouvante qu'il n'y paraît. Officiellement, la position de la Commission n'a pas varié : la culture n'est pas un secteur économique comme les autres et l'« exception culturelle » sera défendue, affirme un porte-parole. Cela dit, les négociations euro-américaines sur l'ensemble des échanges de services n'est pas homogène. La Direction générale 1 (DG 1), qui doit gérer les relations extérieures de la CEE, estime que l'audiovisuel n'a rien de stratégique et accepterait volontiers un repli face aux Améri-

cains pour mieux étayer une offensive sur le transport maritime. La DG 10, en revanche, qui traite des problèmes de communication, de culture et d'audiovisuel, se bat bec et ongles pour l'avenir d'une filière image européenne face aux exigences américaines ».

On croit rêver. Et, ahuri, on s'interroge encore une fois.

L'Europe serait-elle vraiment prête à vendre son âme et son droit d'aînesse pour un plat de lentilles ?

Pour quelques compensations sur le dossier du transport maritime ? Ou pour quelque concession sur celui de l'agriculture ?

Mais ceux-là qui sont censés nous représenter tous s'aperçoivent-ils que c'est sur le destin historique de l'Europe, celle qui fait vivre notre espoir, qu'ils sont prêts à faire des compromis ?

Août 1993.

NOTES

¹ A propos de cette « alliance », rappelons que le premier patron de la MPA, William Hays, était ministre (des Postes si j'ai bon souvenir) du gouvernement de Théodore Roosevelt ; que son président au lendemain de la deuxième guerre mondiale, Eric Johnston, avait rang d'ambassadeur plénipotentiaire des Etats-Unis, dînait à la table de Staline et d'Adenauer et négociait avec les chefs de gouvernement ; que son actuel président, Jack Valenti, est un familier du pouvoir et fut très actif, ces dernières années, de concert avec Clara Hills, ministre du Commerce extérieur du gouvernement de Georges Bush, pour faire triompher le point de vue des Etats-Unis au sein du GATT sur le problème des quotas institués par la directive communautaire « Télévision sans frontières », etc. A propos de quotas, rappelons que c'est le ministre américain des Affaires étrangères, William Byrnes, qui signa avec le président du Conseil, Léon Blum, dans l'immédiat après-guerre, le premier accord sur l'institution de quotas/contingents (entre la France et les Etats-Unis).

Depuis soixante ans, les membres de la MPEA ont bien évidemment changé. Dès les années cinquante, tous ont été forcés par des procédures en « divorce » intentées en vertu du Sherman Act (loi anti-trust) de séparer des autres leurs activités et intérêts dans le secteur de l'exploitation de salles. Certains ont disparu (RKO), de nouveaux venus sont arrivés (MCA), certains ont été rachetés par les Japonais (Columbia par Sony), quelques-uns se sont rapprochés de grandes entreprises industrielles ou financières la plupart se sont intégrés dans des groupes multimédias. Mais les *majors* continuent de former un ensemble oligopolistique contrôlant largement le financement de la production américaine de films et dominant le marché intérieur et le marché mondial de diffusion.

² On ne peut oublier que les grandes législations cinématographiques adoptées par la France, l'Italie et la Grande-Bretagne afin de protéger (quotas, contingents) ou de promouvoir (aides gouvernementales à la production) leur production nationale, l'ont été entre 1945 et 1950, au nom d'un enjeu vital de survie, alors que les Etats-Unis déversaient sur l'Europe exsangue quelque deux mille films représentant leur production accumulée durant les cinq années de guerre et que ceux-ci monopolisaient plus de 80 % (déjà) du temps de programmation des écrans européens. Très tôt, les Etats-Unis ont entrepris, au sein du GATT, d'obtenir la suppression de ces aides d'Etat, dont par ailleurs leur omnipotence sur le marché européen entretenait l'impérieuse nécessité.

³ Ce contraste abrupt illustre non pas l'absence d'une demande, d'un intérêt du public américain pour les films européens, mais — chose très différente — une carence de l'offre et, sans doute même peut-on le craindre, le souci persévérant depuis des décennies des *majors* de cadenciser ce marché intérieur de distribution qu'elles contrôlent, de tenir en lisière les films européens sous le motif, tantôt que leur public n'aime pas les versions originales étrangères, tantôt qu'il est allergique au doublage, de crainte en vérité, du moins peut-on le soupçonner, que l'introduction de ces films ne finisse par leur faire de l'ombre, en popularisant des sujets, des réalisateurs, des vedettes dont elles ne pourraient bientôt plus contrôler la carrière.

Dès lors que l'on s'interroge sur la libération du commerce international du film, un problème à se poser est celui des entraves à la libre circulation et à la libre concurrence qui résultent de la position monopoliste (oligopoliste) des *majors* sur leur marché intérieur de l'Amérique du Nord (pour ne pas parler des autres).

⁴ L'activité industrielle de tirage en laboratoire de copies destinées à la consommation collective en salles est en effet relativement négligeable. Son importance est pratiquement nulle dans le cas des produits de télévision, où une seule copie suffit à la consommation instantanée et simultanée de dizaines de millions de téléspectateurs, consommation plus immatérielle encore, aussi immatérielle du moins que l'onde porteuse de l'image.

⁵ Le prix du billet peut varier d'un pays à l'autre, de la capitale à la province, d'une salle à l'autre, d'une catégorie de places à l'autre et même accidentellement pour certains films particuliers (en raison le plus souvent d'une longueur exceptionnelle), mais ces variations, au demeurant mineures, sont sans incidence sur notre argumentation.

⁶ Je n'ignore pas que le service vendu au spectateur-consommateur par l'exploitant de salle comprend (aussi et d'abord, dira ce dernier) l'usage de la salle et de ses commodités. Il n'en demeure pas moins que le choix décisif du spectateur/consommateur porte sur le film.

⁷ Le système de la vente du film au forfait, utilisé pour la cession des droits d'exploitation aux chaînes de télévision ou aux distributeurs étrangers, conserve une analogie dans la mesure où le prix fixé entre parties suppose une aléatoire probabilité d'audience.

⁸ *Le Monde*, 20 avril 1993 (article d'Alain Frachon).

LE CINEMA DEMAIN : DU DROIT DES AUTEURS AU DROIT DE LA CONCURRENCE ?

La question du droit d'auteur est un révélateur puissant des transformations qui affectent aujourd'hui l'industrie du cinéma en Europe : évolution des produits, des modes de production et des filières, transformation des modalités de diffusion et de consommation, apparition de nouveaux acteurs, variation des firmes et de la structure concurrentielle du marché, phénomènes de concentration et de diversification, modalités de la régulation et du contrôle...

En particulier, les nouvelles technologies suscitent un véritable éclatement de l'œuvre, qui se voit réduite à un plan, une image, une portion d'image, un son et non plus seulement une séquence ou une mélodie, qui se trouve diffusée et exploitée sur des supports et dans des contextes diversifiés et non plus dans un seul lieu, à un seul moment ni sur un seul support. Du point de vue du droit, une des questions qui se pose est dès lors : que protéger (un son, une image, une couleur, un idée, une trame musicale ou scénaristique sont-ils protégés ou protégeables ?) et comment (l'infinité des modes possibles de diffusion rend leur maîtrise impossible) ? Le droit de la propriété s'était constitué pour des produits analogues et aisément identifiables (un livre, une image, un film, une pièce de théâtre), ce n'est plus le cas.

1. Des œuvres créées et réutilisées

Dans l'audiovisuel, les technologies nouvelles permettent désormais de manipuler les sons et les images, de les reproduire et les modifier sans limites, les publier et les diffuser dans des conditions de reproduction quasi parfaites grâce à la numérisation des images, des sons et des données qui assure une qualité constante copie après copie, ce qui n'était pas le cas auparavant. On peut désormais tout modifier *ad libitum*, sans perte de qualité : démultiplier, réarranger, remonter, colorer, extraire, grossir... Parallèlement, les moyens de diffusion s'élargissent, ce qui s'accompagne d'une transformation des modes de valorisation : apparition de nouveaux marchés (télévision par satellite par exemple), nouvelle segmentation des publics (chaînes thématiques de télévision), de nouveaux supports (CD-Rom), de nouvelles chronologies de diffusions (simultanées, répétées, offertes à la demande).

Les possibilités techniques voient, de plus, leur importance renforcée par les stratégies des producteurs. Ces derniers recourent de plus en plus à la réutilisation d'œuvres déjà existantes (directement, ou non, sous forme de version colorisée ou modernisée, de réédition de meilleure qualité, d'utilisation d'images d'archives...) désormais rendue plus facile.

Cet élargissement des modes traditionnels d'exploitation des œuvres a permis de revaloriser les droits de diffusion, en donnant une nouvelle valeur aux œuvres anciennes et qui étaient jusque-là souvent négligées ou ignorées. Dans les dix dernières années, les portefeuilles de droits que possédaient les producteurs petits et gros ont ainsi connu une véritable flambée, qu'il s'agisse de ceux des majors (XXth, MGM/UA, Columbia (acquise par Sony pour 3,5 milliards de dollars) ou MCA/Universal (acquise par Matsushita pour 6,5 milliards de dollars)) ou des petits indépendants

(portefeuille de C. Fechner acheté en France par la Générale d'images pour cinq cents millions de francs, celui d'A. Terzian (seize films) pour cent millions de francs) ¹.

On a aussi assisté à la renaissance et au développement d'anciennes banques d'images revalorisées et mises en valeur grâce à la numérisation, la possibilité de consultation *on line*, l'intégration dans des programmes télévisés ou vidéo... Les industries techniques tendent d'ailleurs à s'éloigner des seules activités de service pour privilégier la possession de droits sur le contenu (achat de scénarios, création et distribution de jeux interactifs, *bartering*, création de nouveaux canaux de diffusion...). De plus en plus, les prestataires de *post production* et d'effets spéciaux (Pacific Data Image ou R/GA), voire les agences artistiques elles-même (William Morris) cherchent à maîtriser les droits sur les contenus qu'ils coproduisaient jusque-là : ils s'efforcent par exemple d'acquérir les droits d'un personnage afin de pouvoir les valoriser simultanément sur plusieurs supports (films, séries télévisées, livres, jeux, CDI-CD-Rom, publicité, nouveaux médias, produits dérivés...).

Pour des raisons du même ordre, afin de garantir la vente de ses matériels hi-fi et vidéo, Sony a décidé d'investir, il y a quelques années, de façon significative dans la production culturelle (rachat des studios Columbia ² ou contrat d'exclusivité avec Michael Jackson par exemple). En maîtrisant une partie des industries de programmes, Sony espérait s'assurer un débouché pour les produits qu'elle commercialise et évitait de renouveler l'échec qu'elle avait connu avec son standard de magnéscope Bétamax ; en dépit d'une qualité technique inférieure, JVC avait en effet réussi à imposer le VHS grâce en partie aux accords conclus avec les grands studios de cinéma américain. Ces accords avaient permis à JVC de proposer rapidement un catalogue incomparable de cassettes de films au format VHS.

Du point de vue économique, l'éclatement des modes de diffusion et la réutilisation partielle des œuvres dans des créations modernes (films à base d'images d'archives, par exemple ³) pose de réels problèmes car la difficulté majeure de la production — le facteur limitant et la ressource rare à gérer — n'est plus seulement la création, la conception ou la réalisation, mais devient l'acquisition des droits. Evoquer les droits d'un film sans plus de précision a peu de sens tant les droits sont diversifiés. Ils sont constitués de multiples « segments » définis selon les supports de diffusion, selon les lieux d'exploitation, et dans le temps, pour des durées définies. Certains sont permanents, d'autres sont volatiles ou éphémères. Ils se présentent sous formes de mandats (pouvoir de négociation et de commercialisation donnant lieu à une commission), de « négatifs » (mandat, droit d'exploitation exclusifs, propriété du support matériel et droit de reproduction) ou de forfaits (achat d'une partie des droits d'exploitation — ceux d'un pays, par exemple — pour un montant fixe).

Les droits sont multiples et complexes à acquérir, leur identification et le repérage des ayants droit ne vont pas de soi, la négociation et la rédaction des contrats demandent un temps important, ces coûts se superposent au coût de la production proprement dite... ⁴ Outre ces surcoûts, le développement de la protection des collaborateurs artistiques s'est traduit par la mise en place de taxes (sur les cassettes pour la copie privée par exemple, ou sur le chiffre d'affaires des sociétés de télévi-

sion). La multiplication des droits et des ayants droit (par l'élargissement des droits voisins) a ainsi induit un renchérissement des coûts de production.

2. Droit et régulation de la concurrence

Presque tous les acteurs économiques des médias placent donc la question des droits au centre des interrogations et au cœur de leurs stratégies. Du point de vue de la création artistique et culturelle, cette focalisation des préoccupations pose problème quand elle s'accompagne d'une maîtrise sur l'amont de la filière, c'est-à-dire sur la production. C'est déjà partiellement vrai du cinéma où les chaînes de télévision sont désormais celles qui décident si un film se fera ou non selon qu'elles acceptent, ou non, de préacheter les droits de passage ultérieurs sur leur antenne. Plus généralement, le poids prépondérant de certains opérateurs (les télévisions, mais aussi, parfois, les agences artistiques ⁵) leur donne une position beaucoup plus forte que celle de la plupart des interlocuteurs avec lesquels ils traitent. Ce n'est pas seulement une question de liberté économique qui est en cause ou même de prix d'accès à l'art et à la culture, c'est largement un problème de liberté d'expression et la possibilité, pour certains courants artistiques et formes d'expression, de tout simplement exister. Cela suppose, de la part des pouvoirs publics, une application souple, voire paradoxale, des règles de la concurrence.

Il s'agit de s'assurer le contrôle du pluralisme et de la diversité artistique et culturelle à l'aide d'outils conçus pour maîtriser le comportement des opérateurs économiques. L'attitude et les difficultés de la Commission européenne en la matière témoignent de ces difficultés pour établir une jurisprudence cohérente et « lisible ». D'un côté, ainsi que le montrent les attendus de ses décisions, la Commission s'efforce de garantir la diversité des informations ou des œuvres mise à la disposition du public ; de l'autre, elle apprécie et sanctionne, le cas échéant, le caractère dominant d'une position et les entraves significatives à la concurrence. Or, le pluralisme peut être menacé sans que la concurrence soit bloquée ; inversement, certaines situations de monopole s'accompagnent d'une forte variété des productions.

Les droits de propriété en matière de nouveaux médias répondent donc de moins en moins au seul souci de protéger des auteurs. L'enjeu des droits de propriété est désormais de protéger et de susciter les investissements dans ces nouvelles industries (investissements matériels ou immatériels) afin de permettre et d'encourager leur croissance et leur développement. Un système de protection doit permettre à la fois une « juste » rémunération des auteurs et l'optimisation des bénéfices issus de la diffusion ou d'effets de réseau. C'est au nom de tels principes que la Commission européenne a été amenée à arbitrer dans certains conflits qui ont été portés devant elle.

La décision UIP (12 juillet 1989) ⁶

En 1981, les trois plus importants producteurs américains de films cinématographiques et télévisuels (Paramount, MCA, et MGM/United Artists) ont constitué une filiale commune appelée United International Picture. UIP avait pour objet la distribution exclusive, dans les pays de la Communauté, des films produits ou distribués par les trois groupes, principalement pour l'exploitation en salles où UIP détient en moyenne un quart du marché des recettes-films. L'objectif de la filiale était de réduire les frais généraux considérables résultant de la distribution des films par trois organismes séparés. A ce titre, UIP disposait d'une licence d'exclusivité de dix ans pour la distribution des films des sociétés-mères ; elle avait égale-

ment le droit exclusif de produire, financer et distribuer les films locaux dans une autre langue que l'anglais et pour le marché national correspondant.

Dans un premier temps, la Commission a considéré la création de cette filiale comme un accord entre entreprises indépendantes conduisant à une restriction de la concurrence. En effet, à l'origine, Paramount, MGA et UA avaient chacune leur propre réseau de distribution dans la CE ; or, avec UIP, ces sociétés se livraient uniquement concurrence sur la production de longs métrages et en tant que distributeurs pour le marché des salles américaines, des chaînes de télévision publiques et des vidéocassettes.

Dans un second temps, les sociétés américaines ont apporté des modifications à leur accord afin de donner à chacune davantage d'autonomie dans la distribution de leurs films et d'individualiser les contributions respectives des trois sociétés. La Commission a alors donné son agrément, au vu des avantages dégagés par la création d'UIP : distribution plus efficace et rationnelle, réduction des coûts pour les producteurs (y compris européens), maintien d'un réseau de distribution économiquement viable dans des marchés en déclin, stimulation de la production. Elle a considéré que ces avantages l'emportaient sur les inconvénients d'une restriction de la concurrence pourtant bien réelle. De fait, après avoir obtenu l'accord de la commission en 1989, UIP a vu ses parts de marché augmenter nettement (+22% en 1989 et +15,5% en 1990). D'autre part, au delà de ces indicateurs chiffrés, UIP (par sa structure, l'importance et le nombre de ses films) régule désormais largement le marché des salles : en bloquant éventuellement des sorties de films à certaines dates, en occupant des salles...

3. La protection des ayants droit

La protection des ayants droit est mise à mal par les possibilités nouvelles de diffusion et de production, offertes par les nouvelles technologies. Cela ne concerne pas seulement le contrôle des droits d'exploitation, mais aussi l'exercice du droit moral de la part des auteurs (droit de divulgation, de repentir, respect de l'œuvre...). Ce droit moral se retrouve, en pratique, fortement amoindri à la fois à des raisons juridiques (caractère collectif des œuvres, complexité des contrats) et économiques (coût des films, fonction du producteur, rapports entre éditeurs et auteurs).

Droit d'auteur et copyright

Le droit d'auteur trouve son origine dans l'Angleterre du XVII^e (décret de 1709) et la France du XVIII^e (1791 et 1793) et s'est progressivement étendu à partir du droit de représentation et de reproduction. Sa caractéristique principale est de couvrir non seulement les droits économiques mais aussi les droits moraux et, plus généralement, les liens personnels entre un auteur et son œuvre. Comme son nom l'indique, c'est d'abord la personne de l'auteur qui fait l'objet de la protection et cette protection est établie de droit, sans formalité particulière, pour toute œuvre de création artistique et littéraire. C'est cette vision qui a été adoptée dans la convention internationale signée en 1886 à Berne et régulièrement révisée depuis.

Le *copyright* trouve aussi son origine dans le décret anglais de 1709 reconnaissant un droit exclusif de reproduction ; il s'est développé dans les pays anglo-saxons qui n'ont ratifié que plus tardivement la convention de Berne (à la fin du XIX^e pour le Royaume-Uni, en 1989 pour les Etats-Unis). Le *copyright* se caractérise par le fait qu'il désigne essentiellement un droit de propriété et représente à ce titre un bien économique transmissible : c'est *a priori* le producteur qui est supposé en être détenteur et non l'auteur qui n'est pas protégé en tant que tel.

Dans le cadre des récents accords du Gatt, un agrément très ambitieux a été signé concernant les droits de propriété intellectuels et appelé *TRIPS-Agreement (Agreement on trade-related aspects of intellectual property rights)*. S'il est effectivement mis en œuvre par les pays signataires, il devrait contribuer au rapprochement des deux philosophies du droit d'auteur et du *copyright*.

1. Le droit d'exploitation

Une des premières restrictions à la protection des ayants droit est d'ordre strictement économique, elle tient à l'exploitation abusive des œuvres. Les techniques de numérisation permettent de disposer d'enregistrements de meilleure qualité, à même d'assurer des reproductions ultérieures. En Europe ou aux Etats-Unis, le marché de l'édition pirate musicale ou vidéographique représente quelques pour cent du marché, et dans certains pays ce marché est supérieur à celui de l'édition légale. Les pirates jouent de ce fait un rôle non négligeable dans l'organisation des filières. En matière de vidéo, c'est le poids du piratage et de l'évasion des droits qui a poussé les éditeurs à baisser considérablement le prix des cassettes afin de favoriser le marché de la vente directe au consommateur au détriment de la location et du maintien d'un réseau dense de vidéoclubs. Le problème des copies illégales a existé de tout temps dans le cinéma, mais il voit son importance renouvelée du fait des facilités nouvelles de diffusion (et des difficultés corrélatives de contrôle). Il suffit d'une simple cassette vidéo (achetée, louée ou copiée) pour opérer une diffusion collective dans des lieux tels que prisons, hôpitaux, écoles, avions, autocars voire immeubles d'habitation...

La faible protection des ayants droit existe aussi dans le cadre d'une utilisation ou une commercialisation normale des œuvres. Le développement de technologies de diffusion massive conduit à une dispersion des marchés et soulève en effet des problèmes de contrôle non négligeables. Le revenu marginal de certaines activités est en effet, dans certains cas, très largement inférieur à l'acquisition d'informations sur les nouveaux marchés et au coût du contrôle qui pourrait être mis en place. Toute diffusion hertzienne de télévision dépasse par exemple nécessairement l'empreinte du pays visé. Dans chaque cas, l'exploitation se fait au détriment des ayants droit puisque l'acquisition des droits des différentes émissions ne tient compte (au mieux) que du pays initial de réception. De plus, la rémunération dans un autre pays suppose des accords entre sociétés d'auteurs qui ne peuvent être fondées que sur la confiance, le contrôle croisé et une large délégation. Si ces conditions ne sont pas réunies, c'est alors un système forfaitaire de type licence obligatoire qui doit s'appliquer.

2. Le droit moral

Ce ne sont toutefois pas seulement les problèmes de rémunération ou de partage des bénéfices que posent les nouveaux modes d'exploitation des œuvres audiovisuelles, mais aussi les problèmes de protection du droit moral des créateurs face au risque de dénaturation, de modification ou d'altération de l'œuvre ou de ses conditions de consommation (colorisation, coupures publicitaires ou fractionnement sous formes de séries par exemple).

La numérisation et les techniques de transformation des images peuvent affecter l'intégrité de l'œuvre et rendent ce risque de dénaturation tout à fait d'actualité. Au delà de la colorisation de films en noir et blanc, plusieurs exemples récents, opérés pour l'instant essentiellement dans le domaine du film publicitaire, montrent que le « clonage » de comédiens ou la réutilisation partielle de certains éléments seulement des images de films ⁷ sont déjà tout à fait possibles.

D'un côté, dans la mesure où il s'agit d'une œuvre collective, les co-auteurs ne peuvent s'opposer, s'ils refusent d'achever leur contribution, à l'utilisation en vue de l'achèvement de l'œuvre de ce qui est déjà réalisé. D'un autre côté, même si la loi place les collaborateurs artistiques en situation favorable ⁸, l'exercice effectif de leur droit moral reste très dépendant des rapports économiques avec les producteurs et les diffuseurs. Un réalisateur refusant, à bon droit, d'adapter son scénario ou son montage aux souhaits du producteur (par coupure ou adjonction de certaines scènes, par le raccourcissement de la durée du film...) encourt le risque de ne pas retrouver de producteur pour son prochain film ; un auteur refusant que son film soit diffusé à la télévision avec une coupure publicitaire (ce qui est parfaitement son droit) ou qu'il ne soit valorisé sur différents supports (T-shirts...) compromet l'équilibre financier du film (et donc aussi ses propres rémunérations) tout comme ses chances de retrouver un producteur et de tourner par la suite d'autres films ⁹.

Un autre risque (plus insidieux, peut-être) d'utilisation abusive des droits tient aux préjudices susceptibles d'être apportés à la reconnaissance et à la vie des œuvres : par insuffisance de diffusion ou, à l'inverse, du fait d'une surexploitation. La directive européenne *Télévision sans frontières* préconisait, par exemple, un système de licence légale pour les câblo-opérateurs ¹⁰ ; ceux-ci auraient diffusé les œuvres sans que les ayants droit puissent s'y opposer ni maîtriser l'approvisionnement de ce nouveau marché. Le risque était alors de faire des titulaires de droits de simples rentiers inactifs incapables de gérer la vie de leurs produits et d'empêcher que ceux-ci ne soient, par exemple, « tués » par de trop nombreuses rediffusions. C'est d'ailleurs au nom de préoccupations du même ordre que la Commission européenne s'est prononcée quand elle a eu à se pencher sur la régulation du marché des films à la télévision en Allemagne.

Achat de films par les stations allemandes de télévision (15 septembre 1989) ¹¹

En février 1984, l'ARD (association regroupant les organismes publics de télévision de l'ex-RFA) conclut trois accords pour l'acquisition des droits de télévision des sociétés MGM/UA et Turner Entertainment Cy (TEC). Ces accords ont pour objet la diffusion en allemand des longs métrages, films de télévision et dessins animés appartenant aux sociétés américaines, sur plusieurs pays de langue allemande (ex-RFA et ex-RDA, Autriche, Suisse, Liechtenstein, Luxembourg, Italie). Ces accords octroyaient aux organismes de télédiffusion de l'ARD un droit exclusif et interdisaient la concession à des tiers (même pour une chaîne à péage). L'exclusivité portait sur le catalogue total MGM/UA pendant une période de sélection de trois ans, puis de quinze ans après la première diffusion. En outre, un droit préférentiel existait pour la conclusion de nouveaux contrats de diffusion, portant, notamment sur des films nouveaux ou acquis par des concurrents.

En 1986, la Commission engage une procédure contre ces accords, contestant notamment l'interdiction pour un tiers d'accéder à des films, et jugeant qu'il s'agissait d'accords visant à restreindre la concurrence ¹². Cette volonté était d'autant plus claire que la durée d'exclusivité était inhabituelle et allait au delà de ce qui était nécessaire pour satisfaire les besoins d'achat des chaînes et la planification de leurs programmes. Pour permettre un accord, une convention a été passée autorisant de concéder des droits de diffusion à des tiers pendant certaines « plages », périodes pendant lesquelles l'exclusivité est suspendue ; par ailleurs, les organismes acceptaient la diffusion par des tiers des programmes télévisés non choisis ainsi que la diffusion des films en version étrangère (l'ARD fournissant alors les copies en allemand ou supportant la moitié des frais de doublage).

Moyennant ces modifications, les accords ont été acceptés au motif qu'ils permettaient d'améliorer la distribution des produits en élargissant l'offre des films sur le marché, aussi bien pour les organismes ARD que pour les tiers puisque l'accord sur le doublage permettait à ces derniers de diffuser des films qu'ils n'auraient pas eu les moyens de projeter autrement. Par ailleurs, les accords portant sur un nombre important de films, le prix de chacun était fortement réduit. A travers cette autorisation, la Commission ne s'est donc pas simplement occupée de réguler la concurrence, elle a cherché à faciliter la distribution des films sur le marché de la télévision.

4. Conclusion : la gestion des droits entre règles collectives et pratiques spécifiques

Les modes actuels de production et de diffusion conduisent, plus ou moins directement, par élargissement des processus de production et de diffusion, par l'internationalisation des entreprises, à une abolition des frontières nationales et sectorielles (entre cinéma, télévision et télécommunications notamment). Cette évolution rend d'autant plus indispensable l'harmonisation des différents systèmes juridiques qu'il est très facile d'assurer une délocalisation des productions ou des émissions dans les pays les plus commodes. Ainsi, les éditeurs phonographiques français font-ils jouer la menace d'enregistrer leurs disques en Grande-Bretagne pour contraindre les musiciens français à ne pas revendiquer de droits voisins sur les enregistrements auxquels ils participent. L'exemple est déjà donné par la télévision par satellite : Ted Turner a implanté sa société en Angleterre en espérant pouvoir diffuser des chaînes à destination de la France sans devoir satisfaire aux quotas de programmation correspondants.

La diffusion de chaînes de télévision par satellite fait éclater toute tentative de réglementation à un échelon purement national (qu'il s'agisse de quotas, de constitution dans l'actionnariat ou de rémunération des auteurs). Pour traiter la question, la Communauté européenne a retenu la théorie de l'injection : la loi qui s'applique en matière de protection des droits est celle du pays d'émission et non celle du pays récepteur ou des pays de l'« empreinte ». Mais une telle disposition remet de toutes façons largement en cause l'économie actuelle des contrats supposant un répartition et un fractionnement territorial des droits. Dans la plupart des pays, en effet, la diffusion des films obéit à une chronologie permettant leur exploitation successive sur différents supports et différents marchés : salles de cinéma, télévision payante, vidéo, télévision généraliste. Or, avec la généralisation de la diffusion par satellite, cette chronologie des supports et des marchés vole en éclats puisque certains films peuvent être diffusés sur la télévision d'un pays (et donc être accessibles via le satellite aux pays voisins) avant même d'avoir été projetés dans les salles de ces mêmes voisins.

La directive européenne sur les droits d'auteur en matière de satellite et de câble ¹³

Deux textes, d'inspiration très voisine, ont été adoptés en Europe récemment pour réguler le secteur audiovisuel. Il s'agit de la directive adoptée par l'Union européenne en septembre 1993 et de la convention édictée en février 1994 par le Conseil de l'Europe sur le « droit d'auteur et voisins dans le cadre de la diffusion transfrontalière par satellite ».

La nouvelle directive traite du droit d'auteur en matière de satellite et de câble. Contrairement aux premiers projets de la précédente directive *Télévisions sans frontières*, elle interdit, pour le câble, les systèmes de licences légales ou obligatoires et recommande un système de gestion collective. Cela signifie que les propriétaires de droits tels que les produc-

teurs ne peuvent plus faire valoir leurs droits sur le câble de façon individuelle, mais seulement par le biais de sociétés de recouvrement ; les diffuseurs restent libres, par contre, de conclure de leur côté des contrats de licence.

La directive confirme également, en les simplifiant, les modalités de diffusion par satellite puisqu'elle généralise la théorie de l'injection et interdit également la concession de licence. Seule est désormais nécessaire l'obtention des droits d'auteur dans le pays d'origine de la transmission. Par contre, pour éviter que ne se créent des « pavillons de complaisance » du droit d'auteur, la directive fixe une norme de protection minimale pour tous les Etats membres. Selon celle-ci, établie en octobre 1993, les droits d'auteur d'une œuvre littéraire et artistique doivent courir toute la vie de l'auteur et soixante-dix ans après sa mort. Pour les droits voisins, le délai est fixé à cinquante ans après l'événement d'origine. Enfin, toute publication légale d'une œuvre non publiée précédemment sera protégée vingt-cinq ans.

On constate, de ce fait, un glissement d'une réponse en termes juridiques (raffinement du droit des auteurs, institution de dispositifs de contrôle...) à une réponse en termes économiques (régulation de la concurrence, licences ou taxes fiscales, baisse des prix ou modification des pratiques de vente, dispositif de gestion collective à travers les sociétés d'auteurs, concentration des sociétés).

De nouveaux mécanismes de coordination se mettent ainsi en place entre agents économiques, au delà de la simple gestion de droits. On en retrouve la trace dans les mécanismes de régulation concurrentielle instaurés au niveau européen (UE) ou mondial (GATT), dans le développement d'accords de licence permettant de créer une situation d'équilibre entre producteurs et diffuseurs par des règles hors marché ¹⁴, par des accords de coalition de type oligopolistique, entre producteurs ou diffuseurs, visant à l'établissement de barrières à l'entrée à l'égard d'une concurrence issue de pays en développement ou hors de la sphère d'exploitation traditionnelle des œuvres, par l'établissement de rentes de situation pour certains médiateurs (tels les sociétés d'auteurs chargées de collecter les droits).

Paradoxalement, ce renforcement des effets de réseau répond peut-être indirectement à la philosophie de la Commission européenne qui cherche à créer un grand marché unique en supprimant les cloisonnements tenant aux différentes langues, aux différents marchés, modes d'organisation...

BIBLIOGRAPHIE

- Becker H.S. (1982), *Art Worlds*, University of California Press.
- Benghozi P.-J. (1989), *Le cinéma entre l'art et l'argent*, Paris, L'Harmattan.
- (1995), « Savoir gérer pour savoir créer », in F. Charue-Duboc éd., *Des savoirs pour l'action*, Paris, L'Harmattan.
- Cervoni C. (1990), *Concentration des portefeuilles de droits audiovisuels et recomposition du paysage cinématographique et audiovisuel*, mémoire de DEA, Université Paris1 Panthéon Sorbonne, sous la direction de P.-J. Benghozi.
- Dumez H. et Jeunemaître A. (1991), *La concurrence en Europe*, Paris, Seuil.
- Farchy J. (1992), *Le cinéma enchaîné*, Paris, Presses du CNRS.
- Guillou B. et Padioleau J.G. (1988), *La régulation de la télévision*, Paris, La documentation française.
- Hummel M. (1990), « The Economic importance of copyright », in *Le droit d'auteur : enjeu économique et culturel*, 2^e symposium international, Paris, Ed. Litec.
- Mourareau E. (1994), *La concurrence dans le secteur audiovisuel et le lobby audiovisuel en Europe*, mémoire de DEA, Université Paris1 Panthéon Sorbonne, sous la direction de P.-J. Benghozi.

Sirinelli P. (1992), *Propriété littéraire et artistique*, mémentos Dalloz, Paris.

— (sous la présidence de) (1994), *Industries culturelles et nouvelles techniques*, rapport de la commission, Paris, Ministère de la culture et de la francophonie.

NOTES

¹ Voir Cervoni (1992).

² C'est exactement la même logique qui a conduit Matsushita à racheter le grand studio hollywoodien MCA.

³ Voir Prager (1994).

⁴ Des entreprises spécialisées dans le négoce des droits se sont ainsi créées (afin de réaliser des économies d'échelle dans leur gestion et des économies d'envergure dans leur mise en valeur (ventes en bloc...)). Le nombre de films tournés étant limité, ces sociétés ont vite élargi leur activité en s'intéressant à d'autres produits audiovisuels et en contribuant ainsi à l'intégration des marchés. Leurs portefeuilles sont hétéroclites ; ils comportent des milliers de films, mais aussi d'autres produits télévisuels (séries, dessins animés, documentaires, jeux...) (voir Cervoni (1992)).

⁵ Aux Etats-Unis, le Crédit Lyonnais et la MGM sont ainsi menacés actuellement de procès anticoncurrentiel au motif qu'ils ont confié une partie de la production du studio à l'agence CAA qui représente la plupart des stars hollywoodiennes.

⁶ D'après Mourareau (1992).

⁷ C'est le cas d'une publicité pour Coca Cola faisant jouer et parler Cary Grant et Louis Armstrong dans un environnement résolument moderne, mais aussi du récent film de fiction *Forrest Gump*.

⁸ Notamment en reconnaissant automatiquement à certains d'entre eux un statut d'auteur, comme c'est le cas en France.

⁹ La concurrence entre fournisseurs de programme issus de différents pays et le développement de groupes internationaux incitent d'ailleurs certains producteurs à s'opposer à la mise en œuvre de droits voisins et à défendre l'idée de généraliser le *copyright* au détriment de la règle du droit d'auteur.

¹⁰ Ce système n'a finalement pas été retenu, mais restait évoqué, encore récemment, pour le satellite (voir *infra*).

¹¹ Voir Mourareau (1992).

¹² Déjà, en 1982, un arrêt avait établi que l'exercice d'un droit exclusif de représentation d'un film pouvait être restrictif en concurrence au sens du traité de Rome.

¹³ D'après *Sequentia*, Lettre d'information de l'Observatoire européen de l'audiovisuel, numéro spécial MIP-TV/FIF 1994.

¹⁴ En matière de diffusion par satellite, par exemple, une des recommandations de l'Union européenne consistait à supprimer les relations contractuelles entre producteurs, auteurs et diffuseurs pour les remplacer par une cession de licence obligatoire, ce qui aurait modifié profondément la façon dont se fixent et s'établissent les prix.

QUELQUES ELEMENTS CONCEPTUELS A PROPOS DES NEGOCIATIONS GATT

L'Uruguay Round s'est conclu fin décembre 1993 après, faut-il le rappeler, sept ans de négociations. C'est en effet en septembre 1986 que les négociations ont débuté lors de la conférence ministérielle du GATT qui s'est tenue à Punta del Este (Uruguay). D'où le nom du Round (Uruguay Round).

L'Uruguay Round constituait le huitième cycle de négociations commerciales multilatérales engagées dans le cadre du GATT (accord général sur les tarifs douaniers et le commerce) depuis sa création en 1948.

L'Uruguay Round, comme les cycles précédents, avait pour objectif de poursuivre l'élimination des barrières aux échanges, et de renforcer les disciplines s'imposant aux parties contractantes du GATT. A cet effet, quinze groupes de travail furent mis en place afin de couvrir les quatre grands objectifs poursuivis par ce Round, parmi lesquels la libéralisation des échanges de services.

Cette libéralisation devait être la principale innovation du cycle lancé à Punta del Este : entravés par d'innombrables barrières réglementaires, les échanges de services représentaient en 1991 moins de 20 % du commerce mondial, alors que, par exemple, dans l'Union européenne, ils sont à l'origine de 50 % du PIB et génèrent 60 % de l'emploi.

L'Union européenne est le premier exportateur mondial de services, avec cent dix-huit milliards d'écus d'exportations, les Etats-Unis et le Japon exportent respectivement soixante-seize et vingt-neuf milliards d'écus de services.

L'objectif de la négociation sur les services était d'aboutir à un accord sur des règles objectives, applicables par toutes les parties dans les échanges de services (ceci se trouve codifié dans l'accord actuel).

Ces règles qui ont déjà cours dans l'accord général sur les tarifs douaniers et le commerce entré en vigueur le 1^{er} janvier 1948 sont les suivantes :

- le traitement de la nation la plus favorisée (article II) ¹
- la transparence (article III)
- le respect du traitement national (article XVII)

auxquelles s'ajoute une référence aux subventions (article XV) et à la libéralisation progressive des marchés des services (article XIX). Nous reviendrons sur ces différents concepts ultérieurement.

A l'origine, la négociation devait englober l'ensemble des secteurs de services en vertu du *principe d'universalité* défini à Punta del Este.

Cependant, en raison de leurs caractéristiques, certains secteurs se sont vu reconnaître un traitement particulier dans le cadre d'annexes sectorielles, destinées soit à exclure le secteur de l'accord (c'est le cas des droits de trafic aérien régis par la convention de Chicago, que les Etats membres du GATT trouvent plus avantageux de négocier bilatéralement), soit à préciser l'application des règles de l'accord (télécommunications et services financiers, par exemple).

De ce fait, l'accord général sur le commerce des services comporte six annexes spécifiques.

Venons-en aux matières culturelles au sein du GATT. Il faut remonter aux origines de la négociation. En vertu du principe d'universalité, ce qu'il est convenu dorénavant d'appeler les services audiovisuels, c'est-à-dire l'ensemble des programmes pouvant faire l'objet d'une transmission par le moyen de la radiodiffusion, ont été inclus dans la négociation. Ceci concerne les films de cinéma, les fictions télévisuelles, tout autant que les services d'informations télévisées ou les messages publicitaires.

En ce qui concerne l'Union européenne, le traité de Rome n'englobait pas primitivement la notion de services audiovisuels dans le contenu de l'article 60 du traité (libre prestation de services), mais la jurisprudence de la Cour européenne de justice a reconnu sans ambiguïté l'attribution de la qualité de services au contenu des émissions radiodiffusées.

Cette reconnaissance explicite de la nature de « services » appliquée aux prestations télévisées a entraîné de nombreuses conséquences au niveau intracommunautaire. *Ipsa facto*, le secteur audiovisuel s'est trouvé englobé dans la négociation du GATT.

Cependant, comme pour d'autres secteurs des services, l'Union européenne avait souhaité que les règles du GATT mentionnées plus haut ne s'appliquent pas de façon automatique aux services audiovisuels. Pour cela, la Communauté avait souhaité qu'une *annexe spécifique* puisse être codifiée pour les services audiovisuels dès lors que ces services présentaient un contenu à caractère culturel.

Une communication de la Commission au Conseil sur « la politique audiovisuelle en Europe » en date du 21 février 1990, clarifiait la position de la Communauté sur ce point.

« Parmi les secteurs qui font l'objet des négociations, figure celui des télécommunications, dont les services audiovisuels. Aux fins de ces négociations, la Communauté entend définir les services audiovisuels en fonction d'une double composante : d'une part, la transmission des signaux radiodiffusés qui représentent le contenant des services de radiodiffusion, et d'autre part, la programmation que comprennent ces signaux et qui en constitue le contenu.

L'existence de cette première composante détermine le rattachement des services audiovisuels au secteur des télécommunications qui doit, ainsi, être traité dans son ensemble. En effet, la réglementation de la transmission des signaux radiodiffusés (le droit d'établissement n'étant toutefois pas affecté par l'harmonisation communautaire) fait l'objet d'une libéralisation dans la Communauté, tout comme les autres services de télécommunications.

La seconde composante des services de radiodiffusion introduit en revanche une *spécificité sectorielle* en ce qu'elle concerne le contenu des signaux radiodiffusés. En effet, le contenu véhiculé par les signaux radiodiffusés est soumis à des réglementations (dans les Etats membres, dans la Communauté et dans les pays tiers) eu égard au rôle de vecteur des identités culturelles que joue la radiodiffusion. Il s'agit donc d'une *spécificité culturelle* qui constitue une contrepartie à la libéralisation de la transmission des signaux radiodiffusés et qui vise à garantir à cette libéralisation un nécessaire volet qualitatif ».

Pour la Communauté, l'objectif recherché était le suivant :

- une libéralisation assurée par la Communauté : les effets externes du marché intérieur de l'audiovisuel sont déjà considérables pour la production indus-

truelle audiovisuelle de nos partenaires d'autant que la Communauté n'a pas imposé de conditions de réciprocité ;

- en corollaire, la spécificité culturelle du contenu des signaux, dont la transmission est libéralisée totalement, ne doit pas être affectée par cette libéralisation. Elle relève des objectifs de politique culturelle qui ont déjà été reconnus à Montréal et ceci pour trois raisons : elle répond aux préoccupations *d'identités culturelles et linguistiques* dont la protection doit être assurée ; elle fait partie intégrante et assure le développement harmonieux d'une large ouverture du marché unique dans le secteur audiovisuel ; elle est une mesure que de nombreux autres pays (l'Australie et le Canada, par exemple) ont prise avec des objectifs identiques.

Aussi la Communauté aborde-t-elle ces négociations avec le ferme objectif d'atteindre une libéralisation internationale, dans les limites de celle réalisée à l'intérieur de la Communauté, c'est-à-dire en *laissant intacte la spécificité culturelle* du secteur ainsi que les mesures communautaires relevant de cette spécificité.

Suivant cette position, la CEE présentait à Genève une demande de *dérogation partielle* à la libéralisation des services audiovisuels sous forme d'*annexe sectorielle*, afin de protéger les spécificités culturelles des Etats membres. Considérant que l'origine d'une œuvre détermine son contenu culturel, la CEE demandait dans son projet d'annexe que les produits audiovisuels à contenu culturel ne soient pas automatiquement couverts par la clause de la nation la plus favorisée. Le projet présenté par la CEE prévoyait que les parties à l'Uruguay Round pouvaient appliquer ou introduire des mesures prévoyant certaines exigences d'origine, applicables aux œuvres audiovisuelles pour des raisons culturelles.

Un autre article de cette annexe demandait que dans les services audiovisuels à contenu culturel et pour servir des objectifs de politique culturelle, les parties se réservent le droit de *ne pas accorder l'accès au marché* aux services et aux fournisseurs de services d'autres marchés.

Cette position permettait ainsi de restreindre les principes du traitement de la nation la plus favorisée et de l'accès au marché, et semble-t-il du traitement national, dont on a vu qu'ils sont les principes cardinaux de la libéralisation des échanges.

Cette position avait le mérite de proposer un traitement spécifique pour le secteur audiovisuel.

Il n'est pas certain qu'elle constituait la traduction juridique la plus appropriée pour les activités de services audiovisuels. Nous aurons l'occasion d'y revenir lorsque nous évoquerons le concept d'exception.

Toutefois, lorsque le projet d'acte final rédigé par le directeur général du GATT de l'époque, M. Arthur Dunkel (remplacé en juin 1993 par M. Peter Sutherland, ancien membre de la Commission des Communautés européennes à Bruxelles) fut présenté le 20 décembre 1991 aux parties contractantes du GATT, il ne comportait pas d'annexe concernant le secteur audiovisuel, ce qui signifiait que les services audiovisuels étaient amenés à être traités comme toute autre activité de service (prestation d'assurance, par exemple).

Le refus d'une annexe audiovisuelle était imputable à la position intransigeante des Etats-Unis, soutenue par le Japon. La détermination des Etats-Unis était proportionnelle au poids que représentent les producteurs d'Hollywood dans la balance commerciale américaine.

En effet, les *majors* américaines souhaitent profiter des négociations de l'Uruguay Round pour exiger l'élimination de toutes les restrictions quantitatives aux échanges audiovisuels. Elles plaident pour que les règles du GATT s'appliquent intégralement aux services audiovisuels qui rentrent dans le champ d'application du projet d'accord relatif aux services.

Ces règles prévoyant la suppression de tous les obstacles aux échanges, la non-discrimination et la libre concurrence permettaient d'entraîner le démantèlement aisé de toutes les mesures à caractère protectionniste, les mécanismes préférentiels (accords de coproduction) et l'organisation des marchés (les systèmes de quotas, par exemple).

La négociation sur les services audiovisuels recouvrait ainsi des enjeux importants, culturels, économiques et réglementaires qui ont polarisé le débat entre l'Europe et les Etats-Unis.

1. Les enjeux culturels

Le traité de Maastricht a consacré, à l'article 128, la reconnaissance d'une politique culturelle, destinée à préserver un patrimoine européen et à sauvegarder un « héritage commun », dans le respect des diversités locales et régionales.

Or, la mise en œuvre d'une politique culturelle commune suppose l'existence d'une offre de programmes européens, capable de répondre aux attentes des consommateurs. Il paraît important, dans ce contexte, de *préserver un pluralisme culturel*. Céder au négociateur américain aurait conduit à renvoyer à court terme les producteurs européens à un rang marginal et, par conséquent, à *remettre en cause ce pluralisme*.

Une conception différente de la culture entre l'Europe et les Etats-Unis n'a pas toujours contribué à clarifier les termes du débat. En effet, si pour les Américains, la notion de « culture » recouvre de manière *quasi exclusive* les arts, la philosophie et la littérature, qui sont hors du champ de la consommation courante, nous en avons une *conception beaucoup plus large*. Cette interprétation étroite du domaine culturel conduit les Etats-Unis à nous rétorquer que leurs séries télévisées ne mettent pas en péril l'essence de la pensée européenne. Cet argument ne s'accommode pas bien sûr de notre définition extensive de la culture. Or, on ne peut nier aujourd'hui l'influence de la télévision ou du cinéma sur le comportement ou le mode de pensée des individus.

2. Les enjeux économiques

La prédominance américaine est évidente, tant au cinéma (80% des recettes en salles en Europe) qu'à la télévision (malgré les quotas), et le déséquilibre est flagrant (la part européenne représente environ 1 % du marché cinématographique américain). Cette prépondérance trouve son explication non seulement dans le choix du public, mais aussi par le fait que les programmes américains, lorsqu'ils arrivent sur le marché européen, ont déjà été amortis sur leur propre marché intérieur. Ils peu-

vent ainsi être proposés aux distributeurs ou diffuseurs européens à des prix nettement plus attractifs que ceux produits en Europe.

C'est pourquoi, il paraît important de pouvoir combler ce désavantage compétitif par le maintien des systèmes d'aide existants. La revendication américaine sur ce point visait à *bénéficier du traitement national* en matière d'aides.

3. Les enjeux réglementaires

Si la distribution des films en salles ne fait pas l'objet de restrictions quantitatives, il n'en est pas de même pour la diffusion télévisée, soumise aux règles communautaires (directive Télévision sans frontières) et nationales d'application (quotas de diffusion d'œuvres européennes, obligations de production, etc.).

Or il est évident qu'à partir de l'instant où l'on accepte de considérer l'audiovisuel comme n'importe quel autre secteur de services, il se trouve *ipso facto* soumis à l'intégralité des règles libre-échangistes du GATS, en particulier la règle d'accès au marché et de libéralisation progressive. C'est la thèse américaine, qui explique ainsi les pressions exercées sur la Communauté pour qu'elle s'engage à « geler » les réglementations existantes, voire à les démanteler et surtout à ne pas les appliquer aux futurs services audiovisuels.

Il était donc primordial, pour la Communauté, de préserver sa capacité réglementaire, tant pour l'application des réglementations existantes que pour leur application aux technologies du futur : on sait que les prochaines années verront le développement de nouveaux services audiovisuels, tels que la vidéo à la demande, et que l'évolution des techniques (compression numérique) rendra également inévitable une évolution de la réglementation.

En laissant en suspens les questions audiovisuelles, le projet d'acte final Dunkel de décembre 1991 ne répondait en aucune façon aux attentes européennes. Dans un document interne d'analyse globale, la Commission porte l'appréciation suivante sur ce texte :

« The text (Dunkel) does not include the preambular reference to « regional identity » in the audiovisual sector, sought by EC with broad support, but with US and Japanese opposition. The absence of this *minimum reference is a negative element* for the EC ».

« The treatment of the audiovisual sector is also a *negative point* for the EC, even if it must be recognised that the absence of a preambular reference does not itself create any obligation to make commitments ».

Au début de 1992, toute la question est : comment obtenir une couverture adéquate des services audiovisuels au sein du GATT ? Dès lors que la proposition de l'annexe sectorielle était rejetée, une concertation étroite se nouera en 1992 entre la Commission et les professionnels du secteur audiovisuel, afin de déterminer une couverture appropriée du secteur audiovisuel. Le rôle de la Commission était en effet déterminant dans le suivi de la négociation du GATT, puisqu'elle disposait du pouvoir de négociation au nom des douze Etats membres. Le commissaire en charge des relations extérieures, M. Franz Andriessen, puis à partir de janvier 1993, Sir Leon Brittan, était plus particulièrement chargé du processus de négociation.

Ces concertations entre les professions de l'audiovisuel et les autorités communautaires seront fructueuses car elles aboutiront à la présentation au secrétariat du GATT

d'une *clause d'exception culturelle* en décembre 1992. Quel en est le contenu ?

La clause d'exception stipule que « rien n'empêchera un pays membre de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) d'adopter ou d'appliquer des mesures réglementant la fourniture de services audiovisuels en vertu de politiques destinées à *préserver et promouvoir les identités culturelles* subnationales, nationales ou régionales ». Il a été stipulé que cette clause devrait s'inscrire dans le cadre de l'article XIV du projet d'accord.

Je voudrais analyser tant ce concept d'exception culturelle que celui évoqué plus haut de spécificité culturelle en me référant à l'analyse de la Commission et de son service juridique.

Le service juridique de la Commission, dont le rôle est déterminant dans la rédaction des normes juridiques communautaires et dans l'interprétation des principes généraux du droit communautaire, a été saisi d'une demande de consultation en octobre 1993, c'est-à-dire à un moment où deux clans s'opposaient au sein de la Communauté et de la Commission, l'un en faveur de la spécificité culturelle, et l'autre en faveur de l'exception culturelle.

La portée juridique de l'analyse dégagée par le service juridique est indéniable et a permis une bonne fois pour toutes d'établir la valeur juridique de ces concepts dans le contexte du GATT.

Dans une note interne, le service juridique opère une distinction entre les différents types d'exception envisageables.

En principe, trois types d'exception sont envisageables :

- l'exception à l'article II du GATS (clause de la nation la plus favorisée) (NPF) ;
- une exception calquée sur la clause figurant dans l'accord de commerce Canada-Etats-Unis (article 2005) ;
- une exception inscrite ou ajoutée à l'article XIV GATS.

Une exception à l'article II GATS constituée par une dérogation à la clause de la nation la plus favorisée représentait, disent les experts de la Commission, une modalité de couverture du secteur audiovisuel envisageable mais *insuffisante* pour le type de protection recherché car les clauses d'*accès au marché* et le *principe du traitement national restent en vigueur*.

En outre, une exception à l'article II GATS reste limitée dans le temps. Une exception de cette nature reste donc trop fragile par rapport au but recherché : la protection du secteur audiovisuel.

L'exception retenue dans l'accord Canada-Etats-Unis a le mérite de donner aux industries culturelles une protection appropriée. Cependant, en faisant droit à l'existence d'un système de rétorsions unilatérales, elle s'éloigne de l'objectif communautaire visant à créer un système de discipline multilatérale. (En clair, elle laisse aux Américains le droit d'exercer des mesures de rétorsions unilatérales).

Sous l'exception à l'article XIV, le *secteur audiovisuel restera soumis* pleinement au GATS mais on introduit une *exception de nature culturelle*. Une telle exception serait sujette à un examen par des panels, mais elle pourrait fournir un *contenu raisonnable* en matière de sécurité juridique. Si elle était formulée correctement,

ceci aurait pour avantage *d'exclure clairement* l'application des principes majeurs du GATS (clause de la nation la plus favorisée, traitement national, accès au marché) *quand l'identité culturelle serait menacée*.

Cette clause qualifiée de clause d'exception culturelle constituait, de l'avis des juristes spécialistes du GATT, le moyen adéquat pour préserver le secteur audiovisuel ; elle permettait de protéger la directive Télévision sans frontières et le système de quotas qu'elle autorise — système dont, faut-il le rappeler, les Américains voulaient à toute force l'abolition —, l'ensemble des modes de soutien et de subventions et l'adaptation des dispositions réglementaires en fonction de l'évolution du secteur audiovisuel (notamment le développement des nouvelles technologies de diffusion).

Pendant, à l'occasion du sommet de Tokyo (juillet 1993), il apparaît clairement que la Commission ne comptait plus défendre le principe de l'exception culturelle mais qu'elle se retranchait derrière la reconnaissance d'une « spécificité » culturelle, sans que l'on sache ce que ce concept recouvrait. En ce sens, la Commission faisait marche arrière. Le service juridique de la Commission lui-même considérait que la notion de spécificité culturelle revêtait un « caractère assez vague ». Ce concept impliquait une liste *très précise d'engagements* accompagnés de réserves indispensables qui devaient être introduits lors des négociations sur l'accès au marché des services, accompagné d'une provision (crochet culturel) qui protégerait la CEE de la dynamique de libéralisation dans le secteur audiovisuel.

La question cruciale qui se posait était de savoir si la CEE pouvait obtenir ce qu'elle veut dans les négociations d'accès au marché avec une *sécurité juridique suffisante* et si le crochet culturel peut avoir *l'effet juridique désiré*.

Si la Communauté présentait une liste d'engagements concernant l'industrie audiovisuelle, ceci impliquait que le traitement national *s'applique à cette industrie* à moins que la liste d'engagements contienne une réserve claire à ce principe (ceci résulte de la conjonction des articles XVI et XVII GATS). La règle du traitement national aurait alors pour conséquence de faire tomber tous les mécanismes spécifiques à l'audiovisuel européen et des Etats membres (quotas, aides,...).

En ce qui concerne les aides, le GATS précise que les parties négocient à l'avenir une discipline sur les aides (article XV). De plus, si des aides sont accordées, elles seront soumises au principe de la nation la plus favorisée et du traitement national. Les aides et la négociation future sur la discipline encadrant les aides posent probablement *le plus grand risque pour l'avenir*.

D'autre part, la CEE pourrait être frappée par la *dynamique automatique de libéralisation* en ce qui concerne des engagements additionnels (article XIX) ou futurs.

Dans le choix entre exception et spécificité, il ressortait que :

- les experts considéraient qu'une *exception culturelle* conçue correctement *sur le modèle de l'article XX du GATT* fournissait *une meilleure protection* aux intérêts communautaires que l'approche *spécificité culturelle*, étant donné la plus grande prédictibilité de la façon dont le panel déciderait dans la première approche ;

- exception culturelle ne signifiait pas *exclusion*. Ce qui signifie que le secteur audiovisuel restait couvert par le GATS sauf lorsqu'il s'agit d'un programme à contenu *culturel* ;
- il restait clair que les concepts culturels ne semblaient pas poser un problème de définition dans l'ordre juridique du GATT même s'ils devaient être soumis au contrôle des panels ;
- en revanche, la spécificité constituait une formulation vague. La mise en œuvre d'une spécificité impliquait que dans l'ensemble du corps de l'accord GATS des engagements *soient listés de façon précise* afin de garantir les modalités de fonctionnement du secteur audiovisuel communautaire. (Acquis de la directive, régime des quotas, subsides, nouvelles technologies) ;
- comme les règles du traitement national, de l'accès au marché, de la nation favorisée fonctionnent de façon récurrente dans le cadre du GATS, toute omission dans un engagement aurait eu pour effet de faire tomber un pan ou l'autre de l'acquis communautaire dans le mécanisme GATS ;
- de ce point de vue, la situation était éloquent en ce qui concerne les aides qui risquaient d'être aspirées lors d'éventuels futurs pourparlers en vue des disciplines sur les aides dans le secteur des services ; et ce, en contradiction flagrante avec la nouvelle liberté sur les aides à caractère culturel octroyée par le traité de Maastricht ;
- les nouvelles technologies constituaient un autre point sensible qui risque d'être fragilisé dans le système des engagements pris. Les risques étaient d'autant plus forts que la notion de spécificité culturelle restait floue et que l'audiovisuel n'était pas mentionné expressément lorsqu'il était fait référence au crochet culturel.

Le choix de la spécificité représentait un vrai recul politique.

Les responsables politiques sentent bien la gravité de ce débat ; progressivement un climat de compréhension mutuelle s'instaure.

Lorsque le Conseil européen, réuni à Bruxelles le 10 décembre, décrète un « traitement exceptionnel et séparé » pour le secteur audiovisuel, c'est un message qui est délivré en faveur de l'exception culturelle. Les trois jours de négociations qui suivirent cette déclaration politique permettant d'aboutir à un résultat positif.

Le 14 décembre 1993, la nouvelle tombait que le secteur audiovisuel était exclu du GATT. Quelle est la réalité du statut juridique des services audiovisuels au sein du GATT et quelles implications en tirer ?

L'audiovisuel n'est pas à proprement parler « exclu » du GATS, car le principe de l'accord repose sur la couverture « universelle » des services, et donc également de l'audiovisuel. Cette non-exclusion entraîne deux conséquences favorables pour l'Europe :

- les mécanismes de protection qu'implique l'accord — notamment en cas de conflit commercial entre deux Etats — sont applicables. Ce qui signifie que les Etats-Unis ne pourraient pas prendre contre nous des sanctions unilatérales, du type « section 301 » ou « super 301 » ;

- l'audiovisuel est soumis à la seule règle générale qu'implique l'accord, à savoir la clause de la nation la plus favorisée (c'est-à-dire l'obligation d'octroyer à tous les pays le régime le plus favorable à un pays). Afin cependant de protéger la préférence européenne, les Etats européens ont obtenu une « dérogation à la règle de la nation la plus favorisée » très complète, qui comprend notamment l'application de la directive, les accords de coproduction, les fonds Média et Eurimages.

En revanche, puisque l'Union européenne n'a déposé aucune offre de libéralisation dans ce secteur, *les disciplines commerciales du GATT ne peuvent nous être imposées* : ni le « traitement national », ni l'accès au marché, ni le principe de libéralisation progressive ne sont applicables au secteur. *C'est en ce sens que l'audiovisuel est « exclu » du GATT.* Cela signifie, concrètement, que nous gardons les instruments actuels de défense de l'audiovisuel, c'est-à-dire, la directive Télévision sans frontières, les réglementations nationales, et les mécanismes de soutien. Ce qui signifie également que nous gardons pleine et entière liberté de manœuvre pour l'avenir, notamment pour adapter la directive et nos réglementations aux multiples évolutions que vont apporter les nouvelles technologies (développement des techniques numériques et multiplication des canaux, vidéo à la demande par câble et par téléphone ...).

Cela signifie-t-il que le marché européen est définitivement préservé ? Non, car la question des subventions reste ouverte : l'article 15 du GATT prévoit que, dans les deux ans qui viennent, un « code des subventions » devrait être élaboré. Ce code donnera lieu à des débats difficiles en ce qui concerne les matières culturelles. De plus, les règles du droit commercial international sont une arme dans le combat mondial pour la maîtrise de l'audiovisuel qui se livre actuellement.

Les Etats-Unis ont maintenu quant à eux une offre dans le secteur audiovisuel et n'ont pris aucune dérogation à la clause NPF. Ils ne pourront donc pas, dès que les accords du GATS seront entrés en vigueur, prendre des mesures unilatérales ou contraires à la clause NPF.

Le secteur des services audiovisuels reste en effet soumis juridiquement aux disciplines de l'accord, notamment à l'obligation de règlement des différends.

Tel que le secteur audiovisuel est couvert dans l'accord du GATT, il représente un atout considérable pour l'Europe, lui laissant une liberté complète pour restructurer ce secteur tout en le protégeant des mesures de rétorsions unilatérales : il vaut mieux avoir les règles du GATT pour soi que contre soi, ainsi que l'ont expérimenté de nombreux autres secteurs, de l'agriculture à la sidérurgie et à l'aéronautique.

Il reste que cette négociation a prouvé l'extrême fragilité de l'économie de l'audiovisuel européen par rapport à son grand concurrent américain. Il n'est que temps de trouver des solutions originales pour donner au secteur cinématographique et audiovisuel les moyens de véritablement résister et se développer à l'échelle de l'Europe.

NOTE

¹ Les articles renvoient à l'accord général sur le commerce des services, GATS, dans la rédaction disponible (janvier 1994).

**LE ROYAUME-UNI :
PLACE-FORTE OU TERRE D'ACCUEIL ?**

LA FRANCE ET L'ANGLETERRE ONT-ELLES UNE IDENTITE COMMUNE ?

Dans le monde de l'audiovisuel, dirigisme et protectionnisme sont devenus synonymes d'européen en général et de français en particulier. Alors que la France est régulièrement citée comme modèle, la Grande-Bretagne, elle, fait toujours figure d'exception. Depuis une quinzaine d'années, le laissez-faire et l'ultra-libéralisme des conservateurs britanniques continuent de confiner toute production cinématographique nationale ou étrangère — à l'exception des films américains — dans les ghettos des « Art-house theatres » (salles Art et Essai). Si la Grande-Bretagne fut l'un des premiers pays d'Europe à adopter des mesures destinées à protéger son industrie cinématographique (1909, 1927), elle a, aujourd'hui, renoncé à accorder subsides et avantages fiscaux malgré les véhémentes et régulières protestations de professionnels tels que David Puttnam, Richard Attenborough ou Ken Loach. L'absence de politique étatique à l'égard du secteur cinématographique n'est pas le seul facteur qui a contribué à son isolement légendaire en Europe : relations avec Hollywood, rapports cinéma-télévision, structures professionnelles, langue et habitudes culturelles différentes, tout l'a traditionnellement séparée de ses partenaires européens.

Après la guerre, la France et l'Italie se lancèrent dans une politique de coopération et signèrent le premier traité de coproduction cinématographique en 1949. En Angleterre, il fallut le veto du général de Gaulle à la demande d'entrée de la Grande-Bretagne dans le marché commun en 1963 et la menace de retrait des capitaux américains pour que les Britanniques se décident à signer un accord de coproduction avec la France en 1965. Si, à l'occasion de la signature de l'accord, le directeur du CNC, M. Holleaux déclara : « la coproduction n'est pas un droit mais un privilège », le Royaume-Uni fit un usage pour le moins parcimonieux de ce privilège. Un autre accord fut signé avec l'Italie en 1967 et deux en 1975, l'un avec l'Allemagne, l'autre avec le Canada. Même avec la France, leur partenaire européen le plus prolifique, les Britanniques n'arrivèrent pas à établir une tradition de coproduction. Entre 1965 et 1985, les deux pays ne produisirent guère plus d'un film par an en moyenne dans le cadre de l'accord.

Au début des années quatre-vingt, les Français et les Britanniques collaborèrent très peu ensemble et n'eurent pratiquement pas recours au traité de coproduction. En 1981, le succès international du film de Hugh Hudson, *Chariots of fire* (*Les chariots de feu*) donna aux Anglais l'illusion que le cinéma britannique allait conquérir le monde ¹. Ce fut aussi le prétexte que le gouvernement de Margaret Thatcher attendait pour annoncer que le cinéma n'avait nullement besoin de subventions. En 1985, la taxe alimentant le fonds d'aide à la production cinématographique (prélevée, comme la TSA, sur le prix du billet et connue sous le nom d'Eady Levy) fut supprimée et les avantages fiscaux destinés aux producteurs d'outre-Manche se

firent de plus en plus rares. Les quelques projets qui intéressaient producteurs français et britanniques devinrent de plus en plus difficiles à réaliser. Si la persévérance de Simon Perry permit au producteur britannique de monter, au milieu de la décennie, deux films avec des partenaires français, *Hôtel du paradis* (Jana Bokova) et *Nanou* (Connie Templeman), seul *Nanou*, le premier film d'une jeune réalisatrice britannique, reçut l'agrément de coproduction en 1985. Ce fut aussi le dernier film auquel il fut accordé pour une période de trois ans. Après 1985, l'accord de coproduction franco-britannique fut provisoirement mis au rebut.

En France, le gouvernement affichait une politique résolue de soutien à l'industrie cinématographique qui allait permettre au cinéma français de se maintenir au deuxième rang du monde occidental. La vitalité du cinéma français reposait également sur une ferme volonté politique d'ouverture internationale comme en témoignent les aides généreuses que le ministre de la Culture accordait à des cinéastes venus de pays démunis d'une structure de production suffisante. Pourtant, le nombre de coproductions agréées dans le cadre des accords internationaux, tout en se maintenant autour d'un tiers de la production nationale totale, stagnait et le volume des investissements dans les coproductions diminuait.

Contrairement aux idées reçues, il y eut, dans toute l'Europe au début des années quatre-vingt, une nette régression du taux de coproduction. (De 21,2 % en 1980, le pourcentage des films coproduits était tombé à 18,8 % en 1985 dans l'Europe des douze ²). Nombreux étaient ceux qui à cette époque trouvaient les accords de coproduction obsolètes et dénonçaient — entre autres — l'accroissement des coûts de production et la pratique du dosage méticuleux de la nationalité des acteurs, des équipes et des lieux de tournage qui aboutissait souvent à des films cosmopolites hybrides dépourvus de toute identité culturelle.

Il est donc assez surprenant de constater que, vers la fin de la décennie, les accords de coproduction suscitèrent un renouveau d'intérêt de la part de nombreux pays. A partir de 1988, les coproductions prirent un essor considérable en Europe. (Elles passèrent de cent seize en 1989 à cent soixante-seize en 1991 pour les seuls pays de la Communauté européenne) ³. En France, fixé à un peu moins d'un tiers de la production nationale totale en 1987, le nombre de films coproduits avec des partenaires étrangers doubla entre 1987 et 1989. En 1991, il représentait plus de la moitié de la production française. En Grande-Bretagne, le nombre de coproductions augmenta également et des négociations s'engagèrent sur la signature de nouveaux accords internationaux ⁴.

Comment s'explique l'enthousiasme des producteurs à la fin des années quatre-vingt pour une procédure d'agrément pour laquelle tous s'accordaient à dénoncer le côté archaïque et la lourdeur bureaucratique quelques années plus tôt ?

Pour le Royaume-Uni qui ne possédait aucune tradition de coproduction à l'intérieur d'une structure européenne, c'est vers le vieil accord franco-britannique que les producteurs qui ne voulaient pas manquer « la grande aventure européenne » décidèrent de se tourner.

En France, l'énorme succès de quelques films à grand spectacle tournés en anglais (*Le nom de la rose*, *L'ours* et *Le grand bleu*) avait convaincu pas mal de produc-

teurs que le meilleur moyen d'enrayer la chute de la fréquentation était de faire des films ambitieux destinés à un public international. Pour le producteur français qui voulait monter un projet « capable de se vendre en Amérique », un coproducteur britannique représentait le partenaire idéal. Pierre Forette, l'auteur du rapport sur les coproductions franco-britanniques publié pour le CNC en 1990, partageait certainement cette opinion quand il écrivait :

« Le plus grand marché reste le marché américain. C'est aussi le marché le plus inaccessible pour les productions françaises. La Grande-Bretagne, dont les films ont pu jadis pénétrer le marché américain, possédait un cinéma plus proche du cinéma américain. La raison n'était pas uniquement la langue. Nombreux sont les cinéastes et les acteurs anglais qui ont fait carrière dans les deux pays, les productions anglaises ont souvent été primées par la cérémonie des Oscars... Le cinéma britannique renaît aujourd'hui de ses cendres, souvent sous la forme de coproductions, et pourrait bien devenir le cheval de Troie de l'Europe en Amérique » ⁵.

Plus que le nombre de films, c'est l'accroissement fulgurant des investissements dans les coproductions franco-britanniques qui caractérise la reprise de la coopération entre producteurs français et britanniques dans le cadre de l'accord officiel à partir de 1988.

Si le devis de *Valmont* (dont le coût total fut estimé à plus de deux cents millions de francs français) battait tous les records en 1988, les budgets des deux autres films coproduits entre la France et le Royaume-Uni la même année, *Le retour des trois mousquetaires* (quatre-vingt-sept millions de francs français) et *L'ami retrouvé* (trente-cinq millions de francs français) figuraient aussi parmi les plus élevés de la production française de l'année. Ni la nationalité américaine des metteurs en scène des trois films (Milos Forman s'était fait naturaliser en 1977) ou des principales actrices de *Valmont* (Annette Bening, Meg Tilly et Faruza Balk), ni le fait que les films de Richard Lester et Jerry Schatzberg étaient des coproductions tripartites n'empêchèrent les producteurs de recevoir l'agrément de coproduction pour leurs films. L'accord franco-britannique ne permettant alors que des coproductions bilatérales, le CNC dut, par le biais des accords signés avec l'Espagne et l'Allemagne, ajouter un avenant spécial pour permettre au *Retour des trois mousquetaires* et à *L'ami retrouvé* d'être agréés dans le cadre de l'accord franco-britannique ⁶.

Le même phénomène se reproduisit au cours des années suivantes pour — entre autres — *La putain du roi* (tripartite avec l'Italie), *1492, Christophe Colomb* (tripartite avec l'Espagne) et *La peste* (tripartite avec l'Argentine).

La volonté de produire de grands films internationaux et l'importance accordée à la réalisation de tels films sont inscrites dans les termes du traité du 21 septembre 1965. Le préambule du texte de l'accord stipule en effet que « les films de haute qualité, susceptibles d'élever la réputation des industries cinématographiques des deux pays, devraient être admis au bénéfice des dispositions du présent accord » ⁷.

Autre particularité des coproductions franco-britanniques, tous les films agréés entre 1988 et 1992 furent tournés en anglais, même des films majoritairement français comme *Valmont*, *L'ami retrouvé*, *L'amant* ou *La peste*. L'accord de coproduction ne précise pas la langue de tournage et comme à l'époque, il semblait primordial de favoriser le montage financier de films ambitieux à gros budgets, le CNC ne fit pas obstacle au tournage de films dans la langue de Shakespeare, cette dernière représentant, pour certains producteurs la condition nécessaire — sinon suffisante —

pour pénétrer les marchés internationaux. En 1990, l'auteur du rapport du CNC sur les coproductions internationales entretenait d'ailleurs les mêmes espoirs pour les films franco-canadiens que pour les coproductions franco-britanniques. « Le Canada », écrivait-il, « pourrait être un cheval de Troie pour conquérir le marché américain, d'autant plus que le marché canadien est considéré par les distributeurs et les producteurs américains comme « home market » »⁸. L'argument n'était pas nouveau.

Malheureusement, au début des années quatre-vingt-dix, ni les coproductions franco-canadiennes, ni les plus ambitieuses des coproductions agréées dans le cadre de l'accord entre la France et le Royaume-Uni ne parvinrent à séduire les spectateurs américains, et, comme par le passé, celles qui eurent le plus de succès aux Etats-Unis furent les films où la participation américaine — dans le financement et la collaboration artistique — était la plus importante. Pour *La cité de la joie* (*City of joy*) par exemple, on avait remplacé les prêtres européens du roman de Dominique Lapierre par un médecin américain (Patrick Swayze) et une infirmière irlandaise (Pauline Collins). Coproduction agréée en 1991, le film de Roland Joffe avait été coproduit par Pricel (France), la filiale de Renn Productions dirigée par Paul Rassam et chargée de « coproduire ou d'acquérir des droits sur des films étrangers en vue de leur distribution par AMLF »⁹. Le coproducteur britannique était Allied FilmMakers, la société anglaise du canadien Jake Eberts (dont Chargeurs avait racheté 75 % du capital en 1991). Après des dépassements de budget énormes dus à des difficultés avec les autorités du Bengale sur les lieux de tournage, le film s'était retrouvé à moitié financé par les avances de la compagnie de ventes internationales (britannique) Majestic et des capitaux américains, ceux de la *major* Warner Brothers et de TriStar. En 1992, les résultats de *City of joy* au box-office américain avaient permis au film de Roland Joffe de se placer au quatre-vingt-dixième rang en Amérique du Nord, assez loin devant une autre coproduction, *1492, Conquest of Paradise* de Ridley Scott (cent onzième au classement sur le marché américain d'après les chiffres cités par *Variety*), « le grand film européen » pour lequel le producteur français, Alain Goldman, avait obtenu dix millions de dollars de la Paramount en échange des droits de distribution aux Etats-Unis et au Canada. *L'amant*, la troisième grosse coproduction franco-britannique de l'année (dont le budget avait été financé sans participation américaine) arrivait au cent trente-septième rang¹⁰.

L'importance de la collaboration technique et/ou artistique de ressortissants des Etats-Unis, tout comme l'entrée de capitaux américains dans le financement des super-productions réalisées dans le cadre de l'accord franco-britannique présente un intérêt à la fois politique, juridique, économique et culturel qui n'a guère échappé à tous ceux qui s'intéressent à l'avenir du cinéma. Chacun a son mot à dire sur le sujet, que ce soit les organismes professionnels nationaux (le British Film Institute et le British Screen au Royaume-Uni, le CNC et Unifrance dans l'hexagone, la MPPEA aux Etats-Unis), les programmes européens (MEDIA et EURIMAGES), les grands groupes internationaux (Turner, Polygram, Bouygues, Canal Plus, etc.), sans compter ministres et rapporteurs de tous bords. La valeur commerciale — pas forcément — garantie des films à grand spectacle en général et des adaptations littéraires en particulier — surtout celles qui rappellent aux Européens qu'ils possèdent

un patrimoine culturel (d'origine coloniale) considérable — est aussi un des sujets préférés des critiques de cinéma des deux côtés de la Manche.

Dans une étude sur le rôle et l'importance des coproductions franco-britanniques pour le cinéma européen, il est peut-être plus intéressant de se pencher sur deux phénomènes trop souvent passés sous silence. L'un est le déséquilibre flagrant en faveur des coproductions à majorité britannique (voir annexe) : déséquilibre relatif si l'on tient compte du fait que la participation britannique majoritaire est souvent fictive ¹¹. L'autre est la présence de cinéastes « venus de l'autre bout du monde » dans les films franco-britanniques ayant reçu l'approbation des autorités compétentes depuis le début des années quatre-vingt-dix.

Au paragraphe a) de l'article IX de l'accord (en vigueur jusqu'en 1995), il est stipulé que :

« Pour chaque période de trois ans, il devra y avoir équilibre approximatif entre :

1. les apports de chaque pays par rapport à la totalité des coûts de production de tous les films réalisés en vertu du présent accord ;
2. les apports de chaque pays pour l'utilisation des studios et laboratoires et pour l'emploi d'artistes, de techniciens et autre personnel, dans la réalisation de films en vertu du présent accord ».

Quant à l'article IV, il indique que, « en ce qui concerne chaque film de coproduction, les personnes physiques participant à la réalisation d'un film de coproduction seront des ressortissants ou des résidents du Royaume-Uni ou de la France ». Ce n'est qu'« à titre exceptionnel » que ceux qui ne sont ni ressortissants ni résidents des deux pays signataires « peuvent participer comme artistes principaux dans un film européen » ¹².

Dans ces conditions, il est plutôt étonnant de constater un net déséquilibre en faveur des coproductions à majorité britannique. Ce phénomène (autour de 80 % en 1992 et 1993) est surtout visible à partir de 1992, date à laquelle le CNC proposait une nouvelle réglementation de tournage en français pour les coproductions à majorité française. Il est aussi surprenant de découvrir que le nombre de citoyens britanniques représente plus du double du nombre des metteurs en scène de nationalité française.

Il est encore plus inattendu de voir que presque la moitié des réalisateurs de coproductions franco-britanniques officiellement reconnues comme telles entre 1990 et 1993 sont citoyens originaires de pays n'appartenant pas à la Communauté européenne. Ils peuvent aussi bien venir d'Australie (Ben Lewin), de Nouvelle-Zélande (Vincent Ward) que d'Afrique du Sud (Elaine Proctor). Ils appartiennent à des horizons aussi différents que l'Argentine (Luis Puenzo) et la Tchécoslovaquie (Jiri Menzel) ou ont leurs racines dans plusieurs cultures comme Charlotte Brandström (Suédoise née à Paris) ou Milcho Manchevski (Macédonien résidant à New York). Parmi les projets qui leur sont présentés depuis quelques années, les Commissions mixtes semblent favoriser la coopération de cinéastes originaires des pays de l'Europe de l'Est (Manchevski et Menzel) et montrer également une légère préférence pour les films tournés, par des réalisateurs britanniques, de l'autre côté du Danube (*Prague* d'Ian Sellar, *Orlando* de Sally Potter).

Alors que pour les grosses productions franco-britanniques, les Commissions mixtes imposaient certaines conditions à la participation d'acteurs américains et de techniciens ressortissants d'Etats non membres de la CE (les collaborateurs tchèques de Milos Forman pour *Valmont*), l'engagement de jeunes réalisateurs « étrangers » ne semble pas avoir posé de problèmes majeurs aux coproducteurs français et britanniques désirant monter leurs films dans le cadre de l'accord officiel. Et cela, bien avant l'entrée en vigueur de la convention cinématographique européenne sous l'égide du Conseil de l'Europe (1^{er} avril 1994), ou de la révision de l'accord franco-britannique (8 novembre 1994).

La présence de cinéastes d'univers plus lointains reflète-t-elle une certaine difficulté de la part des Français et des Britanniques à trouver des sujets et/ou un terrain d'entente communs ?

Dans quelle mesure marque-t-elle une ouverture de la vieille Europe vers le reste du monde ?

Témoigne-t-elle de la recherche de la part des Européens d'une nouvelle identité ?

Dans quelle mesure la contribution de cinéastes venant d'horizons culturels différents offre-t-elle la possibilité d'un renouveau culturel en Europe ?

Et tout d'abord, comment des cinéastes venus d'autres continents sont-ils arrivés à faire financer « leurs films » dans le cadre de l'accord bilatéral franco-britannique ¹³ ?

Il faut tout d'abord noter que c'est à l'invitation des producteurs européens que ces réalisateurs — argentin, néo-zélandais, australien ou macédonien — ont participé à des coproductions et que, bien qu'encore peu connus, ils n'en étaient pas à leur premier film. De plus, leurs débuts dans le monde du cinéma étaient loin d'être passés inaperçus. *L'histoire officielle* (1984) de Luis Puenzo ainsi que *Vigil* (1985) et *The navigator* (1988) du Néo-Zélandais Vincent Ward avaient été sélectionnés à Cannes. L'Australien Ben Lewin y avait aussi remporté le Lion d'Or en 1982 pour un film publicitaire sur les handicapés. C'est souvent le producteur de leurs premiers films qui fut à l'origine du contrat, soit qu'il fût lui-même français ou britannique, soit qu'il ait été contacté par les producteurs européens. Dans le cas de *La peste*, par exemple, la Compagnie française cinématographique dirigée alors par Cyril de Rouvre et Christian Charret avait demandé en 1991 à Oscar Kramer (Argentin qui avait participé à la production de *L'histoire officielle*) de se joindre à l'équipe franco-britannique qu'ils avaient constituée avec les « Britanniques » Pepper & Prince, ces derniers ayant vendu les droits du roman de Camus à la CFC en 1989. Kramer suggéra alors Luis Puenzo aux producteurs européens. Quant à Ben Lewin, ce cinéaste australien avait déjà réalisé un téléfilm franco-australien, *A matter of convenience* (1986) avec Jean-Pierre Cassel avant que les Films Ariane ne lui proposent de tourner son deuxième long métrage à Paris en 1990. En ce qui concerne les « quotas » de nationalité, les réalisateurs australien et néo-zélandais passèrent pour britanniques aux yeux des autorités compétentes !

Si l'opposition Hollywood-Europe est plus symbolique que réelle pour les grands groupes multinationaux, elle continue à avoir une signification bien précise pour une nouvelle génération de cinéastes-cinéphiles qui se recrute aux quatre coins du

monde. C'est après avoir dû abandonner le travail commencé sur le scénario de *Alien 3* que le jeune Néo-Zélandais Vincent Ward réalisait la coproduction (anglo-austral-franco-canadienne), *Cœur de métisse* (ex-*La carte du tendre*, 1991). En 1993, le cinéaste macédonien Milcho Manchevski choisit de revenir en Europe pour filmer une œuvre qui lui tenait particulièrement à cœur, « quelque chose de très personnel », *Before the rain*, un film qu'il arriva finalement à tourner grâce à l'aide du directeur du British Screen à Londres. « Simon Perry m'a fait une convention d'écriture pour le scénario, et a impliqué Noé Productions et Polygram France, puis la partie macédonienne » expliquait Manchevski avant d'ajouter : « il a été un peu le père dès le début »¹⁴.

Qu'ils soient néo-zélandais, argentin ou macédonien, ils invoquent tous les mêmes raisons pour venir travailler en Europe. C'est l'image traditionnelle d'une Europe, défenseur des libertés individuelles et respectueuse des œuvres artistiques et des talents créateurs, qui les attire. Pour John Maynard, le producteur du deuxième film de Vincent Ward, *The navigator*, la France est le seul pays qui reconnaisse les qualités d'un véritable « auteur » (mot discrédité en Europe, non sans quelque raison). En 1989, Maynard se défendait d'ironiser quand il déclarait : « pour les Australiens, ce qui caractérise Vincent est une certaine complaisance, un certain nombrilisme ; en Nouvelle-Zélande, personne ne se dérange pour aller voir ses films, mais en France, il est considéré comme un auteur »¹⁵. Et Vincent Ward lui-même affirmait en 1988 : « je trouve difficile de m'identifier au style et à la tradition des films néo-zélandais. Beaucoup de films ici sont issus d'une tradition réaliste marquée par l'influence des films de « genre » américains. Ce qui m'intéresse se trouve ailleurs. Ce que je recherche, ce sont des « îlots » du monde extérieur qui correspondent à ma propre vision intérieure »¹⁶.

Luis Puenzo, le réalisateur argentin de *La peste* (1992) emploie la même terminologie quand il parle de son adaptation du roman de Camus : « l'idéal est d'emprunter au roman tous les éléments essentiels et d'être capable ensuite de s'en détacher suffisamment afin de pouvoir être libre d'y apporter sa propre vision personnelle... Avoir la responsabilité d'un film, c'est prendre parti ; cela veut dire qu'à chaque moment, on s'engage moralement »¹⁷. A propos de *Before the rain*, Milcho Manchevski proclamait avec fierté : « Pour la première fois, je faisais quelque chose dont le but n'était pas de rendre le client heureux. Je le faisais pour moi »¹⁸.

Et c'est en Europe qu'ils espèrent trouver un respect pour les artistes « qu'on ne trouve nulle part ailleurs ». C'est en Europe qu'ils viennent chercher la liberté de s'exprimer librement et la reconnaissance, sinon la consécration, de leur talent.

Paradoxalement, ce sont justement les films de ces réalisateurs originaires de pays hors de la Communauté européenne et les coproductions des cinéastes venant de régions situées à la périphérie de l'Europe (Sellar, Manchevski), qui ont le plus tendance à explorer les possibilités d'échange et de rapports inter-culturels.

Dans *Cœur de métisse*, Vincent Ward met en scène les difficultés d'un jeune inuit dans un monde dit civilisé. Hybridité n'est pas un mot qui effraie ce natif de Nouvelle-Zélande : « Les cultures à l'état pur doivent être assez ennuyeuses », déclare-t-il, « je suis attiré par les effets des chocs culturels, par la fertilisation réciproque qui en découle »¹⁹. La cupidité de l'homme blanc et le métissage sont les thèmes

forts d'un film dont le ton ne cède jamais au pessimisme même lorsque la caméra de Ward observe un Avik (Jason Scott Lee) écartelé entre deux cultures ou qu'elle filme un univers de traditions ancestrales qui se désagrège. Après le grand nord canadien (*Cœur de métisse*, 1991), c'est vers les ghettos de Johannesburg que se dirigea l'attention des coproducteurs britanniques et français. *Friends*, « le film anti-apartheid à 100% » que la jeune sud-africaine Elaine Proctor put tourner dans son pays natal en 1992, s'attache à montrer le cheminement intérieur d'une jeune terroriste blanche (Kerry Fox) depuis son acte provocateur — le dépôt d'une bombe qui provoque la mort de deux innocents noirs — jusqu'à un semblant de paix final après son incarcération. Document sur l'Afrique du Sud, *Friends* n'évite pas le didactisme, mais le regard humain que pose la réalisatrice sur ses trois héroïnes, trois amies aux couleurs et aux convictions différentes, laisse espérer que la tolérance permettra peut-être un jour de réconcilier les différences. D'abord simple constat sur un traumatisme causé par un souvenir d'enfance, *Friends* devient rapidement une interrogation sur l'appartenance et une prise de conscience qu'il n'existe de certitude, ni en amitié, ni en matière d'identité culturelle.

Ce n'est pas la capitale de l'Afrique du Sud mais celle de l'Argentine qui est rongée par le mal dans la coproduction de Luis Puenzo, *La peste*. En 1992, l'ensemble de la critique française s'était acharnée sur « la fausse universalité » d'un film « grandiloquent », « lourd », « long et ennuyeux » qui transposait le roman que Camus avait situé à Oran après la guerre dans un Buenos Aires à une époque « indéterminée, vaguement années cinquante ». Ni la distribution internationale (William Hurt, Jean-Marc Barr, Robert Duvall, Raul Julia, Sandrine Bonnaire), ni la rigueur de la mise en scène et l'audace politique du metteur en scène argentin ne trouvèrent grâce à leurs yeux. On parla de « trahison », de « viol » même. On ne pardonna pas à Luis Puenzo de s'être approprié un morceau du patrimoine national pour « parler de son identité et de son pays » et on mit au pilori un film qui reprenait pourtant des réflexions sur le destin de l'humanité et le sens de la vie chères à Camus. Ou, était-ce justement parce que le film posait la question de la solidarité humaine, de notre implication dans le monde, qu'il fut si mal reçu dans les quelques pays d'Europe où il fut distribué ?

Certains allèrent même jusqu'à reprocher à ce « cinéaste du tiers monde » de faire un film international pour séduire le public européen...

International ou européen ? En 1990, Polanski avait déjà sa propre définition à offrir : « L'exemple pour moi d'un grand film européen ? L'histoire d'une recherche d'identité, justement. Tourné à Paris avec des acteurs italiens, allemands, français. D'après le texte d'un Tchèque écrit en allemand et mis en scène par le plus écossais des metteurs en scène américains. Il s'agit du *Procès* de Kafka, réalisé par Orson Welles... »²⁰.

Le jeune Écossais Ian Sellar et son producteur Christopher Young semblent avoir suivi à la lettre les prescriptions de Polanski pour leur deuxième film, *Prague*. Sur un ton de comédie « très Mitteleuropa », *Prague* relate les péripéties d'un jeune Écossais d'origine tchèque (Alan Cumming) qui se rend à Prague pour retrouver aux Archives du Film, un extrait d'actualités filmées au moment de l'occupation et dans lequel il espère voir les dernières images de ses grands-parents déportés par

les nazis. Pour ce jeune fils d'immigrés, la recherche de ses racines l'obsède au point de devenir une idée fixe. A la fin pourtant, ce sera moins l'aboutissement de sa quête que sa rencontre avec des Tchèques qui vivent dans le présent, Josef (Bruno Ganz) et Elena (Sandrine Bonnaire), qui permettra à cet Européen obsédé par le passé de se tourner vers l'avenir. L'ouverture à l'Est est porteuse de message. De la rencontre avec l'Autre naît l'espoir d'une vie nouvelle.

On retrouve le même message dans les films franco-britanniques que deux cinéastes de l'Europe de l'Est ont pu — avec l'approbation des autorités compétentes — réaliser dans leur pays. De la vision pessimiste que Milcho Manchevski et Jiri Menzel ont de l'évolution du monde, sont nés deux films optimistes, des films qui témoignent, comme le note Pascal Mérigeau, « d'une profession de foi que n'aurait pas reniée Jean Renoir ». Le critique du *Monde* nous rappelle d'ailleurs que c'est *Une partie de campagne* qui décida Menzel à devenir cinéaste et que l'exemple de Renoir « n'a, depuis, jamais cessé de le guider — et de le convaincre que « le cinéma peut permettre aux gens de survivre sans être obligés de fermer les yeux sur une société de plus en plus égoïste et indifférente, où la violence devient chaque jour plus banale »²¹. Traitée de manière ironique (*Les aventures d'Ivan Tchonkine*, 1994) ou sérieuse (*Before the rain*, 1993), la violence occupe une position centrale dans ces deux films humanistes qui cherchent à transcender les conflits politiques et ethniques qui déchirent aujourd'hui encore les peuples d'Europe.

Si les idées de l'acceptance de l'Autre, d'intégration, de transfert de civilisation et le croisement d'influences culturelles que cela implique, attirent Ward, Manchevski, Sellar et les autres, ces thèmes ne sont pas tout à fait absents des coproductions franco-britanniques réalisées par les cinéastes anglais même si ces derniers se sentent plus à l'aise dans un retour au passé (*Orlando*, Sally Potter, 1993 ; Peter Greenaway, *Prospero's books*, 1990 et *The baby of Macon*, 1992 et *L'heure du cochon* (Leslie Megahey, 1992)). Quant aux metteurs en scène français (Annaud, Setbon), ce sont la reconstruction historique et le « thriller » — les deux genres ayant la réputation de se vendre le plus facilement sur le marché anglo-saxon —, qui les ont intéressés dans le cadre d'une collaboration franco-britannique au début de la décennie.

En ce qui concerne « l'apatride » Charlotte Brandström, l'opposition que Roman Polanski faisait en 1990 entre « recherche d'une identité en Europe » et « concept de film européen », s'applique particulièrement bien à *D'une femme à l'autre*, la coproduction franco-britannique que cette jeune Suédoise — née et éduquée à Paris et formée à l'UCLA et l'American Film Institute de Los Angeles — réalisait en 1993 pour Osby Films (France), Film & General Productions (Royaume-Uni), Connexion Films (Allemagne) et Cartel (Espagne). « Concept européen, disait Polanski, ça me rappelle les tentatives de scénario par ordinateur où l'on intégrait tous les ingrédients que désirait, pensait-on, le public. Les résultats furent désastreux »²². Comme le furent ceux de cette « *love-story* » multinationale aux dialogues pétris de mots d'auteur fatigués, au féminisme élémentaire et aux acteurs (Carole Bouquet, Jonathan Pryce et Christopher Walken) statufiés dans des archétypes. *D'une femme à l'autre* a déjà rejoint un autre film franco-britannique (*Mister Frost*, 1989) au budget européen (moyen), à l'identité indéfinissable (quelque part en Europe) et

affichant star américaine (Jeff Goldblum) et « genre anglo-saxon » (*thriller*). Des deux côtés de la Manche, les critiques avaient qualifié le *Mister Frost* du Français (au prénom américanisé, « Philip » Setbon !) d'« Europudding par excellence » !

Un savoir-faire indéniable et un univers claustrophobique polanskien à souhait permirent-ils à *Lunes de fiel* d'échapper à ce terme péjoratif ? Toujours est-il qu'en 1992, nul ne songea à appliquer le qualificatif — devenu à la mode à la veille de la création du marché unique — au film sado-érotique que Polanski réalisa à partir du roman de Pascal Bruckner, même si *Lunes de fiel* fut jugé à peine mieux réussi que ses deux tentatives internationales précédentes, *Pirates et Frantic*, « comme si Polanski, l'éternel étranger à qui tous les exils avaient jusqu'ici réussi, de Lodz à Londres, et de Rome à Hollywood en passant par Paris, n'habitait plus aucun pays, avait égaré sa souveraine faculté à s'approprier les genres cinématographiques (films noirs, fantastiques, d'épouvante, d'aventures ou comédies) et les patries »²³. A cette explication de Danièle Heymann, le critique de *Positif* en ajoutait une autre qui voyait en Polanski, non le déraciné, mais « la victime de l'engourdissement des artistes trop installés dans le jet set »²⁴.

Ce dernier syndrome ne risque — momentanément — pas d'affecter les nouveaux réalisateurs tentés par la recherche d'une identité européenne. Moins sollicités que leurs aînés, Sellar et Manchevski se retrouvent confrontés au problème inhérent à chaque « petit film d'auteurs estimables », la distribution. On ne peut pas dire que la volonté politique soit absente. En 1991, c'est Yves Marmion — au CNC à l'époque — qui avait suggéré au producteur britannique de *Prague* alors à la recherche d'un coproducteur, de contacter la Française Claudie Ossard (Constellation) au festival de Dinard. En Angleterre, c'est grâce à l'intervention exceptionnelle du British Screen (qui avait déjà apporté son soutien financier au développement du projet d'Ian Sellar et de Christopher Young) que *Prague* put sortir sur les écrans londoniens. Mais relégué dans deux « Art-house theatres », *Prague* connut le sort réservé aux films nationaux, une distribution minimale de cinq copies pour diffuser ce « petit film européen » sur tout le territoire du Royaume-Uni !

Pourtant, dans le secteur de la production, la mise en œuvre, depuis 1991, d'une politique d'ouverture européenne de la part du British Screen a déjà porté ses fruits. Les liens qui se sont créés avec la France sont d'ores et déjà bien établis. Les trois quarts des producteurs britanniques qui arrivent à monter un film avec un partenaire français dans le cadre de l'accord franco-britannique (ou/et de la convention cinématographique européenne depuis 1994) peuvent pratiquement compter sur le soutien automatique du fonds d'aide aux coproductions européennes du British Screen. Cinq coproductions sur les onze soutenues en 1992 étaient des films réalisés dans le cadre de l'accord (*Orlando*, *Fatale*, *Le jardin de ciment*, *L'heure du cochon* et *Friends*). Et en 1993, sur les seize films soutenus, cinq d'entre eux avaient été coproduits avec des partenaires français (*D'une femme à l'autre*, *Le roi de Paris*, *Le prince de Jutland*, *Before the rain* et *Les Aventures d'Ivan Tchonkine*). Du jamais vu au Royaume-Uni, le British Screen est aujourd'hui prêt à apporter son soutien à des films produits dans une autre langue que celle de Shakespeare. Le film de Manchevski a été en partie tourné en serbo-croate et en macédonien et la comédie de Jiri Menzel en russe. S'il est vrai que, depuis 1992 en France, la langue de

tournage des coproductions majoritaires françaises doit être le français, la politique francophone du ministère de la Culture n'a cependant pas empêché que, sur cent un films « d'initiative française » en 1993, six soient tournés dans une autre langue que le français. Les coproductions minoritaires françaises n'étant pas affectées par la nouvelle législation, la majorité d'entre elles (trente-six en 1993) — ou la totalité, dans le cas de celles coproduites avec un partenaire britannique — n'ont pas été tournées en français.

Quelle que soit la langue de tournage, rares sont les films coproduits par des Français et des Britanniques qui s'attachent à explorer les rapports entre les deux cultures. Si l'on exclut les films qui se bornent à utiliser comme décors les beaux paysages de France (*Le passager, Paul et Michelle*, 1973) ou d'Ecosse (*A cœur joie*, 1966), Londres ou Marseille (*Marseille contrat*, 1974), on ne trouve qu'un seul film, *Nanou* (1985), qui s'inspire directement d'une expérience inter-culturelle entre les deux pays. Ce n'est sans doute pas une coïncidence si le coproducteur britannique de *Nanou* (Umbrella Productions) n'est autre que Simon Perry, le directeur du British Screen aujourd'hui. *Nanou* est l'histoire d'une jeune Anglaise moderne, exigeante et sensible (Imogen Stubbs) qui, en vacances en France, rencontre un jeune ouvrier gauchiste (Jean-Philippe Ecoffey) et décide de s'installer avec lui. Dans les années quatre-vingt, le sujet avait dû séduire les autorités françaises et britanniques puisque *Nanou* avait reçu à la fois une aide du ministère de la Culture en France et une avance de la National Film Finance Corporation au temps où celle-ci existait encore en Grande-Bretagne. Tourné en partie en langue anglaise et en partie en langue française, le premier film de Conny Templeman s'était vu attribuer le prix de la Critique aux Journées internationales Georges Brassens à Sète en 1987. A sa sortie en Angleterre l'année précédente, le critique britannique Martyn Auty avait applaudi « une tentative honorable de la part de l'industrie britannique de faire un film européen », déclarant que rien que cette intention valait la peine d'être remarquée avec enthousiasme ²⁵. Malheureusement, son ardeur n'avait été partagée ni par le public anglophone ni par les spectateurs français.

A ce jour, *Nanou* est le seul film franco-britannique agréé dans le cadre de l'accord de coproduction à tenter l'exploration d'un échange culturel (dans le monde d'aujourd'hui) entre les deux pays. De toute évidence, les réalisateurs et leurs coproducteurs français et britanniques trouvent plus facile de collaborer ensemble sur des projets internationaux qui se situent aux quatre coins du monde ou de réaliser de vastes fresques historiques que de travailler sur des sujets qui s'inspirent de leurs identités respectives ou d'expériences plus proches de chez eux.

S'agit-il, de la part des cinéastes européens, d'un manque d'inspiration ou d'une indifférence pour la vieille Europe ?

On peut en effet se demander si ce phénomène ne reflète pas une certaine incapacité des vieilles nations européennes à faire face au défi européen à l'intérieur de leurs propres structures. Toujours est-il que si les cinéastes français et britanniques s'avèrent incapables de s'inspirer de leur expérience réciproque, les instances nationales et pan-européennes persuadées de l'importance de leur mandat culturel n'ont aucune hésitation à soutenir des films coproduits dans le cadre de l'accord entre la France et le Royaume-Uni et réalisés par des citoyens d'autres pays.

Le rôle du directeur du British Screen, Européen convaincu, a déjà été mentionné et la politique d'aide du CNC aux ressortissants des pays de l'Europe centrale et orientale est bien connue.

L'apport des organismes européens MEDIA et EURIMAGES ne fut pas négligeable non plus. Certains coproducteurs de films à « petit et moyen budgets » ont même affirmé qu'il avait été crucial pour la réalisation de leurs projets (SCRIPT pour *Le jardin de ciment* et *Orlando*). Si EFDO a pu jouer un rôle déterminant dans la distribution du film de Sally Potter, *Orlando*, en matière d'exploitation, les systèmes compensatoires européens, MEDIA SALLES et EUROPA CINEMAS, victimes d'une dotation insuffisante, ne réussirent guère à changer le destin de films comme *Prague* ou *La peste*.

Gérer l'Europe de l'audiovisuel n'est pas opération facile et il peut arriver qu'au sein même d'un programme unique, il règne une certaine confusion. Alors que le fonds pan-européen EURIMAGES avait refusé son aide au film que Sally Potter avait tourné en Russie en 1992, date à laquelle le Royaume-Uni n'avait pas encore adhéré à EURIMAGES, deux ans plus tôt, le film du très britannique Peter Greenaway, *Prospero's books* avait pu bénéficier d'un double apport d'EURIMAGES (production et distribution) grâce à la participation du « partenaire hollandais », Allarts, dans le montage de la coproduction franco-britannique de Greenaway. Depuis, EURIMAGES a accordé son soutien financier à la production du film du Danois Gabriel Axel, *Le prince de Jutland* (1993), à *Someone else's America*, le film du réalisateur yougoslave Goran Paskaljevic, et à *All men are mortal* (1994), un film tripartite (Hollande, France, Royaume-Uni) qui devait recevoir l'agrément en 1995. EURIMAGES a également contribué à la diffusion de *Fatale* (1993) et *D'une femme à l'autre* (1994).

La décision du ministère du Patrimoine national britannique (Department of National Heritage) de se retirer d'EURIMAGES en novembre 1995 risque de rendre le Royaume-Uni beaucoup moins attirant pour les producteurs « continentaux » européens. Annoncée brutalement le 29 novembre, cette décision a provoqué colère et consternation outre-Manche. Officiellement, l'attribution de quatre-vingt-quatre millions de livres sterling (provenant de la loterie) à l'industrie cinématographique britannique (jusqu'à l'an 2000), devait justifier ce refus de continuer à verser une cotisation annuelle de deux millions de livres sterling au fonds européen. Officieusement, de nombreux professionnels qui se doutaient que le récent transfert de Virginia Bottomley du ministère de la Santé à la tête du Patrimoine national n'aurait rien de bon pour le cinéma britannique, affirmaient voir leurs craintes se réaliser au lendemain de l'annonce du retrait d'EURIMAGES. (M^{me} Bottomley est à l'origine de l'établissement des mesures draconiennes qui ont abouti à une réduction catastrophique — à la fois quantitative et qualitative — des services médicaux et sociaux en Angleterre).

Alors que la Commission ministérielle du Conseil de l'Europe s'inquiétait de la légalité de la décision unilatérale et sans aucun préavis du gouvernement britannique de se retirer d'EURIMAGES, la colère grondait dans le milieu du cinéma à la fin de l'année 1995. Les professionnels britanniques s'accordent en effet à reconnaître que la contribution du Royaume-Uni à EURIMAGES (5,3 millions de livres

sterling entre 1993 et novembre 1995) a non seulement permis à de nombreux producteurs de surmonter leur insularité mais aussi beaucoup aidé le développement de l'activité économique du secteur en général.

En ce qui concerne les procédures de soutien communautaires, le petit nombre de projets considérés dans le cadre de cette étude sur les coproductions franco-britanniques ne permet pas de conclure de manière satisfaisante pour la période étudiée, même si au bout du compte, ce furent les « films d'auteurs renommés » (Greenaway, Malle, Scott) qui accumulèrent le plus d'aides européennes entre 1988 et 1993. Pour l'ensemble de la production en Europe, il serait naturellement intéressant de pouvoir établir des comparaisons avec les films coproduits par des partenaires de nationalités différentes sous l'égide d'autres accords. Les travaux entrepris jusqu'ici dans ce domaine sont d'une portée assez limitée.

L'analyse des coproductions franco-britanniques réalisées entre 1988 et 1993 dans le cadre de l'accord permet cependant de tirer quelques conclusions et d'avancer certaines hypothèses en termes d'ambition, d'auteurs, de sujets et de préoccupations.

D'une part, au moment de la création de l'Union européenne, les producteurs français et anglais, se sont montrés capables d'attirer les cinéastes du monde entier et de réunir les capitaux nécessaires pour bâtir un Hollywood européen, en Europe, les Français étant en mesure, grâce au système de subventions en vigueur en France, de fournir le capital minimum permettant de couvrir une partie des frais de pré-production, les producteurs britanniques, arrivant souvent mieux que leurs partenaires francophones à vendre un film tourné en anglais au reste du monde par la suite.

D'autre part, le cinéma européen en tant que mythe existe. Ceux qui en rêvent sont des cinéastes venant d'autres horizons, de territoires souvent très éloignés du continent européen. Leur conception de l'Europe, loin d'être une Europe-source-de-financement pour « citoyens mondiaux » à la recherche de capitaux pour projets ambitieux, est celle d'une structure d'accueil des artistes et d'un pôle international de création cinématographique. Au moment de « la grande construction européenne », il semble bien que le cinéma européen — ou serait-ce plutôt l'Europe du cinéma ? — existe davantage dans l'imaginaire des cinéastes non européens que chez les réalisateurs des pays membres de la Communauté. Les responsables nationaux et supranationaux de la politique du cinéma et des industries de programmes audiovisuels qui affirment une volonté politique — et partant culturelle — en Europe, l'ont sans doute reconnu, eux qui « laissent entrer » ces cinéastes « étrangers » dans les productions réalisées sous les auspices des organisations nationales et européennes.

Cette étude a également souligné l'apparition, à la périphérie de l'Europe, d'une nouvelle génération de réalisateurs intéressés — sinon fascinés — par la possibilité d'une nouvelle identité européenne. Encore en gestation, ces développements conduiront-ils à l'émergence d'un cinéma européen défini par Serge Toubiana comme un cinéma « à la bordure des Etats, jouant sur les frontières et chevauchant les différentes cultures et langues » ²⁶ ?

S'il est vrai que la majorité des Européens se désintéressent de la création d'une nouvelle identité européenne, l'analyse des coproductions franco-britanniques montre qu'il existe, en bordure de l'Europe, des créateurs pour qui le cinéma est avant tout un art de recherche, et pour lesquels, à la veille du vingt et unième siècle, cette recherche prend essentiellement la forme de quête d'une nouvelle forme d'identité.

Il est trop tôt pour dire si ce cinéma en quête de rencontres, à la recherche de l'altérité, permettra de trouver — ou de retrouver — des valeurs éthiques et esthétiques communes et par là-même, de contribuer à un renouveau culturel européen.

Ce qui est certain c'est que, encouragés par les initiatives nationales et pan-européennes, les producteurs français et britanniques sont prêts à soutenir ces réalisateurs à la recherche d'une nouvelle identité culturelle. Même si un certain nombre de leurs projets n'ont pas abouti ²⁷, on ne peut pas dire que les interlocuteurs qu'ils ont trouvés devant eux (que ce soit à Paris, à Londres, à Bruxelles ou au Conseil de l'Europe à Strasbourg) entre 1988 et 1993, y aient fait obstacle. En cela, les politiques des instances nationales et européennes démontrent qu'elles ont un rôle essentiel à jouer. En Europe, les responsables de l'administration du cinéma et leur armée de bureaucrates ont mauvaise presse. En 1993, Norbert Rouland écrivait dans *Le Monde diplomatique*, « les Etats même démocratiques sont animés par une logique uniformisante et administrative qui ne les prédispose pas à se reconnaître comme les débiteurs principaux des droits culturels des individus » ²⁸.

Il est encourageant de constater que, dans le cadre d'un accord aussi obsolète et protectionniste qu'un traité de coproduction datant de 1965, ni les Commissions mixtes, ni les organisations nationales (CNC et British Screen), ni les instances européennes qui ont prêté leur aide à la production ou/et à la diffusion des films coproduits, n'ont suivi cette logique. Ce n'est pas le moindre paradoxe qui ressort de cette étude, que les producteurs et les fonctionnaires des deux pays européens les plus enclins à proclamer leur attachement à leur patrimoine culturel national montrent un désir — sinon une volonté — d'édifier une grande tour européenne qui ne soit pas une forteresse. Leur conception de l'Europe n'est pas une Europe du repli mais « un aller-vers », pour employer l'expression de Jean-Christophe Bailly, et une Europe dans laquelle il n'y a pas nécessairement contradiction entre coproductions et visions originales.

Qui pourrait dire de ces Européens prêts à imaginer « des formes d'euroanéité » qui ne se réduisent pas à un modèle culturel basé sur le primat de l'économie et de la finance, et résolu à favoriser l'échange et le dialogue avec des hommes de culture venus d'ailleurs, qu'ils ne méritent pas l'exception culturelle ?

ANNEXE : COPRODUCTIONS FRANCO-BRITANNIQUES (1985-1993)

- 1985 *Nanou* de Conny Templeman (80 % Royaume-Uni/20 % France).
 1988 *Valmont* de Milos Forman (80 % Royaume-Uni/20 % France).
Le retour des mousquetaires de Richard Lester (60 % Royaume-Uni/20 % France/20 % Espagne) *.
L'ami retrouvé de Jerry Schatzberg (60 % France/20 % Royaume-Uni/20 % Allemagne).
 1989 *Le cuisinier, le voleur, sa femme et son amant* de Peter Greenaway (80 % Royaume-Uni/20 % France).

- Mister Frost* de Philippe Setbon (69 % Royaume-Uni/31 % France).
Jeanne, putain du roi d'Axel Corti (50 % Royaume-Uni/30 % France/20 % Italie) *.
- 1990 *Prospero's books* de Peter Greenaway (80 % Royaume-Uni/20 % France).
Double vue de Mark Peploe (80 % Royaume-Uni/20 % France).
La montre, La croix et la manière (ex-*Rue Saint-Sulpice*) de Ben Lewin (50 %/50 %).
Entre chien et loup (ex-*Choc à retardement*) d'Andrew Peddington (60 % Royaume-Uni/40 % France)*.
- Becoming Colette* de Danny Huston (50 % Allemagne/30 % Royaume-Uni/20 % France)*.
- 1991 *L'amant* de Jean-Jacques Annaud (80 % France/20 % Royaume-Uni).
La cité de la joie de Roland Joffe (80 % Royaume-Uni/20 % France).
Cœur de métisse (ex-*La carte du tendre*) de Vincent Ward (80 % Royaume-Uni/20 % France)*.
Fatale (ex-*Damage*) de Louis Malle (60 % Royaume-Uni/40 % France)*.
Prague d'Ian Sellar (56 % Royaume-Uni/44 % France).
1492, Christophe Colomb de Ridley Scott (50 % Royaume-Uni/30 % France/20 % Espagne)*.
La Peste de Luis Puenzo (50 % France/30 % Royaume-Uni/20 % Argentine)*.
Sweet killing d'Eddy Matalon (50 % Canada/30 % France/20 % Royaume-Uni).
- 1992 *Lunes de fiel* de Roman Polanski (80 % France/20 % Royaume-Uni)*.
Le tour d'écrou de Rusty Lemorande (70 % Royaume-Uni/30 % France).
L'heure du cochon de Leslie Megahey (60 % Royaume-Uni/40 % France).
Baby of Macon de Peter Greenaway (70 % Royaume-Uni/30 % France).
Le jardin de ciment d'Andrew Birkin (50 % Allemagne/30 % Royaume-Uni/20 % France)*.
- 1993 *Friends* d'Elaine Proctor (80 % Royaume-Uni/20 % France).
Orlando de Sally Potter (78 % Royaume-Uni/22 % France)*.
D'une femme à l'autre (ex-*Un prêt pour un rendu*) de Charlotte Brandström (50,6 % Royaume-Uni/49,4 % France).
Hoffman's hunger de Leon de Winter (75 % Royaume-Uni/25 % France).
War of the buttons de John Roberts (80 % Royaume-Uni/20 % France).
Highlander III d'Andy Marahan (60 % Canada/20 % Royaume-Uni/20 % France).

Source : CNC

* La liste donnée par le « Department of National Heritage » (ex-Department of Trade and industry), ne correspond pas exactement aux informations du CNC. (Dans certains cas, un film a pu être reconnu *a posteriori* par un pays et pas dans l'autre. Dans le cas des films tripartites, au Royaume-Uni, la coproduction est souvent enregistrée dans le cadre de l'accord avec le pays tiers (*Le jardin de ciment*, *Highlander III*, etc.).

NOTES

¹ A Los Angeles, le 23 mars 1982, au cours de la cérémonie des Oscars (retransmise à la télévision dans la plupart des pays occidentaux), le scénariste et acteur britannique, Colin Welland, prononça la phrase devenue aujourd'hui célèbre : « *the British are coming* ! » L'arrivée des Britanniques sembla se confirmer en 1983 avec les bonnes performances sur le marché domestique comme sur le marché international de super-productions telles que *Gandhi* (Richard Attenborough) et d'œuvres « plus avant-garde » comme *The Draughtsman's contract* (Peter Greenaway) et ces brèves années de succès permirent à de nombreux Anglais de croire à la Renaissance du cinéma britannique. Le fait que David Puttnam ait pu financer *Chariots of fire* grâce à des capitaux étrangers (américains et égyptiens) fut naturellement tenu sous silence.

² Chiffres cités par le *Screen Digest*, mars 1991, p. 58.

³ *Screen Digest*, juillet 1994, p. 155.

⁴ Ces négociations aboutirent en 1990 à la signature du traité de coproduction avec l'Australie et, en 1993, à un accord avec la Nouvelle-Zélande.

⁵ Pierre Forette, *Bilan des coproductions cinématographiques internationales*, 1990, p. 40.

⁶ Les accords de coproduction que la France a signés avec l'Espagne (1962) et l'Allemagne (1974) avaient été révisés pour permettre les coproductions tripartites.

⁷ Accord franco-britannique du 21 septembre 1965, Commerce extérieur, V/II, textes réglementaires, nouvelle édition, 5 juillet 1988, p. 12.

Parmi les films qui correspondent à la notion de « haute qualité » telle que les membres des Commissions mixtes compétentes ont pu la concevoir, figurent des films à gros budget comme *La nuit des généraux* (Anatole Litvak, 1966), *Mayerling* (Terence Young, 1967), *Chacal* (Fred Zinnemann, 1972) et *Tess* (Polanski, 1979). Cependant, c'est à *Moonraker* (le James Bond réalisé par le cinéaste britannique Lewis Gilbert en 1978) que revient la palme du plus grand succès populaire. Tourné dans plusieurs studios français et britanniques, le film obtint le statut officiel de coproduction franco-britannique à majorité française (55 %).

⁸ Pierre Forette, *op. cit.*, p. 45.

⁹ *Ciné-Finances*, n° 43, 4 novembre 1991, pp. 6-8.

¹⁰ Chiffres donnés par le *Variety* du 11 janvier 1993 (p. 22). Convaincu qu'un préachat de la part d'une major américaine représentait « l'équivalent de dix années de prison » pour un film européen, le producteur français de *L'Amant*, Claude Berri, avait refusé une offre de Columbia qui lui proposait de financer les deux tiers du budget de *L'Amant* à condition de pouvoir distribuer le film dans le monde entier à l'exception de la France, la Belgique et la Suisse.

En revanche, après que le Rating Board (la commission de classification américaine) eut décerné, en été 1992, un label NC-17 à son film, Jean-Jacques Annaud accepta de couper plusieurs scènes de *L'Amant*. Le jugement du Rating Board constituait une sérieuse entrave à la distribution du film en Amérique puisqu'il signifiait une réduction automatique du nombre de salles et une limitation de la publicité. Ashley Boone, chef de distribution de la MGM, déclara qu'Annaud avait pris cette décision afin de « rendre le film plus conforme au goût des Américains qui ont tendance à considérer les films érotiques, immoraux et non sensuels » (Source : *Le Film Français*, 16 octobre 1992).

Après l'affaire des Césars en 1993, Annaud décida de réaliser son projet suivant aux Etats-Unis. C'est donc à Sony (Etats-Unis) que revient aujourd'hui le privilège de monter le nouveau film du réalisateur français.

¹¹ En 1992, Timothy Burrill, le coproducteur anglais de *Tess* (1979), *Valmont* (1988), *L'Amant* (1991), *Sweet killing* (1991) et *Lunes de fiel* (1992), déclarait qu'il n'avait pas pu obtenir des fonds au Royaume-Uni pour financer ses trois dernières coproductions. Soulignant l'importance des pré-ventes à l'étranger, il avouait qu'en pratique, il arrivait souvent que des ventes (à l'étranger) assurées par l'un des coproducteurs fussent allouées à son partenaire afin de mieux refléter la participation financière prévue au moment de la signature du contrat. (Source : *Screen Finance*, vol. 5, n° 8, 6 mai 1992, p. 8).

Ridley Scott, le réalisateur et coproducteur britannique de *1492, Christophe Colomb*, avait aussi déclaré dans la presse anglaise qu'il n'était pas arrivé à « se procurer un seul penny » en Grande-Bretagne pour son film.

¹² Accord franco-britannique du 21 septembre 1965, Commerce extérieur, V/II, textes réglementaires, nouvelle édition, 5 juillet 1988, p. 12C.

¹³ Cette dernière question se pose moins aujourd'hui. Depuis 1995, en effet, les producteurs des deux pays ont la possibilité de regrouper leurs moyens financiers sans la « contrainte » de fournir un apport technique et artistique équivalent. La révision de l'accord bilatéral de 1965 a eu lieu le 8 novembre 1994, date à laquelle le directeur général du CNC, Dominique Wallon, et le sous-secrétaire d'Etat au Patrimoine national britannique, Lord Astor ont signé un avenant à l'accord de coproduction franco-britannique. Le nouvel accord permet également la participation de pays tiers. De toute évidence, le nouveau traité ne fait que ratifier un état de fait qui existe depuis un certain temps déjà.

¹⁴ *Before the rain*, dossier de presse, p. 8.

¹⁵ *Film & Filming*, n° 413, mars 1989, p. 12.

¹⁶ *Cinema Papers*, n° 69, mai 1988, p. 30.

¹⁷ Notes de production, entretien avec Luis Puenzo, propos recueillis par Gaillac-Morgue.

¹⁸ *Before the rain*, dossier de presse, p. 7.

¹⁹ *Cinéphage*, mai 1993, « Vincent Ward, l'explorateur », propos recueillis par Mary Colbert et traduits par Bernard Achour).

²⁰ *Le Monde*, 21 janvier 1990.

²¹ Propos recueillis par Pascal Mériageau dans *Le Monde*, 10 novembre 1994, p. IV.

²² *Le Monde*, 21 janvier 1990, *op. cit.*

²³ *Le Monde*, 19 septembre 1992.

²⁴ *Positif*, octobre 1992, p. 61.

²⁵ *Monthly Film Bulletin*, (Martyn Auty), vol. 53, n° 631, août 1986, p. 241.

²⁶ *Cahiers du Cinéma*, n° 455/456, mai 1992, p. 38.

²⁷ Les efforts du British Screen pour soutenir — entre autres — un projet de Med Hondo.

²⁸ Norbert Rouland, « Le développement devrait-il tuer la culture ? », *Le Monde diplomatique*, juin 1993.

BIBLIOGRAPHIE

- René Bonnell, *La vingt-cinquième image*, Gallimard-FEMIS, Paris, 1989.
- Richard Collins, « Unity in Diversity ? The European Single Market in Broadcasting and the Audiovisual, 1982-1992 », *Journal of Common Market Studies*, vol. 32, n° 1, mars 1994.
- Richard Collins, James Curran, Nicholas Garnham, Paddy Scannell, Philip Schlesinger et Colin Sparks, *Media, Culture & Society, A Critical Reader*, Sage, Londres, 1992.
- Conseil de l'Europe, *La Politique Culturelle de la France*, La Documentation Française, 1988.
- Martin Dale, *Europa, Europa, Developing the European Film Industry*, Media Business School Publication, 1992.
- Drummond, Paterson et Willis, *National Identity and Europe*, BFI, Londres, 1993.
- John Durie, *The Film Marketing Handbook*, Media Business School Publication, 1993.
- Joëlle Farchy, *Le cinéma déchaîné*, Edition des Presses du CNRS, Paris, 1992.
- Angus Finney, *A Dose of Reality : the State of European Cinema*, Screen International Publications, Londres, 1993.
- Pierre Forette, *Bilan des coproductions cinématographiques internationales, 1985-1989* (Rapport pour le CNC, Paris, 1990).
- Hill, McLoone et Hainsworth, *Border Crossing, Film in Ireland, Britain and Europe*, BFI, Londres, 1994.
- Duncan Petrie (éd.), *Screening Europe*, BFI, Londres, 1992.
- Janet Watson (éd.), *Coproduction Europe*, IPPA Publications, Londres, 1990.
- Yannick Vivarel, « Les Coproductions Cinématographiques Internationales », Thèse de Doctorat, Université Paris XII, 1978.

Depuis 1985, le gouvernement britannique n'offre plus qu'une contribution extrêmement réduite au cinéma qu'il considère comme une industrie au même titre que les autres.

Seuls, deux organismes reçoivent une aide destinée à la production de longs métrages, le British Screen et le British Film Institute. Le premier est une société privée autonome et le second, une organisation dont le statut est proche de la fondation. Les deux organismes disposent de plusieurs sources de financement et l'aide publique ne constitue qu'une partie de leurs ressources.

Le British Film Institute a de multiples activités (National Film Theatre, London Film Festival, National Film Archive, Museum of the Moving Image, etc.).

Depuis 1970, le gouvernement lui alloue des subventions pour la production de films démontrant de vraies qualités artistiques, peu susceptibles de trouver un financement commercial.

Le BFI produit des films à petit budget, souvent considérés comme expérimentaux par la forme, le sujet et la technologie.

Il peut s'agir de courts métrages, de longs métrages (*Caravaggio* de Jarman, *Meurtre dans un jardin anglais* de Greenaway, *Young soul rebels* d'Isaac Julien) ou de documentaires. Toutefois, comme le souligne une enquête réalisée par le CNC sur les aides à la production en Europe (1990), « le BFI ne cherche pas à faire des films expérimentaux à tout prix, ce qui fut sa politique durant les années soixante-dix. Au lieu de concevoir les films soutenus comme un secteur alternatif, indépendant du reste de la production cinématographique et audiovisuelle, le BFI considère maintenant qu'il doit offrir une articulation entre les subsides gouvernementaux et les diverses possibilités d'accès à des revenus commerciaux y compris ceux de la télévision ».

Encore plus que le BFI, le British Screen peut être considéré comme une société autonome d'aide à la production. Depuis la dissolution de la National Film Finance Corporation (NFFC) en décembre 1985, c'est le British Screen qui représente l'autorité compétente en matière de développement de l'industrie cinématographique. Aujourd'hui, le gouvernement britannique subventionne le fonds principal du British Screen à hauteur de deux millions de livres par an et contribue pour une somme équivalente à un autre fonds créé en 1991 et géré également par le British Screen, le fonds de coproduction européen (ECF).

Depuis 1986, le British Screen a apporté son soutien à plus d'une centaine de films parmi lesquels on trouve de nombreuses coproductions avec des partenaires européens (*Prague*, *Orlando*, *Fatale*, *Camilla*, *Le roi de Paris*, *Before the rain*, etc.).

POUR UNE COLLABORATION BRITANNICO-EUROPEENNE DANS LE RESPECT DE L'IDENTITE NATIONALE

Anne Jäckel — Depuis votre arrivée à British Screen, le nombre de coproductions avec l'Europe ne cesse de croître. Il semble que vous ayez transmis votre francophilie à toute la production britannique. Comment se déroule cette collaboration ?

Simon Perry — Elle repose aujourd'hui sur la réciprocité. Par exemple, nous avons participé au financement d'*Une femme française* parce que la compagnie française UGC avait fourni une importante somme d'argent au montage d'un film britannique, *Victory* ¹.

Les deux films sont, dans un sens, des films jumelés. *Victory* est un film britannique réalisé par un metteur en scène britannique ; il s'agit de l'adaptation d'un roman de Joseph Conrad, le film est tourné en anglais ; le producteur est britannique, Jeremy Thomas. Jeremy nous a demandé si nous accepterions de participer au co-financement du film de Régis Wargnier, *Une femme française* que Jeremy voulait faire, et nous avons accepté sur la base d'un accord réciproque, dans ce cas précis, avec UGC. UGC est impliqué dans les deux films.

Cette notion de réciprocité est également présente, mais moins formalisée, dans le montage du film hollandais, *Antonia's line*. Pour ce dernier, nous avons accepté de financer le film, — un film entièrement flamand — tourné en flamand. Il n'y a absolument aucun élément britannique dans ce film ; c'est un film européen, bien sûr, mais il n'a rien de britannique, à l'exception de son co-producteur. Le film est très très bon ; le scénario est un des meilleurs que nous ayons lu. Nous l'avons considéré très sérieusement, mais nous y avons participé à condition que, le Dutch Film Fund (Fonds de financement hollandais) — qui est l'équivalent du British Screen en Hollande — s'engage de son côté, à financer cette année, un film totalement britannique. Aujourd'hui, nous pensons être en mesure d'identifier le film en question. Je viens d'en parler ce matin-même au responsable hollandais. Ensemble, nous aurons ainsi contribué à la réalisation de deux films, bien que dans ce cas précis, nous nous soyons un peu écartés de notre mandat à British Screen afin de pouvoir financer le film hollandais. Nous l'avons fait parce que, à leur tour, les Hollandais ont accepté de nous aider à financer un film britannique. Une telle coopération permet naturellement de promouvoir des rapports réciproques.

A. J. — Ce genre d'accord se fait-il sous l'égide du Fonds de coproduction européen ?

S. P. — Oui, il n'est pas question que nous utilisions le fonds principal du British Screen pour réaliser des films en langue étrangère. Ce fonds est alimenté par une dotation de deux millions de livres sterling de la part du gouvernement britannique, mais la somme que nous avons à notre disposition pour investir dans la production

de films est bien supérieure. L'année dernière, nous avons beaucoup plus d'argent car des films dans lesquels nous avons investi nous avaient rapporté de l'argent. Normalement, nous avons entre quatre et cinq millions de livres à investir dans la production. Quant au Fonds de coproduction européen, maintenant que nous commençons à récupérer ce que nous y avons investi, il représente une somme égale à un peu plus de deux millions de livres.

A. J. — L'existence de British Screen remonte à 1986, le Fonds de coproduction européen n'existe que depuis 1991. Y a-t-il une véritable volonté politique de travailler avec le reste de l'Europe ?

S. P. — A British Screen, rien ne nous oblige à travailler avec l'Europe ; mais dans le cadre du Fonds de coproduction européen, cela fait partie de notre mandat. Cette volonté existe vraiment aujourd'hui en Angleterre.

A. J. — Si l'on vous demandait d'évaluer le fonds européen, et de comparer les résultats dans le domaine des coproductions avec l'Europe, pourriez-vous confirmer l'émergence d'une tendance positive ?

S. P. — Avant l'existence du fonds, en Grande-Bretagne, nous n'avions pratiquement pas de tradition de coproductions avec l'Europe. C'est la création du fonds qui a permis d'inciter les producteurs à songer à réaliser des films dans le cadre des coproductions, même si ce fonds est très faible. Moi aussi, personnellement, je me suis beaucoup impliqué... je les ai encouragés à coproduire avec des partenaires européens.

A. J. — Vous avez une réputation de francophile et, avant tout, d'Européen convaincu...

S. P. — Je le suis et je ne m'en cache nullement. D'ailleurs, même pour ce qui est du fonds principal de British Screen, la plupart des films que nous réalisons aujourd'hui sont des coproductions. Avec l'Europe mais aussi avec le Canada, l'Australie et la Nouvelle-Zélande.

Nous pouvons dire que nous avons maintenant acquis « la mentalité-coproduction » en Grande-Bretagne.

En ce qui concerne la bonne performance de ces films, il est difficile de donner une réponse. Tout dépend du critère que vous utilisez pour évaluer le succès d'un film. Tous ces films ne connaissent pas forcément un grand succès commercial. Il y en a quelques-uns pour lesquels ça marche. De toutes façons, je suis convaincu que la coproduction, en tant que stratégie, représente une grande réussite car les Britanniques ont découvert qu'il ont la possibilité de faire des films sans dépendre de l'Amérique et sans être non plus à la merci des chaînes de télévision britanniques.

Ces deux modèles de dépendance ont été remis en question et je pourrais vous citer une longue liste de films qui ont eu du succès et qui ont été financés sans l'intervention des Américains ni celle des chaînes de télévision. *Tom et Viv*, *Orlando* et *Before the rain* sont de bons exemples.

Before the rain est un film qui a été tourné en grande partie dans une langue étrangère. Ce fut un cas tout à fait exceptionnel. Il n'était pas dans notre intention de participer au financement de ce film dans la mesure où nous l'avons fait. Channel

Four était impliqué au début. Après le retrait de cette chaîne, le film est pratiquement devenu le film de British Screen : c'est la qualité du film, l'importance du sujet et le talent du metteur en scène qui nous ont incités à prendre cette décision. Le film a d'ailleurs remporté le Lion d'Or à Venise et a été nommé pour un Oscar à Hollywood ².

A. J. — De nombreuses coproductions qui ont bénéficié de l'aide de British Screen ont également eu le soutien des programmes européens, MEDIA et EURIMAGES. Les options prises jusqu'ici par ces initiatives européennes vous paraissent-elles aller dans le bon sens ?

S. P. — Il s'agit là d'une question difficile. Qui plus est, ces programmes se trouvent actuellement dans une phase de transition.

A. J. — Vous voulez parler du passage de MEDIA 95 à MEDIA II, ou de la nouvelle tendance à soutenir des films « plus commerciaux »...

S. P. — Dans l'ensemble, pour EURIMAGES, je pense que les résultats sont davantage positifs que négatifs.

Jusqu'ici, EURIMAGES n'a pas vraiment réussi à récupérer l'argent avancé ; les producteurs n'ont pas rempli leurs obligations dans ce domaine. Mais le fait que ce genre de fonds existe est important, extrêmement important. Même des sommes de deux, trois ou quatre millions de francs constituent un apport vital pour un grand nombre de films européens. Je crois que le fonds a également un effet indirect : il encourage les gens à coproduire (car vous devez avoir au moins trois coproducteurs pour pouvoir en profiter), même si la participation d'un troisième coproducteur est fictive — ce qui arrive assez souvent. Même dans ce cas, c'est la mentalité coproductrice qui se trouve encouragée. Dans ce sens, EURIMAGES est très utile. Je pense qu'il doit reconsidérer son processus de décision parce que moi, je n'arrive pas à comprendre comment un comité composé de trente personnes peut prendre des décisions sur le plan de la création. Je pense qu'il lui faut définir plus clairement sa stratégie en ce qui concerne le principe sur lequel il s'appuie pour procurer des fonds aux cinéastes et préciser dans quelle mesure il tient à récupérer les sommes d'argent qu'il avance, déterminer exactement ce qui est un prêt (remboursable) et ce qui représente une bourse (non remboursable). En disant cela, je sais que les responsables d'EURIMAGES diront : « non, non, il s'agit uniquement d'un prêt, d'une avance » mais, à mon avis, il y a là quelque chose qui manque.

A. J. — Quelle est, selon vous, la politique culturelle et économique à mener en matière de cinéma ?

Ne croyez-vous pas qu'il devrait y avoir aujourd'hui en Europe, des organismes prêts à soutenir la création artistique cinématographique sans nécessairement se préoccuper avant tout du succès commercial du film ?

S. P. — Je ne pense pas que l'on puisse séparer les deux. Par définition notre mandat, notre rôle ici, à British Screen est de soutenir des jeunes cinéastes, des sujets difficiles, de prendre des risques. Mais lorsque nous mettons en place le financement d'un film, nous le faisons d'une manière « commerciale ». Nous désirons encourager de nouveaux cinéastes et des sujets difficiles et, si le film est bien fait et que le réalisateur a du talent, le film marchera sur le marché.

Soutenir un nouveau metteur en scène ne veut pas nécessairement dire oublier le marché. A vrai dire, je pense qu'on ne devrait jamais oublier le marché, mais c'est sans doute à cause de la profession que j'exerce. J'estime que l'on ne devrait avancer une partie de la somme nécessaire à la réalisation d'un film qu'à condition que cette avance soit remboursée si le film a du succès. Si l'on ne pose pas cette condition, si personne ne se soucie de remboursement, deux choses peuvent se passer.

L'une est une augmentation des budgets des films. Cela arrive toujours. Vous n'avez qu'à voir ce qui se passe actuellement en Allemagne. En Europe, c'est en Allemagne qu'on trouve le plus d'argent pour produire des films... davantage même qu'en France. La France a une panoplie d'aides, à la production, à la distribution, à l'exploitation, mais pour ce qui est de l'aide à la production, c'est en Allemagne, qu'elle est la plus considérable, et pourtant, il n'y a pratiquement pas de cinéma allemand. Où sont les nouveaux réalisateurs ? Il n'y en a pas. A qui la faute ? Au système en vigueur. Là-bas, que les avances soient remboursées ou non, nul ne s'en préoccupe. Personne ne se soucie d'atteindre un public ; le rapport entre audience et créateur disparaît. On l'oublie complètement. A mon avis, c'est la pire des choses qui puisse arriver à un jeune cinéaste. Une autre conséquence inévitable est que les distributeurs savent qu'ils peuvent acquérir le produit à faible prix puisque personne ne s'attend à ce que le prêt soit remboursé et que tout le monde s'en moque. Donc, le prix est bas, artificiellement bas. Le projet vaut sans doute bien davantage, mais le distributeur n'en offrira guère plus car il sait qu'il s'agit de prêts accordés sans obligation de remboursement. Et personne ne se soucie de tenir les comptes. C'est une très mauvaise discipline.

Je ne crois pas que, dans un domaine artistique tel que le cinéma où les films coûtent cher — une véritable fortune — par rapport à ce qu'il en coûte de faire une sculpture ou un tableau, cette attitude soit saine. Il faut prendre les choses au sérieux. Ce n'est pas en leur donnant de l'argent pour faire un film qu'on aidera les jeunes réalisateurs. Ils doivent savoir que l'argent doit se gagner, que le prêt doit être remboursé. Bien sûr, vous n'allez pas vous débarrasser d'eux si le film ne marche pas mais il est absolument essentiel qu'une telle discipline existe.

A. J. — Quelle est votre position sur la directive Télévision sans frontières. Etes-vous en faveur des quotas ?

S. P. — En principe je suis contre les quotas car je pense qu'ils représentent une mesure négative. Je préfère les mesures positives, des mesures qui encouragent, qui stimulent la création ; je n'aime pas les mesures qui suppriment ou empêchent quelque chose de se faire. A mon avis, les quotas n'ont jamais mené à la production d'œuvres intéressantes. Je pense que c'est une mesure extrêmement artificielle mais j'accepte le fait que pour le moment en Europe et, en tant que mesure temporaire, des quotas pour l'audiovisuel sont probablement une bonne idée, mais seulement pour la télévision.

A. J. — Vous ne pensez pas qu'en Europe aujourd'hui, les petits pays, les pays aux langues dites minoritaires, aient besoin d'une réglementation qui leur permette de produire et de diffuser leurs propres œuvres cinématographiques ?

S. P. — Vous voulez parler de pays comme le Portugal ou la Grèce ? De films grecs ou portugais ?

A. J. — Oui, ou même de films émanant de petites régions ou nations à l'intérieur d'un état particulier. Après tout, le British Screen ne vient-il pas d'accorder son soutien à un film gallois, tourné en gallois ?

S. P. — C'est exact. Toutefois je ne crois pas qu'il faille obliger les exploitants de salles au pays de Galles à passer ce film réalisé en gallois avec des acteurs gallois. Non, je ne suis pas du tout pour ce genre de chose. Sur le plan économique, l'exploitant ne peut pas fonctionner sur le marché si l'on prend ce genre de décision. De toutes façons, il n'y a pas suffisamment de produits et les gens n'iraient pas dans ce cinéma — s'il en existait un — comme ils le feraient pour d'autres films ; par conséquent, ce cinéma deviendrait automatiquement une salle subventionnée et toute subvention a un effet corrupteur. Il ne s'agit plus de faire marcher une salle de cinéma en tant qu'affaire commerciale, cela devient artificiel et je suis contre cela quand il s'agit d'offrir un produit à un public qui doit payer pour le consommer. Toutefois, en ce qui concerne la télévision, c'est tout à fait différent. Le système est faussé à l'origine, les gens peuvent regarder la télévision sans pratiquement rien déboursier. La décision relative à ce qui est produit, à ce qui est présenté aux télé-spectateurs, ne vient pas de ceux qui allument le poste. Elle ne dépend pas des téléspectateurs. C'est une décision qui a été prise par un autre groupe, et là, on passe au plan politique. Alors là, à mon avis, il est parfaitement raisonnable d'exercer une forme de contrôle sur ce qui est, pour ainsi dire, offert gratuitement au public, à condition que ce soit une mesure temporaire, je préconiserais des quotas.

A. J. — Vous soutenez donc la position française en faveur des quotas...

S. P. — Oui, mais pas pour notre pays car ici, cela n'a aucun sens. Les Anglais aiment la télévision britannique bien plus que les émissions américaines, et donc, en Angleterre, nous n'avons pas besoin de quotas. Mais je me rends bien compte que d'autres pays sont plus vulnérables, les pays où le niveau de qualité — pour les petits pays — n'est pas, ne peut pas être très haut, des pays auxquels les Américains peuvent vendre leurs produits à bas prix et où, à mon avis, on devrait prendre des mesures pour empêcher ce phénomène.

Cependant, les quotas me font penser à ce qui nous arrive ici aujourd'hui, à Londres, quand on gare sa voiture là où c'est interdit ; ils immobilisent votre voiture ou ils l'emmènent à la fourrière mais en même temps ils ne font rien pour investir dans les transports publics. Pour moi, cela indique un système inefficace et répressif. Si vous voulez imposer des restrictions aux chaînes de télévision dans le domaine de ce qu'elles peuvent diffuser, alors, vous devez aussi les encourager — même financièrement si c'est nécessaire — à produire les programmes qui leur permettent de remplir les quotas. Sinon, elles achèteront n'importe quel produit qui pourra les aider à respecter les quotas et elles le diffuseront à une heure du matin.

A. J. — En matière de réglementation, quelles sont les mesures que vous recommanderiez pour permettre une plus grande diffusion des films européens en Grande-Bretagne ?

S. P. — Je suis contre toute mesure protectionniste. Je suis contre la construction de barrières. Cela ne veut pas dire que je sois partisan du libre-échange à tout prix. Je suis tout à fait pour l'intervention, une intervention positive de la part du gouvernement. Plus le pays est petit, plus je suis pour l'intervention, pour les langues minoritaires par exemple.

Ce n'est pas par hasard qu'à British Screen, nous sommes intervenus dans la production d'un film gallois. Nous ne l'aurions pas fait si le scénario avait été mauvais, mais nous le faisons parce que nous désirons encourager un metteur en scène de talent, un réalisateur gallois, et nous espérons que, grâce à notre soutien, du fait que ce film aura été conçu pour le grand écran et non pour la télévision, on en parlera, qu'il bénéficiera d'une certaine promotion, qu'il sera présenté dans des festivals, et qu'au bout du compte, cela aidera non seulement ce cinéaste, mais sa culture et la culture qui est rattachée à la langue galloise.

Par conséquent, je suis tout à fait pour qu'une organisation comme la nôtre intervienne de manière délibérée, dans un domaine culturel, linguistique minoritaire. Et je suis aussi pour l'intervention des gouvernements — y compris le gouvernement américain (mais, comme vous le savez, le gouvernement américain intervient de manière très efficace pour soutenir ce cinéma que tout le monde reçoit), je suis pour une intervention positive. Là où le marché a échoué, là où il est évident que le marché fonctionne contre les intérêts de nouveaux créateurs, par exemple, ou de talents différents, là où il ne permet pas l'apparition d'autres voix, de gens qui ont quelque chose d'autre à dire, là où le marché a pour effet de restreindre le choix offert au public, c'est là qu'il faut intervenir, pour arriver à augmenter les possibilités de choix, mais vous le faites en produisant davantage, en rendant un plus grand nombre d'œuvres artistiques disponibles au public, pas en limitant ce qui est offert au public.

A. J. — Existe-t-il, selon vous, une identité commune européenne ?

S. P. — C'est une question très intéressante. Je ne pense pas qu'on puisse s'attendre à voir l'émergence d'une culture européenne avant de nombreuses années. Je crois que les gens devront vivre ensemble, partager cette expérience, voyager, s'installer dans d'autres pays en Europe, et cela, pendant plusieurs générations avant qu'on puisse parler d'une identité commune, avant qu'on puisse parler de cinéma européen. Malgré tout, on peut déjà avancer certaines choses ; on peut dire : « ce film se ressent comme un film européen », « l'histoire se déroule de manière typiquement européenne ou se termine d'une façon typiquement européenne ».

Naturellement, ce qu'on veut dire par là, c'est que le film est différent d'un film américain. C'est toujours ce que les gens veulent dire. Voilà une question particulièrement intéressante : ce en quoi les films réalisés en Europe sont différents de ceux produits à Hollywood, et réussissent du fait qu'ils sont différents des films produits à Hollywood. C'est un parti pris que nous avons choisi de prendre, une politique que nous avons choisi de poursuivre, ici, à British Screen.

Nous n'apporterions jamais notre soutien à un film qui pourrait se faire à Hollywood, qui suivrait les formules, le modèle prévisible selon lequel les films améri-

cains fonctionnent d'habitude. Justement, ce que nous aimons, ce sont les films qui remettent ces formules en question, qui s'en écartent.

A. J. — Mais la chute de la fréquentation n'est-elle pas due au manque de popularité des films que vous préconisez ?

S. P. — En matière de fréquentation, il est clair que les films américains se sont bien maintenus et que ce sont les films nationaux, produits localement, qui ont souffert de la baisse de la fréquentation en Europe. Et c'est justement une de nos tâches principales : nous devons retrouver cette audience pour les films nationaux ; je ne crois cependant pas qu'il soit possible de le faire en produisant des films qui offrent un curieux mélange de cultures européennes. Un film doit avoir une identité culturelle et, à court terme, cette identité continuera de se définir en termes d'identité nationale. Même si le film est financé et produit dans le cadre d'un accord de coproduction, il a besoin d'être mené par un pays en particulier. *Orlando* représente un bon exemple. C'est une coproduction entre cinq pays. Ces cinq pays ont tous été impliqués dans la réalisation du film. Ces cinq pays ont exercé une influence, même si, dans certains cas, leur influence a été assez faible, même si cette influence a pu se limiter à la manière dont le film a été placé sur le marché.

Il reste cependant que *Orlando* est, dans son essence même, un film britannique, parce que Virginia Woolf est anglaise, parce que l'écriture est anglaise, parce que Sally (Potter) est anglaise, et que le film est parfaitement bien conçu et réalisé de cette manière. Je ne crois pas qu'en Europe, nous puissions retrouver nos audiences nationales pour nos films nationaux en produisant des films qui ont recours à des mélanges exotiques de différents éléments européens. Je pense que c'est en s'efforçant, ensemble, en tant qu'Européens, de créer des structures financières, d'encourager des partenariats entre producteurs et d'arriver à mettre sur pied un système de distribution pan-européen pour soutenir tout cela, que nous pourrions contribuer à la relance de cinémas nationaux encore plus forts ; de tels efforts devraient mieux permettre à des voix nationales de s'exprimer, ils devraient conduire à la réalisation de films de qualité, à une qualité de production que les spectateurs — habitués aux films d'Hollywood — réclament aujourd'hui, des films au budget « robuste ». A mon avis, c'est en faisant cela que les films européens seront capables de retrouver l'audience qu'ils ont perdue.

L'élément national est vital, c'est un peu, comment dire, la mèche de la bougie ; la cire représentant la production, la distribution et le financement, la mèche est l'élément national, c'est l'élément capital, l'élément créateur du film. Un film doit venir de quelque part, il doit avoir sa propre identité, sa propre voix. S'il parle avec une voix incertaine reproduite dans une variété d'accents, le film ne marchera pas.

A. J. — Il semble que pour vous, en 1995, un film européen reste d'abord essentiellement un film national. Pourriez-vous nous donner une définition du film britannique ?

S. P. — Il y a différents types de films britanniques. Pour moi, un film britannique est un film dont le sujet même pose un défi, remet pas mal de choses en question. En ce moment, nous excellons à faire des films qui s'attaquent à des sujets tabous, nous choisissons des sujets qui semblent faire peur aux autres. *The crying game* est un

bon exemple. *Butterfly kiss* et *The young poisoner's handbook* en sont deux autres. L'histoire d'un jeune garçon qui commence par empoisonner sa famille et finit par empoisonner tous les gens qui travaillent autour de lui. C'est un film excellent, excellent car l'histoire est tout à fait originale. C'est aussi un film qui prend des risques en ce qui concerne les réactions et les émotions des spectateurs. Un autre film qui pose des questions importantes est le film de Mike Leigh, *Naked*. C'est un film qui refuse d'accepter le fait qu'une histoire doit obligatoirement suivre un modèle qui consiste à manipuler le spectateur d'une certaine manière. Une histoire peut avoir sa propre vie. Le monde est fait de toutes sortes de gens et ces gens ont tous quelque chose à dire. Il ne s'agit pas d'avoir tort ou raison. Il ne s'agit pas de suivre une morale bien définie. La morale évolue. En ce moment, les Britanniques s'intéressent particulièrement à cette évolution de la moralité et nous prenons des risques dans ce domaine. Et si nos films connaissent une certaine réussite aujourd'hui, c'est parce que nous répondons à une demande, à un désir du public pour quelque chose de différent.

Les gens ne veulent pas toujours recevoir des cadeaux enveloppés de la même manière ; ils ne veulent pas découvrir que, dans une boîte de chocolats, tous les chocolats ont le même goût ; ils sont prêts à sortir, à découvrir quelque chose de neuf. S'ils savent que le film est bien fait, que le sujet porte à la controverse, provoque même, il y a des chances que le public se dérangera ; et je crois que ces derniers temps, nous avons été plus courageux que les autres et qu'aujourd'hui, nous en récoltons les fruits. Il y a bien sûr, d'autres types de films britanniques qui marchent bien. Nous excellons dans la dramatisation de notre passé, dans la reconstitution d'un passé mythique sous une forme spectaculaire. Ces histoires ne sont d'ailleurs pas forcément sans rapport avec ce qui se passe aujourd'hui.

Les Français font bien ce genre de film, eux aussi, mais je crois que dans ce domaine, nous sommes les meilleurs. La scénariste des films de Merchant-Ivory³ par exemple est un écrivain très doué car elle parvient à raconter une histoire qui s'est passée il y a cent ou cent cinquante ans et à lui donner un sens contemporain, pour le public d'aujourd'hui. Le sujet de *Howard's end*, par exemple, est merveilleux ; il nous parle d'êtres humains, de leurs préjugés, de trahison, de morale, tout cela continue à faire partie de notre vie de tous les jours. En Angleterre, nous faisons bien ce genre de chose. Par ailleurs, il semble que nous fassions aussi pas mal de films qui effraient les distributeurs !

A. J. — Côté français, ou outre-Manche, on a l'impression que la Grande-Bretagne fait souvent jeu à part, pour tout ce qui concerne la politique commune européenne et que le gouvernement britannique a tendance à placer la Grande-Bretagne comme « tête de pont » américaine. Quel est votre avis sur le sujet ?

S. P. — A mon avis, il se passe deux choses en ce moment : l'une — qui n'est pas nouvelle — est qu'un certain nombre de compagnies européennes s'installent à Hollywood où elles tentent de fonctionner dans le cadre du système américain, et où elles connaissent un échec cuisant. Canal Plus vient de perdre des sommes considérables. L'expérience de Carolco est un véritable désastre. Un peu comme chez les Japonais, la perception des Européens a été que les Américains leur dérobaient

quelque chose, et ils ont voulu aller en Amérique pour tenter de le reprendre. Ils en sont sortis meurtris.

L'autre est qu'en même temps, un petit nombre de films britanniques sont sortis sur les écrans, des films qui ont bien marché et qui ont même connu un certain succès aux Etats-Unis.

Cela signifie que les grands groupes européens, les conglomérats qui existent en Europe aujourd'hui, ont dû se rendre à l'évidence que les films produits en anglais aujourd'hui ont plus de valeur sur le marché international que les films réalisés dans d'autres langues, et que, s'ils veulent faire ce genre de film, les Britanniques sont un partenaire privilégié. Les films britanniques ont — à un degré relativement faible — plus de succès que les autres films étrangers aux Etats-Unis. Notre langue n'est pas exactement la même langue, mais c'est une langue plus proche de celle que parlent les Américains.

Dans un sens, oui, nous sommes toujours « une tête de pont », mais ce n'est pas seulement un pont vers l'Amérique : nous représentons un partenaire plus naturel pour faire des films en anglais et ces films tournés en anglais ont une plus grande valeur au Japon, à Taiwan et en Amérique. Et cela représente bien davantage que le but plutôt illusoire, d'atteindre, à tout prix, le marché américain.

Entretien réalisé par Anne Jäckel, le 5 avril 1995,
et traduit par Anne Jäckel

NOTES

¹ Le film *Victory* a été réalisé par Mark Peploe (*Le jardin de ciment*).

² A Venise, *Before the rain* a remporté le Lion d'Or, ex-aequo avec le film de Tsai Ming-Liang, *Vive l'amour* (Taiwan).

³ Ismail Merchant est le producteur de James Ivory.

L'ESPACE CULTUREL EUROPEEN : ENJEUX ET ILLUSIONS

Wilf Stevenson — En Grande-Bretagne, nous avons une charte royale, et cette charte stipule expressément que le rôle du BFI est de développer l'art cinématographique et c'est précisément ce que nous faisons.

Anne Jäckel — Parmi ses nombreuses activités, le BFI participe à la production de films. Quelle est l'importance du secteur production ?

W. S. — Nous sommes relativement peu impliqués dans la production. Nous avons une division qui se spécialise dans la production de longs métrages à petit budget, de courts métrages — des œuvres expérimentales — et nous produisons également des documentaires. Nous avons à notre disposition une somme d'un million de livres sterling par an, somme qui est loin d'être considérable mais qui a tout de même une certaine importance pour ce que l'on peut appeler « la culture cinématographique ».

A. J. — Le BFI a-t-il déjà été impliqué dans le montage financier de coproductions avec des partenaires européens ?

W. S. — Oui, nous en avons fait. Moins cette année que les années précédentes. Peu de toutes façons puisque nous ne réalisons qu'un ou deux films par an. L'année dernière, nous avons coproduit un film avec l'Allemagne : il s'agissait d'une coproduction qui avait reçu le soutien financier du Fonds de la Westphalie de l'Ouest et, l'année précédente, nous avons coproduit *Anchoress* avec une compagnie flamande en Belgique. Les deux films ont été tournés en anglais et ont été distribués en version originale sous-titrée.

A. J. — Les coproducteurs allemands et belges se sont-ils adressés au BFI parce qu'ils désiraient faire un film en langue anglaise ? Accepteriez-vous de coproduire un film dans une langue étrangère ?

W. S. — La réponse aux deux questions est : « oui ».

A. J. — Quelle est, à votre avis, la politique culturelle et économique à mener en matière de cinéma européen ? Les options prises par MEDIA vous paraissent-elles aller dans le bon sens ?

W. S. — Je suis un « supporter » de MEDIA, probablement plus pour ce qui est de ses ambitions qu'au niveau des différentes initiatives. Il y a des réussites et des échecs. Mais selon moi, l'idée directrice initiale était formidablement ambitieuse et correspondait exactement à ce dont l'Europe avait besoin. Par conséquent, je suis tout à fait pour.

A. J. — Avez-vous la même opinion d'EURIMAGES ?

W. S. — Nous n'avons pas la même expérience avec EURIMAGES parce que le Royaume-Uni n'y a adhéré que relativement tard. Je ne suis pas aussi sûr... en théorie, c'est une bonne idée, mais j'ai des doutes quant à l'efficacité d'un système qui consiste à investir des fonds publics dans la production de films et qui ne se soucie guère de prendre en compte des notions aussi essentielles que le marché ou l'audience.

A. J. — A votre avis, EURIMAGES ne se préoccupe pas du marché ?

W. S. — Il me semble que les contributions d'EURIMAGES tendent à compléter les subventions nationales offertes aux producteurs de différents pays au lieu de soutenir les réalisateurs qui prennent des risques et qui ont des difficultés à trouver des distributeurs ou des agents qui pourraient les aider à financer leurs films.

A. J. — Quelle est votre position sur la directive Télévision sans frontières ?

W. S. — A mon avis, le débat autour de cette directive ne peut mener qu'à une impasse. De toutes façons, dans la plupart des pays, les téléspectateurs préfèrent regarder des programmes nationaux, une programmation nationale, c'est l'essence même de la télévision... Il est difficile d'imaginer un pays qui choisirait de diffuser une majorité d'émissions qui proviendraient d'une autre culture ; je ne crois vraiment pas que les diverses cultures disparaîtront si le seuil de 51 % de programmations locales n'est pas respecté.

A. J. — Ne pensez-vous pas que les cinémas nationaux des petits pays et les programmes locaux réalisés dans des langues minoritaires risquent de disparaître ?

W. S. — Il y a de meilleurs moyens de les protéger. Je ne pense pas que les quotas soient la bonne solution. Je préfère un système de tarification, système dont l'efficacité est d'ailleurs parfaitement reconnue aujourd'hui. Si une chaîne de télévision transmet plus de 50 % de programmes d'origine étrangère, alors l'imposition d'une taxe contribuant à alimenter un fonds destiné à la production de ce pays est un système bien plus ingénieux. A mon avis, c'est ce système qu'il faut préconiser. Je ne suis pas contre les quotas en ce qui concerne la capacité de production ; je suis contre quand il s'agit du contenu des programmes.

Que signifie l'expression « dans une proportion raisonnable chaque fois que c'est réalisable ou possible » ? Comment peut-on définir cela ?

Ce n'est pas possible. Ce que vous pouvez faire en tant que diffuseur de programme, c'est choisir ce que vous voulez diffuser comme programmes et dans quelle proportion vous voulez les diffuser. Vous pouvez opter pour 100 % de programmes brésiliens sur votre chaîne française, mais si vous le faites, vous devriez verser une contribution égale à 10 % de votre chiffre d'affaires au fonds de production nationale français de telle sorte que les productions nationales recevront votre soutien même si vous ne prenez pas leurs œuvres. C'est ce système qu'il faut recommander.

A. J. — La forte présence américaine sur les écrans de cinéma européens représente-t-elle une menace pour l'Europe ?

W. S. — Je pense que toute domination excessive dans le domaine culturel, quelle que soit la forme culturelle, constitue une menace à la liberté d'expression, mais quand je dis cela, je ne réponds pas à la question que vous posez...

A. J. — A votre avis, la notion d'identité culturelle, d'identité européenne commune a-t-elle un sens ?

W. S. — Je crois qu'il existe aujourd'hui un profond sens d'engagement véritable entre les pays d'Europe, qui est stimulé par les voyages, la disparition progressive des barrières entre les différents pays, une meilleure compréhension de la façon dont nos organisations fonctionnent, et il est certain que la télévision et le cinéma

ont leur rôle à jouer dans le développement de cette compréhension mutuelle. C'est inévitable. Nous reconnaissons les paysages de San Francisco ou ceux de Manhattan grâce aux films que nous regardons ; je pourrais vous emmener dans un commissariat de police de Los Angeles car j'y suis allé si souvent dans les films que j'ai vus, mais je ne peux faire la même chose pour la France, l'Allemagne, l'Espagne ou l'Ecosse... Pourquoi pas ?

Je devrais être en mesure de le faire. C'est un droit que je devrais avoir, le droit de regarder ces émissions et ces films, de pouvoir m'en faire une idée moi-même, de me former ma propre opinion sur ces pays.

A. J. — Et vous pensez que les Européens partagent cette curiosité ; après tout, leurs préférences semblent se porter vers les films américains...

W. S. — Peut-être, mais ils devraient au moins avoir la possibilité de choisir. Il est fort possible qu'ils choisissent de regarder des films américains mais ils ne devraient jamais se trouver dans une situation où ce choix n'existe pas pour eux. Là où le marché ne permet pas d'offrir ce choix au public, je pense que c'est le rôle du gouvernement d'apporter son soutien afin d'élargir le choix de programmes, d'offrir cette diversité, car c'est seulement en maintenant un certain niveau de choix que l'on pourra préserver la liberté d'expression.

Il est très important d'empêcher qu'une situation de monopole ne se développe lorsque le marché échoue.

A. J. — Qui peut ou doit intervenir pour compenser cette faiblesse du marché ?

W. S. — C'est là que l'Europe doit intervenir et que les gouvernements nationaux doivent intervenir. Ils ont tous les deux un rôle à jouer.

Plusieurs choses sont en jeu. L'espace culturel et géographique dans lequel nous vivons s'europeanise de jour en jour. A mon avis, il est important qu'il existe des organisations et des structures au niveau gouvernemental qui soutiennent cette évolution. Elles devraient pouvoir avoir une vision d'ensemble sur toutes les cultures, sur tous les horizons et pouvoir dire si telle ou telle chose est bonne ou mauvaise, si telle chose est désirable ou non, dans le cadre de leur mandat.

Et cela s'applique également au niveau régional et local. Il faut donc qu'il existe des institutions capables de protéger ces différents aspects, ici, au pays de Galles, en Ecosse et en Irlande du Nord, mais aussi dans de plus petites régions comme la Cornouailles. Il est très important que ces régions puissent exprimer leur spécificité culturelle, continuer à pratiquer leurs traditions si elles le désirent et préserver leurs coutumes et leur patrimoine. Sinon, tout cela risque de disparaître et ce serait vraiment triste.

A. J. — Vous parlez d'émissions télévisées produites localement, dans les régions. Selon vous, le cinéma a-t-il encore un rôle à jouer dans ce domaine ?

W. S. — La machine hollywoodienne fait d'excellents films. On ne doit pas empêcher les gens de voir ces films s'ils le désirent. Mais je pense qu'il devrait être aussi possible de protéger... de créer un espace où l'on pourrait diffuser d'autres produits, montrer des images différentes, et c'est à ce niveau qu'il faut une action concertée pour éviter que le marché domine dans l'audiovisuel. Cela veut dire un effort dans

le domaine de la production peut-être, mais surtout, un plus grand soutien à la distribution et à l'exploitation, le type de démarche que le BFI soutient par exemple.

A. J. — En ce qui concerne les initiatives du programme MEDIA, on a dit que le Fonds de distribution EFDO avait plus de chances que les autres que son mandat soit renouvelé. Les résultats d'EFDO jusqu'ici justifient-ils une telle décision ?

W. S. — Ce n'est pas tout à fait exact. EFDO a permis de contribuer — avec un certain succès — à une meilleure diffusion des films européens dans les différents pays d'Europe. Si cette initiative devait être réorientée dans une autre direction, à mon avis, ce serait extrêmement dangereux. Le but d'EFDO était de permettre à des « petits films » (il ne s'agit pas uniquement de « petits films » d'ailleurs) qui ont eu de bons résultats sur un marché particulier, d'être distribués sur d'autres marchés à l'intérieur de l'Union européenne. Les nouvelles propositions suggèrent que cet argent devrait être versé directement aux producteurs pour leur permettre de produire des films qui, de l'avis des distributeurs, auront des chances de marcher dans le grand marché européen. C'est une idée intéressante mais ce serait catastrophique si on décidait de la mettre en pratique au détriment d'EFDO.

Il y a une autre initiative européenne sur laquelle j'aimerais insister : il s'agit d'EUROPA CINEMAS.

Si vous examinez de près le nouveau programme MEDIA II, il y a une énorme lacune, un vide : on n'y trouve rien pour ce qui est des salles de cinéma.

On parle de distribution, de formation et de développement. A mon avis, il est extrêmement important que la réussite — tardive, mais néanmoins importante — d'EUROPA CINEMAS, soit maintenue et développée. Nous sommes parvenus à réintégrer ce programme dans MEDIA II car cela nous semblait inconcevable qu'une telle initiative puisse disparaître.

A. J. — Vous êtes donc un supporter du programme EFDO tel qu'il a été conçu, vous pensez que les nouvelles propositions qui tendent à donner l'initiative aux producteurs européens risquent de mener à la disparition des petits films européens, et pourtant, vous avez, à plusieurs reprises, indiqué que vous pensiez que la Grande-Bretagne était bien placée pour être le futur « Hollywood de l'Europe », un grand centre de productions cinématographiques en anglais...

W. S. — Il s'agit là d'une question assez compliquée. J'ai beaucoup parlé de l'importance de la diffusion des programmes en Europe, en particulier des films qui traitent de spécificités nationales, régionales ou locales, de sujets qui montrent que des vérités universelles sont souvent mieux traitées si elles proviennent d'une région spécifique bien déterminée, ce qui permet au film de marcher dans tous les pays, dans toutes les cultures et à n'importe quelle époque. Mais ce n'est pas exactement la même chose que de vouloir aussi que le cinéma soit également une industrie forte, une industrie où les perspectives d'emploi et les bénéfices économiques ne sont pas oubliés.

Tout en insistant sur l'importance des impératifs culturels et sur le fait que la culture constitue une activité essentielle dans les régions, pour chaque nation et en Europe en général, nous voulons aussi attirer les professionnels du cinéma ; ces deux objectifs ne s'excluent pas mutuellement, et si l'on décide aujourd'hui en Europe, de

produire des films en anglais, ne vaut-il pas mieux que ce soit en Grande-Bretagne que cela se fasse, plutôt qu'à Hollywood ?

En utilisant l'expression « Hollywood en Europe », c'est ce que je voulais dire.

Ceci dit, le marché américain représente le plus grand marché du monde pour les films, plus de 50 %. Il faut donc aussi réfléchir à la meilleure façon de présenter vos films, essayer de les vendre sur ce marché et cela veut probablement dire, tourner en anglais. Bien sûr, vous pouvez choisir de les faire dans une autre langue et de vendre les droits du film à un producteur américain. C'est ce que les Français ont fait récemment, pas toujours avec succès. Le cinéma est une industrie de l'aléatoire. Il est difficile de prédire l'avenir. Le processus de production de films est en pleine transformation en ce moment. Ce qui se passe dans le domaine des effets spéciaux est particulièrement intéressant. Saviez-vous que dans le film qui va bientôt sortir, *The first night*, Richard Gere doit se battre avec une épée, mais il ne se bat pas avec une véritable épée, quand il joue, c'est un bâton qu'il utilise et grâce à des effets spéciaux, c'est une épée que l'on voit dans les scènes de combat, une épée qui « fait plus vrai » qu'une épée véritable. Alors, la caméra ne ment-elle jamais ? Nous donne-t-elle la vérité vingt-quatre fois par seconde ? Aujourd'hui, ce n'est plus vrai, si cela l'a jamais été.

A. J. — Mais justement, les plus petits pays n'ont pas les moyens de produire ce genre de films. Que risque-t-il de se passer si les pays de langues minoritaires n'ont pas suffisamment de capitaux pour maintenir un certain niveau de production ?

Leur industrie cinématographique, leur culture, à la limite leur langue, ne risquent-elles pas de disparaître ?

W. S. — C'est peut-être cruel de poser la question, mais un film pourra-t-il arriver à sauver cette langue ? Est-ce qu'un petit nombre de films, ou même une chaîne de télévision peut les aider à survivre ? J'en doute. Il y a d'autres contraintes...

Même si le fait qu'on tourne aujourd'hui un film en gallois permet d'attirer l'attention du public sur l'existence d'une culture, de contribuer, dans un certain sens, à une meilleure compréhension de nos racines, je ne pense pas que ce film puisse sauvegarder la langue galloise. Il est souhaitable toutefois que cela se fasse, et je ne crois pas que les deux types de production soient incompatibles.

Il faut établir des conditions satisfaisantes pour permettre à toute créativité de s'épanouir.

A. J. — Comment envisagez-vous l'avenir du cinéma britannique en Europe ?

W. S. — J'espère que les films britanniques seront au moins autant appréciés en Europe qu'ici... Ils n'ont pas beaucoup de succès ici... Il reste beaucoup à faire. Malgré tout, le cinéma britannique a une excellente réputation en France, en Allemagne, en Italie et en Espagne et il n'y a aucune raison pour que cela cesse.

Les films britanniques ont-ils des chances de conquérir le marché américain ? Personne ne peut répondre à cette question. Nous y avons connu une certaine réussite et, naturellement, j'espère que cela va continuer.

A. J. — Le nombre de coproductions avec des partenaires européens a considérablement augmenté ces dernières années. A la suite de l'énorme succès de *Quatre*

mariages et un enterrement, vous attendez-vous à voir les producteurs européens se précipiter encore davantage sur leurs partenaires britanniques ?

W. S. — Les chiffres parlent tout seuls et illustrent parfaitement le rôle positif que l'intervention étatique peut exercer : avant la création du Fonds de coproduction européen, il n'y avait pas d'argent pour encourager les coproductions. Depuis que ce fonds géré par le British Screen existe, une trentaine de coproductions ont été réalisées. Cela représente un changement plutôt impressionnant. C'est un résultat extraordinaire et en passe de se renouveler.

Entretien réalisé par Anne Jäckel, le 6 avril 1995,
et traduit par Anne Jäckel

SIGNATURES

Théo Angelopoulos

Théo Angelopoulos a réalisé une douzaine de longs métrages. Nombre d'entre eux furent coproduits, entre la Grèce et d'autres pays européens (notamment la France et l'Italie). Il a aussi bénéficié, dernièrement, du fonds EURIMAGES pour *Le pas suspendu de la cigogne* (1991) et *Le regard d'Ulysse* (1995). Parfait francophone (il fit une année d'étude à l'IDHEC en 1962), Angelopoulos est ce que les tenants de la Nouvelle Vague auraient appelé un « auteur complet » puisqu'il écrit, réalise et produit ses propres films.

Jean-Claude Batz

Jean-Claude Batz a produit la plupart des films d'André Delvaux. Il fut longtemps professeur à l'INSAS (la célèbre école belge de cinéma) et s'intéressa, dès le début des années soixante, à la question du cinéma européen. Ainsi, il organisa par exemple, avec Claude Degand, des colloques et rédigea avec lui des ouvrages sur le sujet, comme *La Contribution à une politique commune de la cinématographie dans le marché commun*, en 1968.

Pierre-Jean Benghozi

Pierre-Jean Benghozi est directeur de thèse au Centre de recherche en gestion de l'École polytechnique-CNRS. Il enseigne aux universités Paris IX Dauphine et Paris I Panthéon-Sorbonne. Il est spécialiste de l'économie et de la gestion de la culture et des médias, auxquelles il a consacré de nombreux articles et ouvrages. Il travaille actuellement sur l'économie des droits de propriété intellectuelle et le développement des nouveaux réseaux de télécommunications. Il est auteur, notamment, de *Le cinéma entre l'art et l'argent* (L'Harmattan, 1989) ; *Négociier la modernisation : le cas de la presse* (La Documentation française, 1992); *Le tournant commercial des musées en France et l'étranger* (La Documentation française, 1993).

Bernardo Bertolucci

En 1962, Bernardo Bertolucci se voit offrir la chance unique de pouvoir signer son premier long métrage à vingt et un ans, en réalisant *La Commare secca* d'après un sujet de P. P. Pasolini, dont il venait d'être assistant sur le tournage d'*Accattone*. Toutefois, c'est en 1964, avec *Prima della rivoluzione*, que Bertolucci s'impose à Cannes comme la figure de proue de la Nouvelle Vague italienne. Après *Partner* et *La Stratégie de l'araignée*, sa carrière va prendre un tournant décisif sur le plan international, grâce au succès du *Conformiste*. Suivront *Dernier Tango à Paris*, le diptyque de *1900*, *La Luna*, et *La tragédie d'un homme ridicule*, avant que le réalisateur ne se lance à corps perdu dans la « trilogie orientale » que l'on sait, dont le premier volet récoltera neuf Oscars en 1988.

Laurent Creton

Laurent Creton est maître de conférences à l'Université de Paris III-Sorbonne nouvelle, et directeur de l'UFR cinéma et audiovisuel. Spécialiste en management stratégique, gestion de l'innovation et économie de la filière cinématographique, il vient de publier chez Nathan *Economie du cinéma. Perspectives stratégiques*.

Jacques Delmoly

Jacques Delmoly intègre la Commission européenne comme conseiller juridique en 1975. Spécialiste du droit d'auteur et du droit des médias, il participe à tous les travaux ayant abouti au Livre vert « Télévision sans frontières » (1984) et à la directive européenne sur le même sujet (1989). De 1986 à 1990, il a été conseiller juridique auprès du Conseil des ministres de l'Union européenne, et a ce titre participé aux travaux ayant abouti au programme MEDIA I (1990). Il est aujourd'hui à la tête du programme MEDIA II, comme chef d'unité à la direction générale « Information, Communication, Culture, Audiovisuel » de la Commission européenne.

André Delvaux

André Delvaux est le réalisateur belge sans doute le plus connu à l'étranger. Il s'est toujours attaché à lier ses films et sa double identité flamande et francophone, tournant alternativement dans les deux langues. Ses longs métrages illustrent aussi bien le patrimoine littéraire belge (il adapte Johan Daisne dans *De man die zijn haar kort liet knippen* et *Un soir un train* ; Suzanne Lilar dans *Benvenuta* ; Marguerite Yourcenar dans *L'œuvre au noir...*) que les paysages de son pays (filmant en décors naturels Bruges, Gand, Louvain, mais aussi les Fagnes, Spa, ou le Brabant autour de Bruxelles).

Anne Devauchelle

Anne Devauchelle est directeur des Affaires européennes et internationales du CNC. Elle assure à ce titre la représentation du ministère de la Culture dans la négociation des directives en cours d'élaboration dans l'Union et dans les différentes instances européennes. Elle représente ainsi la France au sein d'EURIMAGES, dont elle assure la vice-présidence.

Fabien Gérard

Fabien Gérard est historien de l'art et archéologue de formation. Passionné par la résurgence des thèmes archaïques au sein de la société technicienne, il compte parmi les proches collaborateurs de Bernardo Bertolucci depuis sa préparation du *Dernier Empereur*, dont il a notamment publié le journal de tournage aux éditions des *Cahiers du cinéma*, et à qui il consacre sa thèse de doctorat. Depuis 1991, il a été appelé à dispenser deux cours d'histoire du cinéma à l'Université libre de Bruxelles (ULB).

Jean A. Gili

Jean A. Gili est professeur à l'Université de Paris I-Sorbonne. Considéré comme l'un des meilleurs spécialistes du cinéma italien, il permet d'en avoir une plus large connaissance en France, notamment, chaque année, aux Rencontres du cinéma italien d'Annecy, dont il est le délégué artistique. Outre de nombreux articles (notamment au sein de *Positif* et de *1895*), il a publié plusieurs ouvrages sur la comédie italienne, le cinéma mussolinien, les coproductions franco-italiennes ou des livres de référence sur les cinéastes Francesco Rosi et Luigi Comencini.

Annie Goldmann,

Annie Goldmann est chercheur à l'Ecole des hautes études en sciences sociales (Paris), a effectué les premières recherches de sociologie du cinéma. Ses travaux tentent de mettre en lumière les relations entre la vision du monde des cinéastes et la société dans laquelle ils vivent. Principales publications : *Cinéma et société moderne* (Denoël), *L'errance dans le cinéma contemporain* (Veyrier), *Rêves d'amour perdus*,

les femmes dans les romans du XIX^e (Denoël), *Les filles de Mardochée* (Denoël), *Le judaïsme au féminin* (Balland), *Les années folles* (Casterman).

Henry Ingberg

Henry Ingberg est administrateur général au ministère de la Culture et des Affaires sociales de la Communauté française de Belgique. Il supervise depuis de longues années la politique audiovisuelle de la partie francophone du pays (fédéralisé). Il s'est aussi intéressé à la politique cinématographique européenne. Il fut l'un des fervents défenseurs de l'« exception culturelle » lors des débats du GATT.

Anne Jäckel

Anne Jäckel est enseignante à la Faculté des Langues et Etudes européennes de l'University of the West of England (Bristol, Angleterre). Elle a collaboré à plusieurs revues de cinéma : *Sight & Sound* (Royaume-Uni), *Cinema Papers* (Australie). On peut aussi noter ses contributions à des revues de communication (*Media Policy Review*, *The European Journal of Communication*) et de linguistique (*Language International*, *Babel*). Anne Jäckel a écrit le chapitre sur le cinéma européen dans l'ouvrage collectif *Film Policy* (Ed. Albert Moran, Routledge, 1996) et poursuit actuellement un travail de recherche sur les coproductions européennes avec le Canada (avec l'Université d'Alberta, Edmonton, Canada).

Francine Jean-Baptiste

Quand elle fut directrice d'Agfa-Cinéma France, Francine Jean-Baptiste organisa des séances de courts-métrages au célèbre cinéma le *Max Linder* à Paris, afin de faire connaître et diffuser les films d'une nouvelle génération de cinéastes. Elle occupe actuellement la fonction de directrice des Relations publiques, chez Telcipro, laboratoire cinématographique.

Eduardo Manet

Eduardo Manet est auteur de théâtre (*Les Nonnes*) et romancier (prix Goncourt des lycéens 1992 pour *L'île du lézard vert*). Il est aussi un fervent cinéophile. Originaire de Cuba, il a acquis la nationalité française et continue, depuis Paris, son œuvre littéraire. Il souhaiterait aujourd'hui s'orienter également vers la scénarisation ou la réalisation cinématographique.

Adolphe Nysenholc

Adolphe Nysenholc est docteur en philosophie et lettres et chargé de cours à l'Université libre de Bruxelles (ULB). Ses enseignements y portent sur le cinéma. Il est l'auteur de *L'Age d'or du comique*, 1979, et *Charles Chaplin ou la légende des images* (Mériidiens Klincksieck, Paris, 1987). Il a organisé le premier colloque international Charles Chaplin, à Paris (en Sorbonne, et à la Cinémathèque française, en 1989), publié chez Mouton-de Gruyter (Berlin-New York, 1991). Il a fait paraître de nombreux ouvrages collectifs, notamment *André Delvaux* (Editions de l'Université de Bruxelles, 1995). Auteur dramatique, il a obtenu pour *La Passion du diable* (Ed. Lansman), le grand prix du public à Valenciennes ; et pour *Survivre ou la mémoire blanche* (Ed. Ambedui), créé par le Théâtre-Poème, le prix Louis Musin.

Simon Perry

Simon Perry est responsable du British Screen. On lui attribue l'ouverture du cinéma britannique aux producteurs européens. Avant d'être nommé à la tête du British Screen, le producteur anglais (Umbrella Productions) occupa de nombreux postes dans l'industrie du cinéma : il fut le fondateur de l'Association des producteurs indépendants (AIP) dans les années soixante-dix, créa une compagnie d'investissement à but non lucratif en 1978 (First Investors Film Management Company), se lança dans la mise en scène, le journalisme (correspondant londonien pour le journal américain *Variety*), l'exploitation (le Regal Cinema à Londres) et fut responsable du Fonds de financement pour le développement du cinéma britannique (National Film Development Fund) jusqu'en 1985. Depuis 1986, il tient les rênes du British Screen qu'il entraîne d'une main vigoureuse vers l'Europe.

Claude-Eric Poiroux

Claude-Eric Poiroux fut d'abord distributeur et exploitant. Il combattit pour diffuser des films de jeunes auteurs, tels Leos Carax ou Jim Jarmush. Aujourd'hui, toujours programmateur d'un cinéma à Angers, le *400 coups*, il est surtout directeur d'Europa Cinéma, l'une des initiatives phares du plan Média I, dont l'action se développera différemment au sein de MEDIA II.

Pascal Rogard

Pascal Rogard est secrétaire général de la Chambre syndicale des producteurs-exportateurs de films français et délégué général à l'ARP (Société des auteurs, réalisateurs et producteurs). Il est, à ce titre, l'un des plus fervents défenseurs du cinéma français, tant d'un point de vue industriel qu'artistique. Sous l'égide de Pascal Rogard et de l'ARP, se tiennent, depuis quelques années déjà, les Rencontres cinématographiques de Beaune, organisées pour faire le point entre professionnels cinéastes-producteurs sur l'état des lieux de la politique audiovisuelle, tant nationale qu'euro-péenne.

Daniel Serceau

Daniel Serceau est professeur à l'Université de Paris I (Panthéon-Sorbonne), directeur du Centre Saint-Charles. Il a travaillé comme directeur et programmateur de salles art et essai, puis comme critique, assistant, scénariste et réalisateur. Il est l'auteur, entre autres, d'ouvrages sur Kenji Mizoguchi, Nicholas Ray, Jean Renoir, Ousmane Sembène et d'un essai sur la théorie du cinéma.

Nicolas Seydoux

Nicolas Seydoux est président-directeur général de la Gaumont depuis 1975. Il est sans aucun doute l'un des « décideurs » les plus importants du cinéma français, puisqu'il contrôle, directement ou indirectement, une partie considérable des trois secteurs-clés de l'industrie du film en France : la production, la distribution et l'exploitation. A la tête du « cartel » cinématographique français le plus ancien et le plus prestigieux depuis vingt ans, Nicolas Seydoux dispose d'un recul suffisant pour analyser la situation actuelle, en se basant sur les expériences du passé et pour brosser les perspectives d'une politique d'avenir, tant en France, qu'en Europe.

Frédéric Sojcher

Frédéric Sojcher a réalisé une demi-douzaine de courts-métrages, notamment *Fumeurs de charme* (avec Serge Gainsbourg et Bernard Lavilliers) et *Vroum-Vroum* (avec Annie Cordy et Michael Lonsdale), tous deux distribués en salles, en avant-programme. Il est actuellement enseignant-chercheur à l'Université de Paris I-Sorbonne. Il vient d'y soutenir une thèse intitulée *Le cinéma belge et l'Europe, institutions et identités culturelles*.

Jérôme Soubeyrand

Jérôme Soubeyrand est musicien classique de formation. Il a été comédien, auteur et metteur en scène de théâtre avant d'écrire et de réaliser des films. A son actif, sept courts-métrages, de nombreux films institutionnels et productions de télévision.

Steven Spielberg

Steven Spielberg est d'abord « enfant prodige » du cinéma américain, réalisant à vingt-quatre ans son premier long métrage, *Duel* (qui devait au départ être un téléfilm). Il est devenu le réalisateur et producteur que tout le monde connaît, générant, avec *Jurassic Park*, l'une des plus grosses recettes de l'histoire du cinéma.

Wilf Stevenson

Wilf Stevenson est directeur du British Film Institute depuis octobre 1988. Il a rejoint le BFI en avril 1987, après avoir travaillé dans l'administration de l'enseignement supérieur. Il est également membre actif du British Screen Advisory Council, du British Council Film & Television Advisory Committee, du Comité d'experts gouvernementaux sur le cinéma au Conseil de l'Europe. Secrétaire du groupe parlementaire sur le cinéma, Wilf Stevenson est, enfin, professeur honorifique à l'Université de Stirling (1992-1995).

Bertrand Tavernier

Fervent cinéophile, Bertrand Tavernier a collaboré aux principales revues de cinéma français. Comme attaché de presse, il lança aussi en France de nombreux films de ses réalisateurs préférés (Kazan, Losey, Ford,...). Il devint ensuite lui-même metteur en scène et s'imposa, petit à petit, comme l'un des plus grands cinéastes français. Tavernier, qui admire profondément tout un pan du cinéma hollywoodien (lire à ce propos ses livres, *50 ans de cinéma américain*, coécrit avec Jean-Pierre Coursodon et *Amis américains*, recueil d'entretiens qu'il a eus avec des réalisateurs et scénaristes d'outre-Atlantique), est aussi le plus fervent défenseur d'une spécificité culturelle européenne.

Yvon Thiec

Yvon Thiec est français. Il dirige le bureau de représentation des associations professionnelles françaises de producteurs de films auprès de l'Union européenne (CSPE, UPF, AFPP, ARP).

A ce titre, il est chargé de suivre l'ensemble des dossiers relatifs au secteur cinématographique et audiovisuel au niveau européen. Précédemment, il était administrateur au sein du groupe libéral du Parlement européen et collaborateur de Mme Simone Veil. Au début de sa carrière, Yvon Thiec a été chercheur en science politique à l'Institut universitaire européen de Florence et a défendu une thèse sur l'histoire des sciences sociales et politiques au XIX^e siècle.

Charlie Van Damme

Charlie Van Damme est directeur de la photographie. Professeur à l'INSAS puis à la FEMIS, il a collaboré à des films d'André Delvaux, Alain Resnais ou Agnès Varda. En 1987, il édite un livre *Lumière actrice*, sur le rapport entre « la lumière » et les autres éléments filmiques (décor, son, jeu des acteurs). Il vient de réaliser son premier long métrage, *Le joueur de violon*, mais souhaiterait parallèlement poursuivre sa carrière de chef opérateur.

Antonio-Pedro Vasconcelos

Antonio-Pedro Vasconcelos est réalisateur portugais de longs et de moyens métrages (fictions et documentaires), De 1991 à 1995, il est président de l'Association SCALE du Programme MEDIA I. En 1993, il fut aussi nommé président du groupe de travail chargé du *Rapport sur l'audiovisuel* pour le *Livre vert* de la Commission de l'Union européenne — document qui sert toujours de base de réflexion à la réorientation de MEDIA II.

Christian Viviani

Christian Viviani est maître de conférences à l'Université de Paris I-Sorbonne. Il est considéré comme l'un des spécialistes français du cinéma américain. Ses ouvrages sur Lubitsch ou Francis Ford Coppola, par exemple, font aujourd'hui figure de référence. Christian Viviani est également collaborateur de la revue française de cinéma, *Positif*, dont il assume la coordination

Andrzej Wajda

Andrzej Wajda a été révélé à Cannes dès son second long métrage, *Kanal* (1957). Il résume presque à lui tout seul les différentes étapes du cinéma polonais des années cinquante à nos jours. D'abord inspirée par le néo-réalisme, son œuvre sera en effet un reflet fidèle de l'évolution de la société polonaise, de la tourmente de la Seconde guerre mondiale, aux années communistes, en passant par la levée du rideau de fer.

Wim Wenders

Wim Wenders est sans nul doute le réalisateur allemand le plus connu aujourd'hui. Tourmant aussi bien au Portugal (*L'état des choses*, *Lisbonne Story*), qu'aux Etats-Unis (*Nick's Movie*, *Hammett*, *Paris-Texas*), bien sûr en Allemagne ou dans plusieurs pays à la fois (*Jusqu'au bout du monde*), Wenders est aussi un polyglotte, qui porte son regard sur la société où il vit (*Les ailes du désir*), avec tout à la fois un souci « humaniste » et un regard très personnel, alliant cinéphilie (il vient de co-signer le dernier film d'Antonioni), cinéma d'auteur et plaisir de communiquer avec le public.

TABLE DES MATIERES

Frédéric Sojcher Cinéma européen et identités culturelles	5
I HISTOIRE ET IMAGINAIRES EUROPEENS	17
Théo Angelopoulos Le regard qui cherche et qui attend	19
André Delvaux L'Europe, entre cinéma du terroir et fusion des cultures	25
Jean A. Gili Identité culturelle et phénomène régional dans le cinéma italien	31
Annie Goldmann L'histoire et la diversité, composantes identitaires du cinéma européen	35
Eduardo Manet L'Europe... est-elle européenne ?	39
Bertrand Tavernier L'importance de l'imaginaire	43
II L'EXCEPTION CULTURELLE	47
Daniel Serceau Entre libéralisme et qualité, le cinéma européen : contre la loi du marché	49
Steven Spielberg Pour la diversité culturelle	55
Charlie Van Damme Du cinéma muet au cinéma mutique	57
Charlie Van Damme Plaidoyer paradoxal pour un cinéma commercial	67
Wim Wenders Cinq malentendus autour du cinéma européen	75

III L'EUROPE FACE AUX ETATS-UNIS	79
Bernardo Bertolucci	
Contre-attaque à Hollywood	81
Adolphe Nysenholc	
Cinéma américain, cinéma européen	87
Jérôme Soubeyrand	
Le végétarisme	103
Charlie Van Damme	
Pour un nouveau commencement	119
Antonio-Pedro Vasconcelos	
Avons-nous besoin d'une politique européenne ?	127
Christian Viviani	
Justes causes	133
Andrzej Wajda	
Le cinéma polonais, le cinéma européen, Spielberg et Polanski	139
IV INDUSTRIE ET INFRASTRUCTURE	145
Francine Jean-Baptiste	
Agfa : une image disparaît... ..	147
Claude-Eric Poiroux	
Les salles sont l'avenir du cinéma européen	151
Nicolas Seydoux	
Contre le ghetto culturel, une prise en compte du public national et européen	159
Frédéric Sojcher	
Charles Pathé, l'Europe et l'Amérique Premier chapitre d'une histoire du cinéma européen	169
V STRATEGIES ET REGULATION	181
Jean-Claude Batz	
Réflexion sur une politique communautaire de l'audiovisuel	183

Laurent Creton Analyses et options stratégiques pour le cinéma européen	199
Jacques Delmoly De MEDIA I à MEDIA II ou comment dynamiser le secteur audiovisuel européen	219
Anne Devauchelle Pour une politique de coproductions et de diffusion réellement européenne	227
Henry Ingberg L'Europe culturelle : le discours et la méthode	237
Pascal Rogard Pour une réglementation à l'échelle de l'Union	243
VI LE GATT ET LES DROITS DE LA CONCURRENCE	251
Jean-Claude Batz L'audiovisuel dans la négociation de l'Uruguay round au sein du GATT	253
Pierre-Jean Benghozi Le cinéma demain : du droit des auteurs au droit de la concurrence ?	271
Yvon Thiec Quelques éléments conceptuels à propos des négociations GATT	281
LE ROYAUME-UNI : PLACE-FORTE OU TERRE D'ACCUEIL ?	291
Anne Jäckel La France et l'Angleterre ont-elles une identité commune ?	293
Simon Perry Pour une collaboration britannico-européenne dans le respect de l'identité nationale	313
Wilf Stevenson L'espace culturel européen : enjeux et illusions	323
Signatures	329
Table des matières	335

**Comité de rédaction
de la revue de l'université**

Directeur

Jacques Sojcher

Comité de rédaction

Jean Blankoff

Jean Pierre Boon

Gilbert Debusscher

Jacques Devooght

Jean-Christophe Geluck

Thomas Gergely

Olivier Gillet

Michel Hanotiau

Hervé Hasquin

Gabriel Thoveron

Pierre Van der Vorst

Secrétaire de rédaction

Adolphe Nysenholc

Secrétaire-adjoint

Marc Peeters

Rédaction et secrétariat

Avenue Paul Héger 26

B-1050 Bruxelles

Tél. +32 (0)2 650 37 99

Fax +32 (0)2 650 37 94

Cinéma européen et identités culturelles

Comment définir le cinéma européen ? Peut-on dire, comme Kundera, « L'Europe sera culturelle ou ne sera pas » ? Y a-t-il une identité européenne ?

Réalisateurs, producteurs, écrivains, directeurs de programmes européens, historiens, professeurs d'université, économistes du cinéma tentent d'éclairer ces questions actuelles et complexes et se risquent à avancer des hypothèses ou des réponses.

Théo Angelopoulos, Jean-Claude Bataz, Pierre-Jean Benghozi, Bernardo Bertolucci, Laurent Creton, Jacques Delmoly, André Delvaux, Anne Devauchelle, Jean A. Gili, Annie Goldmann, Henry Ingberg, Anne Jäckel, Francine Jean-Baptiste, Eduardo Manet, Adolphe Nysenholc, Simon Perry, Claude-Eric Poiroux, Pascal Rogard, Daniel Serceau, Nicolas Seydoux, Frédéric Sojcher, Jérôme Soubeyrand, Steven Spielberg, Wilf Stevenson, Bertrand Tavernier, Yvon Thiec, Antonio-Pedro Vasconcelos, Charlie Van Damme, Christian Viviani, Andrzej Wajda, Wim Wenders



9 782800 411446

Règles d'utilisation de copies numériques d'œuvres littéraires publiées par l'Université libre de Bruxelles et mises à disposition par les Archives & Bibliothèques de l'ULB

L'usage des copies numériques d'œuvres littéraires, ci-après dénommées « copies numériques », publiées par l'Université Libre de Bruxelles, ci-après ULB, et mises à disposition par les Archives & Bibliothèques de l'ULB, ci-après A&B, implique un certain nombre de règles de bonne conduite, précisées ici. Celles-ci sont reproduites sur la dernière page de chaque copie numérique mise en ligne par les A&B. Elles s'articulent selon les trois axes : protection, utilisation et reproduction.

Protection

1. Droits d'auteur

La première page de chaque copie numérique indique les droits d'auteur d'application sur l'œuvre littéraire.

2. Responsabilité

Malgré les efforts consentis pour garantir les meilleures qualité et accessibilité des copies numériques, certaines déficiences peuvent y subsister – telles, mais non limitées à, des incomplétudes, des erreurs dans les fichiers, un défaut empêchant l'accès au document, etc. -. Les A&B déclinent toute responsabilité concernant les dommages, coûts et dépenses, y compris des honoraires légaux, entraînés par l'accès et/ou l'utilisation des copies numériques. De plus, les A&B ne pourront être mises en cause dans l'exploitation subséquente des copies numériques ; et la dénomination des 'Archives & Bibliothèques de l'ULB' et de l'ULB, ne pourra être ni utilisée, ni ternie, au prétexte d'utiliser des copies numériques mises à disposition par eux.

3. Localisation

Chaque copie numérique dispose d'un URL (uniform resource locator) stable de la forme <http://digistore.bib.ulb.ac.be/annee/nom_du_fichier.pdf> qui permet d'accéder au document ; l'adresse physique ou logique des fichiers étant elle sujette à modifications sans préavis. Les A&B encouragent les utilisateurs à utiliser cet URL lorsqu'ils souhaitent faire référence à une copie numérique.

Utilisation

4. Gratuité

Les A&B mettent gratuitement à la disposition du public les copies numériques d'œuvres littéraires publiées par l'ULB : aucune rémunération ne peut être réclamée par des tiers ni pour leur consultation, ni au prétexte du droit d'auteur.

5. Buts poursuivis

Les copies numériques peuvent être utilisés à des fins de recherche, d'enseignement ou à usage privé. Quiconque souhaitant utiliser les copies numériques à d'autres fins et/ou les distribuer contre rémunération est tenu d'en demander l'autorisation aux Archives & Bibliothèques de l'ULB, en joignant à sa requête, l'auteur, le titre, et l'éditeur du (ou des) document(s) concerné(s).

Demande à adresser au Directeur de la Bibliothèque électronique et Collections Spéciales, Archives & Bibliothèques CP 180, Université Libre de Bruxelles, Avenue Franklin Roosevelt 50, B-1050 Bruxelles.
Courriel : bibdir@ulb.ac.be.

6. Citation

Pour toutes les utilisations autorisées, l'utilisateur s'engage à citer dans son travail, les documents utilisés, par la mention « Université Libre de Bruxelles – Archives & Bibliothèques » accompagnée des précisions indispensables à l'identification des documents (auteur, titre, date et lieu d'édition).

7. Liens profonds

Les liens profonds, donnant directement accès à une copie numérique particulière, sont autorisés si les conditions suivantes sont respectées :

- a) les sites pointant vers ces documents doivent clairement informer leurs utilisateurs qu'ils y ont accès via le site web des Archives & Bibliothèques de l'ULB ;
- b) l'utilisateur, cliquant un de ces liens profonds, devra voir le document s'ouvrir dans une nouvelle fenêtre ; cette action pourra être accompagnée de l'avertissement 'Vous accédez à un document du site web des Archives & Bibliothèques de l'ULB'.

Reproduction

8. Sous format électronique

Pour toutes les utilisations autorisées mentionnées dans ce règlement le téléchargement, la copie et le stockage des copies numériques sont permis ; à l'exception du dépôt dans une autre *base de données*, qui est interdit.

9. Sur support papier

Pour toutes les utilisations autorisées mentionnées dans ce règlement les fac-similés exacts, les impressions et les photocopies, ainsi que le copié/collé (lorsque le document est au format texte) sont permis.

10. Références

Quel que soit le support de reproduction, la suppression des références à l'ULB et aux Archives & Bibliothèques de l'ULB dans les copies numériques est interdite.