

Intervention de Joël Augros,

le 24 novembre 2009, Amphithéâtre de Saint Charles

Frédéric Sojcher : Bonjour à tous et bienvenue à cette rencontre avec Joël Augros, qui vient de publier le livre : *L'économie du cinéma américain* qu'il a écrit avec Kira Kitsopanidou. Joël Augros est sans doute le spécialiste du cinéma américain en France, en tout cas du cinéma américain dans une perspective économique, puisqu'il a déjà écrit plusieurs ouvrages dont : *L'argent d'Hollywood*.

Son livre *L'économie du cinéma américain* est un ouvrage très complet, accessible et important. Lorsqu'on s'intéresse à l'économie du cinéma, on ne peut qu'être intéressé par le modèle économique américain dans la complémentarité qui existe ou non entre les studios et le cinéma indépendant. Il ne faut évidemment pas confondre cinéma américain et cinéma hollywoodien, il y a d'ailleurs plusieurs types d'économie du cinéma qui coexistent aux États-Unis.

Joël, j'aimerais qu'on aborde ensemble les deux approches de l'économie du cinéma présentes dans ton livre. Tout d'abord la perspective historique : comment est ce qu'on peut définir ce modèle qu'on appelait l'âge d'or des studios hollywoodiens, comment les studios se sont constitués ? Puis la question plus actuelle : quels sont les enjeux contemporains en matière d'économie du cinéma à Hollywood et aux Etats Unis de manière plus large. Et donc en quoi est-ce un modèle ? Le modèle hexagonal aussi irradie au-delà de la France et sert de référence notamment pour l'avance sur recette qui a été repris par d'autres cinématographies qui se sont inspirés du modèle français. J'aimerais donc aussi qu'on puisse avoir ce débat sur la complémentarité ou l'antagonisme entre les deux modèles, ce qui les différencie aujourd'hui.

Ma première question, Joël, est : pourquoi ce livre ? Avec les ouvrages déjà préexistants, est-ce qu'il y avait d'après toi un manque pour qu'on comprenne davantage en France, l'économie du cinéma américain? Quelle a été la motivation de l'écriture de ce livre pour cet ouvrage qui vient de paraître aux éditions Armand Colin.

Joël Augros : C'est une bonne entrée d'essayer d'expliquer pourquoi Kira Kitsopaniidou et moi avons fait ce livre. Je donne un cours à l'université Paris 8 où j'exerce et à Paris 3 où je suis chargé de cours. Je donne un cours sur l'économie du cinéma hollywoodien, et au second semestre je donne un cours sur l'économie des autres cinémas.

Et quand on regarde un peu pour tous les pays comment s'y font les films, et comment se passe les relations dans la filière (quelles salles, quels types de distributeurs...) on peut observer à chaque fois deux constantes. Première constante : la confrontation avec le cinéma hollywoodien, on se fabrique contre : comme par exemple le cinéma soviétique qui a essayé de faire radicalement différent. Quoique pendant sa période révolutionnaire des années 20, le cinéma soviétique a une volonté de reprendre la dynamique du cinéma hollywoodien. *Le Baiser de Mary Pickford* ou *Les Aventures de Mr West au pays des bolchéviques*, par exemple, sont des films où l'on essaie de reprendre l'entrain des *slapsticks*¹ américains. Ils ont eu également le projet de *Kinograd*, une grande ville du cinéma, une espèce d'Hollywood soviétique. L'autre constante lorsqu'on étudie l'économie des cinémas, est de se construire complètement avec le système hollywoodien : le cinéma britannique par exemple, est un cinéma complètement intégré au cinéma hollywoodien sur bien des aspects. Le cinéma français est entre ces deux constantes. C'est un système qui s'est construit en essayant de se préserver du cinéma hollywoodien notamment grâce aux systèmes d'aides qui permettent de contrecarrer la trop grande importance de ce cinéma qu'on a pu avoir après la Deuxième Guerre mondiale.

L'entrée historique reste très importante lorsqu'on aborde ces questions là. Car la manière dont ces cinémas se sont forgés, est toujours en raison d'événements historiques qui dépassent parfois largement le cadre du cinéma. Aux questions : comment finance-t-on un film, où trouve t-on l'argent pour faire des films, comment aide t-on le cinéma dans un pays, quels sont les types d'aide qui sont proposées, etc.

¹ : Slapstick : (signifie coup de bâton) style de comédie du cinéma muet américain, genre burlesque, humour impliquant une part de violence physique volontairement exagérée.

Les réponses adoptées par chacun des pays à certains moments, diffèrent. On pourrait presque faire une typologie des types d'aides par exemple : les formes de quotas sont différentes suivant les pays, il y a des aides à la production dans certains pays, ailleurs c'est plutôt à la distribution. Chacun trouve un intérêt particulier pour tel ou tel aspect de l'industrie cinématographique.

L'économie du cinéma américain est un ouvrage qui était au départ un chapitre avorté de *L'argent d'Hollywood*. *L'argent d'Hollywood* est un livre qui s'intéresse au cinéma contemporain, qui essaie de décrire la machine hollywoodienne. J'y avais prévu un premier chapitre historique, mon éditeur a trouvé que cela faisait trop de pages. Et vous savez, les éditeurs comptent aussi en nombre de pages, en rendement, même si l'édition de livres de cinéma ne se vend pas beaucoup. En plus de ce chapitre, mon cours sur l'économie du cinéma américain commence toujours par deux séances sur l'histoire économique de ce cinéma. Cette histoire économique est évidemment importante parce qu'elle nous explique pourquoi ce cinéma est constitué comme cela. Pourquoi il y a des majors. Les films américains que vous allez voir cette semaine seront des films produits par Warner, Universal ou Disney. Ces firmes existaient dès les années 20 pour la plupart et quelques-unes même un petit peu plutôt, Paramount par exemple est créé en 1914.

Donc la major est une forme prégnante dans le système américain, qui s'est constitué dès les années 20. Il fallait comprendre pourquoi s'est constituée cette forme, comment elle a perduré et comment elle s'est adaptée aux nouveaux enjeux (arrivée de la télévision, de la vidéo) tout ce qui a pu modifier profondément le cours de l'histoire du cinéma, pour ainsi comprendre les relations entre major et indépendant.

Kira Kitsopanidou avait fait sa thèse sur l'innovation technologique des années 50 et a donc apporté à cet ouvrage les questions de l'apparition des innovations technologiques dans le cinéma, les conditions économiques pour que ces innovations s'enclenchent et comment elles modifient profondément le cinéma. Par exemple le parlant arrive à la fin des années 20 mais il y a déjà des tentatives de parlant dès l'origine du cinéma donc il ne s'agit pas simplement de décrire et repérer qui a inventé

à tel moment tel ou tel aspect. Mais il faut comprendre comment d'une invention, on passe à une innovation, qui change le paradigme du cinéma, qui change les conditions d'existence même de la production cinématographique. Donc on a essayé d'aborder ça, sous cet angle là.

Le deuxième aspect qui nous semblait tout à fait évident, c'était la question du manque et en quoi le livre essaie de répondre à un manque. Au milieu des années 70, commence à être publiée aux Etats-Unis toute une série d'études extrêmement intéressantes des historiens révisionnistes. Mais le terme « historien révisionniste » aux Etats-Unis n'a pas le sens péjoratif du terme en France, c'est tout simplement des historiens qui ont revisité l'histoire d'Hollywood. Car jusqu'à présent les histoires qu'on avait, étaient des histoires des grands hommes par les grands hommes, par exemple : les mémoires de Zukor ou le livre de Joe Kennedy (le père du président) qui était un des fondateurs d'Hollywood, et qui fit publier à la fin des années 20, un ouvrage qui rappelle l'histoire d'Hollywood. Ces livres sont l'histoire écrite par les vainqueurs : Zukor, Mayer, Cohn, ce sont tous des patrons de studios qui racontent leurs débuts : ils étaient les pauvres petits partis de rien, qui sont arrivés à la puissance parce qu'ils ont été les premiers à bien sentir le marché. C'était cette histoire là qu'on avait jusqu'à présent ou alors une histoire des œuvres, une histoire des courants esthétiques, une histoire des genres par exemple. Mais à partir des années 70, on commence à voir des ouvrages de Robert Allen ou Douglas Gomery par exemple, sur comment s'est constitué le cinéma. Douglas Gomery publiait à ce moment là une magistrale étude sur les studios américains, il fera ensuite une étude très complète, une dizaine d'années après, sur l'histoire de l'exploitation aux Etats-Unis. Tino Balio, lui, a fait un ouvrage fondamental sur United Artists Avec une approche d'historien, il est allé rechercher des archives en ne se contentant pas de reprendre la mythologie hollywoodienne et Dieu sait si dans l'histoire du cinéma hollywoodien il y a beaucoup de mythologies. Les mythes ont la peau dure et je reprendrai deux exemples de mythes qu'on retrouve encore dans certains ouvrages publiés en France même aux Etats-unis. Une des raisons avancées concernant l'implantation du cinéma américain à Hollywood et qu'on retrouve parfois est de dire

: « on est près de la frontière mexicaine et on peut aller se réfugier au Mexique pour éviter d'avoir à payer des droits à Edison ». Autre mythe : les frères Warner sont en faillite et leur dernière cartouche, leur dernière chance, c'est la décision de passer au parlant ; évidemment c'est le succès et Warner devient une grande société. Un peu comme dans *Chantons sous la pluie*, la projection du film est un désastre et puis au petit matin, y a l'idée de génie qui fait qu'on va s'en sortir, c'est une histoire très américaine. Tout ça c'est des mythes, c'est faux et c'est à partir des années 70 que des travaux s'accumulent et permettent d'avoir une autre vision de l'histoire hollywoodienne. Or ces ouvrages là ne sont pas publiés en français, vous trouverez toutefois à la Bifi² si ça vous intéresse, *History of the American Cinema*, c'est en neuf volumes, pratiquement un volume par décennie et c'est un ouvrage absolument irremplaçable pour l'histoire du cinéma hollywoodien mais cet ouvrage là n'est pas publié en français. Seuls deux ouvrages ont été traduits en français : celui de Douglas Gomery, traduit relativement assez tôt après sa publication aux Etats-Unis mais dans lequel on trouve pas mal d'erreurs de traduction. Et l'ouvrage de Allen et Gomery *Faire l'histoire du cinéma* qui est avant tout un ouvrage de réflexion sur comment on fait l'histoire du cinéma et où l'on trouve quelques études de cas. On a donc pensé que cette histoire revisitée d'Hollywood n'était pas connue du public français, on a voulu être passeur de ces chercheurs américains et essayer d'expliquer comment on peut envisager cette histoire autrement que l'histoire traditionnelle centrée sur les grands hommes.

On a conçu le livre autour de l'idée que le cinéma est un spectacle. Toute l'histoire d'Hollywood c'est l'idée que la salle ne présente pas des films, elle présente des spectacles cinématographiques. Pour nous, en 2009 la plupart du temps le spectacle cinématographique qu'on nous offre se réduit à un long métrage, mais il faut bien considérer que jusqu'à une période assez récente les exploitants de salles n'offraient pas un film au public mais un ensemble constitué de films, d'actualités, de courts métrages et de documentaires. Jusque dans les années 50, il y a même une part de spectacle vivant : des danseurs, des prestidigitateurs qui viennent sur scène au milieu

2 BIFI : Bibliothèque du Film à la Cinémathèque française.

du spectacle. Long métrage se dit en anglais « *feature film* ». Et « *feature* » c'est le clou du spectacle dans le jargon du spectacle américain. D'ailleurs, la salle elle-même est conçue comme un lieu de spectacle, avec des rideaux rouges, avec une entrée; un hall décoré, etc. En partant de cette idée de l'offre du spectaculaire on comprend donc que cela conditionne le tournage du film.

Lorsqu'on parle des majors hollywoodiennes des années 20 et 30, période appelée l'âge d'or des studios, on parle de la Warner, de la Twentieth Century-Fox, de la Loew's. La Loew's c'est sans doute une major dont vous n'avez pas entendu parlé pourtant c'est la major La MGM c'est la filiale production de la Loew's qui permet à celle-ci de remplir ces salles car il faut qu'il y ait des films dans la salle sinon les gens ne rentrent pas. Mais ce n'est pas la MGM qui fait gagner de l'argent, ce qui fait gagner de l'argent c'est l'entrée dans les salles. Marcus Loew, le fondateur disait « Nous vendons des billets d'entrées dans les salles, nous ne vendons pas des films » donc en partant de cette idée là, on a essayé de revisiter toute cette histoire.

F.S. : J'ai une question de méthodologie pure : quelles sont les sources pour faire un livre comme le tien sur l'histoire de l'économie du cinéma américain? Est-ce qu'il y a nécessité d'avoir accès aux sources sur place et est ce qu'il y a des voyages qui sont fait aux Etats-Unis ? Donc en terme de méthode, comment ça se passe concrètement pour avoir accès aux sources américaines en tant que français ?

J. A. : Sur la méthode de travail, il y a d'abord un travail de compilation des ouvrages américains dont j'ai parlé et cet aspect transmission qu'on a voulu assurer. Puis il y a toute une partie préparée par Kira qui reprend en grande partie sa thèse et son travail sur des archives qu'elle a mené aux Etats-Unis. Les archives des grands studios sont maintenant toutes dans les universités, donc l'accès aux sources n'est pas compliqué. Dans l'ouvrage, on indique où sont les archives si ça vous intéresse de travailler dessus et vous avez les lieux où elles sont conservées. Kira a travaillé sur les archives de la bibliothèque du congrès par exemple, où il y a un certain nombre de documents.

F.S. : Je voudrais qu'on rebondisse sur plusieurs points qui sont présents dans le livre notamment la question du rapport entre économie, histoire et esthétique. Tu cites dans ton introduction, Jacqueline Nacache³ qui dit que selon elle « le postulat de départ était que le succès du cinéma hollywoodien était le triomphe du mode de production », je voudrais avoir ton avis là dessus. Je voudrais aussi avoir ton avis sur une phrase que disait Edgar Morin, dès les années 1950 à propos du cinéma américain dans son livre *Le cinéma ou l'homme imaginaire*⁴ « Ce qui était étonnant c'était pas tant qu'il y ait des grands films à Hollywood, mais c'était qu'il y en ait de manière régulière avec des contraintes si fortes en matière d'organisation de production ». Donc ce qui l'étonnait lui et qu'il voulait mettre en exergue c'était à quel point il y avait chaque année des grands films d'un point de vue artistique qui étaient nés dans le système hollywoodien et comment un système a priori extrêmement contraignant pouvait permettre aussi d'avoir cette émulation artistique ?

J.A. : Sur les rapports économie, histoire et esthétique, on parle au début de la question de la périodisation. Quand on fait de l'histoire, il faut à un moment périodiser c'est à dire définir les points de ruptures, découper une durée en périodes historiques caractéristiques. Jusqu'à présent les périodisations qui sont proposées dans les ouvrages partent des questions esthétiques. Le problème c'est qu'on n'est pas toujours sur les mêmes rythmes. Par exemple, jusqu'en 1948, les cinq grandes compagnies avaient toute l'activité de production, de distribution et d'exploitation. Mais en 1948 il y a une décision de justice qui oblige les studios à se séparer de leurs salles, c'est un procès anti-trust⁵. En réalité, les studios vont continuer encore pendant au moins 10 ans si ce n'est plus, à faire des films qui sont dans l'ancien type de cinéma. Si vous regardez *Les Ensorcelés* de Minnelli (1952) c'est encore un film qui aurait pu être fait 10 ans avant, dans l'ancien système des studios. C'est un film en plus intéressant puisqu'il parle justement du travail d'un producteur. Donc les ruptures

³ Maître de conférence à l'université Paris 7, spécialiste du cinéma américain.

⁴ 1956, *Le Cinéma ou l'homme imaginaire*, Éditions de minuit.

⁵ Egalement appelée décision Paramount, car c'est Paramount qui a été la première compagnie à devoir se séparer de ses salles.

esthétiques ne se font pas au même moment que les ruptures économiques. De la même façon, on explique dans l'ouvrage qu'il va y avoir des modifications dans la distribution qui ont lieu un petit peu avant l'arrivée de l'économie du blockbuster. C'est à dire un petit peu avant que ne sorte *La Guerre des étoiles*, *Le Parrain*... ces films qui vont être vendus sur un grand nombre d'écran à la fois alors que jusqu'à présent, quand on sortait un grand film, on le sortait au contraire sur peu d'écrans pour créer un espèce d'effet de manque, un effet de rareté : c'est rare donc c'est beau, c'est cher, etc. La rupture de la distribution arrive donc avant la rupture de la production. Ces questions, on ne les a pas forcément résolues dans l'ouvrage mais on a essayé d'y travailler. Il y aurait un travail extrêmement intéressant à faire, qui serait de lier un peu toutes ces questions. Par exemple des débuts du cinéma hollywoodien jusqu'aux *Dents de la mer* (1975) on ne sort pas de films l'été. *Les Dents de la mer* c'est le premier film qui est sorti massivement l'été. Alors c'est un film qui crée une rupture comme ça, parce que d'un seul coup c'est la saison d'été qui va devenir la saison la plus vendeuse du cinéma hollywoodien. Ce film lance *La Guerre des étoiles*, *Le Parrain* et lance donc l'économie du blockbuster qui consiste à vendre des films très cher sur un grand nombre d'écrans à la fois avec une grosse campagne publicitaire. Il serait intéressant effectivement de lier pourquoi il y a eu cette rupture dans la distribution et puis comment ça s'est enclenché dans la production et comment ça a changé les films eux même. Il y a quelques personnes qui se penchent sur la question, Jacqueline Nacache en est une.

Comment la production de masse réussit-elle à faire de bons films ? Il y a plusieurs réponses possibles : d'abord c'est une production de masse donc statistiquement on a plus de chance d'avoir de bons films. Le système soviétique a tenté l'inverse au moment où le cinéma était sous l'autorité du gosplan (c'est à dire du plan quinquennal). Un jour, le dirigeant du cinéma a dit « écoutez là on a fait 150 films, et pas des bons films, l'année prochaine on va produire uniquement 5 films et ils seront bons ». Ils ont produit 5 films, 5 mauvais donc la quantité a son importance.

En même temps, il faut aussi voir que le système des studios n'était pas un système aussi centralisé, aussi directif qu'on le pense. Dans les années 20, (1923 : date de

fondation de la Warner, de la MGM et de Disney) se constitue le système des studios qui se terminera au milieu des années 50. Dans ce système, au moment le plus fort, c'est à dire quand les majors possédaient production distribution et exploitation, il y a un premier élément : ces majors devaient d'abord alimenter leur salle. Et alimenter les salles signifiait faire des films de long métrage (les *feature films*) mais également faire des cartoons, de l'actualité, du documentaire, faire des courts métrages, faire des films qu'on va appeler films de série B. Ces films de série B sont en fait le deuxième grand film du spectacle, quand à partir des années 30, on a l'idée d'en offrir encore plus aux spectateurs en mettant un double programme : deux films pour le prix d'un. Donc les studios ne sont pas que des créateurs de longs métrages, ils produisent de tout. Ils vont donc faire venir progressivement des acteurs, des metteurs en scène au devant de la scène, faire débiter les acteurs dans les films de séries B, les tester. Les studios ont les acteurs sous contrats pendant 7 ans en général, ils ont donc le temps de les amener à maturité, soit en les testant dans les films de série B, soit en les testant avec un acteur connu. Par exemple, Rita Hayworth, pour son premier grand rôle on la met avec Fred Astaire. Parce que l'on sait que Fred Astaire va assurer la recette, on teste l'actrice à côté et puis on regarde le courrier des lecteurs qui est envoyé aux studios ou aux journaux. On regarde si ça a plu, si on peut conserver l'actrice dans ce type de rôle ou s'il faut modifier un peu son positionnement en quelque sorte. Donc il y a cet aspect de réservoir qui est aussi constitué par le fait qu'on ne fait pas que du long métrage.

L'autre aspect à prendre en compte c'est le fonctionnement interne des studios. Chaque année, le patron du studio décide du nombre de films qu'il y aura à faire et en fonction de la somme globale qu'il doit consacrer à tous les films, il va répartir les budgets. Alors les films de série A ont des budgets élevés, les films de série B auront des budgets moins élevés, il va éventuellement considérer qu'il y aura 2 ou 3 films de prestige sur lesquels on va mettre vraiment beaucoup de budget parce qu'il y a des décors importants, des costumes d'époques, etc. Et en général, la Major va vendre pratiquement l'intégralité de sa production aux salles, soit à ses propres salles qui

n'ont évidemment pas le choix, ils doivent passer les films de la maison mère. Mais aussi aux autres salles : on fait ce qu'on appelle le block booking c'est à dire qu'on vend un paquet de films en même temps. Un exploitant indépendant n'achète jamais un film tout seul il est forcé d'acheter un paquet de films ce qui permet d'écouler leur production. Ça paraît comme ça très standardisé, taylorisé, on peut parler de fordisme aussi, mais en réalité quand on y regarde de plus près l'intérieur même des studios, les choses sont beaucoup plus souples qu'on ne le croit. Il y a des producteurs salariés du studio, qui ont leurs propres équipes au sein même du studio. Ce sont un peu comme des petites compagnies dans lesquelles chaque producteur produit plus ou moins son style de film favori. Arthur Freed, par exemple, pour les comédies musicales. Donc chacun de ces producteurs va organiser la production au sein de sa petite équipe, souvent avec les mêmes réalisateurs, les mêmes acteurs, les mêmes collaborateurs, souvent le même directeur de la photo, le même chef décorateur etc. A l'intérieur de cette organisation globale très lourde, il va y avoir cette alliance qui va se faire avec beaucoup plus de possibilités et de finesse qu'on ne le croit généralement. Et cela préfigure en quelque sorte, ce qui existera après et ce qui existe maintenant, c'est-à-dire la relation entre les majors et les compagnies indépendantes.

F. S. : Alors justement, est-ce qu'on peut pour poursuivre notre débat et petit à petit arriver vers les questions actuelles qui se posent sur le nouvel Hollywood. Est-ce que tu peux faire une différenciation entre le rapport major/indépendant comme tu le fais dans le livre à l'âge d'or des studios, et la complémentarité entre les studios et les indépendants aujourd'hui. Comment expliquer le rôle déterminant du cinéma indépendant ? Est-ce qu'il n'y a pas plus dépendant des studios que les producteurs indépendants aux États-Unis ? Est-ce qu'il y a derrière ce terme de cinéma indépendant différentes réalités qui coexistent aujourd'hui ?

J. A. : Aux temps des studios, il y a assez peu d'indépendants, il y en a deux types en fait. Les compagnies comme Goldwin par exemple, comme Selznick ou Disney

(Disney n'est pas une major aux temps des studios, elle ne devient une major que dans les années 70-80) sont des compagnies indépendantes qui travaillent avec les majors. Selznick par exemple a produit "Autant en emporte le vent" qui a été distribué par la MGM. La plupart des profits vont revenir à la MGM d'ailleurs. Disney fait ses films et les vend par l'intermédiaire de RKO, ou de United Artists selon les périodes. Donc il y a quelques indépendants comme ça qui réussissent à vivre un petit peu en marge des studios et qui font des films qui au fond ne diffèrent pas beaucoup de ceux que feraient les studios. Et puis il y a quelques autres indépendants qui eux vivent complètement en marge : Republic, Monogram, PRC (ce qu'on appelle globalement Poverty Row)... Ce sont des compagnies qui vont faire des westerns ou des films pour toute une série, avec des histoires assez proche de ce qui se ferait en feuilleton de nos jours. Ces indépendants vendent leurs films eux même, ils ont leur propre réseau de salles, ils n'ont pas de salles à eux, mais ils ont leurs propres clients finalement, dans les petites villes, les banlieues. Ils sont complètement en dehors du système hollywoodien, mais ils ne sont pas très nombreux. À la fin des années 40, en tout, il y a une quarantaine de compagnies indépendantes. Les choses vont évidemment changer une fois que les studios n'ont plus leurs salles. En 1948, il y a donc cette décision de justice qui va mettre pour certains au moins une dizaine d'années à rentrer en en fonction, il y a une période de délitement du système. Comme ils n'ont plus l'obligation de fournir leurs propres salles, les studios vont faire moins de films, les salles vont pouvoir acheter d'autres films. Et d'autre part, petit à petit le block booking va être interdit, on n'aura plus le droit de vendre des films en *package*, même s'il ne faut pas se faire d'illusions ça se fait encore plus ou moins. Il va donc y avoir un appel d'air pour les compagnies indépendantes. Un premier type de compagnie indépendante va arriver : ce sont les compagnies formées par des réalisateurs, des producteurs ou des vedettes qui étaient salariées des studios et qui deviennent indépendantes. Ces personnes vont le plus souvent créer leur propre société tout en signant un contrat pour faire distribuer leurs films par la major à laquelle ils appartenaient jusqu'à présent. Et puis il y a une nouvelle série d'indépendants qui va arriver dans les années 60 : comme le plus célèbre Roger

Corman. Mais avant lui il y avait Samuel Arkoff et la compagnie AIP, ces indépendants vont se mettre à faire des films d'exploitation c'est-à-dire des films destinés à une exploitation rapide, fondé sur des tournages aussi ultra rapides, des coûts très bas mais qui vont toucher un nouveau public notamment celui des drive-in⁶, on dit toujours que le public d'Arkoff c'était : 19 ans, buveur de coca, mangeur de pizza et couverts d'acné. Ces indépendants rentrent finalement dans le système.

Petit à petit on entre dans un système de liens entre les majors et les indépendants, ça a débuté avec la United Artists dans les années 50. Les indépendants vont devenir en quelque sorte des têtes chercheuses, ils vont chercher les sujets, élaborer des projets et les vendre à la major. Les majors vont de moins en moins produire en interne, aujourd'hui elles ne produisent plus de films dans le sens où elles ne fabriquent plus d'idées de films. Donc l'origine des films, elle est dans les compagnies indépendantes. Mais c'est la major qui finance ces films alors évidemment vous savez qu'avec le système du copyright américain, c'est celui qui finance qui a le copyright et la propriété du négatif. Donc même quand le film est initié et conçu par une compagnie indépendante et même quand la production exécutive du film est faite par cette compagnie indépendante, si c'est la Major qui a financé c'est la major qui a le copyright. Il suffit d'ailleurs de regarder un générique de film américain vous avez souvent au début du film 5-6 logos de compagnies qui apparaissent, attendez la fin du film et regardez qui est derrière le petit C entouré d'un rond et vous voyez qui est le propriétaire du film et donc qui l'a véritablement financé. Et la plupart du temps vous verrez que c'est la major qui est derrière.

Ces indépendants sont satellisés en réalité, ils ne sont pas complètement indépendants. Ne serait-ce que, parce que c'est la major qui finance et qu'il faut réussir à lui vendre le projet. La plupart du temps ces indépendants sont dans des relations contractuelles avec les majors. Le contrat le plus typique est un contrat de trois ans. Une relation contractuelle qui fait que la major paye à l'indépendant les salaires de ses employés et l'indépendant a son bureau dans le studio de la major. Une

6 Le drive-in désigne un type de salle apparu en 1933 dans laquelle les spectateurs regardent les films assis dans leur voiture

compagnie comme Malpaso, par exemple, la compagnie de Clint Eastwood a ce type de contrat depuis très longtemps avec Warner. Donc Malpaso est une compagnie indépendante c'est-à-dire qu'elle n'appartient pas à Warner. Clint Eastwood est le propre patron de sa compagnie, mais le bureau de sa compagnie est à Burbank dans les locaux de la Warner. Et c'est la Warner qui paye le téléphone, le loyer, et puis les salaires de ses quelques employés, il n'y a jamais un grand nombre d'employés dans ces sociétés là. Et en échange du paiement de ses frais généraux, la société indépendante a l'obligation d'offrir ces projets en primeur à la major qui l'abrite. Ces compagnies ne sont pas complètement indépendantes, puisque elles sont plutôt en symbiose avec les majors. On peut dire dans ce sens-là, que presque tous les films hollywoodiens sont faits par des indépendants mais ils ne sont pas forcément financés par des indépendants et ce ne sont pas les indépendants qui possèdent les films. Les catalogues de droits sont possédés par les majors.

Il y a d'autres compagnies indépendantes dans le cinéma américain, et il y en a notamment beaucoup à New York. Même s'il y a des indépendants new-yorkais qui sont aussi dans des relations contractuelles avec les majors, on a plus souvent à New York qu'ailleurs de véritables indépendants qui sont des compagnies qui font leurs films sans le soutien des majors. Mais bien souvent ces films n'ont pas une grande diffusion aux États-Unis, pas plus de diffusion que certains types de films européens par exemple. Un dernier point à aborder : ne faites pas l'erreur de penser qu'indépendant veut dire art. Indépendant c'est un statut et les films gore du type film d'exploitation c'est du cinéma indépendant ; le film porno c'est du cinéma indépendant, toutes les séries de films qu'on voit peu en France sur les histoires du capitaine de l'équipe de base-ball qui tombe amoureux de la chef des cheerleaders c'est du cinéma indépendant. Et ça n'est pas forcément du cinéma de haute qualité.

F. S. : Alors, tu disais tout à l'heure qu'à l'époque de l'âge d'or des studios hollywoodiens, il n'y avait pas que le long-métrage, loin de là, il y avait toutes sortes d'autres productions qui permettait notamment à des comédiens, à des réalisateurs de faire leurs premières armes. Dans le contexte actuel du cinéma américain, quels sont

les lieux où les comédiens, les techniciens, les réalisateurs peuvent commencer à faire des films ?

Par ailleurs je voulais revenir sur un point qui me paraît crucial, c'est la question de la distribution : tu dis, à plusieurs reprises dans le livre, à quel point la clé de voûte des majors hollywoodiennes de tout temps, a été la distribution des films. Peut-on essayer d'expliquer pourquoi c'est un lieu stratégique par excellence ? Pourquoi et comment les majors ont réussi à distribuer des films bien au-delà des États-Unis ?

Ce qui amène à une troisième question : comment expliquer la réussite exceptionnelle du cinéma américain sur le plan mondial ? Est-ce qu'on peut essayer de dresser une liste non exhaustive des facteurs qui explique ce succès, puisque ce n'est pas par la grâce des Dieux que tout à coup le cinéma américain serait meilleur que tout autre cinématographie nationale.

J. A. : Sur le premier point, effectivement aujourd'hui on ne peut plus faire ses classes au sein des majors. Les majors n'ont plus « la propriété » des acteurs, c'est-à-dire que même si un acteur devient célèbre grâce à un film d'une major, il est tout à fait libre ensuite d'aller faire un film chez une autre major. Cela dit, le système que j'ai expliqué de contrats entre compagnies indépendantes et major, peut permettre quand même de conserver un petit peu un acteur sous la main. Parce que certains acteurs ont leur propre société de production, on leur offre des contrats de trois ans, ce qui fait qu'on n'a au moins la garantie que le projet que l'acteur porte et qu'il a envie de faire c'est à la major qui l'abrite qu'il va le proposer. Sinon, si on regarde la liste des réalisateurs les plus connus actuellement, on s'aperçoit qu'aucun n'a fait ses premières armes dans un film d'une major. Ils ont tous commencé par du cinéma indépendant. Certaines formes de cinéma indépendant forment aujourd'hui une sorte d'antichambre du cinéma des majors. C'est d'ailleurs ce que certains reprochent au fameux festival de Sundance, qui a lieu tous les hivers dans l'Utah, fondé par Robert Redford. Ce festival, sans que ce soit voulu par ses fondateurs, devient plus en plus une antichambre des majors. À Sundance, la moitié du public est constituée d'envoyés de dirigeants des majors qui sont là pour repérer les petits nouveaux, pour repérer le bon

réalisateur, le bon scénariste, le bon producteur... Ceux qu'ils vont engager dans leurs films par la suite. C'est donc par ce biais là qu'on fait ses premières armes, mais il ne faut pas non plus oublier que l'on a accès à ce milieu par le biais de la télévision également, et ce depuis les années 60.

Sur la question de la distribution, quand on regarde les recettes des majors aux temps de l'âge d'or d'Hollywood on s'aperçoit par exemple que les deux tiers des revenus de la Loew's ce sont les salles⁷. Et pourtant, quand en 1948 on oblige les compagnies à se scinder, elles décident d'abandonner leurs salles. Elles décident de conserver production et distribution. D'ailleurs, je disais que les majors financent les films, les distribuent mais elles ne font pratiquement plus de production en interne. Elles se sont centrées sur cette question de la distribution. Pourquoi ? Cela paraît incohérent, mais en fait elles ont compris que le noeud du pouvoir était là. En 1948, en plus de cette décision de justice, on se rend également compte de la baisse des entrées dans les salles. En cinq ans environ, on passe de 5 milliards d'entrées à moins de 3 milliards d'entrées. Et les salles ferment les unes après les autres. Les majors ont vu cela venir, et se sont donc centrées sur la distribution. Ce qui est important et il faut bien le comprendre c'est qu'un réseau de distribution, c'est un réseau physique. Au temps de la splendeur d'Hollywood c'est une trentaine de villes et beaucoup de bureaux, de gens aux États-Unis et dans le monde entier. Ces personnes vont téléphoner aux salles, leur vendre les films, d'autres vont acheminer les copies, il faut aussi des personnes qui s'occupent de la communication, qui vérifient dans le journal local que la publicité pour le film est bien faite, que la salle fait bien la publicité du film, etc. C'est donc une organisation lourde nécessaire et les majors sont les seuls à pouvoir se permettre de l'avoir. Aucune autre compagnie ne va réussir à monter un réseau de distribution.

Il n'y a qu'une seule société qui ait réussi c'est Disney⁸. Disney n'avait pas de distribution et passait par RKO ou United Artists à leur début, puis ils ont créé leur

⁷ Voir à ce propos le livre *L'âge d'or des studios* de Douglas Gomery.

⁸ Rappelons que Disney n'est pas une major aux temps des studios, elle ne le devient que dans les années 70-80

filiale de distribution : Buena Vista à partir des années 50. Mais il a fallu attendre de 1950 à 1982 environ pour que Disney prennent la taille des autres majors au niveau de la distribution. On peut prendre un autre exemple : DreamWorks qui a été lancé à grand fracas il y a une dizaine d'années environ, avec Spielberg, Katzenberg (ancien numéro deux de Disney) et Geffen (qui avait fait fortune dans l'industrie du disque). Ces trois grands noms reconnus par toute la communauté commencent avec 4 milliards de dollars de capital et avec l'ambition de créer un véritable studio en créant notamment un réseau de distribution. Aujourd'hui DreamWorks est toujours une petite société indépendante qui vient juste de se sortir du trou grâce à de l'argent indien (500 millions de dollars apportés par Reliance, une compagnie indienne). Ils ne sont plus du tout à envisager d'être une major car ils ont raté leur passage à la distribution.

Les économistes appellent cela une barrière à l'entrée, c'est-à-dire qu'on ne peut pas faire de la distribution parce que ça coûte beaucoup trop cher. Cela signifie que si on veut sortir un film aux États-Unis dans les salles avec de bonnes chances que le film fasse des recettes il faut passer par une major. Si vous passez par une autre compagnie qu'une major vous n'accédez pas aux grandes salles, vous n'accédez pas à la puissance de feu des majors pour faire la publicité sur les chaînes de télévision, sur les quelques grands journaux nationaux qui existent. Donc, seuls les films distribués par les majors ont accès aux grosses recettes sauf quelques rares exceptions.

Deuxième point les distributeurs sont rémunérés grâce un pourcentage des recettes, une commission sur les recettes. Et comme ils sont en position de force, et bien ils jouent de cette commission. Par exemple, quand on regarde les résultats du premier Batman on s'aperçoit que les distributeurs gagnent plus d'argent que le producteur sur un film comme celui-ci, tout simplement par le jeu des commissions. En l'occurrence pour Batman, la morale est sauve puisque le producteur et le distributeur c'est la même compagnie. Mais quand c'est une compagnie de production indépendante, le distributeur de toute façon gagne à chaque fois plus d'argent que le producteur. Même si le film n'est pas une très grande réussite, le distributeur qui est rémunéré en

premier, commence quand même à récupérer de l'argent alors que le producteur n'en récupère pas.

Troisième point : l'effet portefeuille. Les distributeurs distribuent 30 à 40 films par an, (c'est monté jusqu'à une soixantaine de films il y a une dizaine d'années pour Disney), ils ne raisonnent pas en termes de film par film, mais en termes de l'ensemble des films distribués dans l'année. Et sur une année, il y aura toujours un ou deux films qui auront suffisamment de succès pour payer pour l'ensemble des films distribués. Alors évidemment pour les producteurs indépendants qui eux vont faire un film par an, eux ils attendent le résultat de leur film. Et si leur film se plante, c'est tant pis pour eux.

Concernant l'exportation, les distributeurs américains ont fait quelque chose qu'aucun autre distributeur n'a su faire : ils ne vendent pas leurs films à l'étranger, ils les distribuent eux-mêmes. En France, pour projeter dans une salle un film produit par la Warner, il faut vous adresser à Warner France. En Allemagne ce sera : Warner Deutschland. Ils ont donc implanté des filiales de distribution dans tous les pays du monde. Tandis que vous n'avez pas de filiale Gaumont aux Etats-Unis lorsque vous voulez y vendre un film français. Gaumont avait pourtant essayé de s'implanter dans les années 80. Quand un Français veut vendre un film à l'étranger il doit passer par les distributeurs locaux qui imposent leurs thèmes. Les Américains, eux sont en position de force sur tous les marchés. Non seulement ils distribuent leurs propres films mais en même temps ils se mettent à faire des films en France et à distribuer en France des films français : les derniers films de Jeunet sont produit par la Warner. Au Brésil c'est la Columbia. D'ailleurs le film brésilien qui a fait le plus d'entrée ces dernières années : *Les Deux fils de Francisco* est un film distribué par Columbia et Globo films (la filiale de Globo télé). Ces distributeurs se sont véritablement implantés et c'est évidemment stratégiquement très important sur la vente des films.

Alors après comment expliquer la réussite sur le plan mondial et dans la durée du cinéma hollywoodien. Je dirais qu'il y a un faisceau de raisons, on ne peut pas en isoler une. Et je me garderai bien de dire que parce que je suis économiste c'est

l'économie qui en est la raison principale. Il y a des raisons économiques, certaines. Notamment la puissance de feu due au marché intérieur. Par exemple dans les années 30, les films hollywoodiens sont pratiquement rentabilisés uniquement sur le marché américain. Parce que sur le marché américain il n'y a que des films américains et très peu de films étrangers pour de nombreuses salles. Actuellement, il y a 30 000 écrans aux États-Unis. Donc, on va pouvoir vendre à l'étranger des films sans que ça ne coûte rien. Ils sont déjà rentabilisés.

Il y a aussi des raisons politiques c'est-à-dire que le cinéma américain a toujours été protégé par son gouvernement. On dit souvent que le système français est un système où l'État intervient tout le temps. Il est vrai qu'il n'y a pas d'aide au niveau fédéral au cinéma américain mais il y a tout de même des aides au niveau local. Certains états donnent des aides au cinéma souvent sous forme de Tax Shelters : d'exemptions d'impôts.

Dès la guerre de 14, l'État américain a constitué des comités, mis en place des systèmes pour aider à la distribution des films. Pour deux raisons : la première c'était un mot souvent repris du président Hoover qui dit quelque chose comme : « Là où on vend des films américains, on vend plus de casquettes américaines, de frigidaires américains, de voitures américaines... ». Donc c'est l'idée que le cinéma précède le commerce. Deuxième raison : l'extension de l'image politique, c'est dans une forme de pensée qu'on appelle le *soft power*. Cela s'oppose au *hard power* qui, par exemple, envoie des tanks et des avions en Afghanistan. Avec le *soft power* ce sont des films et de la culture que l'on envoie. Mais l'idée étant la même : propager l'image du pays. Il ne faut pas oublier que les États-Unis sont un pays avec une pensée très messianique, ce n'est pas simplement l'impérialisme américain qu'on dénonçait dans les années 70 et qu'on dénonce encore aujourd'hui. Il faut aussi bien considérer que les États-Unis c'est le premier pays démocratique au monde (historiquement la révolution américaine se fait avant la révolution française). Dans la constitution même de ce pays il y a l'idée que l'on crée sur cette terre la meilleure des sociétés. Il est donc juste qu'on essaye de propager ce modèle-là au monde puisqu'on a réussi à faire la meilleure des sociétés, il faut que tout le monde en profite. Cet aspect politique est

indéniable. Il y a constamment une aide de l'État américain à l'exportation des films. En ce moment, on voit par exemple le poids de la Maison-Blanche pour essayer d'ouvrir aux films américains, le marché chinois. Il y a aussi l'idée que le cinéma américain s'est forgé pour pouvoir s'adresser à des populations très disparates : les récents immigrés d'Europe centrale, les immigrés récents d'Italie, des gens qui sont là depuis plus longtemps issu des premières communauté anglaise, des Allemands, etc. Et qu'il faut donc s'adresser à toutes ces populations en ayant une forme de cinéma qui n'est pas réellement d'un endroit et qui peut toucher tout le monde. Finalement cette capacité à s'adresser à tout le monde à l'intérieur, rend capable de s'adresser à tout le monde à l'extérieur.

Pour expliquer cette réussite on peut aussi parler du star-system. Dans les années 50, les Français connaissaient les stars italiennes. Aujourd'hui à part Monica Bellucci je ne sais pas si vous connaissez beaucoup de grandes vedettes du cinéma italien. Les films qui font actuellement rentrer des recettes dans les cinémas en Italie c'est par exemple la série des Natale : *Natale a Rio* avec le fils de De Sica, Christian De Sica. Est-ce que quelqu'un connaît Christian De Sica en France ? Non. Et pourtant c'est une énorme vedette en Italie. On connaît donc très peu les vedettes espagnoles, les vedettes allemandes, etc. Donc les seules stars mondiales qui permettent de vendre le cinéma sont des vedettes américaines. Dans chacun des marchés, soit on a des films avec des stars locales, soit des films avec des stars américaines, mais on n'a plus de films italiens avec des stars italiennes parce qu'on ne les connaît plus. Ça c'est aussi un élément important.

J'oublie sans doute d'autres raisons qui expliquent cette réussite. Mais pour expliquer la durée, on peut parler de l'image de marque qui une fois créée, se renforce continuellement. Quand vous demandez aux jeunes gens : quels sont les meilleurs films selon eux, ils vont répondre que ce sont les films américains, parce que c'est Hollywood. Dans les films des années 50, il y avait souvent à la fin : « The End » et ensuite « Made in Hollywood – USA ». Ce « Made in Hollywood - USA » c'était l'image de marque, le tampon pour dire "voilà c'est du bon film, regardez ça a été fait

sur place, là-bas, à Hollywood" parce que Hollywood sait faire des films. Comme les Italiens savent faire des voitures de sport, chaque pays aura sa spécialité et les Américains leur spécialité c'est le film. Il y a donc un auto renforcement de ce système.

F.S. : Avant de nous quitter, je voudrais quand même rappeler qu'il y a beaucoup de points que nous n'avons pu aborder, faute de temps, comme la question des conglomérats aujourd'hui. Je vous invite donc à lire *L'économie du cinéma américain : histoire d'une industrie culturelle et de ses stratégies*. Mais tu voulais aussi nous faire part d'une journée d'étude auxquels les étudiants ici présents sont conviés.

J. A. : Oui, c'est une journée d'étude organisée par un groupe qui s'appelle le Cinecosa : cinéma économie et sociétés anglophones. C'est un groupe donc que j'ai contribué à former avec des collègues anglicistes, spécialistes de civilisation anglo-américaine. L'idée est de travailler sur les relations entre l'approche civilisationniste du cinéma et l'approche économique et de voir comment tout cela ça peut fonctionner ensemble. Il y a donc une nouvelle journée d'étude sur les industries cinématographiques et télévisuelles des pays anglophones à l'étranger qui est organisée vendredi prochain à Nanterre. Il y aura des chercheurs français, un Australien, un Anglais qui viendront parler de ces questions si ça vous intéresse, vous pouvez regarder le programme sur le site du cinecosa : cinecosa.com

Questions d'élèves :

Un élève : Pour vous Europacorp c'est une tentative de major en Europe ou pas du tout ?

Joël Augros : Il y a dans tous les pays des tentatives plus ou moins réussies de singer en quelque sorte le modèle américain. Europacorp est une compagnie qui s'efforce à son niveau de reprendre des structures un peu identiques c'est-à-dire qu'ils font de la

production, ils distribuent leurs films et ils vont ouvrir un grand studio de cinéma à Saint-Denis. Ils font des films qui visent un public international : des films en anglais, des films pour enfants. Vous allez avoir *Arthur*⁹ qui va connaître deux autres suites dans les prochaines semaines, en étant des budgets extrêmement importants. Les deux films les plus chers produits en 2008 ce sont les deux suites d'*Arthur* qui sont à 68 millions d'euros, alors je vous rappelle que le coût moyen d'un film en France c'est de 6 millions d'euros. Donc effectivement ils visent le public international. *Le Cinquième élément* si vous demandez à un spectateur américain, il va vous dire que c'est un film américain. Pas un film français.

Un élève : Que pensez-vous du fait qu'il y ait pas mal de producteurs indépendants qui sont en faillite ? Et les studios qui ferment : MGM par exemple qui est un peu en faillite, ces studios qui sont un peu en danger. Alors qu'en parallèle on a des films qui génèrent de plus en plus d'argent comme *Avatar* à un demi-milliard d'euros de budget, marketing compris bien sûr.

J. A. : MGM c'est un cas un peu particulier. MGM était une major qui n'a jamais su faire la transition d'après les années 50-60. Et il y a eu un lent délitement de la MGM qui a été vendue, rachetée, revendue et toujours par le même personnage Kirk Kerkorian. Il n'a jamais réussi à relancer la machine, qui est effectivement une société qui va être à nouveau mise en vente, sans doute dépecée. Kirk Kerkorian parle du fait qu'il va simplement racheter le logo donc il sera parti en possédant une major et finira sa vie avec simplement le logo de la société, ce qui est peu. Mais c'est un cas un peu particulier. Les producteurs indépendants qui ferment actuellement c'est essentiellement à cause de la crise. A cause du problème du rationnement du crédit, ils n'ont plus de crédits pour lancer leur film. Contrairement au système français où on n'a peu d'aide directe des banques, aux Etats-unis il y a des systèmes de financement bancaire qui sont importants mais ces financements en ce moment ne se font plus. Après la question des très gros budgets c'est tout simplement que nous

9 *Arthur et les Minimoys.*

sommes dans la continuité d'une économie du blockbuster. Sauf que les blockbusters des années 70 se faisaient sur 500-600 copies, maintenant c'est sur 6000 copies aux Etats Unis et 12000 dans le monde. Maintenant on joue sur des très grosses sommes. Aujourd'hui on sort des films événements qui attirent le public en très peu de temps. Dans les années qui viennent, on va aller sur la sortie massive des films mais sur tous les supports en même temps. Les dirigeants de Disney en ont déjà parlé : sortir le film le même jour : en salle, sur Internet, sur les dvd, sur de la vidéo à la demande, tout inonder d'un seul coup... C'est une mise de fonds énorme.

Et c'est toujours pareil, c'est une barrière à l'entrée. C'est à dire qu'avec Europacorp aussi volontaire soit Besson, il ne réussira jamais à mettre ces sommes là. Ca renforce donc encore le pouvoir des majors, qui sont les seules capables de faire ce genre de projets. Car elles sont les seules capables de mettre un demi-milliard dans une opération économique. Et je le rappelle : sur un film dont on ne sait pas à l'avance s'il va marcher ou non en salle.

Enregistré et retranscrit par Hélène Robert.