

Et pour vous, la taille, c'est important ?

Cette question peut paraître frivole, mais elle est devenue le symbole d'un débat qui agite le milieu cinématographique français, depuis le dernier Festival de Cannes. En déclarant que « *Ce qui est déterminant, lorsqu'on voit un film pour la première fois, c'est la taille de l'écran* » Pedro Almodovar a sans nul doute déplacé la question de la nature d'un film vers celui qui en est le récepteur : le spectateur. Il ajoute que « *la taille ne devrait pas être plus petite que la chaise sur laquelle vous êtes assis* ». Ma chaise a une largeur de 42 cm - elle est dans la moyenne. Je pourrais donc envisager de vivre une expérience cinématographique avec un écran d'au moins 19 pouces, selon le critère de Pedro. En dessous de cette dimension, au mieux je risque d'être déçue, au pire de ne rien ressentir.

Les évolutions technologiques et la miniaturisation des écrans modifient en profondeur ma pratique de spectatrice, mon mode de consommation des œuvres cinématographiques est à la fois plus solitaire, borné à mon espace domestique, mais démultiplié par les nouveaux moyens de diffusion. Il marginalise les salles de cinéma.

Cette transformation de l'expérience de l'image, éloignée du « *sentiment d'être humble et petit par rapport au grand écran* » que revendique Almodovar, remet en cause l'écosystème actuel de l'industrie française du cinéma, avec pour enjeu l'avenir du financement des films et la diversité de la création.

Tout le monde veut prendre sa place

Le film de cinéma est, depuis sa naissance un 28 décembre 1895 à Paris sous l'impulsion des frères Lumière, traditionnellement diffusé en salle sur des écrans dont les dimensions doivent provoquer un effet de saisissement. Pour créer l'illusion d'une grande image, propre à happer le spectateur et lui permettre de « rentrer dans le film », la base d'un écran ne doit pas être inférieure à 7 m, voir

10 m selon les salles et le nombre de places qu'elles peuvent contenir.

Tout d'abord unique forme de diffusion du cinéma, la salle va devenir la clé de voûte de son exploitation dès la naissance de la télévision. Un long métrage n'acquiert cette distinction que si sa première projection a lieu dans une salle de cinéma. Dans les années 80, l'apparition de la VHS et la démocratisation des magnétoscopes, puis la naissance de Canal+ font craindre aux exploitants une désertion des salles.



© Matt Lambros

La nécessité de légiférer afin de définir les conditions de vie d'une œuvre cinématographique et son exploitation séquentielle avec, comme corollaire, la rémunération des différents ayant-droits, s'impose. La chronologie des médias organise ainsi la place et la durée des exclusivités accordées aux différents acteurs, en fonction de leur contribution au financement et à l'exposition des œuvres. Ces dispositions légales évoluent au gré des avancées technologiques et de la diversification des médias. Sous l'impulsion de l'Union Européenne, la chronologie des médias cesse d'être déterminée par voie législative ou réglementaire, pour être l'objet d'un accord interprofessionnel. C'est l'accord conclut en 2009 qui est toujours en vigueur actuellement, bien que très insatisfaisant puisqu'il ne prend pas en compte l'arrivée des plateformes de vidéo sur internet.

Il y a, depuis mai dernier, une accélération de la polémique puisque Netflix a pu présenter au Festival de Cannes deux longs métrages, *Okja* de Bong Joon-ho et *The Meyerowitz Stories* de Noah Baumbach, qui ne seront pas diffusés en salle en France. Il ne s'agit certes pas de films français, ils ne sont donc pas soumis à la chronologie des médias, mais ils témoignent de la volonté de Netflix de produire ses propres œuvres à destination exclusive de sa plateforme, y compris des œuvres cinématographiques françaises.

En juillet, les sénateurs posent un ultimatum aux acteurs de la filière pour les inciter à trouver un accord sur une nouvelle chronologie des médias, l'actuelle étant jugée obsolète.

A la rentrée, c'est la start-up *E-cinema* qui annonce son lancement en octobre en se définissant comme la première salle de cinéma digitale. Elle proposera un catalogue de films totalement exclusifs avec, à termes, des productions françaises. Les fournisseurs d'accès à Internet, se sont quant à eux lancés depuis longtemps dans la bataille pour se substituer aux salles obscures. Leur objectif est la maîtrise totale du mode de distribution des œuvres auxquelles ils contribuent, s'inspirant de ce qui se fait déjà aux Etats-Unis -où l'exploitation d'une œuvre cinématographique est décidée après sa réalisation et en fonction de sa rentabilité prévisionnelle.

L'argument de ces nouveaux entrants sur le marché du cinéma, n'est plus la volonté du réalisateur, mais la demande du spectateur : soit moi et ma chaise de 42 cm !

Chaise ou fauteuil ?

L'œuvre cinématographique et son mode de diffusion traditionnel en salle ne sont désormais plus sacralisés, voire relégués à la marge. Le débat est déporté, puisque seul compte le souhait du spectateur qui serait : pouvoir disposer le plus rapidement possible d'un film, sur le support et le lieu de son choix, la sortie en salle devenant éventuellement un support de notoriété. En bref, le spectateur est un consommateur !

Je m'interroge donc. Quels sont mes véritables désirs de spectatrice ? Suis-je une schizophrène en proie à des attentes différentes quant à la complexité de l'œuvre cinématographique, son ambition artistique, sa capacité à me divertir, selon le support de diffusion ? Suis-je une consommatrice exigeante, boulimique, obsessionnelle ou éclectique ? Dans quelle position je regarde les films : debout, assise (mais sur quel siège ?), allongée ? Suis-je plaisir solitaire ou expérience collective ?



Je crois plutôt, comme le suggère Pedro, que ce qui importe est ma disposition lorsque je reçois un film. Sur un petit écran, mon attention peut facilement être perturbée, mon temps de visionnage tronçonné. Je peux même mener une autre

activité simultanément – privilège ô combien féminin ! Cependant, je regarde des œuvres que je n'irai pas forcément voir dans une salle, je découvre et j'expérimente. Lorsque je me rends dans une salle, je sélectionne les films que je vois. Installée dans un fauteuil de 65 cm de large, je m'engage dans une expérience sensorielle, partagée avec d'autres, dans un univers codifié (voir un précédent article). Je suis et me sens pleinement spectatrice. Les deux expériences sont différentes, mais je ne pourrai pas dire s'il y en a une qui vaut plus que l'autre, car le point crucial, à mon sens, demeure le contenu du film.

La pression qui s'exerce pour que les films soient immédiatement rentables en salle, la prise de pouvoir des diffuseurs télé qui financent des œuvres ayant vocation à faire le maximum d'audience sur leur chaîne, conduisent à un formatage des scénarii, une limitation des castings à quelques acteurs/actrices réputés bankables, et une multiplication des « franchises » garantissant un succès populaire. Au milieu de ces films « calibrés » pour plaire, des œuvres cinématographiques moins consensuelles parviennent difficilement à exister, leur espérance de vie en salle étant souvent limitée à la première semaine d'exploitation. Les plateformes de SVOD et de VOD pourraient devenir une véritable opportunité pour les cinéastes, un nouvel espace de découverte et d'émergence de talents, et, rêvons un peu, un paradis pour cinéphile ! Mais à deux conditions : qu'elles participent de façon significative au financement d'une production cinématographique diversifiée, qu'elles aient une ligne éditoriale exigeante, qui ne soit pas uniquement fondée sur une rentabilité à court terme. Voilà les enjeux qui sous-tendent la redéfinition d'une chronologie des médias, réellement favorable à la création.

Et dans ces conditions, j'apprécierai tout autant mes 42 ou 65 cm d'assise !