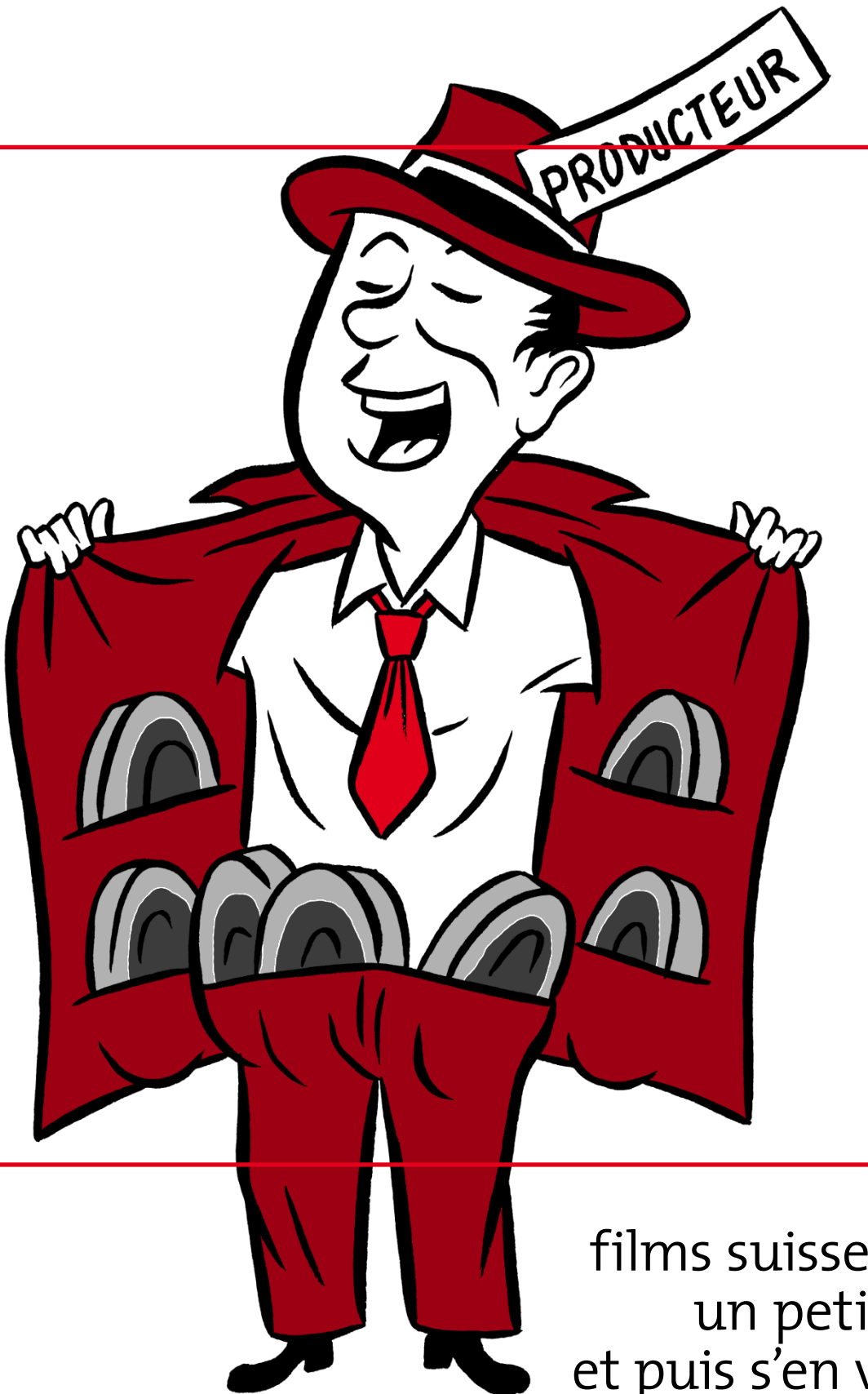


PRODUCTEUR



SOCIÉTÉ SUISSE DES AUTEURS
SCHWEIZERISCHE AUTORENGESELLSCHAFT
SOCIETÀ SVIZZERA DEGLI AUTORI



films suisses, un petit tour et puis s'en vont

par Mathieu Loewer

Avec les bons résultats de films aux profils aussi divers que la coproduction *Home*, l'animation *Max & Co* ou les documentaires *La Forteresse* et *Nomad's Land*, 2008 fut une année faste pour le cinéma suisse sur les écrans romands. Mais pour ces quelques succès, combien de films – dont la genèse, du développement à la postproduction, se compte en années – ne tiennent l'affiche qu'une, deux ou trois semaines? Combien de films mort-nés dont la vie se termine, pour ainsi dire, avant d'avoir commencé? Certes, les longs-métrages helvétiques sont plus nombreux à sortir en salles (4,8% de l'offre en 1982 contre 13,7% en 2008), mais leur part de marché oscille, ces dix dernières années, entre 2 et 10% – en cas de carton au box-office.

N° 8, HIVER 2009-2010
papier thema

En Suisse romande, de par l'étroitesse du marché, le bilan est d'autant plus criant. Producteur de *Home* (Box Productions), Thierry Spicher dresse un constat sans appel: «Statistiquement, la Suisse est l'un des pays où le succès en salles de la production nationale est, proportionnellement, parmi les plus bas. C'est un fait indéniable: nos films n'intéressent pas assez de gens. On peut prétendre que ce n'est pas grave, que le succès culturel ne se calcule pas, mais les résultats sont catastrophiques pour un bassin de 1,3 million de personnes avec un très haut pouvoir d'achat, des gens qui vont souvent au cinéma, avec l'accès à la culture à l'école dès le niveau secondaire voire primaire, soit une population éduquée, cultivée, curieuse et en demande. Il est incompréhensible, dans la donne sociologique romande, qu'une fiction réalisée ici n'intéresse pas par principe au moins 15 000 personnes.»

qualité et préjugés

Pourquoi ces films sont-ils si peu vus? Sans surprise, la qualité des œuvres est la première incriminée par les distributeurs et les exploitants. Pour Laurent Dutoit, distributeur (Agora Films) et programmateur de cinémas genevois, le principal vecteur de réussite d'un film... c'est le film lui-même. «La qualité des œuvres est parfois insuffisante face à l'offre en salles. Un petit film suisse un peu bancal se retrouve en concurrence avec de bons films étrangers et le choix du spectateur est souvent vite fait. Il y a peu d'exemples de films d'auteur réussis qui auraient le potentiel d'attirer le public mais qui se sont finalement plantés.»

Bien entendu, comme dans n'importe quelle cinématographie, les chefs-d'œuvre sont rares. Mais l'argument de la qualité, toujours discutable, n'explique pas tout. C'est notamment l'avis de Frédéric Maire, qui vient de quitter la direction du Festival de Locarno pour celle de la Cinémathèque suisse: «Le problème ne réside pas dans la quantité ou la qualité de notre production, mais bien dans le fait que nous n'avons pas eu la chance depuis très longtemps de voir émerger «le» grand talent suisse – à l'instar des frères Dardenne pour la Belgique ou d'Haneke pour l'Autriche, ou des Tanner et Goretta pour la Suisse dans les années 1970 –, c'est-à-dire une figure qui focalise autour d'elle d'autres énergies et permet d'attiser l'intérêt pour la cinématographie nationale.»²

Il faut aussi avouer que la production nationale souffre, auprès du grand public, d'une mauvaise réputation tenace. Ennuyeux, intellos, mal fichus... les films suisses ont longtemps été victimes de préjugés. Depuis trois ans, dans le sillage de *Grounding*, plusieurs succès ont toutefois (un peu) redoré le blason du cinéma suisse. Reste qu'on aborde là des questions culturelles et identitaires qui exigeraient de sonder les tréfonds de l'inconscient collectif helvétique – et en particulier romand, sous influence de l'aura artistique française.

situation critique

D'autres paramètres se laissent plus aisément appréhender. La Suisse romande est avant tout trop petite pour des films destinés à son seul marché. Même en rencontrant un certain succès, ceux-ci ne sont que rarement rentables. A cela s'ajoute une concurrence effrénée avec jusqu'à dix nouveaux longs-métrages à l'affiche chaque semaine. Le nombre de films en première vision sur les écrans du pays, qui a doublé en quinze ans (205 en 1993 contre 402 en 2008), ne cesse d'augmenter³. «Il y a un trop-plein de films

qui empêche d'installer les œuvres les plus fragiles dans la durée. Le spectateur n'y retrouve plus ses petits, et même des auteurs comme Ken Loach ou Michael Haneke sont touchés», constate le producteur Gérard Ruey (CAB Productions). Les films suisses ont dès lors peu de chances de s'imposer face au rouleau compresseur du marketing à l'américaine et à l'avalanche de copies des blockbusters, mais ils se font aussi concurrence entre eux. «Dans les périodes où les films suisses, et notamment les documentaires, affluent de manière plus fréquente, on sent que l'intérêt tant du public que de la presse peut s'essouffler», soulignent Bea Cuttat et Tizian Büchi (Look Now! Filmdistribution).

Relevons enfin l'attitude ambivalente de la presse envers les films suisses. Lorsqu'ils ne sont pas ignorés, on les traite bien souvent avec condescendance ou avec une complaisance suspecte. Cela dit, si personne ne prétend que la critique peut «tuer» ou «sauver» un film, distributeurs et exploitants s'accordent à reconnaître qu'elle joue un rôle indispensable. «On peut publier des annonces, mais il faut aussi avoir de bonnes critiques», déclare la distributrice Monika Weibel (Frenetic Films). Mais pour combien de temps encore? Car l'espace dévolu à la culture rétrécit comme peau de chagrin alors que l'information «people» gagne du terrain.⁴

Ce bref état des lieux n'est bien sûr pas exhaustif. «Comment améliorer la présence des films suisses en salles est une question qui doit aussi – et surtout? – se poser en amont de la distribution, dès la production, les politiques de financement, la formation aux métiers du cinéma, etc.», relèvent les distributeurs Bea Cuttat et Tizian Büchi. Les facteurs sont en effet multiples et chacun appelle des solutions qui lui sont propres. Dans la suite de ce dossier, nous nous en tiendrons toutefois aux domaines de la distribution et de l'exploitation.

Les chiffres cités dans cet article sont tirés des études de l'Office fédéral de la statistique (OFS), www.bfs.admin.ch.

distribution et promotion: deux poids, deux mesures

Comment, et dans quelles conditions, les films suisses sont-ils présentés au public? Lorsqu'on examine le paysage romand de la distribution, on distingue deux cas de figure: «Les films qui sont vendus comme des produits et ceux qui sont proposés comme des offres culturelles», selon l'expression du producteur Thierry Spicher. La sélection s'opère sur une estimation, forcément hasardeuse, du nombre de spectateurs que le film pourrait attirer. Aux créateurs qui s'indignent quand on parle de «potentiel public», peut-être faut-il préciser, avec le distributeur Laurent Dutoit, que l'audience présumée d'une œuvre ne dit rien sur sa valeur artistique: «Certains films de grande qualité n'ont aucun potentiel public. Il y a d'excellents documentaires dont le sujet est trop pointu, trop dur ou pas très attractif, même si nous avons la chance de pouvoir compter sur un public friand du genre.»

En dépit de pronostics décourageants, de nombreux producteurs et cinéastes tentent malgré tout une sortie en salles. Certains parviennent à convaincre un distributeur, d'autres pas. Quoi qu'il en soit, leurs films risquent de connaître une sortie, réduite au service minimum: une à deux copies lancées à Genève et à Lausanne, des affiches de petit format, deux visions de presse, voire quelques avant-premières... et advienne que pourra. On comprend bien qu'en regard des maigres perspectives de retombées commerciales, les distributeurs renoncent à des investissements à pertes. Mais ces films, distribués comme on jette une bouteille à la mer, sont de fait envoyés au casse-pipe.

Comment justifier de telles sorties? Ces films-là ne sont-ils pas condamnés d'avance? Chez Look Now! et Frenetic Films, on élude la question. Laurent Dutoit expose en revanche clairement la politique d'Agora Films: «Distribuer moins de films, mais mieux. Cela dit, si tout le monde fait comme nous, deux tiers des films suisses ne sortent plus! Que mon rôle de distributeur se limite à trouver une salle, ça ne m'intéresse pas. J'ai envie de m'investir pour des films auxquels je crois.» Par ailleurs programmateur de quatre salles genevoises⁵, le distributeur n'applique plus ce principe lorsqu'il passe du côté de l'exploitation. «Comme je programme à peu près toutes les salles qui montrent des films suisses à Genève, je ne peux pas tellement «écrémer». Il m'est arrivé de prendre un film pour faire plaisir à un distributeur qui va m'en amener d'autres dont j'ai besoin pour remplir mes salles. Si le film a un distributeur, il faudrait qu'il soit vraiment très mauvais pour que je refuse de le jouer. Mais beaucoup de ces films n'en ont pas et le producteur s'adresse directement aux exploitants, qui vont accepter de les prendre pour de bonnes ou de mauvaises raisons.»

Quelles que soient ces raisons, une réalité demeure: le marché est saturé. Et dans cette offre surabondante, il y a aussi trop de films suisses. «Les œuvres les plus marginales doivent peut-être se contenter d'une diffusion en festivals ou dans des cycles particuliers, thématiques», risquent Bea Cuttat et Tizian Büchi (Look Now!). «La fréquentation dans les festivals ne baisse pas comme dans les salles ordinaires. Il y a au contraire bon nombre d'exemples de films suisses ayant fait plus d'entrées avec trois projections dans un festival que lors de leur passage en salles.» Pour certaines œuvres, le circuit des festivals représente en effet une alternative à la distribution commerciale – mais sans débouchés financiers. Elles y gagnent une meilleure visibilité, une reconnaissance et des prix. D'autres films semblent par contre plutôt destinés à une diffusion à la télévision, comme le

¹ Considéré comme un échec à l'aune de son budget (30 millions de francs) et de ses ambitions, le premier long métrage des frères Guillaume a néanmoins enregistré près de 27 000 entrées dans les salles romandes. Voir tableaux.

² *Ciné-Bulletin* n°406, août 2009, p. 12.

³ Les films en première vision sont ceux dont la sortie sur les écrans a lieu dans l'année. Si un film est sorti l'année précédente, il est considéré comme une reprise.

⁴ Dossier sur la situation actuelle de la presse et de la critique dans *Ciné-Bulletin* n°410, décembre 2009.

⁵ Scala, Nord-Sud, Cinélux et Bio à Carouge.

Films de réalisateurs romands sortis entre 1999 et 2009 ayant fait plus de 10 000 entrées en Suisse au 1.12.2009

8 documentaires / 12 fictions / 1 animation
9 fictions en français / 2 fictions en italien /
1 fiction en allemand.

On peut remarquer que sur les dix meilleurs résultats, il y a 3 documentaires.

Source: Pro Cinema (www.procinema.ch), entrées relevées au 1.12.2009.

Ces listes n'engagent que la rédaction. Bien que peu probable, l'omission d'un titre reste possible.

Film	Réalisateur/trice	Langue	Genre	Entrées dans toute la Suisse
MAIS IM BUNDESHUUS - LE GÉNIE HELVÉTIQUE	Jean-Stéphane Bron	F/CH-D	documentaire	105 123
AZZURRO	Denis Rabaglia	I/F	fiction	97 591
HOME	Ursula Meier	F	fiction	89 507
MARCELLO MARCELLO	Denis Rabaglia	I	fiction	49 089
LA FORTERESSE	Fernand Melgar	F	documentaire	43 732
TOUT UN HIVER SANS FEU	Greg Zglinski	F	fiction	34 399
NOMAD'S LAND	Gaël Métroz	F	documentaire	33 431
MAX & CO.	Samuel et Frédéric Guillaume	F	animation	31 731
LA GUERRE DANS LE HAUT-PAYS	Francis Reusser	F	fiction	28 039
MON FRÈRE SE MARIE	Jean-Stéphane Bron	F	fiction	25 171
MEIN NAME IST BACH	Dominique de Rivaz	D	fiction	22 514
AU SUD DES NUAGES	Jean-François Amiguet	F	fiction	19 100
BIENVENUE EN SUISSE	Léa Fazer	F	fiction	17 269
LES PETITES COULEURS	Patricia Plattner	F	fiction	17 121
UNE SYNAGOGUE À LA CAMPAGNE	Franz Rickenbach	F/D	documentaire	15 625
B COMME BÉJART	Marcel Schüpbach	F	documentaire	15 548
LA VRAIE VIE EST AILLEURS	Frédéric Choffat	F	fiction	14 186
SKINHEAD ATTITUDE	Daniel Schweizer	E/F	documentaire	10 964
ON DIRAIT LE SUD	Vincent Plüss	F	fiction	10 442
MIKE HORN - LE VOYAGE INTÉRIEUR	Raphaël Blanc	F	documentaire	10 156
ALINGHI - THE INSIDE STORY	Nicolas Wadimoff	F/E	documentaire	10 140

suggère le producteur Gérard Ruey en observant que l'«on distribue en salles des documentaires qui ne sont pas vraiment des films de cinéma». Mais pour les producteurs et les cinéastes, renoncer au prestige d'une sortie en salles est toujours douloureux.

«les moyens sont là»

Lorsqu'un film peut espérer conquérir une audience plus large, il a droit à une sortie commerciale dans les règles de l'art, avec l'investissement financier que cela implique: «De 20 000 à 200 000 francs suivant le potentiel du film», selon Monika Weibel (Frenetic Films), qui considère que «les moyens sont là pour faire de belles sorties». Si la plupart des subventions étatiques et institutionnelles sont réservées à la production, les films ne sont pas livrés sans défense à la loi du marché. Il existe en effet divers instruments de soutien, fédéraux et régionaux, qui ont été renforcés ces dernières années. L'Office fédéral de la culture propose une aide au démarrage, une garantie

de risque pour des productions profitables «grand public», une aide liée au succès (Succès Cinéma) ainsi qu'une aide à la postproduction qui permet de tirer une copie 35 mm en vue d'une exploitation en salles. Sans oublier les services de John Durie, expert canadien du marketing établi à Londres, qui répond aux demandes des producteurs suisses sur la stratégie de promotion de leurs films⁶. En Suisse romande, Regio Distrib accorde une aide à la promotion et propose les conseils marketing de la programmatrice Chahnaz Sibai. Signalons enfin que la SRG SSR idée suisse teste une nouvelle aide à la promotion dans le cadre du Pacte de l'audiovisuel 2009-2011. Bien que des ajustements soient toujours souhaités, ces mécanismes donnent aux distributeurs des coups de pouce qu'ils jugent non négligeables.

Si les films suisses sont ainsi mieux armés pour jouer dans la cour des grands, renforcer la promotion n'est toutefois pas la panacée. «Si un distributeur voit le potentiel d'un film, je suis persuadée qu'il ne manquera pas d'investir l'argent nécessaire, mais il y a des limites. Certains films, pas

vraiment grand public ni art et essai, sont très difficiles à positionner. Dans ces cas-là, on ne peut pas faire grand-chose. Même si on investit davantage dans la promotion, ils auront de la peine à trouver leur public», assure Monika Weibel.

expérience et compétences

Puisque les ressources financières ne sont pas en cause, s'agit-il d'un manque d'expérience et de compétences? Une question délicate, à laquelle Laurent Dutoit répond en diplomate: «Les moyens et les compétences sont là, mais pas toujours bien utilisés. Un bon film peut tomber entre de mauvaises mains. La difficulté consiste à définir une stratégie de promotion adaptée à chaque film. Réussir une sortie exige un vrai engagement du distributeur, en collaboration avec le producteur, pour réaliser l'affiche, la bande-annonce, etc. Si ce n'est pas toujours fait, c'est qu'il s'agit d'un boulot énorme. La sortie de *Nomad's Land* représente six mois à bosser quatorze heures par jour, six jours sur sept. Ce petit film qui ne paie pas de mine aurait pu passer complètement inaperçu. On arrive à le faire exister si on y travaille, mais Agora Films ne peut pas distribuer cinq films suisses dans l'année.»

Seulement voilà, les distributeurs suisses sont habitués à reprendre clés en main le matériel promotionnel élaboré pour la sortie dans les pays voisins qui partagent nos langues. Et



Films de réalisateurs suisses sortis entre 1999 et 2009 ayant fait plus de 10 000 entrées en Romandie au 1.12.2009

Film	Réalisateur/trice	Langue	Genre	Entrées en Suisse romande
GROUNDING	Michael Steiner, Tobias Fueter	CH-D*	fiction	64 479
VITUS	Fredi M. Murer	CH-D*	fiction	55 261
HOME	Ursula Meier	F	fiction	48 118
PANE E TULIPANI	Silvio Soldini	I	fiction	47 740
MAIS IM BUNDESHUUS - LE GÉNIE HELVÉTIQUE	Jean-Stéphane Bron	F/CH-D	documentaire	38 674
LA FORTERESSE	Fernand Melgar	F	documentaire	32 222
MAX & CO.	Samuel et Frédéric Guillaume	F	animation	26 959
LA GUERRE DANS LE HAUT-PAYS	Francis Reusser	F	fiction	26 123
LES MAMIES FONT PAS DANS LA DENTELLE	Bettina Oberli	CH-D*	fiction	24 527
JE M'APPELLE EUGENE	Michael Steiner	CH-D*	fiction	22 870
TOUT UN HIVER SANS FEU	Greg Zglinski	F	fiction	21 515
NOMAD'S LAND	Gaël Métroz	F	documentaire	21 073
MARCELLO MARCELLO	Denis Rabaglia	I	fiction	20 049
MON FRÈRE SE MARIE	Jean-Stéphane Bron	F	fiction	19 653
BIENVENUE EN SUISSE	Léa Fazer	F	fiction	17 215
JEUNE HOMME	Christoph Schaub	CH-D/F	fiction	15 627
À VOS MARQUES, PRETS, CHARLIE!	Mike Eschmann	CH-D*	fiction	14 670
LES PETITES COULEURS	Patricia Plattner	F	fiction	14 258
AU SUD DES NUAGES	Jean-François Amiguet	F	fiction	14 102
B COMME BÉJART	Marcel Schüpbach	F	documentaire	11 615
DAS FRÄULEIN	Andrea Staka	CH-D	fiction	11 014
HEIDI	Markus Imboden	CH-D*	fiction	10 757
AZZURRO	Denis Rabaglia	I/F	fiction	10 155
MEIN NAME IST BACH	Dominique de Rivaz	D	fiction	10 009

4 documentaires / 19 fictions / 1 animation - 7 fictions en français / 8 fictions alémaniques dont 6 doublées en français / 3 fictions en italien / 1 fiction en allemand

* films doublés en français. On peut remarquer que sur les dix meilleurs résultats, il y a 4 fictions alémaniques sorties en version française. Source: Pro Cinema (www.procinema.ch), entrées relevées au 1.12.2009.

Ces listes n'engagent que la rédaction. Bien que peu probable, l'omission d'un titre reste possible.

pour les films suisses, ce travail est souvent assumé par le producteur, comme l'explique Gérard Ruey: «Nous collaborons avec Filmcoopi, qui se charge de la distribution et de la promotion de nos films en Suisse alémanique, et nous en Suisse romande. Plus le potentiel d'un film est petit, plus le producteur doit s'impliquer. Il y a un manque de compétences. On a de la peine à obtenir du distributeur un avis pertinent sur l'affiche ou la bande-annonce, on se retrouve un peu seuls...» Du côté de Look Now!, Bea Cuttat et Tizian Büchi saluent l'engagement des producteurs – et des réalisateurs – pour la promotion de leurs films, mais notent que «les attentes envers le distributeur sont souvent assez élevées».

Il faut dire que le manque d'expérience n'est pas propre à la production et à la distribution. Dans le cinéma suisse, où l'équation entre les moyens à disposition et le nombre d'acteurs en présence pose le problème de la continuité, tous les métiers sont concernés. Accumuler l'expérience qui permet de développer ses compétences prend au moins trois fois plus de temps qu'ailleurs. Pour Thierry Spicher, il y a tout simplement trop de maisons de production – 80 pour la seule Suisse romande! – et de distribution (outre les entreprises américaines, une vingtaine de sociétés indépendantes dans le pays): «Elles sont trop nombreuses pour atteindre la masse critique nécessaire à des investissements qui se couvrent mutuellement. S'il y en avait moins, un grand distributeur aurait assez de films pour ouvrir une vraie antenne romande ou se spécialiser dans le documentaire.» Pragmatique, le producteur de *Home* conclut: «Il faut être radical: soit c'est une sortie réduite au service minimum et on l'assume, soit on met le paquet, que l'on vise 10 000 ou 100 000 entrées. Et dans le système suisse, c'est au producteur de s'y coller.»

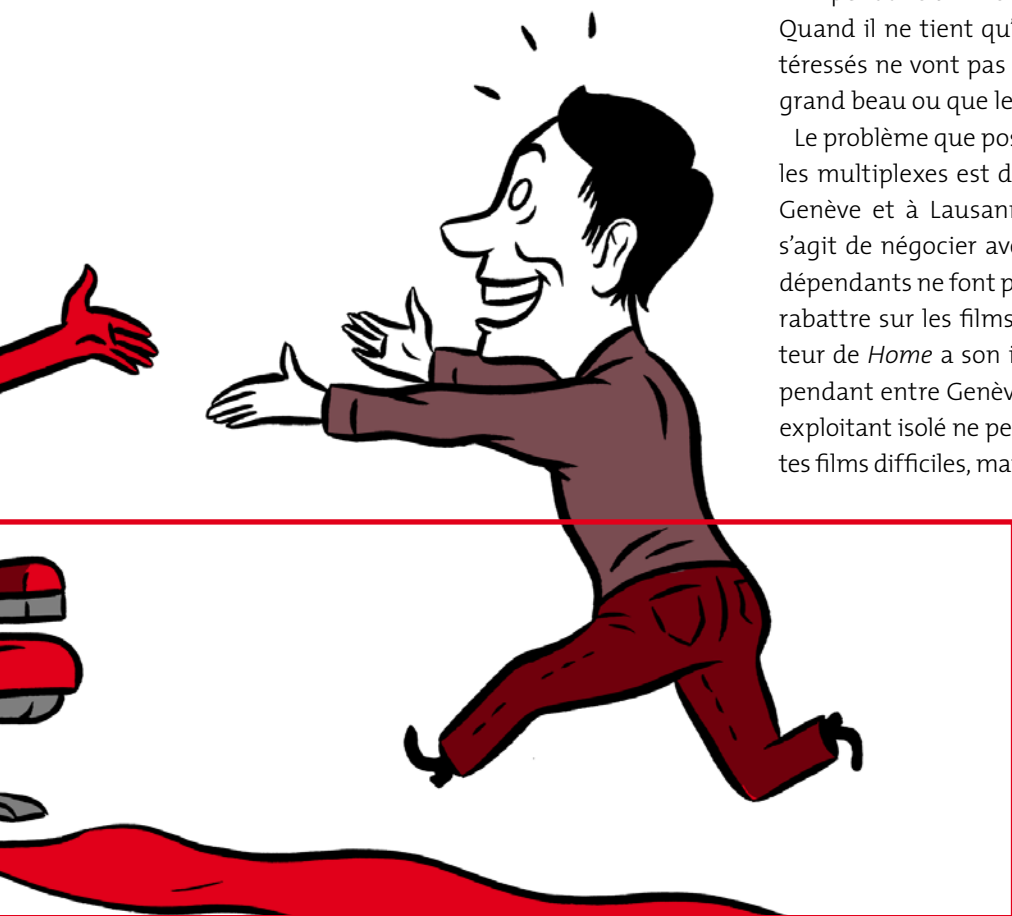
⁶ lire *Focal 2009/4*, p. 2, où est publié un bilan de son «Conseil promotion».

exploitation: d'un extrême à l'autre

Toute stratégie de distribution est tributaire du parc d'exploitation, où coexistent en Suisse trois types de salles: des multiplexes, des cinémas d'art et d'essai (aujourd'hui dans une situation précaire), ainsi que des lieux alternatifs à la marge du circuit commercial. Pour qu'un film rencontre son public, le choix de la salle est évidemment décisif. Le cas de *Home*, distribué à Genève aux Scala comme au multiplexe Balaxert, est à cet égard exemplaire. En jouant sur les deux tableaux, ce film d'auteur a effectivement été vu par les cinéphiles et par le grand public.

Dans les multiplexes, où se bousculent des œuvres de tous profils et calibres, c'est la politique américaine du «take the money and run» qui prévaut. Les films doivent faire leurs preuves en première semaine, sous peine de quitter l'affiche dans les plus brefs délais. Selon le principe de l'entonnoir, ils seront ensuite rétrogradés dans une salle plus petite ou projetés seulement à une séance par jour. Et des résultats honorables ne sont pas une garantie: un film qui marche bien sera poussé dehors par un autre qui marche mieux. Le rythme soutenu de la distribution exige ainsi que les cinéphiles se précipitent dans les salles dès le mercredi. Mais encore faudrait-il avoir entendu parler des films, car le bouche-à-oreille n'est plus possible dans ces conditions. Le producteur Thierry Spicher appelle à rompre avec cette pratique: «C'est le massacre. On sort tout au même endroit au même moment, indifféremment. Il faudrait une manière différente de programmer en multiplexes, ne pas tout proposer mais choisir, laisser les films plus longtemps à l'affiche, faire attention aux horaires. Pourquoi ne pas garder un film pendant un mois, mais seulement à la séance de 19h? Quand il ne tient qu'une semaine, les gens qui seraient intéressés ne vont pas le voir parce que ce week-end-là il fait grand beau ou que leur sœur fête ses 50 ans...»

Le problème que pose la politique de programmation dans les multiplexes est d'autant plus aigu que Pathé occupe à Genève et à Lausanne une position dominante. Lorsqu'il s'agit de négocier avec les distributeurs, les exploitants indépendants ne font pas le poids et se voient contraints de se rabattre sur les films les plus fragiles. Là encore, le producteur de *Home* a son idée: «Il nous manque un réseau indépendant entre Genève, Lausanne, Neuchâtel et Fribourg. Un exploitant isolé ne peut pas dire à un distributeur «je prends tes films difficiles, mais tu me donnes celui-ci en exclusivité»,



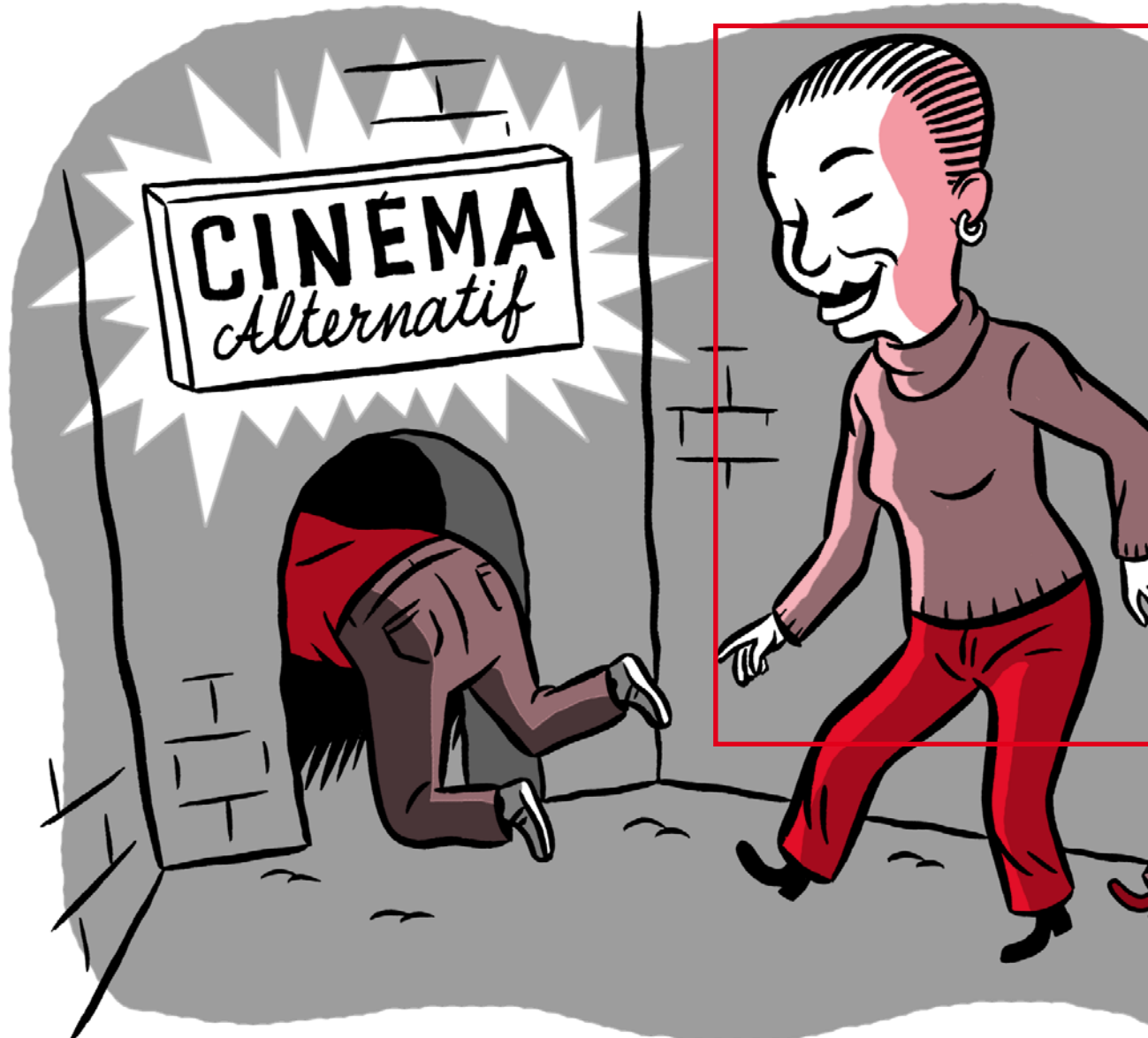
parce qu'il ne peut pas lui assurer une assez grande diffusion. Que les petits exploitants montrent beaucoup de films difficiles à perte, mais en ayant la puissance de feu suffisante pour exiger des distributeurs des films qui marchent comme le dernier Woody Allen ou Clint Eastwood!»

derniers refuges de la cinéphilie

Dans ce contexte, quelques cinémas indépendants accueillent les films dont les distributeurs et les autres exploitants n'ont pas voulu, ou ceux qui sont chassés des multiplexes: le Bellevaux et le Zinéma à Lausanne, le Spoutnik et le Bio à Genève, l'ABC à La Chaux-de-Fonds, etc. Bénéficiant pour la plupart de subventions communales, ces petites salles remplissent une mission culturelle. Exploitant du Zinéma, Laurent Toplitsch affirme sa profession de foi: «Les films que l'on ne doit pas sortir sont ceux que l'on ne peut pas défendre; les autres, il faut les montrer. Vu l'argent public investi, c'est presque un devoir.» Tirant parti de la capacité et de l'économie modestes de son «miniplexe» (deux salles d'une vingtaine de places), il peut garder les films plus longtemps: «Quatre à six semaines en moyenne et jusqu'à quinze lorsqu'il y a un volume de spectateurs qui, pour

nous, est soutenable – soit autour de 25 entrées par semaine contre 250 à 300 chez Pathé.» Et depuis qu'il a repris le Cinéma d'Oron, l'exploitant s'est lancé dans une nouvelle bataille: «J'ai compris qu'il fallait réinventer la proximité, revenir vers les spectateurs alors que toute la logique économique à l'œuvre ces dernières années est celle de la concentration: on construit un multiplexe vers une bretelle d'autoroute et on étend le bassin de population de 50 km. Les gens, qui n'ont pas versé une larme il y a quinze ans lorsque le cinéma près de chez eux a fermé, hésitent maintenant à faire une heure de voiture pour aller voir un film.»

Tout le monde se félicite de l'existence de ces lieux alternatifs, mais les distributeurs n'y placeront leurs films qu'en dernier recours. Laurent Dutoit confirme: «Ces salles subventionnées n'ont pas les mêmes critères de rentabilité que les autres cinémas. Elles sont destinées à accueillir des petits films dont on sait d'avance que ce sont des «causes perdues», des œuvres qui s'adressent à un public restreint ou local. Sinon, on aura toujours meilleur temps de lancer un film ailleurs et de jouer ensuite les prolongations au Zinéma.» Un avis partagé par sa collègue Monika Weibel: «On distribue dans ces salles beaucoup de films très difficiles et il est important qu'ils soient aussi présents sur les écrans. Mais avec 500 à 1000 personnes à espérer pour toute la Suisse romande, il ne s'agit pas d'une sortie normale.»



Précisions

- La distribution: le distributeur achète les droits du film pour le louer aux exploitants de salles de cinéma. Il paie les copies et tout le matériel de promotion.
- L'exploitation: l'exploitant, qui programme des films dans les cinémas, peut être une entreprise gérant un lieu unique ou un consortium de salles.

Bio express de Mathieu Loewer

Critique au feu mensuel *FILM/Films*, Mathieu Loewer a été rédacteur et secrétaire de rédaction durant sept ans à *Ciné-Bulletin*, revue suisse des professionnels du cinéma et de l'audiovisuel. Il est aujourd'hui responsable du septième art à la rubrique culturelle du *Courrier* à Genève et collabore au bulletin de la Cinémathèque suisse (textes et mise en page).



et un p'tit tour de manège...

Claude Champion
cinéaste et président de la SSA

Le «petit tour» d'horizon de ce Papier Thema N° 8 est volontairement partiel: il observe la Suisse romande uniquement, parce que la Suisse entière avec sa complexité culturelle demanderait, pour une étude d'une précision significative, un cadre plus vaste.

Toutefois les réflexions que l'on peut mener à partir de ces constats recourent des inquiétudes ressenties dans maintes régions et pays d'Europe. Cristallisons-les en quelques questions apparemment disparates et provocantes:

- Sachant que plus de mille long-métrages de fiction sont produits en Europe chaque année, combien pouvez-vous en voir dans votre ville et de quels pays?
- Et encore combien de films latino-américains, africains, asiatiques...?
- Si les multiplexes, rapportés au domaine de la consommation matérielle, sont l'équivalent des supermarchés, quel est le statut et le destin futur des quelques rares salles des cinémas indépendants existants?
- Le spectacle cinématographique n'est-il qu'un divertissement de masse ne pouvant être envisagé, quant à sa diffusion, que comme un commerce régi par les seules lois du marché?
- Quel est le sens du subventionnement public de la formation professionnelle et artistique et de la production de films atteignant plusieurs millions de francs de budget, occupant durant des mois plusieurs dizaines de techniciens et de créateurs, exigeant de ces derniers plusieurs années d'acharnement, si les films qui en sont issus, pour un trop grand nombre, peinent à rencontrer dix mille de spectateurs chacun lorsqu'ils sortent dans les salles de leur pays (et n'ont aucune perspective d'exportation)?

Au fond, la grande contradiction est visible à ce stade du questionnement: la programmation cinématographique, menée par des groupes internationaux qui globalisent le parc des salles, gère un commerce de divertissement s'appuyant pour l'essentiel sur la production américaine et celle de quelques autres pays importants, alors que dans les petits et moyens pays d'Europe la production autochtone ne peut survivre sans de massifs soutiens étatiques, bien que sa diffusion ne soit en rien garantie.

Imaginons ce que seraient les concerts de musique classique, ou contemporaine, les représentations théâtrales, lyriques et chorégraphiques dans nos régions avec un système de ce genre: ce serait le désert où surnageraient

quelques grosses machines internationales concentrant les foules. Finies les dizaines d'institutions musicales et théâtrales et la myriade de compagnies plus ou moins off qui, bon an mal an en Suisse romande, voient une occupation tout à fait remarquable de leurs salles. Finie donc la diversité culturelle.

Il serait temps d'imaginer, même si c'est très difficile, un avenir culturel et public pour une cinématographie exigeante et inventive mais qui ne se voit pas (et tant qu'elle se produit encore!). La lutte sur le même terrain que l'industrie hollywoodienne, mais avec des moyens disproportionnés, est une aberration. Les technologies digitales et des systèmes de promotion fluides et imaginatifs par des moyens électroniques pourraient permettre une nouvelle légèreté de production et de diffusion, couplée par exemple avec une multiplication de lieux de projection de proximité subventionnés, de faibles capacités et conviviaux. Des programmations à dates fixes et des animations, telles qu'elles sont élaborées pour le spectacle vivant, pourraient servir de modèle. Une telle structuration du paysage cinématographique viserait un haut niveau de qualité artistique, culturelle, technique et de confort (ce qui n'est souvent, et de loin, pas le cas des lieux alternatifs qui subsistent ou se créent dans nos villes).

Ainsi, plutôt que de tendre seulement à redevenir une attraction de foire, le cinématographe se donnerait une nouvelle chance de développer, pour un public à nouveau passionné et curieux, ses fantastiques potentialités expressives, communicatives et émotives, hors de tout formatage, telles qu'entrevues expérimentalement avant la naissance du «parlant» ou lors des années fastes du «cinéma d'auteur» au début de la deuxième moitié du XX^e siècle.



GRAPHISME
Estève Despond, Fribourg

ILLUSTRATIONS
Ben, Genève

Les dossiers thématiques de la SSA

Cette publication est la huitième d'une série de dossiers publiés par la SSA comprenant:

«Le grand écart mental de l'auteur polymorphe»
(N° 1 – en français seulement),

«Le rire est une affaire sérieuse»
(N° 2 – en français et allemand),

«La bataille de la diversité culturelle»
(N° 3 – en français et allemand),

«Le cinéma d'animation suisse: célébré, pluriel
et solitaire»
(N° 4 – en français et allemand),

«Droit et morale du droit moral»
(N° 5 – en français et allemand),

«Accompagner les auteurs, des initiatives qui
mènent à la scène»
(N° 6 – en français et allemand).

«La culture, la bonne affaire des villes»
(N° 7 – en français et en allemand).

Commande gratuite auprès de feedback@ssa.ch
ou fichiers PDF sous www.ssa.ch.