

24 images

24 iMAGES

Jeux de coulisses

Gérard Grugeau

 tats de la nature,  tats du cinéma
Number 144, October–November 2009

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/25117ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

24/30 I/S

ISSN

0707-9389 (print)

1923-5097 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Grugeau, G. (2009). Jeux de coulisses. *24 images*, (144), 36–37.

FESTIVAL DU NOUVEAU CINÉMA 2009

Jeux de coulisses

par Gérard Grugeau

Eccentricities of a Blond Hair Girl de Manoel de Oliveira

CONTRE VENTS ET MARÉES, IL PERDURE. IL EN EST À SA 38^E ÉDITION, MAIS CETTE PÉRENNITÉ QUI EN IMPOSE N'EST PAS GAGE D'UN CHEMIN DE ROSES POUR AUTANT. DANS UN CONTEXTE INTERNATIONAL QUI A VU L'EXPLOSION DU NOMBRE DES FESTIVALS DE CINÉMA ET L'ÉMERGENCE D'UNE CULTURE DE MASSE ÉVÉNEMENTIELLE QUI FAVORISE LES GROSSES STRUCTURES POUR DIVERTIR L'*HOMO FESTIVUS* (SELON LE MOT DE PHILIPPE MURRAY), LE FESTIVAL DU NOUVEAU CINÉMA DOIT AUJOURD'HUI S'ADAPTER À UNE RÉALITÉ ÉCONOMIQUE DIFFICILE.

Avec un budget d'environ 2,5 millions de dollars et une programmation de près de 250 films (tous métrages confondus), l'événement attire chaque année plus de 160 000 spectateurs et souffre toujours de sous-financement chronique. Face à une compétition féroce où, forts de leurs marchés du film, les gros festivals comme Cannes, Venise, Berlin, Toronto ou Pusan restent les acteurs majeurs de la planète cinéma, les festivals de moyenne envergure comme le FNC ou les Rencontres internationales du documentaire de Montréal peinent à conserver leurs marques et à imposer leurs niches dans le nouveau paysage de l'économie du cinéma. Dans un tel contexte, programmer un festival comme le FNC, qui s'efforce de privilégier un cinéma d'auteur novateur et de rendre compte de l'essor des nouvelles images, tient de plus en plus du parcours du combattant. Qu'en est-il au juste des groupes d'intérêt qui s'agitent en coulisses et qui font que l'écart se creuse souvent entre la réalité du terrain et la programmation idéale que tout cinéophile concocte dans sa tête?

DE NOUVEAUX JOUEURS

Tout débute par un appel d'offres lancé en avril. Chaque année, plus de 1 200 films (dont environ 400 longs métrages) sont soumis au festival. 5 à 10 % de ces œuvres sont retenues (cette année, notamment : *Skid Love* du Canadien Ryan Arnold et *Holland* du Néerlandais Thijs Gloger). Vient ensuite la tournée de différents festivals (Cannes en tête) effectuée par l'équipe de programmation. Certains films sont alors pressentis, mais c'est là que les vraies difficultés commencent. Si les films n'ont pas été achetés par un distributeur nord-américain ou québécois, il faut passer par les agents des ventes internationales pour négocier les frais de projection ou de location des copies. Ces nouveaux joueurs qui servent d'intermédiaires se sont imposés depuis une quinzaine d'années et leur pouvoir est aujourd'hui bien assis. En amont des distributeurs, ils contrôlent désormais le marché des films d'auteur et décident souvent des festivals où ceux-ci seront présentés. C'est là, bien sûr, qu'entrent en ligne de compte les rapports de force et d'argent qui colorent de plus en plus le paysage. Dans un article bien documenté,

Mark Peranson, critique et programmeur du Festival du film de Vancouver¹, décrit cette nouvelle donne et cette concentration du pouvoir autour des gros festivals. En position de force, Toronto par exemple ne paie pas la location de copies, mais invite à ses frais ces agents qui mènent souvent grand train à travers le monde. Parmi ces principaux joueurs, citons Wild Bunch (formé d'anciens de Canal +), Fortissimo, Celluloid Dreams, Pyramide, Bavaria et Films Distribution. Comme le souligne Mark Peranson, sept des films de la compétition cannoise en 2006 étaient représentés par Wild Bunch, gros joueur s'il en est. L'intérêt de ces groupes d'influence est bien sûr de maintenir à flot un système qui les avantage, fût-ce au détriment des plus petits festivals qui ne sont plus considérés aujourd'hui comme des lieux promotionnels pour les films. Et l'appétit de ces joueurs ne cesse de croître dans une jungle où tout se règle tacitement, parfois élégamment, parfois brutalement.

D'APRÈS NÉGOCIATIONS

Depuis le début des années 2000, le FNC doit verser des frais de projection pour certains films. Cette année, il aurait fallu que le festival débourse environ 1500 \$ CAN pour deux diffusions de *Samson and Delilah* de Warwick Thornton, Caméra d'or à Cannes. Quant à *Mother* de Bong Joon-ho, autre film attendu, il avait échappé au FNC au bénéfice de Toronto et de Vancouver, sans que les agents ne tiennent compte un seul instant des attentes du marché francophone montréalais. Mais le film a finalement été vendu au distributeur canadien Magnolia à Toronto. Le FNC le récupère donc *in extremis*, moyennant des frais de projection. Parfois, les copies ne sont tout simplement pas disponibles (*Air Doll* de Kore-eda) ou un autre festival exige la première nord-américaine d'un titre pour l'inscrire en compétition (*Go Get Some Rosemary* des frères Safdie se retrouve ainsi au Festival du film de Sundance). Toutefois, certains vendeurs comme Pyramide (*Barbe bleue* de Catherine Breillat, *La famille Wolberg* d'Axelle Ropert et *Eccentricities of a Blond Hair Girl* de Manoel de Oliveira) n'exigent rien par fidélité envers le FNC. Les Films du Losange, eux, sont ravis de voir un de leurs poulains (Alain Guiraudie, *Le roi de l'évasion*) invité par le festival en échange des frais de projection. Tout se joue donc au cas par cas mais, pour mettre les choses en perspective, précisons qu'un festival comme le FNC alloue cette année un budget de 15 000 \$ aux frais de projection pour programmer une centaine de longs métrages. C'est dire qu'il faut batailler ferme pour limiter les coûts et rester à la hauteur de ses ambitions éditoriales.

LES DISTRIBUTEURS LOCAUX

Certains films présentés au FNC ont par contre déjà un distributeur. D'autres négociations s'engagent alors. Vendu par Les Films du Losange à E1 (Séville pour le Québec), *Antichrist* de Lars von Trier sera du festival, tout comme *On ne sait rien des chats persans* de Bahman Ghobadi. D'autres distributeurs comme Métropole Films redoutent que les deux ou trois mois qui séparent les dates du festival et la sortie en salle du *Ruban blanc* de Michael Haneke ne portent préjudice au film. Ou dans le cas d'*Un prophète* de Jacques Audiard, la présence d'un invité sur place devient un argument de

négociation. Dans le pire cas de figure, le distributeur ne croit tout simplement plus au rôle de rampe de lancement que peut jouer un festival. C'est pourtant là que le bouche à oreille commence à faire son chemin auprès du public cinéphile.

Mais une autre menace pèse sur les manifestations cinématographiques. On parle de plus en plus de la volonté des distributeurs de demander un pourcentage (jusqu'à 50 %) sur le box-office des festivals en invoquant la perte de vitesse du cinéma d'auteur dans les salles et la crainte de brûler une part du public (et des recettes au guichet) en amont de la sortie commerciale des films. L'impact de cette mesure serait, bien sûr, dévastateur. Nous aurons l'occasion de revenir sur la reconfiguration du milieu de la distribution au Québec, car il y a là matière à réflexion à l'heure où le cinéma d'auteur, faute d'écrans et de prises de risque de la part des distributeurs, perd de la visibilité et doit s'adapter à la mutation d'un paysage bouleversé par les nouvelles habitudes de consommation du septième art et les nouvelles plateformes de diffusion des films.

Face à tous ces jeux de coulisses, on comprendra qu'il est un peu vain de juger de la programmation d'un festival comme le FNC en parlant de « petite » ou de « grosse » année. Trop de facteurs contraires influencent désormais les choix des festivals de moyenne envergure sur une planète cinéma qui n'accouche, de toute façon, chaque année que d'un nombre limité d'œuvres majeures. L'argent reste évidemment le nerf de la guerre. D'où l'importance d'une véritable volonté politique des institutions d'appuyer financièrement – et à long terme – ces derniers carrés de résistance que représentent des festivals comme le FNC pour la diffusion d'un cinéma aux ambitions artistiques qui continue de penser notre monde.

On peut toujours se consoler en se disant que le FNC trouvera peut-être dans cette lutte un nouveau souffle pour pousser plus avant sa mission la plus noble : celle de défricher et de nous faire décou-



Still Walking de Hirokazu Kore-eda

vrir de nouveaux univers d'auteurs portés par une esthétique forte et inspirante. Au-delà des valeurs sûres, des signatures confirmées, des nouveaux venus et d'une présence québécoise toujours choyée, la sélection des films que nous avons retenus dans la section qui suit témoigne – envers et contre tout – de l'esprit aventurier d'une programmation toujours en quête de son point d'équilibre entre le possible et l'impossible. ■

1. Mark Peranson : « First you get the power, then you get the money : Two models of Film Festivals », dans *Cinéaste*, été 2008.