ASTÉRISQUE 47

La Lettre de la Scam*

La Scam affirme la place singulière de l'auteur dans la société. *Astérisque* en est le porte voix.

décembre 2013

SOMMAIRE

Kathleen Evin
04 PORTRAIT

Auteurdevue2013
08 BILAN ET PERSPECTIVES

De quoi vivent les journalistes ?
11 ÉTUDE

Économie numérique
14 ÉTAT DES LIEUX

Étoiles 2013
18 ACTION CULTURELLE

Documentaire en salle
20 HORS CHAMP

Échange non marchands
24 DROIT DES AUTEURS

Michel Reilhac
26 TRIBUNE LIBRE

Brouillon d'un rêve
30 POINT DE VUE

Directeur de la publication
Hervé Rony

ont participé à l'élaboration de ce numéro
Lise Blanchet
Stéphane Joseph
Martine Mast

Conception graphique
Direction artistique
Catherine Zask
Graphiste assistant
Joachim Werner
Photogravure Newmeric
Impression Frazier, tirage 10 000 exemplaires, décembre 2013.

Astérisque est édité par la Société civile des auteurs multimedia.
N° 47 – décembre 2013
ISSN 2256-6872
Société civile à capital variable.
RCS Paris, D 323 077 479
APE 923A

Scam
5, avenue Velasquez
75 008 Paris
Tél. 01 56 69 58 58
communication@scam.fr
www.scam.fr

Pour une Cinémathèque du documentaire

PAR **JULIE BERTUCCELLI,** PRÉSIDENTE DE LA SCAM

photo Matthieu Raffard

La mise en valeur du patrimoine, la transmission au public et à la jeune génération à travers notamment l'éducation à l'image me tiennent particulièrement à cœur. La bataille pour le respect de nos œuvres et de nos droits ne ressemble pas à un sprint mais bien à une course de fond ; il nous faut préparer le futur sans jamais perdre du regard le passé, l'histoire, la filiation et la transmission. Le dialogue, la formation et l'information des plus jeunes sont essentiels.
À cet égard, il est temps de lancer la réflexion autour d'un vrai lieu de valorisation de l'histoire du documentaire dans toutes ses dimensions, télévisuelle, radiophonique, cinématographique… En effet, aucune cinémathèque et « audiothèque » digne de ce nom n'est facilement accessible au public comme c'est le cas pour le cinéma de fiction avec la Cinémathèque Française.

Certes, il existe des rétrospectives ponctuelles lors de festivals, il y a aussi les précieuses séances de « Documentaire sur grand écran », la salle des collections du Forum des images, le Mois du film documentaire, l'accès aux fonds de l'INA par internet, ou encore des plateformes spécialisées sur la toile, mais je pense qu'un projet plus complet vaut la peine d'être mis sur pied. Rendre hommage à ceux qui nous ont appris, offrir un écrin à nos répertoires, faire que nos films et nos documentaires sonores continuent de palpiter une fois leur « actualité » passée. Cette salle je la vois comme le lieu où l'on reçoit et regarde ensemble, où ce rituel crée une communauté éphémère d'où le débat et la réflexion peuvent surgir, où des rencontres avec les auteurs peuvent éclairer, sensibiliser et passionner.

Je ne sais pas encore quelle forme cela pourrait prendre, quels moyens et idées peuvent émerger mais j'ai envie d'y réfléchir avec vous.
D'ores et déjà nous travaillons à l'organisation d'une journée consacrée au patrimoine et à toutes les questions qui s'y rattachent.

Parallèlement, la Scam essaye de participer au sauvetage d'une cinémathèque pour le jeune public. En effet, à quelques pas de l'avenue Vélasquez, la Cinémathèque Robert-Lynen est menacée de fermeture par la Ville de Paris. Elle doit être réhabilitée et mise aux normes. Je défends ardemment ce projet qui consiste non seulement à sauver une magnifique salle des années 50 — que peu de professionnels connaissent — mais également à faire perdurer une mission essentielle de sensibilisation des jeunes publics, nos spectateurs de demain. Cela se fait notamment sous forme de projections en 16 mm que cette Cinémathèque organise, depuis 1952, dans de nombreuses écoles à Paris, en s'appuyant sur son fonds magnifique et insoupçonné de près de 4 000 films, majoritairement documentaires. Il faut voir l'émerveillement de ces enfants de découvrir la pellicule film, eux qui ne connaissent que l'immatérialité de l'image numérique, présente en abondance, si facilement… qu'elle en perd sa valeur.

Pour redonner aux politiques, la volonté qui fait défaut, la Scam participe à la redéfinition du projet pédagogique pour les enfants et imagine un lieu d'exposition et de vie pour le documentaire à destination des professionnels et du grand public. Il s'agit de créer un lieu d'échange entre les générations sur le monde tel que nous le racontons.
De plus la Scam pourrait être partenaire de cette salle en y organisant des projections. D'autant que notre salle Charles-Brabant qui connaît un vif succès n'est plus suffisante pour recevoir toutes vos projections et nos envies de promotions de vos œuvres.

L'éducation et la transmission auprès des jeunes me semblent essentielles pour aiguiser leur exigence, leur écoute et leur regard sur les images, la télévision, les documentaires et les reportages… Pour les ouvrir au monde, pour en faire des citoyens et non de simples consommateurs. N'est-ce pas aussi la raison d'être de nos œuvres ? *

Kathleen Evin

Une voix dans le soir

PAR **ANNE CHAON,** JOURNALISTE

photo Matthieu Raffard

Kathleen Evin est une femme de parole qui se défie de l'image. S'en méfie même un peu tant elle craint de brouiller la ligne qu'elle tend de sa voix précise, chaque soir à 20 heures sur France Inter, entre son invité et les auditeurs.

Alors que *l'Humeur Vagabonde* a entamé sa 14e saison, la longue dame se réjouit de sa « chance inouïe », de sa liberté, et ne formerait qu'un vœu si tout était possible : inviter Proust, une année durant.

Rien d'acquis cependant, remarque-t-elle, d'un CDD l'autre, reconduit chaque rentrée depuis l'aube du millénaire après les parenthèses des grandes vacances. Kathleen Evin a vu passer des directeurs et des patrons qui voulaient du sang neuf, des voix jeunes, d'autres rendez-vous, sans idée précise parfois mais juste pour changer de timbre. Et chaque fois elle a bataillé, montré les dents, mobilisé ses légions de lettrés.

Car les auditeurs tiennent à elles, tout autant sans doute que les écrivains, les artistes, les architectes, les gens de théâtre auxquels elle ouvre une heure d'antenne sans artifice.

« Plusieurs fois on m'a dit *c'est fini* », sourit-elle dans un café de Montparnasse, son quartier. « Parfois c'est politique : j'ai été épurée. D'autres, c'est juste un nouveau directeur qui arrive, ma tête ne lui revient pas ou il veut du changement, une tête *vue à la télé* ».

Mais les auditeurs sont fidèles et comme cette antenne du service public c'est un peu la leur, jugent-ils, à France Inter plus qu'ailleurs sans doute ils se mêlent, écrivent, protestent. Comme les artistes d'ailleurs, qui se chargent dans les dîners en ville de défendre un créneau singulier. « Je ne fais pas trois sujets par soirée, chez moi ils sont reçus pendant une heure, j'ai lu leur livre, j'ai vu leur pièce. Je travaille beaucoup, dix heures par jour au bureau et le week-end, je suis au théâtre, au musée ». .../...

Oui c'est incroyable, confie-t-elle : ses invités sont les premiers surpris de constater qu'elle a vraiment lu, vu, regardé, réfléchi à leur travail. Qu'elle ne s'en sort pas avec une fiche de résumé rédigée par une petite main en coulisse. C'est de plus en plus rare, assurent-ils… Ailleurs, on ne fait plus ça. « Vous avez lu mon roman entièrement ? Vous avez vraiment vu l'expo, pas seulement feuilleté le catalogue ? », s'étonnent-ils.
Et puis où, ailleurs, gagneraient-ils cette heure de confidence qui ne s'intéresse qu'au fond de l'affaire, ignore le buzz, le marché, les coups de com. Kathleen Evin se flatte d'échapper à la promo, ce service après-vente du prêt-à-consommer culturel. C'est pour cette raison précisément qu'elle reçoit des gens de cinéma. « Tout ce tralala m'écrabouille un peu » avoue-t-elle, en évoquant ces marathons d'interviews au kilomètre dans les suites des grands hôtels, l'équipe du film livrée en pâture chronométrée pour coller à un plan média éreintant, dix minutes pour chacun et des réponses prémâchées, standardisées pour tenir la distance.

« Ce qui me fait vibrer, c'est découvrir de nouveaux auteurs, de nouveaux artistes »

« Ces junkets avec des types épuisés qui répètent en boucle la même soupe tiède, c'est humiliant, dégradant pour tout le monde. Je l'ai fait une fois pour Woody Allen et en sortant j'ai dit, plus jamais ça. On n'obtient rien ».
« Quand je reçois des metteurs en scène, ce sont eux qui viennent à la radio. Brian De Palma a passé une heure en studio et en était ravi : c'est comme ça que devraient avoir lieu toutes les émissions » m'a-t-il dit à la fin.
« La promo ne m'intéresse pas » reprend-elle. « J'ai cette chance inouïe de choisir les gens. Et si je n'ai pas d'envie je le dis, même si le livre ou la pièce sont promis à un grand succès. Les attachés de presse sont toujours un peu étonnés car je ne fixe pas de rendez-vous avant d'être allée voir : Je vous dirai en sortant si on fait l'émission ou pas ». Car si c'est raté, une pièce par exemple, je ne peux recevoir le comédien ou le metteur en scène.
Oui quel luxe, quand les confrères « bookent » leurs invités des semaines à l'avance (et à l'aveugle) par peur du vide. Un luxe que ne peut s'offrir sans doute qu'une émission installée de longue date dans le paysage radiophonique — et dont elle est la productrice.
Chaque jour du lundi au jeudi, le même cérémonial ouvre la soirée, entrouverte par les notes du compositeur britannique Craig Armstrong qui installent une part de mystère et d'intimité.
En studio, Kathleen Evin est concentrée, jamais totalement tranquille ni détendue jure-t-elle. L'émission s'est préparée entre femmes, des jeunes souvent, auxquelles elle donne une chance. « Ça s'est trouvé comme ça, je m'entends bien avec les filles ».
Ces notes de musique l'installent dans la soirée. C'est elle qui les a trouvées après quelques errances et n'en veut plus changer. « C'est comme quand on ouvre une porte, que flotte une odeur de tarte aux pommes, on se dit, hmmm, je vais passer une bonne soirée. Le générique c'est mon odeur de tarte aux pommes ».
Tant que la loupiote rouge du studio n'est pas allumée, elle fuit son invité : ni échange ni confidence : « Je veux qu'il ou elle arrive neuf, et moi aussi ». On ne commence pas l'émission sans les auditeurs. Puis on enchaîne sur une archive, une lecture, un extrait d'entretien, lue par une autre voix.
« La rencontre est toujours une surprise. Bien sûr il y a quelques fidèles, venus plusieurs fois et que j'attends toujours avec impatience de retrouver. Mais à 80 % ce sont des inconnus ».
L'actrice Dominique Blanc fait partie de cette bande, presque une famille, dont la journaliste prend systématiquement des nouvelles à chaque nouvelle pièce « parce que ses choix m'intéressent ». Elle a toute une petite troupe comme ça, qu'elle suit de loin en loin, des acteurs, des réalisateurs, des écrivains : chaque fois présente, qu'advienne le succès ou pas. La fidèle, c'est elle.

Mais ce que Kathleen Evin prise et guette par-dessus tout, c'est le coup de cœur, la surprise. « Ce qui me fait vibrer, c'est découvrir de nouveaux auteurs, de nouveaux artistes ».
Cet automne, elle a fait venir une jeune écrivaine australienne, Courtney Collins, une parfaite inconnue qui signait son premier roman, *Sous la Terre,* une magistrale histoire de femme dans le bush des années 1920, qui l'a touchée. « Son livre m'a bluffée, je l'ai invitée : quel luxe sur une antenne nationale de recevoir quelqu'un dont aucun de mes auditeurs n'a jamais entendu parler ! ».
Elle en sourit encore, comme d'un bon tour joué au conformisme du temps. Une inconnue en V.O qui plus est. « C'est mon plaisir : cette émission est toujours rattachée à quelque chose ou quelqu'un que je souhaite faire découvrir ».
La version originale et sa traduction (le nom de l'interprète, soigneusement choisi, est toujours mentionné sur le site de l'émission) sont une autre de ses marques de fabrique. Elle y tient dit-elle pour la tessiture, l'émotion, l'authenticité du récit. Une façon de repousser les murs, d'élargir les champs de la curiosité et de la connaissance.

À la rentrée, elle recevait Richard Ford, pour son roman *Canada* : où, ailleurs, écouter l'écrivain américain résonner dans sa langue, à peine couvert par la voix française en surimpression.
Les auditeurs n'apprécient pas toujours, convient-elle pourtant. « Certains râlent, envoient des courriers de protestation, jugent l'exercice fatigant ». Elle leur répond bien sûr, leur demande de « faire l'effort d'écouter cette voix qui vient d'ailleurs ».
« La nourriture ne doit pas être prémâchée, il faut un peu d'appétit ».
Ce qu'on vous apporte aujourd'hui leur dit-elle, vous n'allez pas le trouver à la librairie en bas de chez vous, encore moins au supermarché qui vend des livres. Mais tendez l'oreille et vous serez récompensé.
« Je tiens aux auteurs étrangers parce que j'en lis beaucoup. En France souvent, on se regarde le nombril alors entendre d'autres accents, des voix différentes, qui viennent d'ailleurs, ça ouvre l'esprit ».

Des voix différentes, des accents, l'altérité et l'exotisme, elle en a tant connu : fille de marin breton et de Békée martiniquaise, élevée dans l'île et jusqu'au bac au lycée de Fort-de-France, elle arrive seule à 16 ans à Paris, à 8,000 km de sa famille, pour ses études — de droit, d'histoire de l'art…
« Ce fut ma chance, qu'il n'y ait pas d'université en Martinique. J'ai eu l'impression qu'on m'ouvrait les portes de la vie ».
Avide d'apprendre, dernière de la fratrie, donc la dernière à partir, mais la première de sa famille à faire des études.
Et si elle est chaque fois heureuse de regagner son île où son frère vit toujours, elle s'y trouve chaque fois un peu désolée par l'état d'abandon dans lequel elle la retrouve. Un rendez-vous manqué de la République, qui n'a jamais su « s'occuper du développement de l'Outre-Mer ».

Alors à ceux qui ne sont pas capables, entre 20 et 21 heures, de tendre un peu l'oreille aux accents venus d'ailleurs, elle rétorque « si vraiment vous ne le pouvez pas, attendez demain ». Assez radicale. Intraitable. « Pas commode » consent-elle.
« Snobe », complètent ceux qu'elle intimide, qui raillent la « gauche caviar » chez cette grande bourgeoise engagée en politique depuis les premières années de fac. 1974 puis 1988, elle était même dans les équipes de campagne de François Mitterrand. Découragée par la défaite, portée par la victoire, dans les deux cas elle a tourné les talons. Libre. Pas commode. La première fois, elle sortait de Sciences Po : diplômée et couronnée par son doctorat de droit, elle s'était octroyée « trois mois de vacances » quand elle a trouvé un job à la rentrée, par le bureau des anciens élèves de la rue Saint-Guillaume, auprès du groupe socialiste à l'Assemblée nationale. Une désinvolture qui doit sembler à peine croyable aujourd'hui.
Syndiquée dès les premiers trimestres d'étude, compétente pour rédiger les textes législatifs, à son aise. « C'était trois mois après le Congrès d'Epinay, le moment était passionnant ».
En juin 1971, Mitterrand avait fait main basse sur le tout nouveau Parti socialiste qui l'avait porté à sa tête. Pendant trois ans, elle rédige des projets de loi, des amendements, répond aux courriers. Après l'échec à la présidentielle en 1974, « j'en ai eu marre ».
Claude Perdriel qui va bientôt fonder le *Nouvel Observateur* la récupère, elle entame sa première vie de journaliste politique. C'est l'époque où les rédactions lâchent les jeunes femmes dans les couloirs de l'Assemblée, à l'assaut des Quatre Colonnes : « Je connaissais tout le monde ».
Après l'*Obs*, elle rejoint le *Matin de Paris* qui fermera ses portes en 1987. Un beau gâchis regrette-t-elle encore. Entre-temps elle a tout fait : journaliste politique, spécialiste des questions militaires, reporter tout terrain. Elle a écrit aussi, des livres qui chroniquent la vie politique, raconte les hommes et les idées[1].
Après le *Matin*, « j'étais au chômage, je pigeais à droite à gauche quand Mitterrand m'a appelée et proposé de m'occuper de sa campagne, comme responsable du service de presse. Passionnant ». Surtout quand cette fois on va vers la victoire.
Après sa réélection, le chef de l'État lui propose un poste à l'Élysée, qu'elle décline. « Je n'ai jamais été tentée par la machine du pouvoir. J'aurais été trop malheureuse ». Elle a promis et livre un récit sur le cœur de la campagne, puis le chômage de nouveau. Marquée politiquement, personne ne veut d'elle. « La politique m'a certainement pénalisée » convient-elle.
« Pourtant, je n'ai jamais eu ma carte du PS et je ne me suis jamais privée de critiquer le pouvoir ». Elle revendique « un immense respect pour Mitterrand » et aussi « une grande liberté critique ». Une intransigeance qui fâche souvent dans l'entourage du président. Mais lui, jamais, se souvient-elle.
Elle pige, elle chronique et rejoint la radio. C'est comme ça que Pierre Bouteiller la repère et la fait venir en plateau, à la télévision. Une histoire brève avec le petit écran.
M6 d'abord (*Club 6*), puis Paris Première (*Embouteillages*), elle s'amuse beaucoup mais se déteste à l'image. « Je détestais me voir, être en plateau, je ne suis pas du tout faite pour ça ».
« Je suis une femme de radio : la voix devient un instrument, elle nous protège ». Avant *l'Humeur Vagabonde*, il y eut *Ephémérides*, une émission pour laquelle il lui arrive encore de convoquer des politiques pour revisiter l'histoire récente avec eux. Mais c'est bien fini. Les politiques n'ont droit de cité sur son antenne que s'ils écrivent — eux-mêmes s'entend. Un livre de « nègre » littéraire, jamais.
« Il faut qu'il y ait une œuvre, et ce n'est pas fréquent ». Elle a reçu ainsi Bruno Lemaire, un type de droite certes, « avec un vrai talent, cultivé. Dieu merci il y a encore des politiques qui s'intéressent à autre chose ».
Les autres, « je les connais par cœur, je sais ce qu'ils vont me dire. Et je préfère qu'on ne me réponde pas plutôt que me servir une langue de bois » prévient-elle. Un air de « on me la fait pas », une mise en garde.

« Cette émission est toujours rattachée à quelque chose que je veux faire découvrir à un auditeur. Je cherche la vérité, je sais que c'est un peu prétentieux à dire ».
« Je suis en fin de carrière. J'ai eu ma première carte de presse en 1975, j'ai couvert la politique, les faits de société, les questions militaires, j'ai fait du grand reportage et maintenant, je suis journaliste culturelle. Si je ne me surprenais pas, je m'ennuierais ». Parfois, son émission se déroule en public, elle se plie à l'exercice mais le redoute, convaincue que « ce ne sont pas de bonnes émissions ».
« La radio c'est l'intimité, il ne faut pas s'amuser à la lever car c'est ainsi qu'on obtient de vraies réponses ».
Aujourd'hui elle refuse même les photos. Kathleen Evin ne voudrait être qu'une voix dans le soir. ✱

[1] *Michel Rocard ou l'Art du possible,* Simoën, 1979
François Mitterrand, chronique d'une victoire annoncée, Fayard, 1988
À table avec les politiques, Gallimard, 2002
Un peu de courage ! (Marie-Georges Buffet, entretiens avec Kathleen Evin, Pierre Laurent, Bernard Coches, Michel Cool).

AUTEURDEVUE2013

Culture et politique : jeux d'influences ?

PAR **BÉATRICE DE MONDENARD,** JOURNALISTE

Érosion budgétaire, crise, gratuité, articulation public / privé… État des lieux et perspectives pour le financement de la culture, à l'heure numérique.

dessin Catherine Zask

«Que nous soyons réalisateurs, photographes, écrivains, auteurs radiophoniques, que nous travaillions pour la télévision ou pour le Web, nous nous posons tous et toutes plus ou moins la même question : allons-nous bénéficier réellement d'Internet ou bien n'est-ce qu'un miroir aux alouettes ? ».

Lundi 14 octobre au Forum des Images. La nouvelle présidente de la Scam, Julie Bertuccelli, a donné le ton de cette troisième édition d'Auteurdevue, un mélange d'espoir – « la chance d'un grand partage culturel » et d'inquiétude.

Après l'avenir de l'audiovisuel l'an passé, la journée Auteurdevue 2013 était entièrement consacrée aux relations culture et politique. L'occasion pour Olivier Poivre d'Arvor, directeur de France Culture, partenaire de l'événement, de « rappeler aux élus qu'il n'y a pas de honte à ce que le politique s'occupe de culture, que les États-Unis le font à leur manière, que ce soit à Hollywood ou dans la Sillicon Valley ».

La Scam avait réuni trois tables rondes autour de l'État, l'articulation public / privé, et les nouveaux opérateurs du Net. Une réflexion en trois dimensions, donc, introduite par l'historien Jean-François Sirinelli, qui a qualifié la révolution numérique de « basculement anthropologique ». « Nous avons au cœur de la chaîne, un vecteur qui fait un changement de dynastie. La question est : est-ce que c'est un coup d'État, ou est-ce que plusieurs dynasties vont coexister en même temps ? ».

Politique et culture : les liaisons dangereuses

Entre déception et colère, les intervenants de la matinée étaient encore sous le coup de la baisse du budget de la Culture en 2012. Signe d'une normalisation : la culture ne fait plus l'objet d'une attention particulière et doit se soumettre au marché. Signe aussi d'une indifférenciation politique dangereuse entre la gauche et la droite.

C'est une « surprise » et un « mystère » pour Jérôme Clément, qui ne comprend pas pourquoi la gauche ne fait pas du secteur de la culture un élément emblématique de sa politique. Est-ce seulement parce que « François Hollande n'en a rien à faire de la culture », comme l'a suggéré Pierre Assouline ? Pour le président du Théâtre du Châtelet, c'est en tout cas « d'autant plus étrange qu'on s'interroge sur le capitalisme financier et ses dérives et les valeurs qu'il représente — argent, immédiateté rentabilité — qui font échec. Alors que la culture prône d'autres valeurs — la poésie, le beau, le temps — on ne l'écoute pas ».

Pour Laure Adler, la prédiction d'Hannah Arendt — le remplacement du mot culture par celui de divertissement — est en train de se réaliser. « Le mot même de culture n'a plus le même sens. Sous François Mitterrand, la culture était un enjeu de démocratie, une manière de vivre ensemble, de pouvoir s'adresser à l'Autre avec un grand A. Aujourd'hui, la culture s'est technicisée, budgétisée. C'est devenu une affaire d'État, dans le sens où les citoyens ne sont pas concernés. La ministre de la Culture a accepté la baisse du budget, par solidarité avec les autres ministères. Même Sarkozy n'aurait pas osé ».

Très tranchante, Laure Adler a estimé que la culture était désormais perçue comme une « obligation » avec l'idée que « moins on en fera, moins elle nous coûtera, mieux on se portera ».

Anticipant déjà un peu la table ronde suivante, Laurence Herszberg, directrice du Forum des Images, a évoqué la nécessité de trouver 20 % de son budget auprès de fonds privés, ce qui n'est pas sans conséquences sur le contenu et la programmation. « Ce qui intéresse les privés, c'est l'événementiel. On est condamné à faire des choses qui vont briller, et c'est forcément au détriment de notre action de fond », a regretté la directrice du Forum des images. Mais le plus pervers, selon elle, c'est que les institutions vont, « à leur corps défendant », comparer ces événements entre eux, sur des critères de rentabilité, et que cela fragilise forcément les plus exigeants. Inutile de préciser en effet que *Séries Mania* et *Un État du monde et du cinéma*, deux festivals lancés par Laurence Herszberg, n'ont pas la même force d'attraction auprès du public et des mécènes.

« Au bout de la chaîne », selon sa propre formule, la documentariste Virginie Linhart, a quant à elle souligné les horaires de plus en plus tardifs et les impératifs de plus en plus restrictifs assignés aux documentaires. « C'est une lutte très quotidienne de ne pas tomber dans le divertissement, de maintenir une ligne politique, d'affirmer que le documentaire a quelque chose à dire sur le monde, et que ce n'est pas forcément drôle et distrayant ».

Public / privé : qui finance quoi et pourquoi ?

Jean-Jack Queyranne, président du Conseil régional Rhône-Alpes, l'a dit avec des mots et des chiffres : « la réalité de l'intervention publique aujourd'hui, c'est le développement des politiques territoriales de la culture ». Des mots : « une région, c'est du lien, et la culture. Ce sont les deux fondamentaux ». Des chiffres : le budget culture des collectivités représente aujourd'hui trois fois celui du ministère de la Culture, alors que les deux étaient équivalents au début des années 80.

Selon lui, « l'intervention publique doit permettre de boucler des financements et faire levier dans un champ de la création, qui est dominé par le privé ». Les politiques doivent d'ailleurs se tenir à l'écart du choix des œuvres et préserver la liberté des créateurs. « Imaginez ce que pourraient dire des politiques sur le scénario de *Des Dieux et des hommes* à propos de l'Algérie ou de la laïcité, ou de *Grand Central* sur l'industrie nucléaire ».

Jean-Jack Queyranne a aussi exprimé son inquiétude face à la volonté de Bruxelles de remettre en cause la territorialisation des aides au nom de la libéralisation du marché intérieur. Aujourd'hui, 1 € investi par la région Rhône-Alpes génère 3 € de retour sur investissement (emploi de techniciens, dépenses locales…) dans le cinéma et 9 € dans l'audiovisuel.

Comme l'a souligné la productrice Fabienne Servan-Schreiber, cette intervention des collectivités permet aussi de lutter contre la délocalisation, certains pays voisins comme la Belgique ou l'Écosse menant des politiques de défiscalisation agressives. Quant aux financements privés, il faut selon elle « abattre un préjugé comme quoi privé = argent = marché = profit = sale », et permettre à la production audiovisuelle de recevoir de l'argent d'une entreprise privée. « C'est l'équilibre entre public et privé qui fait notre force. On sait ce que sont les pays qui n'ont que l'un ou l'autre ».

Dans le monde des beaux-arts, cet équilibre s'est déplacé. Dans les grands établissements publics parisiens …/…

(hors création contemporaine), le budget de fonctionnement est assuré au maximum à 50% par l'État. La situation est diverse selon les établissements, selon le poids des collections permanentes et de la programmation événementielle : zéro à Versailles, 14% au Grand Palais, mais dans tous les cas, la billetterie est devenue la recette première. « L'importance du public est la grande nouveauté, avec pour corollaire une gestion dans laquelle on ne connaît pas notre budget en début d'année », a relevé Jean-Paul Cluzel, président de la RMN-Grand Palais. Le mécénat, bien que boosté par la loi Aillagon en 2003, ne représente en revanche jamais plus de 10% du budget des institutions. Il pèse au niveau national 500 millions d'euros (contre 12 milliards pour le budget consolidé État-collectivités) et souffre ces dernières années de la conjoncture. Par ailleurs, il ne concerne que les grandes institutions, et pour Jean-Jack Queyranne, « il y a beaucoup d'hypocrisie à demander à des petites structures en régions d'aller chercher de l'argent privé ».

Michel Janneau (Fondation Roederer) a aussi pointé les résistances, tant au sein des institutions culturelles, que chez les mécènes, qui trouvent leur nom insuffisamment cité dans les médias. Jean-Paul Cluzel a dit mettre en avant les mécènes dans les dossiers de presse, et même les interviews, même si ce n'est pas forcément repris. Signe quand même d'une évolution des mentalités : ce n'est plus attaqué.

Quant à une éventuelle tentative d'influence sur la programmation, Jean-Paul Cluzel a indiqué n'avoir jamais entendu un mécène dire « je veux tel ou tel tableau », contrairement aux prêteurs, qui cherchent parfois à placer plus de tableaux que ceux sollicités.

Dans cette même table ronde, il était aussi question d'une nouvelle forme de financement privé : le crowdfunding ou financement participatif. Il s'agit de réunir, via des plateformes en ligne, des souscriptions individuelles autour d'un projet. Les chiffres sont encore modestes mais en forte hausse : 20 M€ en 2012, 33 M€ au premier semestre 2013. Selon Nicolas Bailly, gérant de Touscoprod, les souscriptions (80€ en moyenne) sont avant tout motivées par l'engagement en faveur d'un projet. En ce sens, il se voit comme un diffuseur et non comme un financier. « On donne à un auteur la possibilité d'embarquer sa future audience dans la création de son film, et de se constituer sa communauté, une communauté qui va faire du bruit quand le film sera diffusé ». Selon lui, cette nouvelle forme de financement s'avère complémentaire du mécénat, tant pour les créateurs que pour les marques « qui veulent aider des communautés qui veulent aider des films ».

Quelles cultures pour quels canaux ?

C'est dans la troisième table ronde qu'a été évoqué l'enjeu énoncé par Julie Bertuccelli en ouverture des débats. Pour Hervé Rony, le directeur général de la Scam, on est dans une situation inédite particulièrement violente. Soit un écosystème culturel, qui a démontré une certaine forme d'efficacité, avec une régulation, une rémunération des ayants droit, mais qui est rejeté par les internautes, par les nouveaux opérateurs internationaux, et par Bruxelles.

Pour Pierre Lescure, auteur du rapport « Acte II de l'exception culturelle », on ne peut parler de financement sans aborder la question des distributeurs de contenus, « ces fabricants de pelles et de pioches à qui profite la ruée vers l'or », selon la jolie formule de Vincent Montagne, président du Syndicat national de l'Édition.

L'urgence est d'autant plus grande que la publicité est déjà en baisse sur Internet, et que ceux qui ont fait ce choix sont en difficulté, comme Rue 89, dont Laurent Beccaria (Éditions des Arènes) a été un des premiers actionnaires : « une réussite incroyable en termes d'audience, et une catastrophe économique ».

« Lorsque Mario Monti était Commissaire à la Concurrence, il avait déclaré qu'au-delà de 80%, un monopole crée des devoirs. Google est aujourd'hui à 95% en France, mais Neelie Kroes ne veut parler que tuyaux », a souligné, Pierre Lescure. Quant à Vincent Montagne, il a rappelé que « les fabricants de pelles et de pioches » ont obtenu la révision de la Directive droit d'auteur et droits voisins en janvier prochain, « pour pouvoir continuer à exploiter des œuvres, sans l'accord des ayants droit ».

Face au directeur général d'Iliad (Free), retranché derrière son rôle d'hébergeur « dont le métier est avant tout de donner de l'accès à Internet », Francine Mariani-Ducray, membre du CSA a souligné que « même le statut d'hébergeur devait être revisité face à l'interpénétration des métiers d'hébergeur, de distributeur voire d'éditeur ». Lorsque Maxime Lombardini a évoqué la taxation déjà lourde des FAI : contribution au droit de représentation, copie privée, CNC, taxe Copé, elle a alors rétorqué qu'il fallait distinguer les différentes catégories de dépenses ; la rémunération de la propriété intellectuelle, et la contribution aux programmes dont les opérateurs tirent un intérêt évident, ne pouvant être qualifiées de taxes.

Alors que Maxime Lombardini a reproché aux auteurs et créateurs une position par trop défensive, avec « une réticence à développer des offres légales » et « une tendance à vouloir surréguler et suradministrer », ces derniers ont demandé quelle pourrait être la solution. « Je ne vois pas comment on peut sortir du mécanisme, qui lui-même est défensif, de préfinancement, dès lors que le marché ne génère pas assez de revenus pour financer la création », a répondu notamment Hervé Rony. « Avec 10 ou 15€ par mois pour avoir accès à l'ensemble du catalogue musical, on va faire vivre l'ensemble de l'industrie phonographique ? C'est une blague ! »

C'est finalement Laurent Beccaria, qui a tenté de faire la synthèse, en soulignant qu'il n'y avait peut-être pas « une solution », mais « des réponses possibles ». Il a fait part de sa propre expérience, avec *XXI* et *6 mois*, deux revues trimestrielles qui rencontrent un grand succès en librairie. *6 Mois*, dédié à la photographie, utilise les possibilités d'Internet (accès à des portfolios du monde entier, possibilité d'entrer en contact avec leurs auteurs) pour créer une revue, vendue à 30000 exemplaires, qui permet de rémunérer correctement les ayants droit. Selon lui, les intermédiaires (éditeurs, producteurs…), qui vivent du travail des créateurs, doivent avoir pour obsession de créer une valeur ajoutée, qui soit reconnue par le créateur et par le public.

À l'issue de journée, Catherine Clément, chargée de la conclusion des débats a par ailleurs refusé de faire « le deuil de l'État » et réclamé, la réhabilitation du budget de la Culture dès 2015. Enfin, Julie Bertuccelli a exprimé la volonté de la Scam de « remettre les contenus au cœur des débats afin que la notion de culture ne disparaisse pas ». La présidente de la Scam a fini sur une citation de l'écrivain Andreï Makine, invité d'Auteurdevue pour un grand entretien : « Liberté nous est donnée. Encore faut-il s'en servir ».

De quoi vivent les journalistes ?

Le nombre de journalistes encartés a baissé pour la première fois en 2010, baisse poursuivie en 2011 avant une légère remontée en 2012 (37477) sans pour autant retrouver le niveau de 2009 (37904). Cette (r)évolution symbolise à elle seule les profondes mutations en cours de la profession. Afin de mieux appréhender ces évolutions, la Scam a lancé une enquête auprès de 20000 journalistes. Plus de 3400 ont répondu.

Voilà de quoi se faire une bonne idée de la situation économique et sociale de notre profession. En rendant public les résultats de cette enquête la Scam souhaite alerter non seulement la profession, les éditeurs, les producteurs, les diffuseurs et l'ensemble des employeurs des journalistes, mais également les pouvoirs publics de la détérioration des conditions d'exercice du métier de journaliste. Détérioration mais aussi parfois précarisation réelle, notamment pour les reporters de guerre photographes, ou les pigistes de moins en moins payés ou obligés d'accepter des statuts d'auto-entrepreneurs ou des forfaits au bon vouloir des employeurs bafouant pour certains le simple droit du travail.

Autre alarme que tire la Scam et qui paraît inquiétante : les répondants soulignent la non-reconnaissance de leur travail et notamment dans la prise de risque sur le terrain.

De profondes disparités sont à souligner entre les indépendants qui ne peuvent plus vivre de leur métier, n'ont que peu de couverture sociale et ne sont plus protégés par leurs employeurs, et les journalistes permanents qui maintiennent une activité rémunératrice. Une dernière alerte : les femmes ; elles gagnent majoritairement moins bien leur vie que les hommes. Globalement, le résultat de ce questionnaire révèle un malaise réel au sein de notre profession. On s'interroge, face à la complexité d'exercer notre métier, sur ce que signifie vraiment le statut de journaliste, sur l'utilité ou non d'une carte professionnelle et sur l'avenir de cette profession au cœur d'une révolution numérique et multimédia.

Voilà pourquoi la Scam et l'ensemble de ses auteurs-journalistes souhaitent pointer les dysfonctionnements de notre profession, et le faire savoir. …/…

Une multiplicité de situations plus subie que choisie

62 % des répondants ont déclaré être salariés permanents, 28 % salariés pigistes, 6 % auto-entrepreneurs, 6 % travailleurs indépendants, 6 % auteurs et 3 % intermittents.
12 % d'entre eux ont ainsi déclaré plusieurs situations sociales et fiscales. Ainsi un pigiste sur cinq est aussi travailleur indépendant ou auto-entrepreneur et un pigiste sur huit est également auteur.

Le phénomène est variable selon les secteurs d'activité : les journalistes TV et radio sont majoritairement permanents (environ 80 %) ; les journalistes de presse écrite comptent une forte proportion de pigistes (37 %) ; les journalistes multimédias sont à 30 % travailleurs indépendants ou auto-entrepreneurs ; les réalisateurs sont très marginalement permanents (10 %) mais intermittents pour près de la moitié d'entre eux (48 %) ; quant aux photographes, ils constituent la catégorie de loin la plus sujette aux multiples statuts. Ils sont à la fois permanents (34 %), pigistes (40 %), auteurs (36 %) et travailleurs indépendants / auto-entrepreneurs (22 %). Dans cette enquête, ils apparaissent souvent comme la population la plus précaire.

« un secteur en grande fragilité, des pratiques qui se détériorent, une perte de sens et une profession discréditée »

Au-delà de la multiplicité des activités qui peuvent justifier d'autres types de rémunérations, il transparaît une réelle difficulté à se faire rémunérer en pige salariée pour une activité journalistique. De nombreux journalistes rapportent ainsi une tendance grandissante à payer en droits d'auteur (notamment dans la presse écrite) ou à encourager les statuts auto-entrepreneurs (Web) ou encore à employer des journalistes avec des contrats d'intermittents (TV) : OPV (opérateurs vidéo) plutôt que JRI (journalistes reporters d'images) par exemple.

Statut et carte de presse

Première conséquence néfaste du cumul de situations : la difficulté pour les journalistes à obtenir et conserver une carte de presse puisqu'ils doivent, pour ce faire, justifier de 50 % au moins de revenus salariés, émanant d'entreprises de presse. Si dans cette enquête, 83 % des répondants sont titulaires de la carte de presse, cette proportion est très variable selon les situations : 91 % pour les permanents, 81 % pour les pigistes, 55 % pour les auto-entrepreneurs, 54 % pour les auteurs, 32 % pour les intermittents.

Casse-tête administratif et moindre protection sociale

Au-delà de la carte de presse, la multiplicité des statuts (salarié, auteur, entrepreneur) engendre des difficultés administratives, financières et juridiques, qui ont des conséquences en termes d'allocations chômage et de protection sociale : 2,5 % des journalistes ayant répondu à l'enquête n'ont aucune couverture sociale, et 13 % n'ont pas de complémentaire santé (mutuelle). Le statut d'auto-entrepreneur n'offre évidemment pas la même protection sociale, ni les mêmes droits à la formation que le salariat.
Pour les droits d'auteur, le sujet est plus complexe. En effet, pour bénéficier du statut d'auteur – et ainsi de la même couverture sociale que les salariés –, les auteurs doivent s'affilier à l'Agessa. Pour être affilié, il faut faire une démarche volontaire et remplir trois conditions : être résident fiscal en France, justifier d'une activité d'auteur et avoir perçu un minimum de droits d'auteur l'année précédente (8 379 € pour 2012), cette dernière condition n'étant toutefois pas rédhibitoire.
À défaut d'affiliation, les journalistes percevant des droits d'auteur sont seulement « assujettis ». Cela signifie qu'ils payent des cotisations maladie, mais pas de cotisations vieillesse. Ils ne cotisent donc pas pour leur retraite sur leurs droits d'auteur. Dans cette enquête, seuls 30 % des journalistes s'étant également déclarés auteurs sont affiliés à l'Agessa.

Pigiste : difficile d'en vivre

La situation est également tendue pour les pigistes salariés. « Précarité, isolement, absence de reconnaissance » sont les griefs qui reviennent le plus souvent. Les pigistes pointent les disparités avec les permanents, en termes de rémunération vs quantité de travail, mais aussi de protection sociale et d'avantages sociaux divers. Ils dénoncent une application approximative du droit du travail, la nécessité de devoir sans cesse se battre pour faire respecter leurs droits (prime d'ancienneté entreprise et carte de presse, 13e mois, congés payés) et se faire régler dans les délais prévus.
Les pigistes soulignent aussi le « mépris » pour les non permanents, qui s'est aggravé avec la crise. Ils disent avoir de plus en plus de mal à trouver de nouvelles piges, et être beaucoup moins intégrés que par le passé aux rédactions.

Rémunérations : les chiffres de l'enquête

Revenus annuels

12 % des répondants à l'enquête ont déclaré avoir des revenus annuels inférieurs au SMIC (13 000 € nets) ; 18 % entre 13 000 et 20 000 € nets / an, 46 % entre 20 000 et 40 000 € nets / an, 18 % entre 40 000 et 60 000 € nets / an et enfin 6 % au-delà de 60 000 € nets / an. On observe de fortes disparités selon l'activité : les photographes étant surreprésentés dans la catégorie la plus basse (37 % contre 12 % pour la population des répondants) et les journalistes TV dans les catégories supérieures (40 % au-delà de 40 000 € nets contre 24 % pour l'ensemble des répondants). Autre constat : le déséquilibre hommes / femmes. Alors que leur poids dans l'enquête est équivalent, les femmes représentent 62 % des plus bas revenus (- de 20 000 € / an) et seulement 16 % des plus hauts (supérieurs à 100 000 € / an). Enfin, une proportion importante de journalistes a des rémunérations variables d'un mois à l'autre (30 %) et d'une année à l'autre (21 %). Les réalisateurs et les photographes sont particulièrement concernés par ce phénomène.

Dans le secteur de la presse

Au-delà des revenus annuels, le questionnaire entendait appréhender les rémunérations des journalistes dans le seul secteur de la presse. Il s'avère qu'ils sont payés pour une grande majorité en salaires (91 %) mais perçoivent aussi des droits d'auteur (20 %) et des honoraires (9 %).
• Parmi les salariés 73 % sont mensualisés et 27 % sont rémunérés à la pige. Ce chiffre connaît toutefois de fortes disparités selon les secteurs.
• Les journalistes percevant des droits d'auteur les perçoivent à 26 % de la Scam, conséquence de l'accord avec France TV (2007), 15 % de commanditaires, et 54 % de la part de leurs employeurs, ce qui n'est pas légal s'il s'agit bien d'entreprises de presse employant des journalistes. Les journalistes TV perçoivent majoritairement les droits d'auteur de la Scam, les journalistes de presse écrite et les réalisateurs de leurs employeurs, et les photographes de leurs commanditaires.

Montant des piges (en salaires)

• TV : Plus d'un pigiste sur deux touche moins de 1 000 € pour un reportage court (- de 26').
• Radio : plus d'un journaliste sur trois touche moins de 60 € pour une pige (- de 26')
• Presse écrite : un pigiste sur deux perçoit moins de 70 € au feuillet (1 500 signes)
• Photo : Plus d'un photographe sur trois perçoit moins de 30 € par photo.

Près d'un journaliste sur trois a recours à une activité extra-journalistique

29 % des répondants à l'enquête disent avoir une activité extra-journalistique. Toutefois, si on exclut les permanents (62 % des répondants), dont « seulement » 17 % ont une activité extra-journalistique (ce qui n'est pas négligeable), cette proportion grimpe à 51 %. Elle est de 42 % pour les pigistes et les intermittents, de 60 % pour les auteurs et de 67 % pour les travailleurs indépendants et auto-entrepreneurs.
Les journalistes ayant une activité extra-journalistique sont à 35 % non titulaires de la carte de presse, moins rémunérés que la moyenne (21 % ont des revenus inférieurs ou égaux au SMIC contre 12 %) et ont des revenus plus aléatoires.

Une dégradation du métier sur plusieurs plans

À la question : y a-t-il un point qui vous pose problème dans l'exercice de votre métier ? La rémunération (50 %) arrive très loin en tête devant les conditions de travail (35 %), le statut (20 %), l'égalité homme / femme (15 %) et la liberté d'expression (15 %).
Quel que soit le sexe, la situation vis-à-vis de la carte de presse, le statut ou le secteur d'activité, la rémunération est presque toujours le premier item cité. Seuls les journalistes TV placent la rémunération en deuxième position derrière les conditions de travail.
Le statut est le deuxième item cité pour les auteurs, intermittents et photographes, tandis que les salariés (permanents et pigistes) placent les conditions de travail en deuxième position.
L'égalité homme / femme est citée à 85 % par les femmes et 15 % par les hommes.
La question était aussi l'occasion d'une réponse libre et 15 % des répondants ont utilisé cette opportunité. Premier constat : les jeunes et les femmes sont plus enclins à souligner des problèmes. 59 % des citations émanent des femmes (présence dans l'échantillon : 51 %) et 42 % des moins de 35 ans (présence dans l'échantillon : 28 %).
Deuxième constat : l'évolution du métier est jugée de façon très négative, avec un secteur en grande fragilité, des pratiques qui se détériorent, une perte de sens et une profession discréditée.

Des journalistes qui se sentent auteurs

71 % des répondants disent avoir le sentiment d'être des auteurs. 21 % pensent que non, 7 % ne savent pas. Ce sentiment est plus prégnant pour les hommes (75 %) que pour les femmes (68 %). Il est également plus prononcé pour les plus de 50 ans (79 %) que pour les plus jeunes (61 %). Enfin, il est plus fort chez les photographes (83 %), les réalisateurs (83 %) et les journalistes TV (81 %), habitués à être rétribués pour la réexploitation de leurs œuvres en droits d'auteur, que chez les journalistes de presse écrite (67 %).

Correspondants de guerre

Parmi les journalistes ayant répondu à cette enquête, 176 disent couvrir des conflits armés. Il s'agit d'une population plus masculine et plus âgée que la moyenne des répondants : 73 % sont des hommes (contre 49 % dans l'ensemble de l'enquête) ; 17 % ont moins de 35 ans (contre 28 %) et 45 % ont plus de 50 ans (contre 29 %).
• Les revenus des reporters de guerre sont significativement plus élevés que l'ensemble des journalistes ayant répondu à l'enquête mais sont aussi plus contrastés. Tout se passe comme si le fait de couvrir des conflits armés se traduisait par une rémunération supérieure, sauf pour les photographes et les réalisateurs.
Ainsi 14 % des reporters de guerre perçoivent moins de 20 000 € nets / an, 38 % entre 20 000 et 40 000 € et 48 % plus de 40 000 € (contre respectivement 32 %, 44 %, 24 % pour l'ensemble de l'enquête).
Parmi les reporters de guerre, un photographe sur deux et un réalisateur sur trois perçoivent des revenus inférieurs ou équivalents au SMIC (13 000 € nets / an), soit une proportion bien supérieure à celle des reporters de guerre en général (10 %) et à celle de l'ensemble des répondants (12 %).
Seul un tiers d'entre eux a déjà perçu une prime de risque ou une rémunération complémentaire pour couvrir un conflit armé. Il s'agit pour une très large majorité de journalistes TV.
• 25 % des journalistes couvrant des conflits armés ne sont pas assurés. Cette proportion est encore plus élevée chez les photographes (50 %) et les réalisateurs (44 %).
• 90 % des journalistes ayant déjà couvert un conflit armé ont une carte de presse. Les disparités sont toutefois immenses entre les journalistes radio (100 %) ou TV (97 %) et les photographes (60 %) et les réalisateurs (43 %).
• 73 % des journalistes couvrant les conflits armés trouvent leur métier significativement plus difficile et 49 % plus dangereux. De façon moins nette, ils le jugent aussi moins reconnu et moins rémunéré. Béatrice de Mondenard

L'étude complète comprenant de nombreux extraits de propos de journalistes est disponible auprès du service communication communication@scam.fr ou sur www.scam.fr

Culture numérique : quel partage de la valeur ?

PAR **ISABELLE REPITON,** JOURNALISTE

Entre la taxe sur la publicité en ligne et la taxe sur les appareils connectés, les propositions pour une fiscalité redistribuant la richesse, des grands gagnants de l'économie numérique vers la culture et la création, n'ont pas manqué en France ces derniers mois. Mais le numérique ébranle tous les secteurs de l'économie, bien au-delà du monde de la culture.

La nouvelle économie Internet semble surtout profiter à quelques grandes plateformes américaines comme Google. Comment rééquilibrer le partage de la valeur ? Pour sensibiliser les auteurs à ces enjeux globaux, la Scam organisait le 19 septembre une rencontre, en présence notamment des auteurs du rapport « Collin Colin » sur la fiscalité numérique remis au gouvernement le 18 janvier 2013, et de Benoît Thieulin, président du Conseil national du numérique (CNNum)*, qui a rendu un avis sur ce rapport le 10 septembre. Une leçon d'économie animée par la journaliste Aurélie Barbaux (Usine Nouvelle) qui a replacé les bouleversements qui touchent l'écosystème culturel dans le contexte d'une mutation globale, qui appelle des solutions internationales.

Que la globalisation des échanges sur les réseaux numériques entraîne une redistribution de la richesse au profit de nouveaux géants comme Google, Amazon, Facebook, Apple (dits les GAFA) est aujourd'hui largement admis. Et ce nouveau partage ne se fait pas seulement au détriment d'entreprises traditionnelles mais aussi des États : ces géants multinationaux sont en effet maîtres en l'art d'échapper à l'impôt, pudiquement baptisé optimisation fiscale.

D'où une prise de conscience par de nombreux pays de la nécessité de rétablir l'équité fiscale entre ces acteurs et les autres.

Il y a à peine quinze ans lorsque le secteur de la culture, à commencer par la musique, a le premier dénoncé cette captation de valeur à son détriment, on l'accusait de refuser l'innovation, de vouloir défendre de vieux modèles dépassés. En France, on a fini par admettre qu'il fallait que ceux qui distribuent des contenus culturels en ligne contribuent à leur financement. Ainsi, les fournisseurs d'accès (FAI) ont été soumis à une taxe pour alimenter le Compte de soutien du CNC.

Mais il est désormais clair que les vrais gagnants de ces transferts de valeur, les GAFA, sont ailleurs et bien plus difficiles à réguler.

Nicolas Colin, inspecteur des finances, et Pierre Collin, conseiller d'État, ont expliqué le cheminement qui les a conduits à proposer une taxe sur la collecte de données, selon le principe du « prédateur-payeur ».

Il fallait d'abord définir le périmètre de l'économie numérique : « ce n'est pas un secteur particulier mais un principe fondamental massif qui transforme tous les secteurs ». Ce principe, c'est l'utilisation de la « puissance de la multitude » des individus qui naviguent sur les applications en ligne. Les entreprises qui réussissent sont celles qui parviennent à « faire alliance avec la multitude », à « enrôler les utilisateurs dans la chaîne de valeur ». Elles n'ont pas de « cœur » de métier mais font évoluer leurs activités pour « encercler » l'utilisateur. Ainsi Amazon, vend aujourd'hui toutes sortes de produits, grâce à la connaissance acquise de ses clients.

dessin Catherine Zask

L'internaute, en laissant des traces lors de sa navigation, génère des données qui servent à personnaliser les services. Il effectue donc « un travail », gratuit. Mais il bénéficie en échange de services gratuits et d'innovation. Ainsi alors que le chiffre d'affaires publicitaire de la presse américaine s'est effondré, celui de Google a explosé. Au global, le marché publicitaire se stabilise à un niveau bien inférieur à ce qu'il était avant l'arrivée de Google. La valeur n'a pas disparu : elle est reversée aux utilisateurs sous forme de services gratuits, de nouvelles applications.

C'est à partir de cette analyse que le rapport Collin et Colin a proposé non pas d'interdire à Google et cie la collecte des données mais de taxer les usages « prédateurs » de ces données, ceux qui ne permettent pas aux individus d'accéder à leurs données collectées. Ce système donnerait en outre à l'administration fiscale une meilleure connaissance des modèles économiques de ces entreprises.

Car si Google paie très peu d'impôts en France, ce n'est pas seulement parce qu'il n'y a pas son siège et qu'il arrive à démontrer qu'en facturant la publicité depuis l'Irlande, il n'accomplit pas en France un « cycle commercial complet ». Il échappe aussi largement à l'impôt aux États-Unis, au Royaume Uni, en Irlande, où est localisé son siège européen, parce que son principal actif, l'algorithme de son moteur de recherche, est logé dans un paradis fiscal. Toutes les filiales de Google dans le monde paient à une entité Google aux Bermudes, un « prix de transfert » élevé pour l'utilisation de cet actif, de sorte que leurs bénéfices, donc la base imposable, sont très réduits. S'il est démontré que la création de valeur par Google ne réside pas dans son algorithme mais dans les données collectées dans différents pays, alors le fisc peut contester le prix de transfert pratiqué.

Si cette économie « déjoue les règles de la fiscalité », a expliqué Pierre Collin, c'est d'abord parce que les entreprises innovantes de la Silicon Valley, sont financées par le capital-risque, qui n'investit qu'à condition que l'optimisation fiscale soit mise en place, dès l'origine, avant même les premiers bénéfices. D'autre part, la culture de ces entreprises est de ne pas verser de dividendes mais de réinvestir dans l'innovation.

Autre conséquence de la généralisation des échanges en ligne : l'érosion des bases imposables. Par exemple, la réservation des hôtels, via des places de marchés en ligne qui prélèvent une commission, diminue la marge des hôteliers et donc l'assiette de leurs impôts. Sans compter que ces places de marchés, en faisant jouer la concurrence entre hôtels, les obligent à baisser leurs prix, donc à nouveau leurs marges, aggravant l'assèchement des bases imposables.

Si les démonstrations des Collin et Colin ont été jugées brillantes, le gouvernement a estimé qu'il fallait agir au niveau international. Le G20 de Saint-Pétersbourg a mandaté l'OCDE pour proposer un nouveau cadre fiscal. Au Conseil européen des 24 et 25 octobre consacré au numérique, la France était décidée à faire porter le débat sur la fiscalité des géants du Net.

C'est pour une telle approche européenne qu'avait plaidé le CNNum, dans son avis sur le rapport Collin-Colin. Un avis un peu vite résumé par les médias comme s'opposant à toute taxe des géants du Net. Au contraire, Benoît Thieulin à la Scam, a insisté sur la nécessité de poursuivre des travaux de recherche sur cette économie, dont « la durabilité » n'est pas assurée. Google réalise 55 % de ses marges en Europe, pour seulement 45 % de son chiffre d'affaires. Ainsi, l'Europe est « l'eldorado de l'économie contributive mondiale sur Internet ». Et pour cause : 500 millions d'Européens bien formés, en bonne santé, avec du temps libre grâce à leur protection sociale, contribuent massivement à l'économie numérique au profit de grandes plateformes américaines. Un modèle qui repose donc sur des services publics d'éducation, de santé, d'infrastructures.

Or cette captation de valeur par les GAFA qui ne contribuent pas via l'impôt, au détriment du financement de ces services publics, n'est pas durable sur le long terme.

Pour Benoit Thieulin, alors que partout en Europe des mouvements commencent à dénoncer les pratiques d'optimisation fiscale des multinationales, ce débat impacte la réputation des grandes plateformes Internet auprès de leurs utilisateurs. Et cela qui constitue, à ses yeux, un levier puissant pour les contraindre à plus de transparence.

Hervé Rony, directeur de la Scam, a rappelé que dans ce débat, la culture n'était pas seulement là pour « récupérer » de la valeur mais qu'elle en crée et participe à la croissance. Et que les grands acteurs Internet s'étaient d'abord servis de l'accès aux œuvres culturelles pour développer leur activité. Donc, même si le secteur culturel n'est pas le seul impacté par ces mutations, une redistribution en sa faveur est question de survie, en particulier pour les auteurs qui voient leur rémunération et le préfinancement de leurs œuvres mis en danger par la montée en puissance de ces grandes plateformes dans l'économie. ✪

Le déplacement de valeur en chiffres

Selon une étude réalisée par le cabinet EY pour le Forum d'Avignon (21 au 23 novembre 2013), de 2007 à 2012, la capitalisation boursière des cinq plus grands opérateurs télécoms dans le monde a fondu de 25 %, leurs effectifs de 16 % et leur chiffre d'affaires n'a progressé « que » de 26 %. Pour les grands groupes médias (Viacom, Disney…), la capitalisation et le chiffre d'affaires ont peu progressé (respectivement de 3 % et 8 %). Dans le même temps, la valeur boursière des cinq plus gros « New players » Internet a bondi de 66 %, leur chiffre d'affaires de 225 % et leurs effectifs gonflé de 133 %. On ne saurait mieux illustrer à qui profite la captation de la valeur.

[1] Le Conseil National du Numérique (CNNum) est une commission consultative indépendante, qui a pour mission de formuler des avis et des recommandations sur toute question relative à l'impact du numérique sur la société et sur l'économie. Il compte 30 membres nommés par décret du Président de la République, représentants des entreprises, chercheurs, élus, liés au secteur du numérique. Il est présidé par Benoît Thieulin, Fondateur et Directeur de l'agence digitale La Netscouade.

Bruno Fert, lauréat du Prix Roger Pic 2013 pour Les absents.
En 1948, la création de l'état hébreu déclenche la première guerre israélo-arabe et l'exode de plus de 700 000 Palestiniens vers les pays voisins. Que reste-t-il aujourd'hui de leurs villes et villages vidés de leurs habitants ? C'est pour répondre à cette question que Bruno Fert s'est rendu en Israël, pour y retrouver et photographier les vestiges de ces localités fantômes disparues dans le tourbillon de la guerre de 1948.
Ce reportage est un voyage dans le temps, un périple visuel aux origines de la question des réfugiés. Ces images sont un témoignage sur un moment clef de l'histoire de la région dont les conséquences sont aujourd'hui au cœur de notre actualité.

Exposition à la Scam du 13 novembre 2013 au 1er mars 2014.
Avec le soutien du Centre national des arts plastiques (Fonds d'aide à la photographie documentaire contemporaine)

Les Étoiles 2013

PAR **CLAIRE SIMON,** PRÉSIDENTE DU JURY*

Nous étions cinq réalisateurs/trices d'horizons très différents pour choisir ces 30 Étoiles de la Scam sur 60 films choisis par les auteurs, membres de la Commission du répertoire audiovisuel de la Scam parmi les 415 inscrits. Quelques films furent élus à l'unanimité, il y eut aussi des coups de cœur de chacun et de fertiles oppositions… Jean-Xavier de Lestrade nous avait proposé cette expérience: voir 60 films documentaires diffusés, ce qui permet quand on n'est pas assez « téléphile » de se faire une idée même partielle de ce qu'on peut voir sur les chaînes, grandes et minuscules, à la télévision. Il est assez rare de partager une expérience de spectateur sur un si grand nombre de films. Grand plaisir, qui, comme une salle de cinéma, crée une communauté éphémère d'où le débat et la réflexion peuvent enfin surgir. Des certitudes s'effondrent, des sentiments se précisent, bref, au fond c'est ce qui manque au public des télévisions: voir des documentaires et puis en parler. Les plus beaux films donnent envie de se souvenir de tout ce qu'on y a aimé!

> « on a tous entendu avec lassitude cette petite musique de la France refermée sur elle-même »

Merci pour cette expérience qui nous a permis de découvrir ces œuvres qui passent souvent sans bruit dans les tuyaux, dont on n'aurait pas discuté les formes, les émotions, les partis pris, et sur lesquels se sont révélées nos passions et nos différences. Nous avons beaucoup râlé devant le formatage dont les films souffrent comme d'un corset trop serré qui finit par étouffer toute singularité, toute vie, tout plaisir du spectateur. Les films qui s'imposent échappent heureusement à un type de récit ready-made. La parole comme unique vecteur de sens est un appauvrissement de ses vertus. Le documentaire a le privilège de donner la voix au témoignage, au récit de vie, d'expérience; mais il ennuie lorsqu'il n'est fait que d'opinions, ce qui est malheureusement le cas la plupart du temps.

Au rayon des doléances (encore!) on a tous entendu avec lassitude cette petite musique de la France refermée sur elle-même qui, à la télévision, nous tend un miroir historique un peu étriqué et poussiéreux, peu ouverte au monde et aux interprétations modernes.
Je voudrais rendre hommage au très beau *Monsieur M, 1968* pour sa forme très singulière comme un idéal de réalisation à la télévision, et aux autres très belles qualités des films que nous avons vus et primés.
Nous avons été éclectiques dans nos choix, nous avons admiré des films d'archives comme *De Hollywood à Nuremberg* ou des grands reportages comme *l'Afghanistan, le prix de la vengeance* et pas seulement de grands films d'auteurs comme *Tous au Larzac* ou *Nostalgie de la lumière.*

*composé d'Agnès Poirier, Romain Icard, Cyril Mennegun et Georgi Lazarevski

*
7 ans de conviction
d'Ariel Camacho,
Planète +, Agat Films & Cie, France Télévisions & CFRT, 90′

*
Afghanistan, le prix de la vengeance
d'Alberto Marquardt,
Éric de Lavarene
et Judith Perrignon,
France 3, Point du Jour, 90′

*
Alma, une enfant de la violence
d'Isabelle Fougère
et Miquel Dewerver-Plana,
Arte. TV, Upian, Arte & Agence VU′, 60′

*
Bahreïn, plongée dans un pays interdit
de Stéphanie Lamorré,
Arte, Premières Lignes Télévision, 52′

*
Bismarck est foutu
de Carole Equer-Hamy
et Martine Scemama,
Normandie TV, Les Films d'ici, Lyon Capitale TV, 42′

*
Ce qu'ils savaient, les alliés face à la Shoah
de Virginie Linhart,
France 3, Cinétévé, 68′

*
Dans les bottes de Clint
de Frédéric Laffont,
France 5, Les Films d'ici & Camera Magica, 52′

*
De Hollywood à Nuremberg
de Christian Delage,
Ciné +, Mélisande Films & Histoire, 53′

*
Drôle d'oiseau
de Stéphane Sinde,
Armor TV, Oléo films & Ciné-plume — TVM, 57′

*
Enfants forçats
d'Hubert Dubois,
Arte, Ina & CFRT, 71′

*
Francis Jeanson, itinéraire d'un intellectuel engagé
de Catherine de Grissac
et Bernard Vrignon,
France 3 Régions, Point du Jour & Les Films du Balibari, 53′

*
La Chine est encore loin
de Malek Bensmaïl,
Universciné, Unlimited, Cirta Films, 3B Productions, Ina, Ina Éditions, 120′

*
La Vie en vrac
d'Élisabeth Kapnist,
Arte, Gaumont télévision & CD Production, 83′

*
L'Affaire Chebeya, un crime d'État?
de Thierry Michel
et Christine Pireaux,
RTBF, Les Films de la passerelle & CBA, 96′

*
L'Animali
de Paul Filippi,
France 3 Régions, France 3 Corse ViaStella, 50′

*
Le Déménagement
de Catherine Réchard,
France 3 Régions, Candela productions, France Télévisions & TVR Bretagne, 54′

*
Le Khmer rouge et le non-violent
de Bernard Mangiante,
France 5, Les Films d'ici & Bophana Production, 90′

*
Le Sens de l'âge
de Ludovic Virot
et Zoltàn Mayer,
Télé. Nantes, Coloured plates production & Inca, 72′

*
Les Fils de la terre
d'Édouard Bergeon
et Luc Golfin,
France 2, Sable Rouge & Magneto Presse, 88′

*
Les Six saisons
de Gilles Delmas,
TVM Est Parisien, Lardux films, 50′

*
Monsieur M, 1968
de Laurent Cibien
et Isabelle Berteletti,
Arte, Lardux films & Ina, 55′

*
Namibie: le génocide du IIe Reich
d'Anne Poiret,
Michel Pignard
et Fabrice Launay,
France 5, BO Travail!, 52′

*
Noirs de France
de Juan Gélas
et Pascal Blanchard,
France 5, La Compagnie des Phares et Balises & Ina, 55′,52′,54′

*
Nos fiançailles
de Chloé Mahieu
et Lila Pinell,
Arte, The Factory Productions & Arte France, 52′

*
Nostalgie de la lumière
de Patricio Guzmán,
OCS Novo Orange, Atacama Productions, Blinker Filmproduktion, WDR & Cronomedia, 90′

*
Pleure ma fille, tu pisseras moins
de Pauline Horovitz,
Arte, Quark Productions & Arte France, 52′

*
Tous au Larzac
de Christian Rouaud,
Canal +, Elzévir Films & Arte France Cinéma, 118′

*
Troufions
de Thierry Demaizière
et Alban Teurlai,
France 2, Falabracks, 56′

*
Un été avec Anton
de Jasna Krajinovic,
RTBF, Dérives & CBA, 60′

*
Un village sans dimanche
de Philippe Baron
et Corinne Jacob,
France 3 Régions, Vivement lundi! & France Télévisions, 52′

Le cinéma, espace étroit de liberté pour le documentaire

Près d'un film sur six sortis en salles en France en 2012 était un documentaire. Soit 92 documentaires inédits sur grand écran : un record. Mais beaucoup ne touchent qu'un public de niche.

Depuis dix ans, le nombre de sorties cinéma de documentaires progresse : + 9,1 % par an en moyenne. Il a atteint le nombre record de 92 en 2012 (dont 64 films français) contre 42 en 2003. Pour autant, les écrans ne sont qu'entrouverts. À l'exception de quelques films animaliers (*Océans* en 2010) sortis sur des centaines d'écrans, la distribution demeure souvent limitée : 14 établissements par documentaire en 2012 contre une moyenne de 134 pour les films tous genres confondus. Et pour les documentaires français, la moyenne est encore plus basse et en recul : 10 établissements, contre 16 en 2011 et 29 en 2010.

Le public de son côté ne plébiscite pas cette offre. La majorité des films documentaires réalise moins de 100 000 entrées, la moyenne s'établissant à 12 000 entrées en 2012, contre 16 000 en 2011. Depuis dix ans, le genre ne draine qu'1,5 % de la fréquentation totale des salles de cinéma. En 2004, le record de 6,45 millions d'entrées pour des documentaires était tiré par le *Dernier Trappeur*, et *Fahrenheit 9/11* qui ont dépassé 2 millions d'entrées.

L'an dernier, avec 1,79 million d'entrées, le documentaire ne représentait qu'1 % des entrées de l'ensemble des films inédits de l'année, alors qu'il constituait 15 % des sorties.

Face à ce déséquilibre entre l'offre et la demande, la Scam organisait le 16 octobre dernier dans ses locaux une table ronde sur le thème : « le Grand écran : chance ou ghetto pour le film documentaire ? » avec des auteurs, producteurs, distributeurs, exploitants de salles et le CNC.

Le grand écran : la liberté et le temps retrouvés

Pour les auteurs présents, faire un long-métrage cinéma n'est pas toujours un choix délibéré. Ce qui les anime d'abord, c'est l'envie de filmer une histoire. Puis l'histoire elle-même, le refus, effectif ou anticipé, des chaînes de télévision, le conseil d'un producteur, les poussent à se tourner vers le grand écran.

Et pour eux, c'est la chance de retrouver une liberté et un temps, dont ils se sentent privés à la télévision. Christian Rouaud a réalisé pour le cinéma à partir de 2006, *Les Lip, l'imagination au pouvoir*, *Tous au Larzac*, *Avec Dédé* (sorti en octobre 2013). Selon lui, « aujourd'hui, la télévision impose un diktat du sujet. Et le spectateur est pris pour un « crétin » à qui il faut tout expliquer. J'avais le sentiment que je ne pourrais plus faire pour la télévision des documentaires où l'on dit « je » avec un point de vue singulier ».

Simone Bitton, après une quinzaine de documentaires TV, est passée au cinéma avec *L'Attentat* (en 1998), *Le Mur* (2004), *Rachel* (2009) : « La première fois que j'ai écrit pour le cinéma, c'est parce que je savais que la télévision ne voudrait pas du film. Et j'ai écrit plus librement. J'avais intégré l'autocensure à la télévision : je m'interdisais les grands espaces, les silences dont je rêvais ».

Mariana Otero se souvient de la liberté que lui avait laissée Arte pour *La Loi du collège* en 1994. La chaîne avait créé une case pour ce feuilleton documentaire. Mais aujourd'hui, en télévision, on se doit d'être efficace dès les premières minutes pour ne pas perdre les spectateurs. Or justement, elle « aime que le spectateur puisse se perdre, qu'il ait le temps de s'installer dans le film. *Histoire d'un secret (2003)* commence par quinze minutes en silence, sans expliquer de quoi on parle. Cela n'est pas possible à la télévision ».

Pour la version cinéma de *La Traversée*, plus longue de dix-sept minutes, Elisabeth Leuvrey a conservé l'intégralité des cinquante-cinq minutes de la version TV diffusée sur Arte en 2007. « C'est le même film, mais avec des moments de suspension… ». Des moments que la qualité du regard public au cinéma, autorise. « Le cinéma est le dernier lieu où la concentration est préservée », pour François Aymé de l'Association des cinémas d'Art & Essai (Afcae). Ariane Doublet distingue les contraintes d'une série documentaire où la chaîne définit un cahier des charges clair et auxquelles il peut être amusant de se plier, et sa démarche d'auteur dans la *Suite Normande*, une chronique en cinq volets tournés entre 1999 et 2011. Un projet qui ne cadrait pas avec la demande de « sujets » de la télévision. Des sujets, qu'il faut pouvoir résumer en une phrase, ajoute Mariana Otero.

Photo Arnaud Dumontier et Patrick Deschepper photo du film *La saga des Conti*

Et pas n'importe quel sujet : Jean-Pierre Duret a essayé d'écrire son dernier film *Se battre*, sur la pauvreté, pour Arte, mais « un scénario avec les mots RMI, RSA a toutes les chances d'être écarté ». Paradoxalement, souligne Simone Bitton, les « vrais sujets » comme la pauvreté n'intéressent pas les chaînes.

Une façon différente de s'adresser au spectateur

La liberté au cinéma, c'est aussi celle de laisser le réel venir à soi, de commencer à tourner sans écrire et de construire l'histoire au fil du temps. Même si pour un dossier de financement, une demande à l'avance sur recettes, les auteurs se plient à l'écriture d'un projet, ils savent que le film pourra s'en écarter, et qu'ils pourront échapper aux affres des multiples réécritures exigées des chaînes.

Cette liberté retrouvée, le producteur Bruno Nahon (Zadig Films : *Les Invisibles*) en témoigne aussi. Après avoir produit une cinquantaine de documentaires pour la télévision, « je n'arrivais plus à respirer. Chaque décisionnaire dans une chaîne doit convaincre l'étage supérieur de sa hiérarchie. Il veut un « pitch » en une phrase, il a peur et la peur se transmet d'étage en étage. Je perdais beaucoup d'énergie. Je l'ai retrouvée au cinéma ». Mais prévient-il, « un documentaire en salle n'est pas un film dont la télévision n'a pas voulu. C'est du cinéma, une façon différente de s'adresser au spectateur ».

Voir les réactions d'une salle, rencontrer le public est une autre chance offerte par le cinéma aux auteurs. Si la télévision touche un public plus large, qui peut arriver devant le film fortuitement et n'est donc pas forcément acquis d'avance, « on ne sait rien de la façon dont il regarde » constate un auteur. « Les gens vous restituent quelque chose du film. Ils le ressentent comme une part d'eux-mêmes » explique Jean-Pierre Duret.

Un public de retraités ou de militants

En effet, la présence des auteurs aux projections, l'animation de débats fait partie de « l'accompagnement » qu'exige l'exploitation du documentaire pour faire venir le public. Pourtant ces rencontres illustrent aussi une certaine ghettoïsation du documentaire. Elisabeth Leuvrey témoigne : « J'étais un peu naïve sur ce que voulait dire sortir en salles. Le public, souvent ce sont des retraités qui lisent Télérama ». Ou des militants concernés par le thème du film.

« On finit par s'assécher au bout du 100e débat », reconnaît Mariana Otero. D'autant que le débat tourne souvent autour du sujet, le film passant au second plan, regrettent plusieurs auteurs, comme Christian Rouaud, qui tout en y prenant plaisir, parle de « visionnages citoyens, plutôt que cinéphiles ». Simone Bitton, au contraire aime les passions suscitées par le sujet de ses films. Et si le public ne le fait pas, c'est elle qui lui parle de cinéma.

Généralement défrayés pour leur déplacement, les auteurs sont rarement rémunérés pour ce travail, qui peut les absorber plusieurs mois après la sortie du film, les empêcher de se lancer dans d'autres projets, et les précariser. Un problème qui s'ajoute au fait que pour les auteurs-réalisateurs, le documentaire en salles reste moins rémunérateur que la télévision, du fait de la fragilité de son économie. …/…

Des conditions d'exposition rudes

De fait, la liberté du grand écran a ses revers : on l'a dit, les documentaires en salles ne touchent le plus souvent qu'une « niche de spectateurs » et affrontent « des conditions d'exposition très rudes, des budgets de production et de distribution très faibles », indique Olivier Wotling, directeur du cinéma au CNC.
Le devis moyen des documentaires français agréés entre 2003 et 2012 s'établit à 1,13 M €(contre 5,32 M €) pour l'ensemble des films, tous genres confondus). Alors que les chaînes de télévision financent à hauteur d'environ 50 % les documentaires pour leur antenne, au cinéma, il faut « collecter » euro par euro, a appris Bruno Nahon. La « voie royale — avance sur recettes du CNC, pré-achat ou coproduction d'une chaîne (Arte, Canal +, France 2 ou 3) — n'est réservée qu'à quelques films. Sur 50 films aidés à l'avance sur recettes en 2012, on comptait dix documentaires : une proportion stable au fil des ans. Douze ont bénéficié d'un investissement d'une chaîne. Les apports des chaînes de télévision ont constitué en moyenne 13,7 % du financement des films documentaires de 2003 à 2012, contre plus de 30 % pour l'ensemble des films tous genres confondus. Il faut donc aller chercher l'argent dans les Sofica, les régions, à l'étranger, auprès de distributeurs… »
Le CNC se refuse pourtant à faire un traitement spécifique, avec un guichet réservé au documentaire pour l'attribution de ses différentes aides. Seule l'œuvre est considérée, pas son genre, a insisté Olivier Wotling.

Avec plus d'une quinzaine de nouveaux longs-métrages chaque semaine, la concurrence face à la rareté des écrans rend le documentaire particulièrement vulnérable. Arnaud Boufassa, directeur du Cinéma des cinéastes dans le 17e arrondissement parisien, se doit de faire un minimum de 3 400 entrées par semaine pour rentabiliser son établissement. Outre la qualité d'un film documentaire, « la clé c'est le distributeur, sa capacité à le faire exister », qui détermine ses choix de programmation.

Faire durer l'exploitation

Le documentaire impose une programmation différente du standard des 35 séances en première semaine. « Il est parfois préférable de l'installer dans la durée avec moins de séances par semaine » ajoute Arnaud Boufassa. Il aura fallu 15 semaines d'exploitation à *Tous au Larzac* pour atteindre 210 000 entrées.
Mais Thomas Ordonneau de Shellac (production, distribution édition DVD) raconte combien le rapport de force avec les salles est défavorable au distributeur pour obtenir, au lieu de 70 séances sur deux semaines, un nombre équivalent sur six semaines par exemple. Malgré le succès des *Invisibles*, distribué par AdVitam, Zadig Films a dû trouver un autre distributeur pour *Bambi*, le film suivant de Sébastien Lifshitz. « On entend désormais les mêmes réactions dans les chaînes de télévision, la peur en moins : des interlocuteurs qui postulent dès le départ que le film n'intéresse pas le public » regrette Bruno Nahon.
Un documentaire en salles « trouve sa cohérence dans une forme particulière d'exploitation », selon Olivier Wotling, avec un « travail fin du distributeur et des exploitants », pour accompagner le film, faire venir le public, en passant par exemple par des réseaux différents des médias classiques (associations, syndicats…). Mais Thomas Ordonneau considère que ce n'est pas propre au documentaire : des fictions dites « fragiles » qui ne sortent que sur cinq ou six écrans, exigent la même attention. Mariana Otero, investie dans l'ACID (Association du Cinéma Indépendant pour sa Diffusion), qui soutient la diffusion en salles de films indépendants, voudrait que les aides à la distribution accordée par le CNC valorisent davantage le travail d'accompagnement fait autour des films documentaires.
La puissance des réseaux sociaux pourrait accélérer le bouche-à-oreille mais les distributeurs la négligent encore trop.

La salle construit la cinématographie d'un auteur

En dépit de son public restreint, le grand écran peut pourtant donner une visibilité dans la presse supérieure à celle d'une diffusion télévisée. Shellac l'a expérimenté avec *Nous princesse de Clèves* (2011), passé inaperçu lors de sa première diffusion sur la chaîne France Ô, et qui a drainé 45 000 entrées en salles. Et puis le bénéfice d'une sortie salle ne se réduit pas à un nombre d'entrées. « Elle permet à un réalisateur de construire pas à pas sa cinématographie » commente Thomas Ordonneau.
La montée en puissance des multiplexes au détriment des salles indépendantes, l'encombrement des écrans par des blockbusters sortant sur des combinaisons de plusieurs centaines de salles, réduisent pourtant l'espace du documentaire. Un circuit comme MK2 à Paris, s'il en programme régulièrement, souvent pour une séance unique le matin, n'hésite pas à les retirer brutalement de l'affiche au bout d'une semaine.
Arnaud Boufassa veut croire que la programmation documentaire pourra aider les cinémas indépendants à se différencier des multiplexes qui font pression pour interdire à ces salles l'accès aux films porteurs.
Bien que le cinéma échappe à sa gestion collective, la Scam s'interroge : faut-il inciter les chaînes à coproduire davantage de documentaires cinéma ? Comment mieux faire circuler ces films entre la salle, la télévision, la vidéo à la demande ? Faut-il raccourcir la chronologie des médias, avec des sorties simultanées sur les différents écrans, bénéficiant d'une promotion conjointe ? La Scam a saisi le CNC de ces questions, estimant nécessaire d'engager une discussion de fond.
Olivier Wotling du CNC met en garde : « les exploitants, débordés par trop de films, risquent de prendre le prétexte d'une diffusion en télévision, pour refuser la sortie salles ». La perspective d'une sortie en salles de *L'Image Manquante* de Rithy Panh, primé à Cannes cette année dans la Sélection un Certain Regard et dont la dimension cinématographique est incontestable, a ainsi déclenché une polémique chez les exploitants et distributeurs, du fait de sa diffusion sur Arte le 9 octobre dernier.
Pour bien des auteurs, cette double fenêtre d'exposition serait pourtant l'idéal. Isabelle Repiton

Jérôme Palteau, lauréat de la première édition du Prix La Croix du documentaire

La Scam est partenaire du nouveau prix créé par le quotidien *La Croix* pour redonner de la visibilité à un film documentaire sorti en salle. La Scam attribue une dotation de 4 000 € à l'auteur et Unifrance s'engage en faveur de l'exportation du film. Ce premier prix a été attribué à la Saga des Conti de Jérôme Palteau, parmi « une sélection d'un excellent niveau » [1] commente Raoul Peck, parrain de l'édition. Cinéma ou télévision ? Pour Jérôme Palteau, c'est à mesure qu'il s'immergeait dans le combat des ouvriers de l'usine de pneus Continental de Clairoix, qu'il a vu la dramaturgie d'un long-métrage se mettre en place. « *La Saga des Conti* s'est écrite en grand format pendant que je tournais ».

Quel film vouliez-vous faire quand vous avez commencé à filmer les ouvriers de Continental auxquels on annonce la fermeture de leur usine en mars 2009, et que vous avez suivis jusqu'à fin 2009 ?
C'est l'histoire qui est venue à moi. L'usine est située dans le village de l'Oise où je vis. Un matin, en allant accompagner mes enfants à l'école, la radio annonçait la fermeture de l'usine dans 12 mois et le licenciement de 1 120 personnes. Je suis tombé sur un rassemblement, des banderoles, sur le parking de l'usine. Je suis revenu le jour même avec une caméra DV. Puis tous les jours, sans avoir rien écrit, me mêlant à la presse, présente en nombre. Au bout de deux semaines, j'ai vu des personnages émerger, le comité de lutte se former. Je leur ai expliqué que j'étais documentariste, pas journaliste, et je me suis engagé à ne rien diffuser avant la fin du conflit. J'ai gagné leur confiance, ils m'ont laissé pénétrer les coulisses de leurs réunions, et ils ont oublié la caméra. En parallèle, je continuais à travailler. À côté de documentaires pour *Voyage* ou des chaînes du câble, le film d'entreprises était jusqu'ici l'essentiel de mon activité. J'aime filmer le monde industriel. C'est un défi esthétique et scénaristique de le rendre intéressant dans le cadre d'une commande. Mais l'histoire des Conti est devenue très prenante. Pour continuer, il fallait un projet. J'en ai écrit un premier avec l'idée de filmer l'attente, la résignation de gens qui vont devoir travailler pendant des mois avec le couperet de la fermeture de l'usine sur la tête. Je l'ai adressé à plusieurs chaînes, sans retour. Je n'avais pas le temps d'attendre : il fallait continuer à filmer dans l'urgence… Et ce sont les Conti qui ont changé l'histoire.

Quelle histoire avez-vous finalement développée en 97 minutes ?
Ce qui a été médiatisé dans ce conflit, c'est l'explosion de colère avec le saccage de la sous-préfecture de Compiègne en avril 2009 et la revendication d'une prime de départ de 100 000 euros (pour 50 000 euros finalement obtenus). Mais en tournant, j'ai réalisé que ce qui était intéressant, c'était la stratégie du comité de lutte, alternance de coups de force, d'actions publiques, de batailles devant les tribunaux… Et puis les personnages : le couple formé par Xavier Mathieu, le jeune syndicaliste CGT, et le vieux « sage » expérimenté des luttes sociales qui le conseillait, et les seconds rôles autour d'eux. J'ai construit une dramaturgie autour, et l'histoire s'écrivait au jour le jour en fonction des événements. À partir de là, j'ai écrit un projet de 90 minutes, pour la salle ou la télévision. Anna Glogowski à France 3 avait eu vent du premier projet, elle a vu des rushes et m'a encouragé à aller vers un long-métrage. Les Films d'Ici sont entrés dans la production. La région Picardie et le département de l'Oise ont apporté une aide. Mais seule France 3 Picardie a retenu le projet et ses cases documentaires sont de 52 minutes. En mars 2012, France 3 national l'a aussi diffusé dans la *Case de L'oncle Doc*. Et Public Sénat. Les 52 minutes que j'ai dû me résoudre à monter fonctionnent à la télévision mais je gardais l'impression de ne pas avoir tout dit. Je voulais aller au bout, malgré ceux qui me disaient que la diffusion télévisée avait épuisé le film. La version longue donne plus d'espace à la parole, elle intègre le silence, la durée…

Comment le film est-il distribué ?
J'ai contacté tous les distributeurs et Jacques Choukroun des Films des Deux Rives à Montpellier a pris le film. Il a eu une aide du CNC à la distribution. Depuis sa sortie en mars 2013, *La Saga* a été projetée dans 80 salles, on atteindra une centaine en fin d'année. On a dépassé 5 000 entrées, j'espère atteindre les 9 000 même si ce n'est pas gagné. Cela reste difficile de convaincre les gens de payer pour venir voir un film sur un conflit social. La stratégie de Jacques Choukroun est de tenir les films dans la durée et d'inciter les exploitants à programmer quelques séances par semaine, plutôt que tous les jours. Le Saint-Michel à Paris l'a gardé huit semaines, la plupart du temps, il ne reste pas plus de deux semaines. Parfois ce sont des séances uniques.

Allez-vous dans les salles ?
J'ai accompagné une quarantaine de projections. Xavier Mathieu l'a fait aussi. Souvent un collectif ou une association est à l'initiative de la projection, et le distributeur contacte une salle localement pour l'organiser. Depuis mars, j'ai fait un tour de France des salles de cinéma et découvert la diversité des exploitations : salle privée, en régie municipale… J'ai rencontré des exploitants passionnants, engagés. C'est une bagarre d'exploiter une salle indépendante. J'ai parfois trouvé des salles pleines dans de petites villes, et d'autres presque vides dans de grandes… Mais même si l'audience n'est pas comparable à celle de la télévision, rencontrer le public est une chance. Entendre les réactions, voir comment les gens s'approprient le film à leur façon : c'est un plaisir enrichissant. J'espère, avec le Prix La Croix du documentaire, toucher un autre public, au-delà des cercles militants concernés. Je ne suis pas un cinéaste militant. Mon film est d'abord une comédie sociale même s'il porte des enjeux citoyens.

---

[1] Sept autres films étaient sélectionnés pour le prix : *Das Kind* de Yonathan Levy, *Entrée du Personnel* de Manuela Frésil, *Être là* de Régis Sauder, *Le Bonheur… Terre Promise* de Laurent Hasse, *Paroles de Conflits* de Raphaël Beaugrand, *Le Sommeil d'Or* de Davy Chou, *La Traversée* d'Élisabeth Leuvrey.

Les échanges non marchands : un mot aimable pour une réalité qui ne l'est guère

PAR **HERVÉ RONY,** DIRECTEUR GÉNÉRAL

La notion d'échanges non marchands sur le net vient régulièrement défrayer la chronique du monde des internautes anti Hadopi et du milieu culturel.

Alors même qu'Aurélie Filippetti se rallie aux recommandations de Pierre Lescure de conserver pour une large part la réponse graduée de l'Hadopi en la transférant au CSA, ressurgit ici et là l'idée de légaliser sous une forme ou une autre ces fameux échanges non marchands.

La Hadopi elle-même a lancé une étude et la ministre de la Culture dit vouloir confier à un juriste une mission sur le sujet. Comment d'un côté se dire soucieux de protéger les droits des auteurs, des artistes, des producteurs et de l'autre, continuer à agiter le spectre d'une légalisation des échanges d'œuvres entre internautes ? Étrange écartèlement des valeurs, volonté de concilier les contraires pour ne déplaire à personne, crédulité face à la soi-disant gratuité altruiste de ces systèmes d'échanges ? On ne sait pas vraiment.

Invitée à évoquer l'initiative de l'Hadopi, l'économiste Joëlle Farchy, membre du CSPLA a bien résumé ce qu'on pouvait en dire : « Tout d'abord, l'un des postulats de l'Hadopi est que cette rémunération se limiterait aux échanges non marchands. Or, quasiment tous les échanges sur le Web, pour les internautes, sont non marchands. Ce sont des modèles que j'appellerais de « gratuité marchande », gratuits pour les internautes, générant des profits pour un certain nombre d'intermédiaires.

Dire que l'on va limiter la rémunération à ce type de consommation ne veut donc rien dire. Deuxièmement, faire payer les sites internet serait certes plus indolore pour les consommateurs, et donc potentiellement moins conflictuel au plan politique, mais cela suppose une action volontaire de la part des sites. Que va-t-il se passer s'ils refusent de payer, en particulier pour ceux qui sont localisés à l'étranger ? Enfin, si certains sites payent mais que d'autres ne sont pas vertueux, les premiers seront victimes d'une concurrence déloyale.

On croyait pour l'essentiel que les jeux étaient faits et que les experts les plus attentifs savaient que la légalisation des échanges n'était pas pour demain. Eh bien non. Le président de la Commission des affaires culturelles de l'Assemblée nationale a remis le sujet sur la table après avoir dit tout le mal qu'il pensait du rapport de la mission Lescure. Patrick Bloche, un soir du 21 décembre 2005, avait déjà mis le feu aux poudres en faisant voter par une majorité de députés noctambules (30 contre 28 !) profitant de l'absence de certains de leurs collègues dans l'hémicycle, un amendement instaurant une licence globale.

Celle-ci fut finalement rejetée en seconde lecture. Lui et ses amis considèrent que la réalité technologique rend vain de s'opposer à des usages auxquels les internautes ont accès et qu'ils n'accepteront jamais plus de sacrifier. Il refuse obstinément de penser que la légalisation de millions d'échanges aurait un impact très négatif sur l'économie des secteurs tels que le cinéma ou la musique et au-delà de toute la création.

Les partisans d'une licence globale (rebaptisée contribution créative ?) marginalisent les effets économiques négatifs des échanges. Mais cette position est aussi très critiquable en ce sens qu'elle fait le jeu d'intermédiaires bien éloignés de toute idée de don.

La première partie de l'étude que mène l'Hadopi montre clairement que les différents systèmes d'échanges existants ne sont jamais totalement gratuits et qu'il y a toujours un intermédiaire qui récolte des revenus de l'usage de ces outils. Le rapport de Pierre Lescure pour sa part, sans ignorer des aspects qu'il juge positifs, écarte la licence globale et partant de là, la légalisation des échanges non marchands en répertoriant l'ensemble des objections.

Il faut à ce propos dire et répéter que le cadre juridique en vigueur interdit actuellement la légalisation des échanges non marchands. On peut se faire plaisir en pensant le contraire mais de fait la voie à suivre est bigrement compliquée. En effet, les traités OMPI de 1996, transposés dans l'Union européenne, préservent sans aucune ambiguïté les droits exclusifs des auteurs, des artistes et des producteurs.

Directement issue de ces traités, la directive européenne du 22 mai 2001 fait bénéficier ces derniers du droit exclusif d'autoriser ou d'interdire toute « communication au public » ou « toute mise à disposition du public de leurs œuvres, par fil ou sans fil, y compris la mise à disposition du public de leurs œuvres de manière que chacun puisse y avoir accès de l'endroit et au moment qu'il choisit individuellement ». Il en résulte qu'aucune loi ne pourrait imposer une licence obligatoire pour la mise à disposition d'œuvres par voie d'échanges sans porter atteinte aux traités dont la France est signataire.

Saisi, le Conseil constitutionnel n'aurait pas besoin de beaucoup d'efforts pour invalider une loi. D'autant que le même Conseil, dans sa décision du 27 juillet 2006, a souligné que la propriété figure au nombre des droits de l'homme consacrés par l'article 2 de la Déclaration de 1789, laquelle, dans son article 17, proclame que « la propriété étant un droit inviolable et sacré, nul ne peut en être privé, si ce n'est lorsque la nécessité publique, légalement constatée, l'exige évidemment, et sous la condition d'une juste et préalable indemnité ».

Et le Conseil d'en conclure que ce droit de propriété recouvre les droits de propriété intellectuelle et notamment le droit d'auteur et les droits voisins. Et que si l'État entend y apporter atteinte (or cette atteinte est évidemment le fait d'une licence obligatoire), il doit s'assurer que le titulaire du droit reçoit une rémunération en rapport avec la perte de ce même droit. Ceci pour dire que la licence globale est contraire aux textes internationaux qui lient la France et est susceptible, à l'évidence, de violer gravement le droit de propriété.

Le rapport Lescure pointe aussi le fait que tout système de licence globale conférerait un revenu administré et plafonné tout en devant être, pour chaque internaute, d'un montant très élevé (20 à 40 euros par mois). Inacceptable pour des créateurs dont ce serait devenu la rémunération principale ! Et si elle est instaurée de manière facultative, donc payée uniquement par les internautes déclarant télécharger, il faudra bien continuer à agir contre ceux des internautes qui téléchargeront illégalement. Enfin, inutile de dire que la répartition juste et équitable du produit de la licence se révélerait très aléatoire et au doigt mouillé sauf à mettre en place des outils de surveillance très sophistiqués.

Outils dénoncés en général par les tenants de la licence globale. Cercle vicieux quand tu nous tiens…

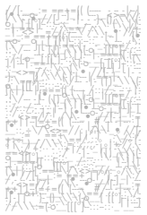
La réflexion en cours ne peut donc pas porter *stricto sensu* sur le retour de la licence globale dont on voit les limites évidentes. On parle aujourd'hui de contributions créatives qui peut-être, encore que rien ne soit clair parmi ceux qui en parlent, seraient versées par des opérateurs techniques du net et non par les internautes. Et une des questions actuelles porte notamment sur le point de savoir si on pourrait désormais élargir la notion de cercle de famille applicable au régime de la copie privée.

À l'heure actuelle, la copie privée est le fait d'un individu qui fait une copie de l'œuvre qu'il a légalement acquise aux fins de l'utiliser dans un cercle restreint, dit cercle de famille. Aujourd'hui ne pourrait-on pas, ne devrait-on pas élargir ce cercle en considérant qu'il pourrait englober les amis que nous avons sur nos Facebook et autres réseaux sociaux ? Ce qui ferait passer notre petit cercle de quelques individus à des centaines voire des milliers.

Et dans ce cas si on franchissait ce pas (le législateur ?) la copie privée s'étendrait-elle d'un coup d'un seul ? Hypothèse à vrai dire farfelue. Comment convaincre que des milliers d'individus échangeant des œuvres se livrent à des actes de copie « privée », fut-ce sur des réseaux sociaux d'amis qui se reconnaissent comme tels ?

Il y a en réalité un véritable abus de langage à prétendre ces échanges comme étant « non marchands » et donc, sous-entendu, indolores ou presque pour l'économie culturelle. Ne doit-on pas plutôt tenter d'identifier sur le net, comme dans le monde réel, un espace d'activités à but non lucratif qui ne génère pas au sein de la chaîne de distribution par échange des biens culturels, un revenu commercial direct ou indirect : location d'espace d'hébergement, publicités, abonnements, exploitation rémunérée de données personnelles etc. Dans ce cas, alors peut-être pourrait-on envisager une réglementation dérogatoire ? Mais cessons de parler d'échanges non marchands mondialisés et purifiés par la pseudo-absence d'intérêts économiques quand des marchands cyniques manipulent ceux qui ont envie d'être manipulés !

> « la licence globale est contraire aux textes internationaux »



dessin Catherine Zask

Vous avez dit interactif ?

Le storytelling multiplateforme et immersif gagne du terrain. Les producteurs et les distributeurs ne parlent que des moyens d'inclure le second écran dans leurs programmes. Ils sont tous à la recherche de modèles pour capitaliser sur le trafic des médias sociaux et le monétiser.

PAR **MICHEL REILHAC,** FAISEUR D'HISTOIRES

photo Matthieu Raffard

Internet est le nouvel Eldorado et la propriété intellectuelle apparaît comme l'or nouveau. Passer d'histoires conçues pour un spectateur passif à des expériences offertes à un participant actif est la tendance. Explorer les possibilités du storytelling interactif revient à poser le pied sur une terre vierge dont on ne connaît véritablement ni les us et coutumes ni les attentes des gens, un territoire où il n'y a pas de modèles, pas de financement sérieux, pas de retour fiable sur des projets déjà réalisés qui pourrait nous aider à prendre la mesure de ce que nous tentons. C'est une jungle pour les explorateurs et les pionniers, avec des traders tapis dans l'ombre, espérant être les premiers à pouvoir sauter sur ce qu'ils voient comme la prochaine opportunité d'un juteux investissement média. Ou plutôt transmédia : vous savez, les histoires interactives…

Que savons-nous déjà ?

Même si nous en sommes encore à inventer les formes que pourrait prendre la narration interactive, nous avons déjà tiré un certain nombre de leçons de nos premières erreurs.

L'important, ce ne sont pas les outils

Nous devons renoncer à notre fascination pour les outils, les gadgets, les jouets que nous utilisons (smartphones, tablettes,…), pour la technologie qui ne cesse d'inventer des dispositifs alléchants dont nous ignorions avoir besoin… Aussi sophistiqués et performants soient-ils, ce ne sont jamais que des instruments mis à notre disposition par la modernité. Et le plus souvent, nous devons trouver les moyens de détourner et pervertir ce pour quoi ils ont été conçus afin de les reconvertir dans des emplois inattendus.

On aura toujours besoin d'histoires

La raison d'être du storytelling interactif sera toujours l'histoire elle-même. Ses buts demeurent exactement les mêmes qu'au premier jour où l'homme a commencé à partager ses pensées :

- Transformer la réalité pour y échapper
- Questionner, au plan collectif et au plan individuel, le mystère existentiel de notre présence sur Terre
- Affronter notre ignorance de ce qui arrive après la mort et du pourquoi de la mort
- Partager nos expériences les plus belles et les plus émouvantes
- Construire la cohésion sociale et élaborer une culture commune qui aide l'individu à développer un sentiment d'appartenance
- Tisser notre propre relation au passé, au présent et à l'avenir tout en s'efforçant de garder la trace des événements pour les générations futures et d'anticiper l'avenir …/…

• Créer l'opportunité de devenir quelqu'un d'autre que notre être physique grâce à l'imagination et expérimenter des vies virtuelles
Et bien plus encore…
Le véhicule que nous avons créé il y a bien longtemps pour satisfaire ces besoins, c'est la narration, se raconter des histoires les uns aux autres. Tout a commencé par des empreintes de mains sur les murs des grottes préhistoriques. Les religions se sont constituées comme des méta-histoires de portée universelle. Les troubadours, ménestrels, griots africains et les grands-mères du monde entier ont inventé l'art de la transmission orale. Les légendes, les mythes, les contes de fées ont été écrits pour donner accès à des dimensions magiques dans notre perception du monde. Puis la radio et le cinéma sont apparus, suivis par la télévision. On écrit encore des livres, on raconte encore des histoires autour des feux de camps, mais les méthodes audiovisuelles sont aujourd'hui les formes principales de la narration. La réalisation de films et l'écriture de scénarios ne sont jamais que la forme dominante qu'a pris aujourd'hui l'art immémorial de la narration. Les réalisateurs et les scénaristes sont avant tout des raconteurs d'histoires qui portent le flambeau transmis par leurs prédécesseurs plus primitifs, depuis l'aube de l'humanité.

L'histoire est la nécessité au cœur du storytelling, y compris le transmédia

Et maintenant, prend forme dans le champ audiovisuel une nouvelle façon plus diversifiée de raconter des histoires : le storytelling interactif. La forme la plus contemporaine de l'antique art de la narration consiste à concevoir des manières interactives, immersives et participatives d'utiliser le son, l'image et les expériences de la vraie vie pour se raconter mutuellement nos histoires. Et, éventuellement, pour les construire ensemble. C'est l'histoire qui est au cœur du débat. Pas la technologie.
Si vous n'avez pas une histoire forte à raconter, l'approche transmédia ne va pas, comme par magie, lui conférer l'intérêt qui lui manque. Le transmédia est une forme. L'histoire est l'essence.

L'interactivité offre l'opportunité d'une expérience réelle ou virtuelle, loin de la banalité du quotidien

L'approche transmédia du storytelling fait ressortir combien c'est une expérience hors de l'ordinaire. Si l'on considère que le transmédia offre au spectateur l'occasion de prendre part à l'univers de l'histoire à travers sa participation physique (ne serait-ce qu'en utilisant ses doigts sur un clavier), on voit bien comment il rompt le consensus sur la passivité du spectateur.

Les spectateurs préfèrent rester passifs

Il y a de nombreux degrés d'engagement possibles dans une histoire. Le challenge le plus excitant qu'un auteur ait à relever, est de déclencher chez le spectateur l'envie d'y participer. Il n'est pas facile de convaincre un spectateur de quitter le confort douillet de son canapé. Ne rien faire, se contenter de regarder un film est une façon très agréable d'oublier les tracas de la journée. S'abandonner entièrement pour s'immerger dans la vision qu'un autre a du monde est perçu comme une échappée nécessaire et bienfaisante par rapport aux responsabilités et aux obligations quotidiennes qui font partie de la lutte pour survivre et maintenir son propre équilibre dans la réalité physique. Le sentiment d'évasion attaché aux histoires, a structurellement intégré la notion de visionnage passif aux modèles comportementaux culturellement acceptés par tous.
Il faut donc une forte motivation pour s'extraire de la confortable situation du spectateur passif et s'engager dans une expérience active en tant que participant à l'univers de l'histoire.
En conséquence, chaque fois qu'on leur propose une opportunité interactive, l'immense majorité des spectateurs ne réagit pas et demeure passive. La plupart des gens n'ont que faire d'une invitation à prendre part à la narration, ils préfèrent continuer à regarder le contenu de manière traditionnelle, non participative.

Soyons imaginatifs pour se faire entendre dans le chaos de l'internet

Le net est le lieu d'une âpre concurrence entre les contenus. Poster quelque chose ne suffit pas. Le contenu doit être rapproché de l'usager potentiel. Il faut une réflexion créative intense pour trouver comment faire émerger son contenu dans la cohue qu'est Internet.

Le jeu vidéo fait partie de notre culture

De nos jours, la culture du jeu vidéo domine. Tous les jeunes adultes qui entrent dans la vie active ont grandi en jouant à des jeux vidéo de toutes sortes. Le jeu est devenu un moyen comme un autre d'aborder chaque domaine de nos vies gamifiées. Ce n'est plus considéré comme un truc pour gamins seulement. Le « gameplay » est donc un ingrédient que les raconteurs d'histoires apprennent à utiliser. Les jeux sont de plus en plus conçus en pensant au storytelling. Les fabricants de jeux vidéo embauchent des scénaristes pour apporter de la profondeur, de la complexité et une dimension émotionnelle dans la conception des jeux, de plus en plus axés sur les personnages.
Dans les jeux vidéo, il n'y a que des joueurs actifs. Si un joueur ne joue pas au jeu, il ne se passe rien. Les joueurs sont entraînés à interagir avec l'univers du jeu, à accomplir des tâches, à atteindre des buts. Ils vont progressivement changer notre attitude passive de simple spectateur, laquelle sera remplacée par une notion de mieux en mieux acceptée selon laquelle il est plus divertissant d'interagir activement avec une histoire. Les joueurs sont la courroie d'entraînement de la réactivité du public au storytelling transmédia.

Nous pratiquons tous le multiplateforme

Utiliser plusieurs supports, parfois simultanément, est un comportement qui nous devient de plus en plus naturel. Nous apprenons à suivre en même temps diverses informations provenant de différentes sources (on regarde la télé tout en pianotant sur sa tablette et son smartphone). Cette agilité facilite le développement de la dynamique transmédia dans les expériences narratives et multiplie les opportunités d'engagement pour le spectateur.

Tous les médias se recoupent

De plus en plus les objets / plateformes connectés sont multitâches grâce à des batteries infinies d'applications disponibles en ligne (nous n'avons plus besoin de GPS puisque c'est devenu une application sur la plupart des appareils). L'interaction entre divers composants devient moins pesante dès lors qu'on n'a plus à passer d'un objet à un autre.

Les gens ne veulent rien payer

Le défi économique auquel nous sommes confrontés est que la perception globale du public est que tout, sur le net, peut être accessible gratuitement. Il est donc très délicat de déjouer cette attente et d'induire le paiement. De nombreuses stratégies visant à traiter ce problème de taille pour n'importe quel producteur, commencent à être testées. Cela va des micro-paiements au freemium, en passant par les messages publicitaires, l'essai avant achat, les cartes prépayées, le formatage, la franchise, la rejouabilité, etc. Les seules choses que les internautes semblent prêts à payer sont les expériences et les événements exceptionnels, en IRL (In Real Life… !) perçus comme des occasions uniques. Ceci correspond d'ailleurs à la façon dont l'industrie musicale s'est réinventée en faisant des concerts sa principale source de revenus.

La réalité revient en force

Maintenant que la première génération numérique — qui a baignée depuis la naissance dans un environnement digital, interactif et web-connecté — entre dans la vie active, nous assistons à l'amorce d'un recul des médias sociaux ainsi que des contenus et des expériences Internet purement virtuels. Les gens veulent, comme avant, avoir des amis moins nombreux et plus réels. Ils veulent des expériences physiques dans le monde réel IRL qui soient hors-norme, différentes à tous égards des activités quotidiennes de leur vie normale. Ils veulent de la fiction insérée dans la réalité. Ils veulent être quelqu'un d'autre en utilisant leur corps physique et leur propre présence au monde, jouer avec les autres comme les enfants le font dans un univers fictif qui devient, pour un moment, une réalité alternative.
Dans la culture du jeu, on trouve les jeux en réalité alternée (alternate reality), les jeux de rôles grandeur nature (live action role-playing), les chasses au trésor, les jeux de quête… qui sont autant de nouveaux concepts permettant de prolonger le jeu dans la réalité. Et ça marche : les agences de marketing et de publicité sont en pleine exploration de l'attrait que des événements mis en scène avec réalisme peuvent susciter pour leurs marques. Des compagnies théâtrales travaillent autour de la notion de théâtre en immersion dans l'expérience, où le public est l'acteur.
Le transmédia peut en faire autant…

L'adéquation est essentielle

La notion d'adéquation au public est une clé pour susciter l'implication. En se demandant « pourquoi » cette histoire particulière doit absolument être racontée, un storyteller interactif peut clarifier « avec qui » (et non à qui) il parle. Un spectateur ne peut s'engager activement dans l'histoire qu'on lui raconte que si le contenu qu'il regarde lui semble pertinent pour lui-même. La fabrication d'une histoire en tant qu'expérience n'est plus centrée sur l'objet (le film) qu'elle tente de matérialiser. C'est le processus par lequel on le fait advenir qui devient la nature intrinsèque de l'histoire qui se construit AVEC les participants et non POUR un public passif.
L'ensemble du processus devient une conversation entre l'auteur / concepteur d'expérience / architecte de l'histoire et les joueurs / acteurs réceptifs qui s'engagent délibérément dans l'univers de l'histoire. Cela signifie que le marketing et la distribution se confondent dans le processus originel qui consiste à faire advenir l'expérience de l'histoire. L'enjeu est de constituer une communauté d'individus qui ont un sentiment de propriété par rapport au thème de l'histoire, ou à son approche, son traitement. Le marketing et la distribution ne sont plus des méthodes de vente qui entrent en jeu une fois le contenu finalisé, mais un esprit d'ouverture qui imprègne le travail créatif de la conscience des personnes avec qui vous avez cette conversation…

Quelle sera la prochaine étape ?

À mesure que s'étend le champ des narrations interactives et que nous tirons les leçons de nos premières explorations, j'entrevois de nouvelles façons de travailler plus profondément la matière artistique du storytelling interactif.

Faire simple

Il faut que l'accès à tous les contenus soit aussi intuitif, fluide et facile que possible, et éviter à tout prix que les formes transmédia aient l'air de ne s'adresser qu'aux geeks. La technologie nous permet désormais d'intégrer dans le récit toutes sortes de logiciels qui peuvent être totalement transparents pour l'utilisateur.
La configuration de toute interface doit être pensée avec un objectif prioritaire : la simplicité. Chacun doit pouvoir se l'approprier immédiatement de manière intuitive. Plus personne n'a le temps ni le goût d'apprendre à déchiffrer le fonctionnement d'une interface. Mais la simplicité n'est pas chose simple. Faire simple, dans tous les domaines, exige d'analyser finement ce que l'on veut exprimer, pourquoi, à l'intention de qui, et sous quelle forme.

Former les équipes

La narration interactive nous impose d'explorer plus avant de nouvelles façons de collaborer. Une histoire interactive se construit à travers une équipe de créateurs experts réunis autour d'un architecte narratif. Il faut identifier en amont certaines fonctions spécifiques. J'ai récemment identifié un besoin nouveau dans un des projets que je mène, il s'agit d'un expert très pointu que j'ai baptisé « Designer matriciel ». C'est un monteur qui partage cette envie de repousser les limites qui définissent son métier actuel en constituant un modèle de bases de données sémantiques des images servant toutes les plateformes utilisées dans le cadre d'un projet. Une équipe complète peut comprendre : un designer d'expérience, un architecte narratif, un designer de gameplay, un designer d'audience, un animateur de réseaux sociaux et de communautés en ligne, un technologue créatif, un scénariste… Évidemment, ces oiseaux rares sont difficiles à trouver car ces métiers ne sont pas encore enseignés.
L'autre challenge consiste à savoir fonctionner en équipes mais cela suppose toute une culture de la réactivité, de l'autodiscipline et du sens collectif sans quoi le partage de l'information reste inopérant.

L'interface avant tout

Pour concevoir les différentes interfaces des divers éléments d'un univers narratif (la page d'accueil d'un dispositif, une application, un jeu de rôles dans la vraie vie…) il faut garder à l'esprit que ce sont les points de contact avec l'expérience narrative proposée. Pour éveiller la curiosité du spectateur, et donc faciliter son adhésion active, les interfaces doivent être attractives, intrigantes, intuitives et légères.

L'amour du jeu

Il nous faut établir un étroit partenariat créatif entre les professionnels du cinéma et les designers de jeux. Le storytelling doit incorporer le gameplay au-delà des techniques de gamification que le milieu du marketing s'est appropriées. Dans quelle mesure une narration transmédia doit-elle ressembler à un jeu pour faciliter l'engagement des spectateurs dans l'histoire ?

Les gens ont soif de vraies expériences

Les digital natives (la génération des moins de 25 ans) n'éprouvent aucune fascination pour la dimension virtuelle de leur vie puisqu'ils baignent dans le numérique depuis leur naissance. Ils sont attirés par les expériences authentiques, hors du quotidien, dans la vraie vie, comme une véritable culture alternative. C'est pourquoi nous devons inclure la composante IRL (In Real Life) pour accroître la valeur événementielle de nos mélanges narratifs combinant les dimensions réelles et virtuelles.

Oublions « pour », explorons « avec »

Nous allons progressivement découvrir la vraie portée de créer des histoires AVEC les utilisateurs participants, et non plus POUR des spectateurs passifs. Comment inclure des zones non écrites au sein de nos histoires scénarisées, réservées aux contributions du public imprévisibles par nature ? Comment une communauté de fans se construit-elle autour d'une passion commune ? Comment tisser la confiance entre le public et les créateurs, au fil du processus narratif ? Que représente pour un auteur le fait que le véritable contenu d'un projet transmédia soit le dialogue lui-même autour d'un sujet entre auteurs et public ? En matière de transmédia, la récompense ultime n'est pas de trouver un financement, mais de recevoir l'adhésion du public.

L'empathie passe par l'émotion

C'est l'émotion qui nous fait vibrer, partager et échanger. Trouver l'approche émotionnelle qui fait qu'une personne accroche immédiatement avec une histoire, c'est l'essence même du storytelling d'où il faut partir. Fascinés par les nouveaux outils et possibilités que nous découvrions, nous nous sommes beaucoup concentrés sur les mécanismes du transmédia. Mais il est temps de laisser la fascination de côté et de revenir à l'essence de ce qui irrigue toute histoire : l'émotion.

Commencer petit et local

Dans la mesure où la plupart des cas de narration interactive sont composés d'éléments différents (film, livre, spectacle vivant, appli, site, blog…) et que chacun doit se suffire à lui-même dans son rapport à l'utilisateur, il est préférable de commencer à produire certains des éléments sans attendre que tout le puzzle constitué soit abouti et financé. Se tromper dans un de ces domaines étant inévitable, autant se tromper tôt et à petite échelle, que tard et à grande échelle. En matière de narration transmédia, l'expérimentation est de rigueur.

Voilà quelques-unes de mes réflexions actuelles sur là où en est l'exploration de la narration transmédia. Plus nous la pratiquerons, plus des schémas prendront forme, et plus nous définirons des modèles et tirerons d'enseignements. À l'heure actuelle, c'est le domaine des explorateurs entreprenants et des pionniers audacieux. Cette aventure ne rapporte pas encore beaucoup d'argent, et très peu de projets ont eu une véritable reconnaissance publique, mais bientôt elle sera intégrée, adoptée comme nouvelle expérience narrative. D'ailleurs, les diffuseurs dont le travail consiste à faire des choix pour augmenter ou garder leur public prennent tous cette direction. Ouvrez l'œil : bientôt apparaîtra l'équivalent transmédia de « Big Brother », qui fut aux origines de l'incontournable avènement de la télé réalité.

À suivre…

Brouillon d'un rêve

PAR **ANDRÉ DARTEVELLE,** CINÉASTE, MEMBRE DU JURY DE 2011 À 2013

Brouillon d'un rêve a réussi sa mue en rêve éveillé. 814 projets aidés à ce jour ! 64 % des films dont l'auteur a reçu l'aide financière ont été réalisés.

La moitié a été diffusée sur une chaîne de télévision, les autres ont été projetés dans des salles ou dans des circuits indépendants. Une partie est visible sur Internet ou sur divers supports. Ces statistiques de Brouillon d'un rêve donnent une faible idée de l'immense richesse créée depuis 20 ans. Les deux années que j'ai passées dans le jury m'ont ouvert l'esprit, pas seulement l'esprit critique.

Au sein du lectorat et du jury, j'ai eu l'impression de participer à une sorte de libre académie où tout était redéfini entre le plaisir de l'assentiment et la rigueur de la critique et des désaccords ; j'ai beaucoup aimé l'absence de prétention de mes collègues, qui malgré les œuvres considérables, restent des chercheurs de réalité. Les films que nous avons aidés sont au plus haut point des révélateurs, une sorte de conservatoire social de la vie des femmes et des hommes. C'est tout l'imaginaire de notre temps qui s'y réfugie, les cinéastes y ont fixé des réalités humaines qui sans eux nous échapperaient et iraient s'effacer dans le vide, le néant, le non su.

Chaque projet nous tire en avant, nous renouvelle, renouvelle nos images quand nous nous attachons à faire naître des univers inaperçus qui balancent des êtres singuliers aux êtres irréguliers. Nous ouvrons les yeux, les nôtres et les autres, nous forçons nos passivités.

Pour beaucoup de cinéastes, c'est grâce à notre société coopérative, la Scam, que leurs rêves se sont mués en films concrets où des fulgurances croisent des connaissances, où des rencontres bouleversent le monde connu.

L'aide aux auteurs loin d'être uniquement financière est avant tout critique. Ce que nous disons aux auteurs relève de l'expérience, mais aussi et surtout, de la fraternité. C'est du moins ce à quoi nous visons, aidés par le travail des permanents de la Scam, obstinés et modestes.

Les films sont traversés par une volonté des auteurs de révéler et de connaître. Ce qui m'a beaucoup frappé, c'est la passion pour le passé familial avec ses drames cachés, ses disparus, ses silences.

Les cinéastes cherchent-ils à racheter ces injustices commises contre des membres de leur famille, les idiots, les fous, les coupables, les malheureux et les rebelles qui ont fui leurs devoirs, ou bien sont-ils habités par un désir brûlant de combler un vide dans le maillage des générations ? Les deux sans doute. On veut comprendre la mise aux oubliettes d'un homme ou d'une femme, lui rendre son histoire et surtout prendre à témoin de cette injustice, les destinataires du film, comme s'ils pouvaient jouer le rôle du tiers conciliateur, celui qui permet de réconcilier la dissidence et la norme, le refus et la soumission. Ce qui a été détruit par l'histoire familiale va du coup réapparaître enrobé d'historicité. Le croisement entre l'Histoire et l'individu esseulé, livré à lui-même, est difficile à cerner. Il est difficile d'appréhender un individu dans sa totalité. Seul le roman ou le cinéma peuvent y arriver. Si le documentaire ouvre la voie à des connaissances nouvelles sur l'individu et sa société, il va plus loin en l'amplifiant par l'esthétique. Celle-ci a tantôt recours au son, aux dits tantôt à la puissance d'évocation des images. Cette combinaison fait et défait la narration, permet de déduire des savoirs et des plaisirs, dans des phrasés qui se démultiplient et se chevauchent. L'histoire familiale et ses ratés constituent d'ailleurs un passé *par surprise*. Ces souvenirs de lointains parents effacés, nous assaillent, nous mettent en conflit avec nous. Une fois de plus, en faire un film, c'est vouloir l'apaiser en lui conférant l'universalité. Cette histoire-là nous appartient intimement mais elle appartient aussi à toute l'humanité. Ce quelque chose que notre mémoire n'a pas voulu effacer, c'est ce fameux « souvenir d'être » (Jean-Paul Sartre) qui nous hante parce qu'il est déjà inscrit dans un de nos projets sans que nous le sachions. Arracher à l'anéantissement du passé des visages, c'est rétablir une dialectique entre le passé et l'avenir vers lequel nos films nous tirent. Œuvre d'art, œuvre de pensée.

La vague des projets que j'ai lus s'attache à ces investigations tenaces dans notre réel, celui que notre conscience investit et qu'elle nous pousse à saisir. Plus qu'une œuvre, le film est souvent une saisie par la conscience et la connaissance. Même s'il ne s'intéresse pas à l'abstraction, il la permet. Un film doit être pensé, mais ce qu'il intègre au premier rang, ce sont des individus et leur monde vécu.

Beaucoup de cinéastes se sont investis dans les villes, ces gigantesques communautés où nous vivons dans des systèmes d'échange, de communication, de production, soumises aux médias de l'argent et de l'administration. Des communautés au service de fins impersonnelles, à laquelle nous participons comme moyens, nous n'avons pas le choix, — pas comme sujets libres. Comment échapper aux regards qui se figent, aux masques de pierre, qui font de nous des choses dans les déplacements en métro ? Comment vivre d'autres expériences communautaires où des échanges solidaires et réciproques nous lient à autrui, au sein d'une action collective pour le bien commun et pour le nôtre ?

Quel beau regard que celui d'une cinéaste découvrant dans le rush de la mégalopole, le vacarme de la circulation, des petites structures où des hommes échappent au poids de l'indifférence et aux regards aliénants. Devant la caméra, qui les approche petit à petit, des hommes se regroupent tous les jours dans un lieu à eux : ils se parlent, ils contactent leurs familles par téléphone, se rendent des services, forment une société amicale et soucieuse de soi… De loin, elle se fond dans la ville et ses pulsations ; de près, elle échappe à l'objectivation et préserve l'intériorité de ces hommes. Des hommes debout, ensemble et pour qui la réalité urbaine qui les enveloppe, est chassée dans l'irréalité, grâce au partage de sentiments, de nouvelles, de regards et de gestes d'entraide.

Souvent, les cinéastes s'intéressent à des micro-communautés apparues dans des conditions qui en justifient la nécessité, des communautés rurales qu'ils décrivent avec respect, dont les participants tentent d'abolir la distance entre le monde de la survie matérielle et le monde de l'esprit, de l'imaginaire. La tentative de les confondre tous deux comme des complémentaires pousse les femmes et les hommes à marquer leur environnement. Par des œuvres. Une statuaire évoquant un bestiaire sacré. Des rythmes et des rites basés sur la voix, le corps et la danse. C'est le procès de la réalité imposée, celle des objets, à laquelle ces communes originaires, créatrices d'un art sui generis, veulent échapper.

Et tous ces regards profonds portés par les auteurs, sur la misère subie et vécue. Mais c'est l'alternative qui les intéresse, pas l'écrasement. Parfois, devant la caméra témoin, se forment des groupes solidaires où les déshérités assument leur misère.

Au lieu de s'en prendre aux circonstances extérieures, ils la conçoivent *comme ce qui doit changer* ; ils se donnent un avenir et veulent la replacer dans un monde dans lequel elle serait perçue par tous, donc par eux, comme injustifiable. Des films nous conduisent à ce basculement. Au lieu des excuses que l'on se donne, les démunis mettent en commun leurs savoir-faire et travaillent dans des circuits parallèles de l'économie comme la récupération et la réparation des objets manufacturés.

Je me permets d'évoquer l'émotion d'une cinéaste devant des détenus à de très longues peines qui savent qu'ils vont mourir en prison ; ils se mettent ensemble et tentent d'écrire leur autobiographie avec l'aide de l'auteur, ils font rejaillir en eux leur univers singulier, leur réalité humaine. D'un coup, leur passé réhabilite leur avenir, leur histoire rejoint l'Histoire. Elle les

dessin Catherine Zask

réconcilie avec le monde et avec le temps qui emporte tout. Et puis des films s'attachent aux communautés flamboyantes, citoyennes et agissantes, quand des « groupes en fusion » s'engagent dans une révolution contre des dictatures mafieuses ou des démocraties enrayées. Révolution arabe, révolte des indignés. Le projet de chaque individu devient le projet de tous. Le cinéma nous aide à comprendre ces communautés idéales et fugaces. Fugaces parce que les participants sont portés par l'action et le mouvement, par un projet d'émancipation universelle mais les groupes se défont aussi vite qu'ils se sont formés parce qu'il est difficile de se fondre tout à fait dans une société, et parce que leur révolution finit par leur échapper. Mais l'engagement des révolutionnaires les engage au-delà d'eux-mêmes, il est de tout le monde, de l'humanité entière. Dans la communauté insurgée des citoyens, vivre ensemble est sans limite.

Ceux qui ont risqué leurs vies en participant à la révolte doivent subir par après les risques de son anéantissement politique. Car celle-ci connaît des lendemains qui ne chantent plus, les forces conservatrices s'en emparent, la contre-révolution remplace la révolution. Mais les insurgés qui l'ont portée, ont remporté une victoire historique contre l'humiliation et l'impuissance. Et ce moment-là, personne ne l'oubliera, il conditionnera l'avenir. Le moment où la liberté revendiquée par tous avait sa condition dans la liberté revendiquée par chacun ! Les paroles et les actes rapportés par les cinéastes, leurs films font partie de ce moment-là [1].

Les cinéastes nous incitent aussi à l'indignation, en nous menant vers ces communautés anciennes qui se sont repliées sur elles-mêmes. Les difficultés de la vie quotidienne les ont conduites à renoncer à la politique et à la démocratie, elles se sont ouvertes à l'influence de formations fascistes et xénophobes. Des communautés où la haine s'est substituée à la tradition de solidarité et qui font des autres, les migrants, les étrangers, — des objets et plus des hommes ou des femmes. C'est tout un effort individuel et collectif de connaissance de soi et de connaissance d'autrui qui traverse le cinéma documentaire. Grâce à lui, ce n'est plus la réalité qui nous échappe et nous demeure étrangère qui est saisie, c'est la réalité humaine qui est choisie et défendue.

[1] Lire les excellents essais qui m'ont aidé, de Roland Breeur *Liberté et souvenir d'être* et d'Arnaud Tomès *Le problème de la communauté*, in Études sartriennes, n° 9, 2004

Photo Bruno Fert,
lauréat du Prix Roger Pic
voir p. 16