



HAL
open science

Logiques de curation à l'œuvre en marge du cinéma commercial : presse spécialisée, festivals et SVOD

Timothée Gutmann

► **To cite this version:**

Timothée Gutmann. Logiques de curation à l'œuvre en marge du cinéma commercial : presse spécialisée, festivals et SVOD. Sciences de l'information et de la communication. 2018. dumas-03154917

HAL Id: dumas-03154917

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-03154917>

Submitted on 1 Mar 2021

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Copyright

Master professionnel

Mention : Information et communication

Spécialité : Communication Médias

Option : Médias et management

Logiques de curation à l'œuvre en marge du cinéma commercial Presse spécialisée, festivals et SVOD

Responsable de la mention information et communication
Professeure Karine Berthelot-Guiet

Tuteur universitaire : Jacqueline Chervin

Nom, prénom : GUTMANN Timothée

Promotion : 2017-2018

Soutenu le : 20/11/2018

Mention du mémoire : Très bien

Sommaire détaillé

Introduction	6
I. Un endossement historique du rôle de curateur du cinéma d'auteur par les Cahiers du Cinéma	11
1. Réactualisation d'un discours passé et standardisation de la ligne éditoriale	15
a. A l'origine : La Nouvelle Vague - le discours initial	15
b. Les traces d'une réactualisation du discours tenu par les cahiers du cinéma dans les années 1960	17
c. Les Cahiers du Cinéma, un média qui converse avec lui même en actualisant son discours d'un numéro à l'autre.	20
2. Analyse d'un contrat de lecture avant-gardiste et de l'instrumentalisation de cette jeune « nouvelle vague »	23
a. Une critique dite « avant gardiste »	23
b. Vers une instrumentalisation de cette « jeune nouvelle vague »	25
c. La critique de cinéma prend place dans un lieu protéiforme et exigeant qui aboutit à un positionnement complexe	29
3. Un lieu qui permet un espace de libre expression et des acteurs intéressés pour se voir reconnaître.	31
a. Un espace privilégié pour se faire entendre	31
b. Des acteurs à la fois intéressés à se voir reconnaître et reconnaissants	33
c. Nouveaux médias, possibilité d'une nouvelle prise de parole.	34
II. Les nouveaux curateurs du cinéma alternatif	38
1. Les Festivals, premiers ambassadeurs du cinéma d'auteur	38
a. Les festivals, un pilier dans l'économie du court métrage	38
b. Le court métrage : un acteur fondamental pour l'incubation des talents	40
c. Programmateur de festivals : le premier curateur	44
2. Les SVOD, nouveaux curateurs	47

a. Les services de VOD (ou VàDA) un curateur de plus en plus influent	47
b. Curation par algorithme et référencement	50
c. Mubi : un service de SVOD qui renoue avec le cinéma d'auteur et insiste sur son rôle de curateur	54
3. La curation : une pratique plurielle	57
a. Un logique de synergie	57
b. Programmes et programmeurs : vers une « smart curation »	58
Conclusion	62
Bibliographie :	65
Annexes	68
Entretiens	88
Entretien avec Florence Maillard, membre du Comité de rédaction des cahiers du cinéma	88
Entretien avec Mathilde Pinçon, programmatrice de festivals.	93
Retranscription de la table ronde « Le court métrage : incubateur de talents »	100

Remerciements

Je tiens à remercier particulièrement ma directrice de mémoire, Jacqueline Chervin, pour avoir guidé ce travail en me posant toujours les bonnes questions.

Merci également à Laurence de Bourbon d'encadrer ce mémoire sous un angle professionnel et d'y apporter son regard d'experte.

Je voudrais également exprimer ma gratitude envers les tutrices de mes derniers stages, Camille, Mathilde, Laurence et Marine pour tout ce qu'elles m'auront appris.

Enfin, un grand merci à Do pour son soutien de tous les jours.

Introduction

Lorsque l'on cherche la définition du mot **curation** dans le dictionnaire¹, le mot qui s'en rapproche le plus est *curateur, trice* : « Personne désignée par le juge des tutelles pour assister une personne majeure incapable (qui n'est pas le conjoint) ».

En revanche, lorsque l'on recherche le même mot sur un moteur de recherche, les premières suggestions nous mènent vers le wikipédia de l'expression « curation de contenu ». Le wikipédia précise en premier lieu les origines étymologiques de cette formule avec d'une part le mot latin *curare* : prendre soin de (on comprend alors le lien avec la définition du Petit Robert) et d'autre part les expressions anglaises *content curation* et *data curation* dont l'expression « *curation de contenu* » est un néologisme. La curation de contenu est une pratique qui consiste à sélectionner, éditer et partager les contenus les plus pertinents du Web pour une requête ou un sujet donné. Plus largement, le terme de curation en français désigne le fait de partager un contenu (son, image, vidéo, article) que l'on juge intéressant pour lui donner de la visibilité. Une pratique de plus en plus courante depuis l'apparition des fonctionnalités communautaires du Web.

Si j'ai choisi ce mot en intitulé de mon mémoire, c'est parce que les trois axes fondamentaux sur lesquels reposent la pratique de la curation me semblaient bien représenter les aspects que je souhaitais analyser, à savoir, des méthodes utilisées par les médiums (presse spécialisée, festivals et SVOD) pour « traiter » le cinéma d'auteur: la sélection, l'éditorialisation et le partage. Le curateur est donc celui qui recense les contenus, opère une sélection, les organise, les trie et les met en forme, afin de les rendre disponibles et accessibles aux internautes en les partageant.

C'est bien cette logique de sélection, d'organisation et de tri (la curation rassemble bien ces trois notions) que je souhaite analyser en tentant de déterminer

¹ Le Petit Robert, 2002

des logiques communes de curation malgré les différences de support. Je me poserai également la question de l'impact de la multiplication des acteurs qui pratiquent la curation sur les choix éditoriaux des principaux ambassadeurs du cinéma d'auteur. Nous évoquerons également les problématiques liées à la standardisation ainsi que l'automatisation des logiques de curation liées à l'émergence des services de vidéos à la demande.

Au cours de mon précédent mémoire, je m'étais intéressé à la manière dont une nouvelle génération de cinéastes avait émergée en 2013 en sortant en salles un premier long métrage; et à la manière dont les Cahiers du Cinéma avaient été les géniteurs de l'idée de « mouvement » en ceci qu'ils greffaient à des auteurs - qui ne s'entendaient pas nécessairement sur un horizon artistique commun - l'idée d'appartenance à un mouvement sensé les rassembler. Je me suis alors demandé si ce groupe de réalisateurs n'avait pas été tout d'abord une invention pour servir la critique. Dans ce présent mémoire, je tenterai de montrer que l'émergence de ces réalisateurs rassemblés dans de mêmes numéros qui leurs sont consacrés, s'inscrit dans une tentative de réactualisation de mouvements passés et en particulier ceux de la *Nouvelle vague* et du *Cinema Novo*.

Je souhaite prolonger cette réflexion en interrogeant les logiques de curation à l'oeuvre dans d'autres secteurs ainsi que les différentes manières qu'ont les médias (au sens large du terme car j'entends aussi bien les magazines ou les services de SVOD que les festivals de cinéma...) de trier, segmenter et partager l'offre de cinéma alternatif qu'ils proposent via leurs méthodes de diffusion, ou encore l'expérience utilisateur qu'ils mettent en place.

Concernant le terrain d'enquête, je souhaite m'intéresser, comme le titre de mon mémoire le laisse deviner, à la marge du cinéma commercial. Par cinéma commercial, j'entends un cinéma dont les conditions de fabrications sont grandement déterminées par des logiques marchandes - en particulier le succès en salle - et qui a pour ambition d'être facilement exportable à l'international et dans certaines mesures reproductible, les sagas par exemple.

Si je préfère définir mon terrain d'enquête par opposition (au cinéma commercial) plutôt que de parler de cinéma d'auteur ou de cinéma d'art et d'essai -

des expressions que je ne me priverai pas d'employer durant mon développement - c'est parce que mon analyse concernera principalement, dans ma seconde partie, le court métrage, format « non-commercial » par excellence. Paradoxalement, c'est le genre de la fiction - le plus populaire - qui occupera le plus d'espace dans ce mémoire.

Pour traiter les logiques de curation à la marge du cinéma commercial, il me semble essentiel de porter l'analyse sur différents supports médiatiques afin de rendre compte de la diversité des moyens mis en oeuvre pour valoriser ce secteur. Il me semble judicieux de partir des supports (physiques ou numériques) pour ensuite explorer les logiques de curation mises en oeuvre au sein de ces espaces.

Mon travail de recherche portera alors autour de trois entités qui sont mes trois terrains de recherche :

Dans un premier temps je souhaite approfondir ma réflexion autour des Cahiers du Cinéma : leur rôle de curateur dans le cinéma contemporain et, dans certaines mesures, la manière dont ils procèdent à une instrumentalisation du discours de certains cinéastes, ceux que nous nommeront « la jeune nouvelle vague ».

J'aimerais également travailler autour des festivals de cinéma et en particulier autour du concept des « programmes » qui regroupent des films et des auteurs entre eux. Plus largement, évoquer le rôle de curateur qu'endosse le programmateur de festival, en ceci qu'il contribue à faire émerger des cinéastes qu'il regroupe dans des programmes via un travail de prospection, de détection et d'incubation de talents mais également en faisant discuter les films (et donc les auteurs) entre eux en les regroupant dans une même programmation. Le rassemblement d'auteurs et d'objets filmographiques est une conséquence de la curation qui m'intéressera particulièrement durant ce travail de recherche. Dans cette partie, il me semble judicieux de cibler en particulier les festivals de courts métrages, espaces où émergent les jeunes talents et où ont lieu les propositions les plus singulières. C'est également la forme de cinéma la moins visible et la moins connue du grand public (avec l'art video) et donc, de fait, la plus en marge du cinéma commercial.

Enfin, nous irons enquêter du côté des offres de SVOD. Il s'agit peut-être aujourd'hui du curateur le plus influent, si l'on tient compte de l'étendue grandissante de son audience, et de la manière dont les groupements de films et d'auteurs sont formés, souvent par des algorithmes (Netflix, Amazon Prime) - ainsi le référencement détermine la visibilité ou non des films, et l'on peut noter que la part belle est souvent faite aux séries. Néanmoins, pour rester en accord avec mon terrain d'enquête - la marge du cinéma commercial - nous nous intéresserons en particulier à MUBI, un service de VOD qui propose justement à ses abonnés une programmation « à la marge ».

Nous nous interrogerons également sur la nature des liens qu'entretiennent ces trois types de curateurs, qui agissent certes à partir de trois supports différents (support papier, événement en présentiel et internet), mais qui interagissent régulièrement les uns avec les autres.

La recherche s'articulera autour de deux temps forts. Je consacrerai la première partie à décrypter les méthodes de curation des Cahiers du Cinéma à partir d'une étude de cas bien précis. Il s'agit alors de comprendre l'endossement historique du rôle de curateur de cinéma d'auteur par cette revue spécialisée du fait de son héritage de « grande instance critique » du cinéma français. Et il sera intéressant de voir, à travers une étude de cas précis, comment le média procède pour « faire le tri » parmi les cinéastes français et la manière dont par la suite le média éditorialise ce groupe de cinéastes.

J'ai décidé de rassembler dans ma deuxième partie ceux que je nomme les « nouveaux curateurs ». Si la SVOD est effectivement un phénomène relativement récent, les festivals, eux, existent depuis bien plus longtemps. La première édition du Festival de Cannes date de 1946 alors que les Cahiers du Cinéma, créés en 1951 n'existaient pas encore. Néanmoins, comme expliqué ci-dessus, je souhaite axer mon étude autour des festivals de courts métrages, dont l'émergence est encore assez récente, et qui connaît depuis quelques années un regain soudain d'intérêt.

Lorsque je commençais la rédaction de ce mémoire, je souhaitais procéder à travers une étude de cas à l'analyse des méthodes d'un curateur historique, les *Cahiers du Cinéma*, dont les logiques éditoriales répondaient selon moi à une logique de réactualisation d'un âge d'or : celui de la Nouvelle Vague.

Je propose de traiter ce mémoire en deux parties afin d'accentuer dans un premier temps l'existence, en France, d'un curateur historique du cinéma d'auteur : *les Cahiers du cinéma*. Je soutiendrai l'hypothèse selon laquelle les méthodes de curation de ce média spécialisé répondent à une logique d'instrumentalisation de discours et de réactualisation d'un âge d'or.

Je pense également que la multiplication des espaces de diffusion du cinéma d'auteur et notamment la possibilité de visionner des films hors de la salle de cinéma fait émerger de nouvelles pratiques de curation. C'est dans notre seconde partie que nous interrogerons cette hypothèse.

Nous tenterons durant l'ensemble de ce travail de définir la notion de curation en répondant à la question suivante : Quelles sont les méthodes et les logiques curatives qui traversent le cinéma de la marge ?

I. Un endossement historique du rôle de curateur du cinéma d'auteur par les Cahiers du Cinéma

Depuis quelques années, une vague de jeunes réalisateurs semble émerger sur la scène du cinéma français. En tout cas, un jeune mouvement est porté médiatiquement par une revue spécialisée de cinéma. Ces jeunes réalisateurs se démarquent - selon la revue spécialisée - par leur capacité à trouver des chemins de traverses en matière de financement mais aussi dans leur volonté de mettre fin au naturalisme ambiant qui plane sur le cinéma français. En novembre 2010 Les Cahiers du Cinéma consacraient un dossier à ces jeunes espoirs en titrant prophétiquement² « *Demain ils feront le cinéma français* » (voir annexe 1). Deux ans plus tard, Yann Gonzalez, Justine Triet, Rebecca Zlotowski, Antonin Peretjatko, Djinn Carrenard et Guillaume Brac terminent simultanément leurs longs métrages affirmant leur modernité au grand écran. Plus récemment Thomas Salvador, après s'être identifié dans ses courts métrages à cette jeune nouvelle vague, présente à son tour son long métrage : *Vincent n'a pas d'écailles* - c'est ce film en particulier qui m'a incité à axer mon étude de cas autour de ce mouvement de cinéastes.

Evidemment, cette énergie nouvelle s'est aussi constituée autour d'acteurs, les nouveaux héros, ceux qui « parlent » à l'écran et qui sont donnés à voir - je pense ici à Vincent Macaigne, à l'affiche de *La Bataille de Solferino* (Justine Triet), de *La Fille du 14 juillet* (Antonin Peretjatko) ou encore *Un monde sans femmes* (Guillaume Brac). Ce qui caractérise ce courant c'est avant tout son dynamisme, son engagement et son enthousiasme. Les protagonistes de ce mouvement viennent du théâtre et des beaux arts et insufflent au cinéma de nouvelles formes de paroles et de discours. Dans le film de Thomas Salvador, *Vincent n'a pas d'écailles*, les

² Les Cahiers du cinéma, novembre 2010, numéro 661

dialogues sont quasiment absents, les acteurs parlent avec leurs corps (d'ailleurs les trois acteurs principaux sont acrobate, artiste de cirque et danseur de profession). Quant à Vincent Macaigne, l'acteur de cette nouvelle vague le plus visible dans les médias (nous reviendrons à ce constat), il est issu du théâtre où il est également metteur en scène. D'ailleurs, le théâtre est omniprésent dans leur cinéma, ce qui induit une oralité repensée (il est intéressant de noter que des dialoguistes - métier qu'on avait cru voir disparaître - sont souvent crédités à la fin des films) et de nouvelles formes de discours. De plus, c'est une génération de cinéastes qui use plus que jamais des réseaux sociaux: ils tweetent, publient des photos de tournages, et savent créer le buzz, remettant alors en question le rôle des sociétés de production et de distribution qui étaient jusqu'alors garantes de la prise de parole dans l'espace public. C'est une génération de cinéastes qui prend la parole sans en attendre l'autorisation, à l'image d'un cinéma qui stylise la réalité en évitant à tout prix l'académisme et l'esthétique figée dans laquelle il est né. « Nos nouveaux garants du cinéma d'auteur français "(vous comprendrez que cette affirmation ne relève pas de mon avis personnel mais du traitement médiatique que *Les Cahiers* du Cinéma font du mouvement) s'abrogent des règles fixées par l'économie du cinéma et se réapproprient le temps en déjouant les calendriers. Simplement né du désir commun d'un acteur et d'un réalisateur, le long métrage *Un jeune poète* (2014) de Damien Manivel nous a tous surpris tant il était inattendu, tourné en peu de jours, et sans aucun financement. Ces nouveaux cinéastes brisent aussi les codes établis en adoptant une attitude que l'on pourrait définir de « frondeuse ». Pour ne citer qu'un exemple, Vincent Macaigne tweetant en 2015 les photos du tournage des *Deux Amis* réalisé par Louis Garrel a embarrassé les distributeurs en charge de la communication de ce film.

De même en Avril 2013, les Cahiers du Cinéma réaffirment l'émergence de cette « Jeune nouvelle vague » dans un numéro qui fait écho au numéro de Novembre 2010 et titrent « Jeunes cinéastes français on n'est pas morts!³ » (voir annexe 2). Le média spécialisé reforme le corpus de cinéastes qu'il avait construit trois ans plus tôt et lui donne à nouveau la parole. Ces deux numéros seront la base de notre corpus.

³ Les Cahiers du cinéma, Avril 2013, numéro 688

Concernant la dénomination de ce groupe de jeunes cinéastes, les Cahiers du Cinéma, qui semblent être les premiers « promoteurs » du mouvement ne le nomment jamais vraiment, les qualifiant seulement de « jeunes cinéastes français ». Nous reviendrons d'ailleurs sur ce point au cours de nos travaux. Au cours de notre mémoire, dans un souci de clarté, nous nous autoriserons à nommer le jeune mouvement : « jeune nouvelle vague » expression qui reflète assez bien l'obsession de la revue spécialisée à s'intéresser à ce qui est à la fois jeune et nouveau et possiblement en mesure de « révolutionner » les codes esthétiques, culturels et idéologiques établis par les générations de cinéastes précédents. Nous essayerons aussi de démontrer au cours de ce travail de recherche qu'un des piliers du discours tenu par cette revue tient dans l'idée de révolution.

Néanmoins, nous ne nous procéderons pas dans cette première partie à une analyse interne de ce « mouvement » mais plutôt à la manière dont celui-ci existe au travers d'un discours médiatique : celui des *Cahiers du Cinéma*. Et en cela essayer de comprendre les logiques de curation mises en oeuvre par ce média en analysant le tamis à travers lequel la revue filtre le cinéma d'auteur français. Ainsi, voir si il y a un mouvement ou pas n'est pas intéressant dans notre optique, mais voir qu'un acteur médiatique s'intéresse à faire exister un mouvement (et parfois l'instrumentaliser) en assumant ainsi le rôle de curateur sera l'objet de notre recherche. Nous interrogerons aussi le rôle et l'influence des médias dans la formation d'un discours cinématographique. Plus précisément, nous nous intéresserons aux stratégies établies par les *Cahiers du Cinéma* pour formater le discours d'un mouvement « nouveau » et les modalités qui visent à faire exister des phénomènes.

Dans sa thèse *La Vague du Cinema Novo en France fut-elle une invention de la critique ?*, Alexandre Figueirôa Ferreira s'interrogeait sur la circulation des idées ayant permis la conception d'un modèle culturel pour le Cinema Novo et sur les besoins de la critique française de l'époque de déterminer un nouveau modèle de cinéma social et politique. Nous nous interrogerons à notre tour sur la manière dont les *Cahiers du Cinéma* regroupent dans un même discours ces jeunes réalisateurs français. Pour reprendre les mots du titre de la thèse de Alexandre Figueirôa Ferreira

nous nous demanderons si cette « nouvelle vague » du cinéma français n'est pas en premier lieu une invention pour servir la critique ?

Dans le monde de l'art, certains artistes s'identifient à des groupes ou mouvements d'artistes de leur vivant; nombreux aussi sont les artistes classés à leur insu ou à titre posthume dans certains mouvements. On peut faire le rapprochement avec ce qu'il se passe dans le milieu du Cinéma, dans le cas précis de la « jeune nouvelle vague » que s'attache à faire émerger les critiques des *Cahiers du Cinéma*. En parallèle des logiques des curation mise en oeuvre par ce média, nous nous interrogerons également sur les conditions de naissance d'un mouvement artistique. Plus spécifiquement, nous nous intéresserons à la formation puis l'appropriation de son discours par un média afin d'en concevoir un modèle culturel. Au cours de cette première partie, nous tenterons de démontrer que cette « nouvelle vague » de jeunes réalisateurs joue le rôle - déterminé par les *Cahiers du Cinéma* - de substitut de mouvements passés, comme celui de la Nouvelle Vague française, synonyme d'Âge d'Or pour la critique cinématographique et cette revue spécialisée en particulier.

D'abord, nous essayerons de comprendre dans quelle mesure les *Cahiers du Cinéma* formatent un mouvement de jeunes réalisateurs, rassemblés en un courant, dans une logique de réactualisation d'un discours passé. Cette première partie nécessite d'accepter l'hypothèse d'un discours initial qui serait celui de la Nouvelle Vague dans les années 1960.

Ensuite, nous analyserons le contrat de lecture mis en place par la revue spécialisée pour comprendre le rôle substitutif joué par cette « jeune nouvelle vague ». Dans cette partie, nous essayerons de prendre du recul sur le contexte dans lequel s'exerce la critique de cinéma et tenterons de rendre compte de son positionnement complexe.

Enfin, même si le discours est formaté et réapproprié par le média, ce dernier n'en reste pas moins un espace de libre expression dans lequel des acteurs intéressés à se voir reconnaître peuvent s'exprimer.

1. Réactualisation d'un discours passé et standardisation de la ligne éditoriale

a. A l'origine : La Nouvelle Vague - le discours initial

Pour comprendre la manière dont les *Cahiers du Cinéma* ont participé à l'élaboration d'un discours et à fortiori d'un mouvement selon une logique de curation du cinéma d'auteur, il semble nécessaire d'observer en premier lieu la critique cinématographique telle qu'elle fut pratiquée dans les revues spécialisées de cinéma dans les années 60. Il est également essentiel de comprendre comment la Nouvelle Vague s'est construite en parallèle des *Cahiers du Cinéma*, qui a largement contribué à sa promotion mais surtout à sa définition. À une époque que certains envisagent comme l'Âge d'or de la critique, c'est cette revue en particulier qui a aidé à modifier le paysage cinématographique français des années 60 en essayant de promouvoir les cinémas peu connus.

La Nouvelle Vague est un mouvement qui accepte une double définition⁴. Dans son sens extensif, la Nouvelle Vague est une expression de la journaliste Françoise Giroud évoquant le renouvellement des générations appliqué au cinéma. C'est selon elle l'afflux massif à partir de 1959 des premiers films français tournés par des jeunes cinéastes venus d'horizons professionnels divers alors que l'accès était juste alors réservé aux assistants réalisateurs qui avaient longuement travaillé en tant que subalternes avant de réaliser un premier film.

Dans son sens plus restrictif, qui nous intéresse particulièrement dans le cadre de notre recherche, la Nouvelle Vague est un courant esthétique principalement représenté par des critiques de la revue des *Cahiers du Cinéma*. Claude Chabrol, François Truffaut et Jean-Luc Godard réalisent leurs premiers longs métrages entre 1959 et 1960 (nous verrons plus tard que la manière dont les cahiers présentent les acteurs de la « jeune nouvelle vague » rappelle en de nombreux points cette définition de la Nouvelle Vague). Le chef opérateur Raoul Coutard et le producteur Georges de Beauregard ont aussi beaucoup contribué à la définition d'une esthétique nouvelle et d'une nouvelle économie. Ainsi, les réalisateurs de la Nouvelle Vague étaient aussi leurs propres critiques et indirectement les propagateurs de leur mouvement autoproclamé. Il étaient en quelque sorte à la fois auteurs et curateurs.

⁴ Le vocabulaire du cinéma, 3ème édition, Marie-Thérèse JOURNOT

Selon René Prédal⁵, les fonctions de la revue spécialisée varient selon les époques et l'audience visée et en modifiant la réception, les revues ont transformé la création : « Indiscutablement, le mensuel les *Cahiers du Cinéma* et l'hebdomadaire Arts ont préparé vers la fin des années 50 le bon accueil fait aux premiers films de la Nouvelle Vague en développant chez les cinéphiles l'attente d'un cinéma jeune, sorti des studios et dégagé des règles de la dramaturgie classique... »

Cette citation de René Prédal prend encore plus de sens lorsqu'on sait que la Nouvelle Vague fut représentée en grande partie par les jeunes critiques des Cahiers du cinéma alors passés à la réalisation. Ainsi, on peut affirmer que le discours de la Nouvelle Vague est né de la revue spécialisée, et que le mouvement puisait à l'origine sa légitimité dans les cahiers alors reconnus dans les années 60 par les cinéphiles comme l'avant gardée la pensée critique cinématographique.

On ne peut cependant pas parler de Nouvelle Vague sans évoquer la Politique des Auteurs, une « revendication » qui trouve sa genèse dans les Cahiers du Cinéma. S'il est aujourd'hui admis que l'auteur du film est son réalisateur, ce fut au prix de longues batailles théoriques, critiques et juridiques. Cependant, au delà des enjeux de la Politique des Auteurs que nous nous abstenons de commenter, il est intéressant de constater que les membres de la Nouvelle Vague « font groupe » car ils luttent ensemble pour une revendication commune. Il sont un groupe, ou un mouvement, avec une volonté de faire reconnaître quelque chose. En effet, le mouvement de la Nouvelle Vague se différencie et s'affirme sur la scène cinématographique française par son aspect revendicatif. Ce constat nous amène à réfléchir sur ce qu'est un mouvement artistique et aux conditions de sa genèse.

Nous avons constaté que la Nouvelle Vague se définissait d'une part par des revendications communes (la Politique des Auteurs), une esthétique partagée (des éclairages homogènes, le renoncement au son direct...) et une volonté profonde d'apporter du « nouveau ». Au cours de cette première partie, nous reviendrons plus tard sur cette idée, lorsque nous tisserons des parallèles entre les discours autour de la Nouvelle Vague dans les Cahiers du cinéma et les discours autour de notre corpus

⁵ René PREDAL, « Depuis la guerre », Les revues de cinéma dans le monde, Corlet-Télérama, 1993

de jeunes réalisateurs français dans le même média en 2010 et 2013. En fait, il semble surtout que le mouvement de La Nouvelle Vague ait pris forme quand il a trouvé un espace pour se faire entendre. Cet espace a été la revue spécialisée les *Cahiers du Cinéma*.

b. Les traces d'une réactualisation du discours tenu par les cahiers du cinéma dans les années 1960

Maintenant que nous avons expliqué ce qu'était le discours fondateur et initial des *Cahiers du Cinéma* (qui fait encore la renommée de la revue aujourd'hui⁶), nous allons nous intéresser à ce qui nous semblent être des réactualisations de ce discours dans les numéros suivants des *Cahiers du Cinéma*.

Nous disions précédemment que le discours initial défini par les *Cahiers* autour de la Nouvelle Vague était réactualisé dans le numéro 661 des *Cahiers du cinéma*⁷ (Novembre 2010). En réalité, depuis les années 1960, il semble exister pour la revue spécialisée un préjugé favorable pour tout ce qui est jeune et nouveau. Ainsi, le Cinéma *Novo* ou encore le *Néoréalisme* Italien (dans la nomination même de ces courants de cinéma on constate une volonté d'affirmer une idée de jeunesse et de nouveauté - Novo, Néo) sont magnifiés par la revue spécialisée qui s'attache à promouvoir ces jeunes réalisateurs dans des numéros spéciaux consacrés à ces mouvements qu'ils forment eux même en définissant des corpus de réalisateurs. Il est intéressant aussi de constater que si l'on se réfère aux numéros historiques des *Cahiers du Cinéma* qui promouvaient le phénomène de la Nouvelle Vague, les « Jeunes Turcs », à la fois critiques et réalisateurs se désignaient eux même comme incontournables dans les numéros 90 de décembre 1958 ou 88 d'octobre 1958, devenus depuis des numéros cultes. Si bien que par la suite, les *Cahiers du Cinéma* décident d'éditer des numéros spéciaux uniquement consacrés à la Nouvelle Vague. On peut constater alors que revendiquer et exposer cet héritage devient une

⁶ Le mur tapissé de tous les numéros des Cahiers du Cinéma à l'entrée de l'exposition de la Cinémathèque d'Octobre à Février consacrée à François Truffaut, atteste de la reconnaissance dans le monde du Cinéma envers cette revue qui a permis de faire émerger des mouvements cinéphiles qui se sont imposés dans le monde entier.

⁷ Cahiers du Cinéma, n°661 « Demain ils feront le cinéma de demain » - Novembre 2010

stratégie pour les *Cahiers du Cinéma*. Ainsi, dans le hors série n°22 de Décembre 1998, Serge Toubiana, alors rédacteur en chef de la revue, décide de sortir un numéro spécial entièrement consacré au phénomène de la Nouvelle Vague et publie « Nouvelle Vague : Une légende en Question » (voir Annexe 2 bis). Trente années après que les réalisateurs de la Nouvelle Vague se sont désignés comme incontournables, leurs successeurs (en tant que critiques dans la revue spécialisée), s'attachent d'une part à consolider le mythe mais surtout à solidifier les liens entre cet héritage du cinéma français et le média qui se positionne ici comme le géniteur et le réceptacle de ce phénomène. La construction de ce numéro est assez révélatrice de ce qui semble être la stratégie du média dans la systématisation de glorification de la Nouvelle Vague avec en parallèle la mise en existence de phénomènes cinématographiques nouveaux. Les trois grands axes de ce numéro sont « 1. Vers la Nouvelle Vague » « 2. La Nouvelle Vague en chantier » « 3. La Nouvelle Vague, et après ». Dans les deux premiers axes du numéro spécial, on retrouve la mise en évidence de ce que nous avons nommé le discours fondateur et dans le troisième axe, la volonté de mettre en avant les phénomènes cinématographiques nouveaux (surtout dans l'article intitulé « Quelques Vagues plus tard »).

En mai 2009, les *Cahiers* publient leur 645ème numéro consacré aux 50 ans de la Nouvelle Vague (voir Annexe 3) et présentent un dossier entièrement consacré à « La Nouvelle Vague dans les cahiers ». Le numéro se présente alors comme un recueil d'archives de lui même. Le sujet principal est ici le média et non le mouvement artistique. Il semble ainsi que ces rappels récurrents à une période passée du média prennent place dans une stratégie éditoriale visant à rappeler que les réalisateurs de l'époque la Nouvelle Vague ont fondé leur manière de faire du cinéma en faisant de la critique de film. De cette manière, le média réaffirme l'héritage de la Nouvelle Vague et le cite comme un point de départ de l'histoire du média qui, assez régulièrement, prétend faire émerger des phénomènes cinématographiques.

Mais revenons sur ces jeunes réalisateurs français auxquels nous consacrons notre recherche pour comprendre comment les *Cahiers du Cinéma* réitèrent une même stratégie qui semble consister à sélectionner de jeunes réalisateurs, à les rassembler autour d'une dénomination commune puis à créer un métadiscours autour de leurs réalisations cinématographiques. Ainsi, dans le numéro

661, de Novembre 2010, lorsque la revue spécialisée titre de manière évocatrice « Demain ils feront le cinéma français » le lecteur s'attend à ce que le média désigne dans les pages qui le compose ces « nouveaux » réalisateurs qui influenceront le monde du cinéma. En réalité, la couverture même de ce numéro, par son titre mais surtout par son illustration, en dit déjà beaucoup sur la stratégie du média. En effet, la couverture se compose du titre en lettres capitales jaunes au dessus duquel sont disposés, en rangées d'une géométrie rigoureuse, les photos en noir et blanc de ceux qu'on imagine être les nouveaux cinéastes français. Sur chaque photographie, un point d'interrogation obstrue le visages des différents portraits, ce qui laisse un doute quand à l'identité de ces personnes. Ce qui est intéressant c'est la volonté apparente de brouiller les identités pour donner plus d'importance au tableau final, sorte de patchworks composé des photos de treize réalisateurs et réalisatrices. Dès la couverture, le média fait le choix de ne pas nommer les différentes personnes mais de les rassembler dans le pronom personnel « Ils » qui prend dans ce cas une valeur très impersonnelle. Ainsi, dès la couverture, le média prend une position tranchée en décidant de former un corpus de réalisateurs, de les rassembler en une même image et de leur assigner une lourde responsabilité, celle de modeler le paysage cinématographique français dans les années à venir (il s'agit bien ici d'un « demain » à valeur figurative).

Néanmoins, c'est dans l'éditorial « Pari sur l'avenir » comme dans le premier article « French Touch » rédigés par le rédacteur en chef Stéphane Delorme qu'il faut voir vraiment le lieu d'espace de formation d'un métadiscours. Dès la première ligne, il justifie le choix d'un titre aussi radical en soulignant qu'il s'agit d'un « pari, un souhait, un espoir, afin qu'une génération bouscule les habitudes » puis il dresse un état des lieux profondément pessimiste du cinéma français actuel qui accentue le caractère urgent d'un renouvellement. Dans l'article qui suit cet éditorial, les références à la Nouvelle Vague sont multiples, et le mouvement considéré comme la première Grande Révolution à partir de laquelle se fondent les différents courants ayant traversé le cinéma depuis les années 60. La revue se targue alors de mettre en exergue de jeunes talents dont la mission serait, comme en 1959 pour les réalisateurs de la Nouvelle Vague, de briser les codes naturalistes établis par une norme qui pèserait -selon le rédacteur en chef -sur la majorité des films de notre époque. Il est intéressant de constater que la figure de ces « jeunes » dont on n'en sait pas davantage après les 6 premières pages de la revue - sinon qu'il ont réalisé

un long métrage ou au moins un court métrage - sont asservis aux idéaux prônés par cette revue connue pour ses prises de positions très engagées. Nous reviendrons sur ce point dans notre deuxième partie lorsque nous nous pencherons sur le contrat de lecture des *Cahiers*.

On peut noter que la différence majeure avec le discours établi dans la revue dans les années 60 tient à la nature des énonciateurs. En effet, dans les années 60, les rédacteurs-critiques étaient pour la plupart des réalisateurs appartenant à la famille de La Nouvelle Vague (les Jeunes Turcs). Ici, ce ne sont plus les acteurs du mouvement qui s'expriment, mais des critiques qui semblent décider arbitrairement du discours à attribuer à ce groupe de réalisateurs qu'ils rassemblent dans un même mouvement.

Si cette différence fondamentale a son importance, il est important aussi de relativiser ce constat car le média est aussi un lieu de liberté d'expression pour les auteurs du mouvement.

c. Les *Cahiers du Cinéma*, un média qui converse avec lui-même en actualisant son discours d'un numéro à l'autre.

En 2013, les *Cahiers du Cinéma* répondent à l'annonce « prophétique » qu'ils ont faite trois ans plus tôt en titrant dans le numéro d'avril 2013⁸ « Jeunes cinéastes français on n'est pas morts ! ». La logique de parallélisme avec le numéro de 2010 est assez évident. D'ailleurs, ce procédé est souvent employé par les *cahiers* qui reprennent des thématiques explorées en amont pour proposer quelques années plus tard un nouvel état des lieux. Le numéro de novembre 2010 proposait une couverture teintée d'un certain mystère et qui laissait présager un numéro construit sur le modèle de l'exploration des univers des différents réalisateurs (c'est d'ailleurs le cas, puisque quasiment tous les cinéastes, n'ayant réalisés qu'un seul ou aucun long métrage, étaient presque des inconnus du grand public). Le numéro d'avril 2013 conserve dans sa couverture le caractère radical et affirmatif du numéro de 2010 et pousse encore plus loin cet aspect puisque le titre (exclamatif !) est

⁸ Cahiers du Cinéma, n°688 « Jeunes cinéastes français on n'est pas morts ! » - Avril 2013

« tagué » sur un mur en brique et rappelle dans sa construction grammaticale (très oralisée) les slogans que l'on voit parfois sur les murs de la ville après le passage d'une foule qui manifeste. On pense forcément aux inscriptions qui jonchaient les murs de Paris en Mai 68. Ici, ce sont les *Cahiers du Cinéma* qui « crient » l'existence du mouvement qu'ils ont voulu faire émerger trois ans plus tôt. Si on s'attarde un peu plus sur le titre de ce numéro de 2013, on remarque que les *Cahiers* passent de l'emploi du pronom personnel « ils » dans « Demain *ils* feront le cinéma français » au pronom « on » dans « Jeunes cinéastes français *on* n'est pas morts ! ». Il semble que pour rendre l'adhésion de leurs propos plus simple à leurs lecteurs, le média spécialisé emploie ici le pronom « on » dans un objectif de communion avec le lecteur. Ici, le pronom « on » permet d'atténuer l'effet de subjectivité du jugement que pourrait ressentir le lecteur en plaçant cette évaluation dans le consensus de la rédaction entière. Mais ce « on » semble aussi impliquer les critiques des *Cahiers* dans le groupe des « jeunes cinéastes français ».

Ce détail peut être considéré de différentes manières mais il fait fortement écho à la période de gloire du média dans les années 60, durant laquelle les critiques des cahiers pouvaient se targuer d'être également des réalisateurs. Dans un entretien de Stéphane Delorme réalisé par Nicolas Marcadé pour le blog Les Fiches du Cinéma⁹, la question de la signification de ce « on » lui est posée et le rédacteur en chef répond que le « on », « C'est les *Cahiers* ». Il explique par la suite que cette insatisfaction vis à vis du cinéma français est partagée dans la revue par les différents rédacteurs.

Dans la suite du numéro, se trouve une reprise approximative du corpus établis dans le numéro précédent. Reprise approximative, car tous les cinéastes qui étaient en couverture de la revue de 2010 ne se retrouvent pas dans ce numéro de 2013. On peut alors parler d'une réactualisation et d'un affinement du discours que les cahiers ont établis plus trois ans plus tôt. Le média revient sur son affirmation au caractère prophétique et singulier « Demain ils feront le cinéma français » et le modèle en ne sélectionnant que quelques cinéastes et en leur donnant la parole à nouveau. Le média converse avec lui-même d'un numéro à l'autre. En 2010, le

⁹ <http://www.fichesducinema.com/spip/spip.php?article4504> - Entretien avec Stéphane DELORME, publié le 14 mai 2014

média lance un pari¹⁰ autour de plusieurs réalisateurs, notamment Antonin Peretjatko, Arthur Harel, Philippe Parreno, Thomas Salvador et Yann Gonzalez puisque le titre d'un des dossiers est le suivant « Work in Progress : cinq cinéastes venus d'horizons divers partent à l'assaut du long métrage. On croit en eux ». Trois ans plus tard, les cahiers ne retiennent qu'Antonin Peretjatko, Thomas Salvador et Yann Gonzalez et leurs donnent à nouveau la parole. Pour en revenir à l'usage du « on », celui ci est intéressant car par cet usage, la couverture du média proclame l'existence du groupe en glissant du « ils » (Demain ils feront le cinéma français) au « on » (Jeunes cinéastes français on n'est pas morts).

Ce qui retient l'attention, c'est la manière dont les cahiers s'approprient le mouvement. À la lecture des deux numéros, le mouvement semble prendre racine directement dans le média. Il y a un sentiment d'exclusivité qui se dégage de ces deux numéros, comme si le corpus de cinéastes appartenait au média et lui devait sa visibilité. Les Cahiers insistent sur le fait que la génération qu'ils ont prophétisé trois ans plus tôt a enfin émergée. Cela nous amène à nous interroger sur le contrat de lecture des Cahier du Cinéma et l'endossement d'un rôle substitutif de cette « jeune nouvelle vague ».

¹⁰ Voir l'édito du numéro de novembre 2010. « "Ils feront le cinéma français demain" : c'est un pari, un souhait, un espoir, afin qu'une nouvelle génération bouscule les habitudes. « Stéphane DELORME

2. Analyse d'un contrat de lecture avant-gardiste et de l'instrumentalisation de cette jeune « nouvelle nouvelle vague »

a. Une critique dite « avant gardiste »

Alain Bergala dans son texte « Critique/théorie : l'évaluation et la preuve » démontre qu'il existe trois typologies de positionnement pour le critique de cinéma. Par extension, chaque média spécialisé peut être classé dans une des trois catégories. Ce triptyque permet de cerner assez précisément le contrat de lecture de chaque média et ce qu'il implique. Comme nous ne nous intéressons spécifiquement qu'à un média en particulier, nous laisserons de côté la critique dite « démagogue¹¹ » qui pourrait correspondre au média *Télérama*, dans lequel un consensus établi à l'avance est nettement revendiqué par la revue et les lecteurs. Dans le cas de *Télérama*, la ligne éditoriale tourne autour d'un consensus de valeurs que l'on pourrait définir de manière un peu schématique de « catholique, libérales et cultivées¹² ». Dans cette critique dite démagogue, la critique est prudente et minutieuse dès lors qu'il s'agit des valeurs communautaires qu'elle est supposée partager avec ses lecteurs.

La critique dite « réfléchissante » peut être comparée à la critique « démagogue ». Cependant, là où cette dernière s'attache à prendre position avec virulence pour concorder avec les valeurs de son lectorat, la critique « réfléchissante » préfère incarner le « miroir inerte de la catégorie sociologique supposée être la leur, et qui est en tout cas la « cible » commerciale de la publication. » (Alain Bergala). On pourrait citer la revue spécialisée *Première* afin d'illustrer cette catégorie. En effet, elle s'adresse à un public jeune et branché qui se veut informé sur le cinéma sensé le concerner, lui plaire sans efforts ni ennui.

Enfin, la critique dite « avant-gardiste » est celle qui se rapproche le plus du contrat de lecture proposé par les Cahiers du Cinéma à ses lecteurs. Elle se

¹¹ nomination de ces typologies établies par Boris KRYWICKI dans son mémoire « Analyse des contrats de lecture proposés dans la presse traditionnelle d'aujourd'hui »

¹² BERGALA Alain, Critique/théorie : l'évaluation et la preuve », revue d'études cinématographiques, vol. 6 , p.32

caractérise par « un consensus rédactionnel très fort sur les valeurs qui ne sont pas celles du public ». Les critiques des *cahiers* s'attachent à défendre, souvent à contre-courant, des idées opposées à celles du grand public. En adoptant ce mode de fonctionnement, la communauté qui partage ces valeurs est parfois très réduite, mais la force de conviction qui s'en dégage n'en est que multipliée, lorsque les valeurs à imposer sont encore minoritaire. Dans la rédaction des Cahiers, il y a une volonté, et ce depuis sa création, de proférer des jugements parfois volontairement provocateurs et qui s'écartent de la doxa.

Au fil des années, les *Cahiers du Cinéma* ont imposé un contrat de lecture qui prend plaisir à surprendre le lecteur en affirmant une rupture révolutionnaire avec ce qu'ils appellent la « tradition de la qualité ». Ainsi, en se positionnant à l'inverse de la critique dite « réfléchissante » et encore plus de la critique dite « démagogue », les cahiers du cinéma élaborent une critique qui va à l'inverse des aspirations commerciales. Ce constat permet de mieux comprendre pourquoi les Cahiers prennent parti pour la « jeune nouvelle vague » qui reflète un cinéma frondeur, libéré et aux aspirations anti-commerciales. Nous expliquions plus en amont que la ligne éditoriale des cahiers, depuis la période de la Nouvelle Vague (la fin des années 1950), était traversée par la prétention de faire exister des phénomènes. Ce qui nous amène à nous interroger sur la construction de ces dits « phénomènes » artistiques.

Par quels procédés construit-on l'existence d'objets artistiques ? Jacques Dubois, dans l'ouvrage intitulé *L'institution de la littérature, introduction à une sociologie* interroge les relations entre les productions textuelles (et leurs auteurs) et leurs conditions d'émergences. Il remarque que bien souvent l'instance qui légitime et consacre le texte littéraire est rarement impliqué dans les réflexions sociologiques. Dans son ouvrage, il s'attache à théoriser l'écriture littéraire à partir de ce qui la fonde comme telle et il s'attarde sur le cas particulier de l'émergence récente de la littérature québécoise. Il explique que la légitimation des lettres québécoises passe de moins en moins par la migrations des écrivains en France mais de plus en plus par le développement d'institutions locales et la consolidations d'instances critiques comme des revues spécialisées ou des émissions radiophoniques consacrées à ce phénomène. Il semble en être de même pour la vague de jeunes réalisateurs qui existe grâce à la seule institution que représente les Cahiers du Cinéma. Le cinéma

de ces jeunes auteurs étant assez différent (à part quelques acteurs qui partagent plusieurs affiches de films, il n'y a pas vraiment de noyau esthétique commun ni de thématiques communes partagées), il est d'autant plus important, pour envisager une institution de ce mouvement, qu'il soit encadré par une instance (la revue spécialisée) qui puisse lui permettre d'être consacré par la suite.

b. Vers une instrumentalisation de cette « jeune nouvelle vague »

Maintenant que nous avons dressé un bref aperçu du contrat de lecture des Cahiers du Cinéma et que nous avons esquissé la question des procédés qui sont à l'initiative de l'inscription de phénomènes dans la sphère du réel, nous allons nous interroger sur les stratégies d'instrumentalisation de cette « jeune nouvelle vague » par le media spécialisé. A une époque où les revues de critique de cinéma sont en crise, du fait de la prolifération de plateforme dédiées à cette pratique sur internet (*SensCritique*, *Allociné*, *Rotten Tomatoes*...), il est légitime de se demander si l'instrumentalisation de cette jeune nouvelle vague ne serait pas, dans ce cas là, un outil pour la promotion des valeurs défendues par les rédacteurs de la revue.

L'argumentation mise en oeuvre pour illuminer le corpus de jeunes réalisateurs français, est-elle une manoeuvre dont le but est d'assujettir le mouvement aux aprioris de la critique ou bien une manière de rendre la valeur qu'elle mérite au jeune mouvement ? Les deux possibilités se mélangent et il serait maladroit (et sûrement faux) de vouloir prouver que les Cahiers se sont attachés à instrumentaliser de bout en bout cette « jeune nouvelle vague » dans le but de servir leurs intérêts. Cependant, les articles qui fournissent les numéros de novembre 2010 et avril 2013 relèvent d'un style assez didactique et placent les rédacteurs dans une position de supériorité par rapport aux jeunes réalisateurs. Les critiques des Cahiers semblent se comporter comme des maîtres, en s'autorisant à prophétiser l'avenir de ceux qui sont leurs « objets d'études » et en leur dictant une marche à suivre. La thématique récurrente et obsessionnelle dans les deux numéros que nous évoquons est le passage du court au long métrage, étape primordiale selon les rédacteurs pour

que leur corpus de jeunes réalisateurs s'affirment comme la nouvelle génération de cinéastes en qui le média porte ses espérances.

Dans cette optique, les rédacteurs des Cahiers reconnaissent la valeur, mésestimée par le grand public, de leurs jeunes élèves, mais s'attachent aussi à leur rappeler certains principes et certaines valeurs pour que leurs films concordent avec les idéaux « avant-gardistes » de la revue spécialisée.

Cette stratégie n'est pas sans rappeler la manière dont les cahiers du cinéma traitaient les jeunes réalisateurs du Cinéma Novo dans les années 1960. Pour rappel, le Cinéma Novo a occupé en France une place particulière parmi les nouveaux cinémas. Cette place particulière a été acquise grâce à la promotion par certains critiques de revues cinématographiques spécialisées (les *Cahiers de Cinéma* en tête de file). En attachant à ce jeune mouvement un ensemble de codes culturels qui pouvaient concorder avec leurs attentes en terme de création cinématographiques, le média s'est attaché à suggérer une correspondance de codes entre les cultures brésiliennes et françaises afin de faire émerger ce jeune mouvement de cinéma. C'est ce qu'Alexandre Figueiroa Ferreira s'attache à démontrer dans sa thèse *La vague du Cinema Novo en France fut-elle une invention de la critique ?* On peut alors faire le parallèle entre le comportement de la revue à l'égard des jeunes réalisateurs français (la relation de maître à élèves) et la manière dont la même revue agissait un demi-siècle plus tôt. Au début des années 60, les rédacteurs promettaient de grands desseins pour l'avenir du Cinéma Novo. Ainsi, les expressions d'admiration étaient souvent conditionnées par le souci des promesses que ce jeune cinéma pouvait concrétiser.

Le critique Louis Marcorelles écrit dans les Cahiers du Cinéma en 1963 « À les juger par leur enthousiasme, par cette spontanéité aussi bouleversante que leur extraordinaire musique, les jeunes Brésiliens sont, en puissance, les premiers cinéastes du monde. Mais comme leur patrie, le Brésil, ils ont encore à parcourir tout le chemin qui les sépare des plans tirés sur la comète en l'an deux mille de la modeste, de la dure réalité ¹³ ». De manière encore plus significative, l'article « La révolution au cinéma », publié par les Cahiers du cinéma dans le même numéro que

¹³ Louis MARCORELLES, « L'autre Amérique », Cahiers du cinéma, mars 1963, n°141, p. 10-12

nous évoquions précédemment, rappelle le mode d'emploi que dresse le média en 2010 et 2013 pour les jeunes réalisateurs français. Marco Bellocchio, le rédacteur de cet article écrit ceci « *Le cinéma doit être politique. Il doit l'être en particulier dans un pays sous-développé comme le Brésil. (...) Une telle importance doit par conséquent le rendre plus responsable de film en film, en évitant, par exemple, le ton mélodramatique, épique ou petit bourgeois qui caractérisait certaines oeuvres du néo-réalisme* ¹⁴»

L'obsession de vouloir conditionner un cinéma correspondant aux attentes des critiques est ici exprimé de manière assez directe avec la reprise du verbe « devoir » qui laisse assez peu de doutes sur les intentions didactiques de Marco Bellocchio et en dit long à propos des logiques de curation à l'oeuvre. Si les *Cahiers du Cinéma* donnent de nombreuses preuves d'admiration envers les mouvements cinématographiques qu'il défend, il pratique régulièrement ce ton d'imposition. Il suffit de lire les deux premières phrases de l'article qui ouvre le numéro de Novembre 2010 pour s'apercevoir que la stratégie didactique du média est encore bien présente. L'article « French Touch » écrit par Stéphane Delorme commence ainsi « Un autre cinéma français est-il possible ? C'est le *devoir* de chaque génération de s'emparer de cette question. » On retrouve les formules impératives et l'emploi du verbe devoir qui placent les rédacteurs de la revue dans une position de guide vis à vis du mouvement.

En étant la première revue à s'intéresser de près à ces jeunes cinéastes qu'ils regroupent en un mouvement, les *Cahiers* sont aussi les premiers à se référer à leurs productions cinématographiques - encore à la recherche de reconnaissance - comme les instruments d'une « nouvelle vague » qui vient révolutionner les cinématographies de leurs aînés (souvent fustigées, qualifiées de sages, peureuses et opportunistes¹⁵). Ainsi les *Cahiers* font endosser un rôle substitutif à leur objet d'étude, en les considérant comme les dignes héritiers des mouvements autrefois adulés par la revue (Nouvelle Vague, Cinéma Novo, Néoréalisme italien...). Pour aller plus loin dans notre réflexion, on peut dire que les rédacteurs de la revue conçoivent d'un numéro à l'autre une image idéalisée du mouvement. Le mouvement

¹⁴ Marco BELLOCHIO, « La révolution au cinéma », *Cahiers du cinéma*, mars 1963

¹⁵ Voir l'édito du numéro des *Cahiers du cinéma*, avril 2013, n°688 « Jeunes cinéastes français on n'est pas morts »

entre 2010 et 2013 semble être devenu un modèle qui correspond à ce que les rédacteurs attendaient de lui.

Dans la revue *Communication & Langages* de mars 2014, Sylvie Ducas s'interroge sur les répercussions des prix littéraires sur son objet dans un article intitulé « Ce que font les prix à la littérature¹⁶ ». Même si la sphère artistique traitée dans son article ne concerne pas le cinéma, Sylvie Ducas questionne la place de l'auteur au sein d'un espace de production et de circulation de biens culturels qui ont tendance « à faire de lui l'instrument des lois de la promotion et de la médiatisation d'une image usinée par la fabrique du roman, peu compatible avec le mythe de la création et de l'artiste ». Une prise de recul est nécessaire afin de procéder à une comparaison entre la place de l'auteur au milieu de prix littéraires qui ont envahis le marché du livre (il y a près de 2000 prix littéraires aujourd'hui en France) et la place qu'occupe les réalisateurs de notre corpus au sein du ping-pong médiatique des *Cahiers du Cinéma*, dans le sens où le groupe de réalisateurs s'exporte d'un numéro à l'autre. Néanmoins, tout comme les écrivains dont il est question dans l'article de Sylvie Ducas, les réalisateurs doivent composer avec le discours médiatique dont ils sont l'épicentre. En effet, si la production artistique des réalisateurs est marquée dans le média (les rédacteurs des *Cahiers du Cinéma* incitent son lectorat à découvrir les projets, souvent en cours, des jeunes réalisateurs), cela suppose pour ces derniers d'accepter de s'exhiber en dehors de leur « sphère naturelle » d'expression et d'accepter également la mutation de leur discours car toutes les interviews sont rapportées à la troisième personne, exception faite de Vincent Macaigne et de son « SMS de Cologne » dans le numéro des *Cahiers du Cinéma* d'Avril 2013.

¹⁶ DUCAS Sylvie, Ce que font les prix à la littérature, *Communication & Langages De la Prescription* : Comment le livre vient au lecteur, n°179 - Mars 2014

c. La critique de cinéma prend place dans un lieu protéiforme et exigeant qui aboutit à un positionnement complexe

La critique de cinéma existe depuis presque aussi longtemps que l'objet qu'il observe. On date la naissance du cinéma en 1895 et c'est en 1911 que Lucien Wahl imagine dans *Le Petit Bleu* « des premières de films où des aristarques analyseraient, discuteraient, soupèseraient¹⁷ ». Puis en 1916, Louis Delluc (celui qui a imposé le terme de cinéaste), René Jeane et Léon Moussinac tiennent régulièrement dans *Le Temps*, des rubriques qui analysent l'image et le contexte des créations cinématographiques de l'époque. Malgré la longévité de cette pratique, le genre est très complexe à codifier. En effet, c'est un lieu à la frontière entre le texte littéraire et le texte journalistique. Le texte critique est porteur d'un jugement et est fondé sur le mode argumentatif. Ainsi, la critique cinématographique est tiraillée entre plusieurs tensions tant il s'agit d'un objet hybride qui cherche sans cesse à s'inscrire dans l'espace culturel contemporain.

Alain Bergala propose une manière simple afin de déterminer si un texte peut être qualifié de critique, selon lui « tout texte qui ne se donne pas comme fonction d'évaluer le film ou l'oeuvre cinématographique dont il parle n'est pas un texte critique ¹⁸ ». Selon lui, il est essentiel pour celui qui se dit critique d'évaluer l'objet qu'il étudie et de se positionner. En ceci, les Cahiers du Cinéma respectent bien le credo énoncé par le théoricien du cinéma, la revue spécialisée depuis sa création a gagné en légitimité dans le paysage cinématographique par ses prises de position assumées et souvent radicales.

Cependant, le cinéaste et historien Jean Douchet complète la définition du critique de cinéma en énonçant que « la critique est l'art d'aimer mais le critique ne doit pas l'envisager uniquement comme un objet d'intérêt personnel ou l'utiliser pour mener un combat idéologique, politique, religieux qui lui est étranger. L'art exige de la critique qu'elle le serve et non qu'elle s'en serve » Il est intéressant que ce soit un ancien critique des *Cahiers du Cinéma* qui ait émis ce postulat car dans le cas de cette revue, la limite est trouble en ce qui concerne l'usage du discours de cinéastes

¹⁷ « Critique de cinéma », encyclopédie universalis

¹⁸ Alain BERGALA, « Critique/théorie : l'évaluation et la preuve »

comme instrument de combat idéologique. En effet, nous avons essayé de démontrer plus haut que les *Cahiers* se servent du mouvement de la « Jeune nouvelle vague » pour affirmer un modèle culturel qu'ils aimeraient voir triompher sur le paysage cinématographique français. En disant cela, je ne formule pas un reproche mais simplement un constat du discours tenu en filigrane (et parfois formulé très clairement et simplement) par le média lui-même. Ainsi, les cahiers semblent se situer à la frontière de ces deux tentatives de définition de ce que doit être un critique cinématographique, énoncées d'une part par Alain Bergala et d'autre part par Jean Douchet.

Cependant, même si on relève des marques d'une instrumentalisation du discours du mouvement, l'espace médiatique et l'ouverture que celui-ci représente pour des jeunes réalisateurs à la recherche d'un public ne peut pas être négligé dans notre étude. Il ne faut pas omettre que les *Cahiers* restent avant tout un espace de libre expression pour des acteurs en quête de reconnaissance.

3. Un lieu qui permet un espace de libre expression et des acteurs intéressés pour se voir reconnaître.

a. Un espace privilégié pour se faire entendre

Nous le disions plus haut, les revues sont un espaces de nouvelles découvertes. Depuis les années 1960, les Cahiers du Cinéma s'attachent à construire un territoire médiatique qui soit favorable à l'émergence d'un intérêt pour les jeunes cinémas. Nous disions également qu'il existe un préjugé favorable de tout ce qui est jeune et nouveau depuis la Nouvelle Vague. Il y a une volonté chez les critiques de se tourner vers les jeunes pour trouver du neuf. C'est donc tout naturellement que la revue spécialisée offrent à ces jeunes cinéastes un large espace pour se prêter à l'exercice de nouvelles découvertes. Les cinématographies auxquelles s'intéressent les Cahiers du cinéma semblent contaminées par le désir de contemporanéité, ainsi les rédacteurs cherchent en France et ailleurs un cinéma moderne et révolutionnaire qui puisse répondre aux questions du jour. Le terrain médiatique est alors très favorable à accueillir le discours de jeunes réalisateurs audacieux. Précédemment, nous analysons la couverture des cahiers du cinéma centrée autour des jeunes réalisateurs membres de la « Jeune nouvelle vague » et mettions en évidence les stratégies d'instrumentalisation de leurs discours. Cependant, nous avons volontairement omis de parler de la liberté d'expression accordée à ces jeunes réalisateurs au sein de la revue. Il est alors intéressant de

Ainsi, dans le numéro d'avril 2013, la revue publie sur 3 pages « Le SMS de Cologne » (voir annexe 3 bis) de Vincent Macaigne. Au milieu des articles et interviews rédigés par les rédacteurs de la revue, « Le SMS de Cologne » apparaît comme un OVNI. Il s'agit d'un SMS envoyé par Vincent Macaigne aux *Cahiers* que le média a décidé de publier dans son numéro consacré aux jeunes cinéastes français. Dans notre introduction, nous avons qualifié Vincent Macaigne de porte parole de ce mouvement, en ceci qu'il apparaissait dans les premiers films de trois des têtes de files de notre « Jeune nouvelle vague » (Justine Triet, Guillaume Brac et Antonin Peretjatko). Le SMS de Cologne est l'exemple le plus significatif de la liberté d'expression accordée aux jeunes cinéastes. Il est imbriqué entre des entretiens de

Yann Gonzalez, Justine Triet, Djinn Carrénard, Guillaume Brac, Antonin Peretjatko, Thomas Salvador et Rebecca Zlotowski, un dossier rédigé par Stéphane Delorme qui s'interroge sur les possibilités de redonner de l'élan au jeune cinéma français et des portraits (intitulés *Têtes folles*) de quatre acteurs liés aux films des réalisateurs cités précédemment. Il est intéressant de constater que ce manifeste envoyé par Vincent Macaigne au média (présenté tel quel dans la revue) est entouré par un contenu éditorial qui encadre beaucoup plus la parole de ses « sujets ». En effet, les entretiens des réalisateurs sont retranscrits à la troisième personne et sont tous conçus sur le même modèle (accompagnés d'un portrait où les réalisateurs posent avec une pancarte blanche sur laquelle est inscrite un message en lettres capitales).

Au contraire, le SMS de Cologne de Vincent Macaigne rompt presque avec ces formalités. J'insiste sur ce « presque » car il se conclue tout de même avec un portrait de l'acteur qui tient sa pancarte blanche et son message écrit en lettres capitales. Cependant le texte de Vincent Macaigne n'est nullement altéré par la plume des critiques de la revue qui font le choix de publier en entier ce manifeste, qui occupe tout de même 3 pages de la revue. Le SMS est simplement précédé d'une très brève présentation « *Metteur en scène, acteur et réalisateur, Vincent Macaigne est partout. Il nous envoie ce texto manifeste écrit une nuit d'insomnie à Cologne.* » (page 28). A la manière des cartes blanches offertes aux artistes dans des événements comme les festivals, le média laisse carte blanche à Vincent Macaigne sur les trois pages de la revue. Évidemment, ce choix n'est pas sans rappeler l'âge d'or de la revue, lorsque les Jeunes Turcs, à la fois critiques et réalisateurs clamaient leurs idéaux dans leur propre revue, *Les Cahiers*. Cette liberté accordée à un des acteurs du mouvement s'inscrit néanmoins assez bien dans le contrat de lecture avant-gardiste que nous décrivions précédemment et nous rappelle le postulat de Jean Douchet lorsqu'il exprime l'importance pour le critique de se mettre au service de l'objet qu'il observe. Ici, les *Cahiers* exposent le SMS de Cologne et permettent une diffusion de son message dans l'espace public. Le média s'affirme dans cet exemple précis comme un relayeur du discours de son objet d'étude. Cependant, même dans le cas du SMS de Cologne, on peut toujours noter une certaine réappropriation du discours de son objet d'étude via des codes d'expressions propres aux médias. Ici, la réappropriation est assez subtile puisque Vincent Macaigne est presque présenté comme un membre des cahiers du cinéma. Tout dans la mise en page vient réaffirmer que le SMS de Cologne a été rédigé

exclusivement pour la revue (on en vient même à se demander si Vincent Macaigne n'est pas un rédacteur de la revue). De manière assez fine, le média laisse planer un doute sur la nature de l'énonciateur du message. Vincent Macaigne rédige-t-il son « texto-manifeste » en tant que membre du jeune mouvement que le média s'attache à étudier ou bien en tant que pigiste pour les Cahiers du Cinéma. Plusieurs indices dans la mise en page (bien que très sobre) feraient pencher le jugement d'un lecteur lambda vers notre deuxième hypothèse. En effet, « Le SMS de Cologne » est présenté comme un titre d'un article propre au média et son rédacteur comme un rédacteur plus que comme un auteur (voir annexe 3). Cependant, il faut également noter que les acteurs semblent intéressés pour se voir reconnaître par ce média.

b. Des acteurs à la fois intéressés à se voir reconnaître et reconnaissants

Pour traiter de la volonté de reconnaissance des acteurs du mouvement, nous nous pencherons sur le cas précis du rédacteur du SMS de Cologne, Vincent Macaigne.

Il est intéressant de constater que ce dernier relaie de manière très fréquente sur ses propres réseaux sociaux les articles et publications des Cahiers du Cinéma, signe d'une certaine reconnaissance envers le média (voir Annexe 4). On constate alors un certain effet ping-pong, notamment sur les réseaux sociaux entre les publications de la page Facebook officielle des cahiers du cinéma et les pages Facebook des acteurs et jeunes cinéastes français. Fréquemment, ceux qui sont concernés dans les dossiers du média relayent les publications des Cahiers qui annoncent le numéro. Ainsi, dans le média papier, les acteurs du mouvement prennent la parole, puis il y a une sorte de bascule médiatique qui s'effectue avec un glissement vers les nouveaux médias. Les acteurs du mouvement remercient la revue de lui avoir donné la parole en relayant les contenus de ce dernier sur leurs propres réseaux sociaux.

Plus récemment, dans le numéro d'Avril 2016 intitulé « cinéma Français vive les excentriques » (voir annexe 5), il y a un nouveau retour en force d'une partie des cinéastes sur lesquels avaient misés les Cahiers, qui dénote une certaine complicité entre les acteurs du mouvement et le média spécialisé. Quentin Dupieux se permet

même d'envoyer aux Cahiers une proposition de couverture, assez ostentatoire et provocatrice, que les cahiers publient au sein de leur numéro consacré aux « excentriques » du cinéma français (annexe 5 bis). Certains cinéastes obtiennent un statut particulier d'habitué, révélateur de cette complicité naissante entre le mouvement et le média. Florence Maillard, rédactrice aux Cahiers du cinéma a d'ailleurs expliqué lors de notre entretien que le numéro d'Avril 2016 intitulé « Cinéma français, vive les excentriques! » s'inscrivait en partie dans la suite des deux numéros qui sont à la base de notre corpus. Il est intéressant de constater que la parole est rendue à certains habitués (Quentin Dupieux et Vincent Macaigne par exemple) et surtout que le groupe accepte une nouvelle nomination de la part du média, celle d'excentriques.

c. Nouveaux médias, possibilité d'une nouvelle prise de parole.

Nous avons constaté un peu plus haut que les acteurs du mouvement n'hésitent pas à communiquer par leurs propres moyens en tweetant ou en décrivant leur actualité sur leurs différents réseaux sociaux. De cette manière, les messages énoncés par les jeunes cinéastes et accaparés par la revue spécialisée (le SMS de Cologne par exemple) peuvent s'échapper de la sphère restrictive de la revue papier destinée aux abonnés pour aller toucher une autre audience, composée d'internautes. Nous expliquions que la stratégie médiatique des Cahiers repose dans la récupération et l'appropriation du discours des jeunes cinéastes mais qu'ils ne peuvent pas emprisonner pour autant ce message. Ainsi, le média n'est pas le détenteur exclusif d'un discours qui peut aisément s'en échapper. L'émergence des réseaux sociaux a bousculé dans le milieu du cinéma beaucoup de codes établis. Les distributeurs et producteurs ne sont plus les seuls à pouvoir communiquer autour des films produits par des réalisateurs qui maîtrisent et se servent au quotidien des réseaux sociaux. Les codes de prise de parole sont brisés au profit d'une spontanéité qui paraît plus forte.

Ainsi, lorsque Vincent Macaigne décide de faire la promotion de son film diffusé sur Arte, il n'hésite pas à effectuer une cinquantaine de publications en quelques jours, à ne s'exprimer qu'en majuscules et à publier parfois en moins d'une journée d'intervalles cinq fois le même post. Nous pouvons constater, en observant

parallèlement les comptes Facebook et Twitter de l'acteur (les deux réseaux sociaux sur lesquels il est le plus actif) que ce dernier s'est constitué un ensemble de codes communications qu'il exporte d'un réseau social à l'autre, comme l'usage très fréquent de la majuscule et la répétitions de messages similaires à des intervalles de temps très réduits. (voir annexe 6 bis).

Lorsqu'on analyse ses comptes Facebook et Twitter, on constate que l'acteur cultive une identité qu'il grime volontairement. Ses photos de profil sont assez souvent des « hors-sujets » et représentent la plupart du temps d'autres personnes ou personnages. Notons également que Vincent Macaigne utilise ses réseaux sociaux dans le sens d'une auto-promotion complètement décomplexée. Il n'hésite pas à publier des centaines de messages sur son fil twitter ou sur son mur Facebook pour promouvoir ses projets cinématographiques, privant de ce fait les distributeurs qui ne sont plus garants de la chronologie de la communication autour des films.

Ainsi, Vincent Macaigne publie fréquemment des photos du tournage avant même que la promotion des films ait débutée (voir annexe 7). À l'image du SMS de Cologne qui rompait radicalement avec le style éditorial des Cahiers du Cinéma, en exportant son discours dans la sphère des réseaux sociaux, il s'attache aussi à briser les codes de prise de parole qui se sont tacitement introduits sur des réseaux comme Facebook ou Twitter (comme le respect de la ponctuation). L'acteur noie lui même son discours dans le flot de parole quasi continu qu'il déverse sans aucune parcimonie sur les réseaux. Cette attitude « frondeuse » reflète assez bien le discours qui émerge de ses interventions dans les pages des Cahiers où il affirme étouffer dans la conjoncture actuelle du cinéma français (voir annexe: entretien avec Florence Maillard). Ainsi, le cas de Vincent Macaigne est assez singulier car il arrive à imposer ses propres codes de prise de parole et à insuffler sa vision engagée dans les médias traditionnels comme dans les nouveaux médias.

Au long de la plus grande partie de notre travail de recherche, nous nous sommes attachés à démontrer comment le discours des jeunes cinéastes étaient accaparés par la presse spécialisée. Enfin, rappelons qu'aujourd'hui, contrairement aux années 1960, les canaux de diffusion pour partager un message sont de plus en plus nombreux et les jeunes cinéastes ne sont plus obligé de passer par la presse spécialisée pour produire du discours.

Pour conclure cette première partie, il est intéressant de se pencher sur une interview de Stéphane Delorme (rédacteur en chef des Cahiers du Cinéma) publiée dans le blog Les Fiches du Cinéma et réalisée par Nicolas Marcadé¹⁹. Cette interview porte justement sur le numéro d'avril 2013 et sur l'importance que porte la revue à promouvoir ce mouvement que nous avons nommé « Jeune nouvelle vague ». Sur la notion de « groupe », Stéphane Delorme explique que celle-ci ne préexistait pas au numéro 661 des cahiers (novembre 2010) et qu'il n'y avait pas la volonté pendant la rédaction de celui-ci d'imposer un groupe « défini, délimité, fermé ». Le rédacteur en chef se défend de toute démarche sectaire et explique également la raison pour laquelle il y a un refus de nommer le groupe. Selon lui, ne pas le nommer permet d'éviter de signifier qu'il s'agit d'une « bande » mais d'insister sur le fait qu'il s'agit d'un phénomène générationnel. En ne mettant pas d'étiquettes sur ce groupe, il y avait certes un risque d'affaiblir un peu la portée du geste (les médias ont plus de mal à rebondir sur un groupe qui n'a pas de nom) mais cela permettait en même temps de laisser le groupe de cinéastes ouvert aux fluctuations. Ainsi, les Cahiers du Cinéma n'ont pas à se justifier lorsque le corpus de jeunes réalisateurs diffère d'un numéro à l'autre. La conséquence est assez directe, il n'y a jamais (ou pas encore) eu de véritable reconnaissance, ni dans la presse généralisée, ni dans la presse spécialisée d'un quelconque mouvement de jeunes cinéastes français correspondant aux canons définis par les Cahiers du Cinéma.

Cependant, rappelons que déterminer si le mouvement (quelque soit la manière dont il est nommé) existe ou pas, ne constitue pas l'objectif premier de cette recherche. L'objectif est plutôt de comprendre qu'un média peut être le géniteur puis l'ambassadeur et donc en ce sens le *curateur* d'un mouvement qu'il compose de toutes pièces et auquel il greffe un modèle culturel qui correspond au contrat de lecture qu'il a établi avec son public. Nous nous sommes ainsi aperçus que ce mouvement jouait en grande partie un rôle substitutif, en ceci que la revue lui

¹⁹ Entretien avec Stéphane Delorme / Qu'est ce qu'on attend ? - fichesducinema.com - 01/04/2014
- Nicolas MARCADÉ
<https://www.fichesducinema.com/2014/04/entretien-avec-stephane-delorme/>

réappropriait un ensemble de codes qui répondait aux exigences de mouvements comme la Nouvelle Vague ou le Cinema Novo.

Pour que nous puissions nous concentrer et décrypter un exemple précis de curation à l'oeuvre dans la presse spécialisée, j'ai volontairement éludé un élément central dans cette première partie qui est celui de l'influence faiblissante des Cahiers du Cinéma. Notre indicateur principal étant l'évolution de la diffusion du média d'une année à l'autre. On constate que la diffusion France Payée des Cahiers du Cinéma a chuté de manière drastique ces dernières années jusqu'à atteindre une diffusion payée²⁰ de 13 540 numéros en 2017 contre une diffusion payée de 16 601 numéros en 2013²¹ (voir annexe n°7). Même si les Cahiers du Cinéma ont un taux de diffusion très faible par rapport à ses concurrents (notamment Positif et Première), la presse spécialisée n'est plus le seul curateur du cinéma d'auteur. Ce sera l'objectif de notre seconde partie que de déterminer et d'analyser les rôles et les méthodes des « nouveaux curateurs » en marge du cinéma commercial.

Comme dans notre première partie, afin de comprendre les logiques de curation à l'oeuvre chez ces nouveaux curateurs, nous ciblerons des terrains d'enquêtes très précis et procéderons par études de cas. Encore une fois, la volonté n'est pas ici d'aboutir à une présentation exhaustive des acteurs dont l'activité consiste à agréger, éditorialiser et trier le contenu lié au cinéma « non-commercial » mais plutôt de comprendre les logiques et les choix stratégiques qui englobent les activités de certains de ces acteurs. Parmi les curateurs autres que la presse spécialisée, notre étude portera en grande partie sur deux grandes familles que sont les festivals de cinéma et la SVOD. Parmi ces deux familles, notre attention se portera spécifiquement sur les festivals de courts métrages, format qui s'inscrit par excellence à la marge du cinéma commercial - nous développerons cette idée un peu plus loin - et sur les services de vidéo à la demande avec une étude du cas de *Mubi*, un SVOD dont la stratégie s'inscrit à l'antithèse des logiques de programmation entretenues par les géants comme Netflix ou Amazon.

²⁰ diffusion payée : mesure utilisée pour mesurer le potentiel publicitaire d'un titre de presse, la diffusion payée correspond au nombre moyen d'exemplaires payants diffusés par numéro. La diffusion payée comptabilise les exemplaires vendus en kiosque et les abonnements.

²¹ ACPM, Evolution de la diffusion France payée sur 5 ans des Cahiers du cinéma - <http://www.acpm.fr/Support/les-cahiers-du-cinema>

II. Les nouveaux curateurs du cinéma alternatif

1. Les Festivals, premiers ambassadeurs du cinéma d'auteur

a. Les festivals, un pilier dans l'économie du court métrage

Nous avons démontré que les Cahiers du Cinéma jouaient un rôle historique dans la curation du contenu lié au cinéma d'auteur, il serait incomplet de limiter la réflexion liée aux logiques de curation à cet unique acteur. Pour déterminer mon second terrain d'enquête, j'ai souhaité aller voir du plus près le premier espace de diffusion des films dits « non commerciaux ». Il s'agit bien sûr des festivals. Il semblerait que ce soit de fait le premier curateur selon le premier axe de la définition du terme (voir introduction), à savoir le rôle de sélection. À la base de tout festival, il y a un travail de direction artistique et donc de sélection de films. De fait, le programmeur tout comme le curateur (sorte de super commissaire d'exposition) dans le milieu de l'art contemporain, joue à la fois le rôle de filtre humain à travers un travail de sélection des films mais également un rôle d'éditorialisation conséquent lorsqu'il compose les programmes, les cycles, les rétrospectives et autres catégorisations que l'on retrouve sous différentes formes et différentes nominations dans les festivals de cinéma. Nous développerons plus en détail le rôle du programmeur un peu plus loin dans notre recherche.

Avant de réfléchir aux logiques de curation, nous allons tout d'abord essayer de comprendre l'importance des festivals dans l'économie du cinéma alternatif. Pour ce faire, nous allons nous attacher en particulier à un genre de festival en particulier : les festivals de courts métrages.

Comme nous le disions plus haut, les festivals sont le premier lien entre le public et les œuvres et jouent un rôle prépondérant dans le domaine du court métrage (plus encore que pour le long métrage) à l'heure où la programmation TV des courts métrages souffre d'une exposition minimale et à des horaires de faible

audience (il suffit de regarder les grilles des chaînes de télévision pour s'apercevoir que les quelques programmes de courts métrages sont diffusés très tard la nuit).

Lors des journées professionnelles du ROC (regroupement des organisations du court) le jeudi 15 mars 2018 à la Fémis, Jean Christophe Raymond, producteur et fondateur de Kazak Productions » affirmait lors d'une conférence²² autour des enjeux liés à ce genre cinématographique que le court métrage était « un espace de liberté car il n'a pas d'économie et pas de marché » et que « si un film ne plaît pas, il ne sera pas vu en festival mais il ne desservira pas son auteur. Ce n'est pas la même chose qu'un long métrage qui coûte de l'argent, où si le film fait peu d'entrées, le réalisateur risque de ne pas pouvoir en faire de suivants ». Au delà de l'injonction à la prise de risque pour les réalisateurs et les producteurs de courts métrages, Jean Christophe Raymond rappelle ici en tenant ces propos que face à l'inexistence d'un véritable marché pour le court métrage, ce sont bien les festivals qui sont les principaux ambassadeurs du genre et en ce sens ils jouent un rôle primordial de curation.

Emmanuel Chaumet, producteur chez Ecce Films précise que « la diffusion en festival, c'est 95% de la diffusion d'un court métrage », par ailleurs lorsqu'un film est sélectionné dans un festival, c'est souvent son seul moyen d'être médiatisé et d'influencer la carrière de son . Même si les retombées financières sont souvent très peu importantes, il s'agit d'un tremplin non négligeable pour les réalisateurs et les producteurs. Le cas du court métrage *Marlon* de Jessica Palud en est un exemple intéressant. Produit par Punchline Cinéma, ce court métrage nommé aux César (2018) a connu un beau succès en festivals, en France et à l'étranger en agglomérant plus de 160 sélections. Le film est produit sans chaînes (bien qu'il ait été vendu à plusieurs diffuseurs après réalisation, notamment à Arte) mais sa carrière en festivals débute bien avec une sélection au Brussels Short Film Festival où il reçoit trois distinctions avant d'être intégré à la sélection annuelle des prix Unifrance du court métrage duquel il repart avec trois prix prestigieux. Selon Lucas Tothe, le producteur, ce sont ces prix Unifrance qui ont permis au film d'être repéré par le Festival de Toronto. Suite à cette sélection au Festival de Toronto, le film est

²² La conférence est entièrement retranscrite dans la partie « Entretiens » à la fin du mémoire

repéré par plusieurs festivals étrangers et voyage, aux Etats-Unis, en Grande Bretagne et même en Suède. Le film sera même sélectionné aux César 2018.

Au moment où j'écris ces lignes, plus d'un an après sa première sélection, la carrière du film se poursuit avec de nouvelles sélections en festivals. Actuellement, Jessica Palud travaille sur deux longs métrages, dont un est en développement avec Punchline Cinéma²³. Mathilde Pinçon, programmatrice au Festival de Cabourg m'expliquait lors d'un entretien que « Lorsqu'un court métrage est sélectionné à un festival, il a des chances d'aller à d'autres festivals car si on suit la logique selon laquelle les programmeurs se nourrissent des autres festivals. Si un court métrage va à Cannes on peut imaginer que la plupart des programmeurs d'autres festivals vont le demander auprès des ayants droits et recevoir un lien pour le voir. Ça peut faire boule de neige et créer un enchaînement de programmation... »

Ce qui est intéressant dans cet exemple c'est l'effet « boule de neige » que suscite la sélection en festivals et l'attribution de prix dans le meilleur des scénarios. Plus globalement, cet exemple démontre le rôle prépondérant des festivals dans l'économie d'un courant de cinéma alternatif, ici le court métrage.

b. Le court métrage : un acteur fondamental pour l'incubation des talents

Si du point de vue financier, la rentabilité de diffusion des courts métrages est quasiment inexistante, ce serait une erreur de la juger au prisme de ce seul aspect. A long terme, sur le plan de l'émergence de nouveaux talents, du développement et du renforcement des sociétés de production, les festivals apparaissent rentables et surtout vitaux pour l'économie du court métrage. C'est également dans cette optique que le rôle de curation des festivals me semble le plus évident. Si l'on reprend la définition académique du terme curateur (« celui qui prend soin de... »), le festival est un passage fondamental pour l'émergence des talents - pas seulement les réalisateurs mais également les acteurs, producteurs et autres talents nécessaires à la genèse d'un film court - car il constitue un véritable fer de

²³ FILLON, Lucas « *Marlon, le coup de coeur des festivals* » Ecran Total, février 2018

lance pour l'incubation des talents du court métrage, un acte de curation à part entière.

Il me semble que parmi les logiques de curation propres aux festivals de courts métrages on retrouve ce rôle d'incubation des talents, c'est du moins cette facette que je souhaite développer dans cette sous partie. À l'image du Festival de Clermont Ferrand ou du Festival Côté Court de Pantin, deux manifestations entièrement consacrées au court métrage, qui proposent à un public chaque année plus nombreux, de découvrir les films d'auteurs qui souvent innovent et expérimentent en terme de narration et d'esthétique. J'insiste sur les traits innovants et expérimentaux car je pense que ce sont des caractéristiques inhérentes au genre du court métrage. À l'image de ces deux festivals donc, qui détectent chaque année des premiers films de jeunes réalisateurs et leurs offrent une vitrine de première importance dans des programmes qui attirent toujours plus de public, le court métrage s'est affirmé au cours des années comme un acteur fondamental pour l'incubation des talents. En effet, c'est très souvent par le biais du court métrage que les professionnels font leurs premières armes en testant des formes nouvelles et c'est précisément dans les festivals que ces films vivent.

Parmi les autres espaces de diffusion des courts métrages, il y a évidemment les chaînes de télévision, dont il ne faudrait pas sous estimer l'importance concernant le financement des courts métrages. Mais lorsqu'on s'intéresse aux grilles de programmation de ces dernières, on constate que les courts métrages sont très mal exposés (souvent au milieu de la nuit). Il suffit de lire les conventions collectives qui relient les différentes chaînes au CSA pour comprendre que celles ci sont soumises à des quotas de diffusion très stricts et que les courts métrages permettent d'acquérir à des coûts réduits des oeuvres d'expression originale française. Ainsi, pour une chaîne comme OCS, un court métrage français permettra de faire contrepoids à un épisode de Game of Thrones dans les calculs des quotas de diffusion d'oeuvres d'expression originale françaises. Si l'on pousse un peu plus loin cet exemple précis, on se rend compte que sur OCS Go (la plateforme de rattrapage d'OCS) les courts métrages sont les seuls programmes à être aussi mal référencés.

Pourtant, il me semble que les chaînes ont bien compris le rôle que le court métrage joue dans l'incubation des talents, et les émissions qui leurs sont consacrés ont fleuri dans beaucoup de chaînes comme *Libre court* sur France 3, *Histoires courtes* sur France 2 *Court-circuit* sur Arte, *Top of the shorts* sur Canal + Cinéma ou encore *Court central* sur OCS. Si il s'agit pour ces chaînes de mettre en avant leurs achats ou leurs pré achats (ne nous leurrions pas, les audiences de ces émissions sont très faibles) c'est aussi l'occasion pour ces chaînes de créer des liens avec des auteurs et des producteurs qui peut-être un jour « passeront au long » tandis que pour les chaînes du service public on peut parler de mission de service public dans le sens où il s'agit de soutenir la jeune création française.

Faire un film, techniquement, n'a jamais été aussi simple, à l'heure où les téléphones portables rivalisent avec les caméras professionnelles, chacun peut s'essayer au genre sans nécessairement avoir à démarcher des producteurs ou même le CNC pour s'assurer une source de financement. Entre 2008 et 2014, l'offre de court métrage a littéralement doublé avec plus de 2376 films courts exploités en salle²⁴. Or ces chiffres ne représentent même pas l'intégralité des courts métrages produits dans l'année car ils ne comprennent que ceux qui sont sortis en salle sous la forme de programmes ou ceux qui sont diffusés en avant séance via le programme extra court mené par l'Agence du court métrage. Il faudrait également compter tous les films qui ne sont diffusés qu'en festivals, ou encore les films d'école ou même les films qui ne sont pas sélectionnés en festival et qui sortent parfois directement en ligne - je pense notamment aux films produits dans le cadre de festivals « dématérialisés » comme au Nikon Film Festival.

L'offre de court métrage étant pléthorique, pour reprendre le constat du producteur Jean-Christophe Raymond lors des journées professionnelles du ROC, il faut de fait des prescripteurs. Nous les appelons dans ce mémoire les curateurs. Ce sont les chaînes, dans une mesure très limitée (et souvent sous la contrainte du CSA), mais surtout les festivals qui par un travail d'éditorialisation s'attellent à faire émerger les cinéastes qu'ils estiment être les plus prometteurs. Arnaud Gourmelen, sélectionneur au Festival Premier Plans d'Angers affirmait lors des journées professionnelles « *Aujourd'hui les noms qui sont passés à Anger, on les reconnaît*

²⁴ Qui regarde des courts métrages ? - Le petit salon par Lucile COMMEAUX - France Culture - 6 décembre 2016 - <https://www.franceculture.fr/emissions/le-petit-salon/sauver-les-musee-des-tissus>

mais quand ils arrivent se sont de parfaits inconnus. On a un public formidable, extrêmement jeune mais c'est un travail à l'année. Sur la question de la programmation, je vais être honnête : sur les 60 films, j'ai pas 60 coups de coeur. Chaque année il y a peut-être une quinzaine de noms en lesquels je crois vraiment, en me disant qu'ils sont vraiment à suivre. Mais on ne peut pas programmer que des films radicaux, il faut savoir ménager, varier les genres, assembler les films ensemble de manière à ce que le public aussi fasse confiance. Lorsque t'as 1000 personnes dans la salle, il faut savoir les surprendre... Je sais aussi qu'il y aura besoin de films plus « formatés », plus « narratifs »... Programmer 15 films expérimentaux c'est possible mais je pense que c'est plus fort de les mélanger dans des programmes. »

Si j'ai choisi d'évoquer spécifiquement le court métrage dans ce mémoire c'est parce qu'il s'inscrit parfaitement à la marge du cinéma commercial. Nous le disions plus haut, c'est un secteur pour lequel il n'existe quasiment aucune économie ni aucun marché et pourtant le nombre de courts métrages ne cesse d'augmenter d'années en années. Au delà du fait de constater que les festivals sont les premiers ambassadeurs du genre, ce qui nous intéresse en particulier ce sont les ambitions qui se cachent derrière l'effort d'agrégation, de tri et d'éditorialisation. Il existe en France plus de 300 manifestations par année qui accueillent une sélection de court métrage, et si ces festivals ne se cannibalisent pas entre eux, il y a tout de même la volonté - en particulier pour les festivals avec programmation en compétition - d'accueillir et de fidéliser les jeunes auteurs les plus prometteurs. Derrière chaque sélection en festivals, les programmeurs parient sur des talents en puissance. Nous développerons cette idée dans la prochaine sous partie.

Ce que relèvent plusieurs professionnels du secteur, c'est une tendance au formatage dans le secteur des courts métrages. Ce postulat vient en contradiction avec l'idée que nous soutenions plus haut selon laquelle ces formes courtes étaient par définition des espaces de liberté avec une pression relativement faible par rapport aux autres formats audiovisuels (je reprends ici les propos tenus par le sélectionneur du Festival d'Angers durant les journées professionnelles du ROC). Et pourtant, l'ensemble des acteurs du secteur constatent un manque d'originalité. Arnaud Gourmelen - sélectionneur à la quinzaine des Réalisateurs - tente d'expliquer cette frigidité à sortir des sentiers battus par la tradition naturaliste qui a longtemps plané sur le cinéma français et la volonté de reproduction qui s'en est suivie où tout

le monde voulait « faire du Abdelatif Kechiche ». Même si on observe un recrudescence du cinéma de genre depuis quelques années (le CNC a mis en place un programme de soutien aux courts métrages de genre tandis que Canal +²⁵ et OCS assument une ligne éditoriale tournée vers le cinéma de genre) la volonté de transcrire le réel dans sa quotidienneté est une thématique encore omniprésente dans de nombreux courts métrages. On pourrait presque parler d'auto-curation faite par les auteurs eux mêmes du fait du schéma de reproduction très fort à l'oeuvre. Peut-être est-ce un des rôles du producteur de déformer son auteur en le poussant à aller le plus loin possible dans ses envies ? Peut-être est-ce également le rôle du programmateur de festivals de faire émerger les formes nouvelles en prospectant aux quatre coins du globe ?

c. Programmateur de festivals : le premier curateur

Si les festivals sont les principaux curateurs dans le secteur du court métrage - et plus largement du cinéma d'auteur - il conviendrait de se pencher sur le rôle des programmeurs (parfois appelés « sélectionneurs ») qui sont les garants artistiques de ces manifestations. En effet, le sélectionneur agit sur les trois temps liés à la curation : c'est lui qui recense et agrège les contenus, opère une sélection et doit ensuite agencer cette dernière dans un ou plusieurs programmes, compétitifs ou non.

Le travail du programmateur consiste en grande partie dans l'effort de prospection, Mathilde Pinçon, programmatrice de festival pour Festival du film de Cabourg présente le travail de prospection de la manière suivante : « *Le processus reste similaire quel que soit le public ou la thématique. Il s'agit de solliciter les ayants droits, les producteurs, les réalisateurs, les écoles. Il faut aussi faire beaucoup de prospection sur les plus gros festivals. Pour les longs métrages ça va être tous les festivals de catégorie A (Cannes, Locarno, Berlin...). Pour les courts métrages ça va être le festival de Clermont Ferrand et pour l'animation, les festival d'Annecy... Chaque programmateur établit sa liste et fait des recherches par rapports aux synopsis, par rapport aux prix qui ont été remportés. L'idée c'est de ne pas passer à*

²⁵ SOFILM de genre est une résidence mise en place par So Film, Canal + et le CNC visant à promouvoir le développement du cinéma de genre (science fiction, fantastique, polar, thriller)

côté d'un film qui aurait du être programmé et de s'en rendre compte après. Donc il y a un gros travail de prospection et de mails à envoyer aux ayants droits. Il faut être très attentif à ce qu'il se passe. Une fois qu'on a reçu les films, il faut voir entre 500 et 600 films et en voir beaucoup qui ne seront pas forcément adaptés et de trouver parmi ces films là ceux qui correspondent à notre ligne de programmation. Ensuite, il y a des festivals où on est seuls - enfin une ou deux personnes à programmer - comme c'était le cas au Festival du film de Cabourg. Mais souvent il y a un comité, comme à Ciné Junior, où on travaille avec les différentes salles partenaires. Cela implique d'échanger sur les films, d'écouter l'avis de chacun, de parfois être convaincu par quelqu'un qui ne nous enthousiasmait pas forcément au départ. Il ne faut pas perdre de vue que notre goût personnel a de l'importance mais il faut toujours aller au delà. »

Ainsi, le travail de programmeur implique de consacrer énormément de temps à agréger les films auprès des principaux ayants droits mais aussi auprès des autres festivals (ce qui confirme l'effet « boule de neige » que nous évoquions précédemment). Ce travail semble s'apparenter à la face cachée de l'iceberg, puisque sur les 600 films qui seront visionnés par le ou les programmeurs, seuls une dizaine seront présentés dans le programme définitif. Néanmoins, les propos de Mathilde Pinçon mettent également en exergue la présence d'un filtre qui prévaut à l'évaluation - forcément subjective - du programmeur, c'est la ligne éditoriale. Chaque festivals sélectionne ses films à partir de critère de thématiques ou de durée : *« D'abord il faut prendre en considération les contraintes que tu as en fonction du festival pour le quel tu fais cette recherche de film. Par exemple pour le Festival de Cabourg c'est une thématique romantique. Cela induit d'avoir des films qui correspondent à cette thématique. Pour Ciné Junior, il faut des films adaptés au jeune public. »* nous explique Mathilde Pinçon. Ainsi, le programmeur compose son programme à partir de contraintes, plus ou moins strictes selon les festivals. Je pense ici aux controverses liées à la durée maximum exigée par le festival de Cannes pour les courts métrages qui est de 15 minutes, ce qui a des répercussions sur le formatage de certains films dont les réalisateurs choisissent par défaut cette durée afin de pouvoir être éligible.

Suite à ce travail de prospection, qui s'apparente à la première phase de la curation telle que nous l'avons définie dans l'introduction : *« Le curateur c'est donc*

celui qui recense les contenus, opère une sélection, il doit ensuite organiser et trier et mettre en forme les contenus puis dans un dernier temps il doit rendre ces contenus disponibles et accessibles aux internautes en les partageant. » il incombe ensuite au programmateur d'opérer une sélection puis d'organiser cette sélection dans un programme. Dans la majorité des gros festivals, cette sélection ne se fait pas seul, c'est une commission qui se réunit et qui décide à plusieurs de la forme du programme définitif afin de tester à plusieurs les différents enchaînements. Cependant, Mathilde Pinçon nous expliquait que beaucoup de festivals, sujets au manque d'effectifs et aux financements réduits d'années en années, se contentent d'un ou deux programmateurs. Les programmes deviennent alors le reflet de la subjectivité d'un seul individu.

Comme nous le faisait remarquer Mathilde Pinçon mais également Arnaud Gourmelen, responsable de la programmation du Festival Premiers Plans d'Angers. Le travail de programmateur implique aussi pour ces derniers de défendre sans cesse leurs choix artistiques, auprès du public mais également auprès des autres membres de la commission : *« Il m'est déjà arrivé de défendre des films corps et âmes alors que tout le monde me disais que c'était nul mais je disais que je voulais le montrer. Ça m'arrive toujours d'ailleurs. J'ai l'impression que lorsqu'on défend vraiment un film, il y a tout de même une raison et généralement ce qu'il s'est produit dans ces cas là, une fois que je le montrais en salle, au niveau des spectateurs, il y avait quand même des réactions qui me faisaient dire que ce n'était pas une erreur. Mais ça m'est arrivé d'avoir des gros doutes. Il ne suffit pas de choisir des films, il faut être capable de les défendre face aux spectateurs, face à ses collègues. Il ne faut pas être trop butté non plus mais en même temps avoir une certaine énergie pour pouvoir montrer des films qui parfois dérangent, ne sont pas dans la norme, sont un peu différents... J'ai travaillé dans des festivals à la fois hyper auteurs et pointus et dans des festivals plus grand public mais il fallait toujours assumer ce qu'on présente. »*

Ainsi, on retrouve dans les différentes tâches qui incombent au programmateur de festival, toutes les étapes clés de la curation. C'est d'ailleurs le mot qui a été choisi dans le monde anglo saxon pour désigner les programmateurs de cinéma : on parle de « film curator ».

2. Les SVOD, nouveaux curateurs

a. Les services de VOD (ou VàDA) un curateur de plus en plus influent

Avant de s'intéresser aux logiques de curation des services de vidéo à la demande par abonnement, il me paraît nécessaire de procéder à un rapide tour d'horizon du secteur, de manière à mieux comprendre le contexte dans lequel ce phénomène récent s'est installé et évolue à présent.

En France, le marché de la vidéo à la demande par abonnement est récent. Il est apparu en 2005 avec le lancement de Vodeo.TV. Cependant, ce marché reste relativement confidentiel jusqu'en 2014 qui correspond à l'arrivée de Netflix en France. En 2017, on comptabilise en France plus de 65 services de VàDA, c'est trois fois plus qu'en 2010²⁶ (voir annexe n°9). Il est important d'avoir en tête que les acteurs se différencient par leur nature et leur positionnement avec d'un côté des services avec un positionnement spécifique - avec comme grandes tendances la jeunesse, les documentaires et les concerts) - qui représentent la grande majorité des services de VàDA. De l'autre côté il y a les services généralistes parmi lesquels on retrouve Netflix, Canal Play ou encore Amazon Prime, c'est ceux qui nous intéresseront dans cette partie.

Si le marché est en très forte croissance, son poids économique est encore limité.

Comparativement à l'évolution du marché de la VàD à l'acte (le fait d'acheter un film à l'unité) qui a évolué de moins de 5% entre 2012 et 2017, le marché des VàDA a été multiplié par 9 sur la même période et représente 249 millions d'euros en 2017 selon le CNC. Si la croissance est flagrante à partir de 2014 et de l'arrivée de Netflix sur le marché, la croissance est soutenue par un marketing massif du service (Netflix aurait dépensé plus d'un milliard d'euros en 2017, uniquement pour promouvoir ses séries) mais surtout des investissements importants dans l'acquisition de contenu. Néanmoins, si ces services affichent une volonté de croissance forte et exercent une pression concurrentielle nouvelle sur le marché global de l'acquisition de droits, la

²⁶ Annexe 9, Évolution du nombre des services de VàDA actifs en France, CSA

valeur du marché de la SVOD (249 millions d'euros en 2017) est encore bien inférieure à celle de la télévision payante (3,3 milliards d'euros en 2017). Par ailleurs, le marché français est encore très loin derrière ceux des Etats-Unis ou même du Royaume-Uni.

Plusieurs facteurs peuvent expliquer la pénétration limitée des services de SVOD en France. Le plus évident serait l'abondance de l'offre télévisuelle gratuite avec notamment 27 chaînes TNT gratuites et surtout le développement rapide de la télévision de rattrapage.

On peut également citer la forte pénétration des offres triple et quadruple play²⁷ proposés par les FAI à des prix bien inférieurs à de nombreux pays (en particulier les Etats-Unis) couplé à l'abondance de l'offre cinématographique sur la télévision gratuite et payante.

L'exception culturelle française et la chronologie des médias (qui n'a pas évolué depuis 2009) qui empêche pour le moment les offres de services de VADA de proposer du contenu récent pèse également dans la balance.

Enfin, il y a aussi le facteur lié au niveau élevé de piratage²⁸ qui selon le CSA provoquerait un manque à gagner de 1,35 milliard d'euros pour ensemble des acteurs.

Malgré ces freins au développement des acteurs de la VADA, Reed Hastings, le président de Netflix a déclaré dans un entretien au Monde en juin 2017 que le nombre d'abonnés au service en France atteindra les 2 millions d'abonnés à la fin 2017. Par ailleurs, il estime que le service serait rentable si il touchait 10% des foyers (soit 2,8 millions d'abonnements), un objectif qui semble largement atteignable (si il ne l'est pas déjà !) compte tenu du pic de croissance d'abonnement. Si nous évoquons essentiellement Netflix, c'est parce que c'est de loin la plateforme la plus consommée selon le baromètre mensuel mis en place par le CNC.

Dans un contexte global de baisse des dépenses de la part des Français dans les programmes audiovisuels, leurs dépenses dans les services de VOD ont

²⁷ les offres triple et quadruple play sont celles qui incluent à la fois un accès internet, une offre de télévision et une offre de téléphonie fixe et/ou mobile

²⁸ Selon le CSA en 2015, il y aurait environ 13 millions de consommateurs pirates en France, soit 27% de la population internautes.

progressé. En 2017, un internaute sur quatre déclare utiliser un service VàDA, soit une hausse de 13 point en un an. À noter également que le déploiement des réseaux à haut et très haut débit permet aux utilisateurs de consommer du contenu audiovisuel sur tous leurs écrans même si le téléviseur reste le support préféré des Français devant l'ordinateur.

Ainsi, si la presse spécialisée et les festivals jouent des rôles « évidents » de curateurs pour le cinéma d'auteur dont les VàDA semblent plus éloignés au vu de la masse de contenu disponibles sur les plateformes de ces nouveaux géants, nous allons tout de même essayer de décrypter les stratégies qui permettent à ces acteurs d'éditorialiser leurs contenus.

Notons que nous traitons dans cette recherche des logiques de curation en marge du cinéma commercial et que la plupart des services de VàDA ne s'inscrivent pas dans cette démarche. Néanmoins, il me paraît essentiel d'évoquer les logiques de curation de ces nouveaux arrivants et en particulier des plateformes majeures - je pense évidemment à Netflix et Amazon Prime » - afin de mieux percevoir les nouveaux défis liés à l'explosion de la masse des contenus audiovisuels. Cela permettra également de mettre en lumière la manière dont les choix des curateurs du cinéma d'auteur sont parfois radicalement opposés à ceux des « géants ».

b. Curation par algorithme et référencement

Le marché de la VàDA étant de plus en plus concurrentiel, les services mettent en oeuvre des stratégies éditoriales souvent axées autour de l'exclusivité - comme en attestent les productions propres de Netflix - et du rafraîchissement du contenu proposé. Il semble que l'un des enjeux forts de ces nouveaux acteurs soit l'optimisation de l'expérience utilisateur. En effet, plus de 60% des contenus consommés sur Netflix par ses abonnés provient de la recommandation. Ce pourcentage élevé illustre bien l'importance d'outils comme les algorithmes de recommandation dont nous allons décrypter les mécanismes un peu plus bas.

Il faut également prendre conscience qu'avec la chronologie des médias particulièrement exigeante en France, les services de VàDA ne peuvent pas uniquement capitaliser sur les nouveautés puisque les instances de régulation veillent à ce que les films sortis il y a moins de trois ans en salle ne puissent pas être intégrés à leurs catalogues. Lorsque ces « nouveautés » sont alors disponibles à la demande elles ont souvent perdus la notoriété conférée par l'exploitation en salles, le marketing qui lui est associé et l'effervescence produit par le caractère « nouveau » du film.

Fort de ce constat, il paraît évident que seule une proposition éditoriale forte (et simple d'usage) peut inciter les utilisateurs à consommer ces films. D'ailleurs, dans une étude menée par le CSA et le CNC, parmi les principaux leviers de satisfaction des utilisateurs des services de vidéo à la demande on retrouve en très bonne position « la pertinence des recommandations de la plateforme » au même niveau que « le nombre de films »²⁹ ce qui montre bien l'importance que les utilisateurs consacrent à la qualité de leur expérience et à la nécessité de ces plateformes d'agir en tant que curateurs. Les services de vidéo à la demande par abonnement ont bien compris l'importance de cet enjeu comme en attestent les investissements conséquents dans le développement de l'expérience utilisateur : les investissements technologiques de Netflix - qui portent en grande partie sur l'ergonomie de la plateforme - s'élèveraient à plus de 1 milliard de dollars en 2017.

²⁹ Voir annexe n°10, Les principaux leviers de satisfaction des utilisateurs de services VàDA, CSA
Page 50 sur 113

La série *House of Cards* est un exemple concret des stratégies éditoriales des services de V&DA et du lien étroit qui les relie aux efforts de recommandation. Netflix a décidé de produire cette adaptation de série à partir des données d'utilisateurs collectés. En effet, les statistiques de consommation des abonnés indiquaient qu'un noyau dur des consommateurs aimait particulièrement les films avec Kevin Spacey et les films réalisés par David Fincher. À partir de ces éléments Netflix a produit une adaptation de la série en réunissant à la fois l'acteur et le réalisateur. Ainsi, l'algorithme de recommandation sert aussi à axer les choix éditoriaux en matière de production de contenus.

En 2014, le média américain *The Atlantic* a réussi à décoder l'algorithme de Netflix à partir d'une étude consciencieuse réalisée grâce aux informations contenues dans l'URL des films disponibles sur la plateforme. Il y apparaît que le géant américain, grâce à 600 ingénieurs regroupés dans la Silicon Valley, a mis au point un algorithme basé sur des catégories prédéfinies de genre que *The Atlantic* a appelé les « 76.897 personalized genres » (qui étaient jusque là tenus secrets, comme la plupart des données concernant la stratégie de cet acteur qui communique très peu sur ses audiences et autres indicateurs de développement). Chaque catégorie correspond à des « tags » référencés pour chaque film ce qui donne pour chaque contenu l'équation suivante : région du contenu + adjectifs de genre + nom du genre + basé sur... + qui se situe... + adapté sur... + sujet du contenu + âge type du public cible...

À partir de ces tags, les algorithmes apposent sur chaque contenu un des 76 897 « personalized genres » aux noms parfois farfelus comme « Quirky TV Shows Featuring a Strong Female Lead ». Ainsi les abonnés Netflix, après avoir visionné leurs premiers contenus, sont catégorisés dans une des 76 897 micro catégories qui permettront au service de procéder à une recommandation spécifique selon le profil (donc la micro catégorie) dans laquelle a été classé l'abonné. Si les données de Netflix qui mènent à ce profiling ont été dévoilées par l'enquête qu'ont menée les journalistes de *The Atlantic*, il ne s'agit pas d'un cas isolé. La plupart des géants de l'Internet ont désormais recours à des algorithmes de recommandation pour procéder à la curation du Web. Il est établi que l'algorithme de prescription est une stratégie majeure et essentielle pour les services de streaming culturels dits « illimités » comme *Spotify* et *Deezer* pour la musique ou encore *Steam* et *Twitch* pour le jeu vidéo.

Cependant, il convient de relever une certaine prudence de la part des acteurs français de VàDA liée à deux facteurs majeurs. D'une part il faut prendre en compte la difficulté technique et financière à recueillir un grand nombre d'informations pertinentes sur les utilisateurs - tous les acteurs de la VàDA ne disposent pas des moyens de Netflix - et d'autre part les utilisateurs sont de plus en plus méfiants lorsqu'il s'agit de l'exploitation de leurs données personnelles, dans le même temps les instances nationales de régulation dans ce domaine sont de plus en plus vigilantes.

Cette méthode de curation est une véritable rupture par rapport aux modèles que nous avons observé précédemment - celle des *Cahiers du Cinéma* et des Festivals de court métrage - ici c'est une curation mathématique dictée par des outils informatiques. Si l'humain reste à l'initiative de la curation, il n'est plus au centre de la manoeuvre qui repose ici sur une intelligence artificielle. Nous explorions précédemment les responsabilités et les enjeux du travail du programmeur de festival et du critique de cinéma. Nous analysions un tamis humain - donc sensible - qui, inévitablement, laisse filtrer la personnalité de l'individu dans des programmes ou des articles qui reflètent une subjectivité non dissimulée.

Cependant, il faut relativiser ce constat car dans les précédentes lignes nous n'avons quasiment évoqué que le cas de Netflix. Or cette plateforme n'avait pas pour vocation initiale de proposer du cinéma non-commercial, bien au contraire. Cependant, la plateforme fait de plus en plus appel à des auteurs pour tenter de proposer à ses abonnés une offre qualitative et exclusive. Il s'agit également de contourner la chronologie des médias en ne sortant pas ses productions en salles. On se souvient également des polémiques qui ont animé le Festival de Cannes lors des deux dernières éditions avec la présence en compétition de films³⁰ financés et distribués par Netflix qui ne sont pas sortis en salle. Finalement, le délégué général du festival, Thierry Frémaux, a acté lors de la dernière édition du Festival (la 71ème édition) que seuls les films qui sortiront en salle en France pourront être éligibles en

³⁰ En 2017, les film *The Meyerowitz Stories* de Noah Baumbach et *Okja* de Bong Joon-ho étaient en compétition. Lors de la dernière édition du Festival de Cannes, Thierry Frémaux a finalement acte que seul des films qui sortiront en salle France pourront concourir en compétition, écartant ainsi les films de deux « poids lourds » : Alfonso Cuaron et Jeremy Saulnier, pressentis en compétition.

compétition. Ted Sarandos, directeur des contenus de la plateforme de streaming, décida alors de bouder le festival, par crainte d'un « manque de respect »³¹ « Nous voulons être sur un plan d'égalité avec les autres cinéastes ». Le site de streaming a également précisé être ouvert à une sortie en salle sans néanmoins garantir la fenêtre de trente-six semaines entre la sortie en salle et la mise en ligne sur la plateforme. Finalement Netflix a boycotté le festival, privant alors les festivaliers de certains films événements comme le documentaire de Morgan Meville sur le cinéaste Orson Welles et de *The Other Side of The Wind*, le dernier long-métrage inachevé de ce même Orson Welles.

Ces exemples montrent que Netflix a aussi pour vocation d'être aussi un curateur du cinéma d'auteur, en le finançant, et en le diffusant sur sa plateforme les contenus via une curation algorithmique cependant, l'entreprise californienne éloigne dans le même temps ces auteurs de leur potentiel public en s'opposant à la sortie en salle de leurs films.

³¹ source : Netflix et le Festival de Cannes dans l'impasse par Bastien HAUGUEL - Le point version numérique - 18/04/2018 http://www.lepoint.fr/pop-culture/cinema/netflix-et-le-festival-de-cannes-dans-l-impasse-18-04-2018-2211579_2923.php

c. Mubi : un service de SVOD qui renoue avec le cinéma d'auteur et insiste sur son rôle de curateur

Si Netflix est le leader incontesté sur le marché de le SVOD, d'autres concurrents ont également investis le marché. C'est le site de streaming Mubi qui concentrera notre attention à ce stade de notre recherche. Souvent présenté comme le « Netflix du cinéma d'auteur », il propose de placer la curation au coeur de son modèle stratégique.

« They are trying to be everything for everyone. As a result, they are not satisfying everyone. Because of our **curation**, we can really become the trusted service you go to watch a quality film. We want to be the staff pick at your favorite video store. » confiait Efe Cakarel, le fondateur de Mubi au media *Fast Company*. Il affirme ainsi sa volonté de se démarquer des autres SVOD en pointant l'importance de la curation dans son fonctionnement en comparant son modèle à ceux des videos club. Le site de streaming lancé en 2007 (soit dix ans après Netflix) a aujourd'hui des bureaux aux Etats Unis, en Grande Bretagne, en Turquie, au Mexique et en France afin de fournir un contenu spécifique dans chaque pays où il est présent. Le principe de ce site est simple : plutôt que de proposer à ses abonnés l'intégralité de son catalogue, Mubi propose 30 films par mois. Chaque jour, un nouveau film est proposé pour une durée de 30 jours (tandis qu'un autre expire).

Avant de procéder à une description du fonctionnement de la plateforme, la manière dont Mubi se présente (dans l'onglet « à propos ») est assez révélatrice des objectifs du site mais également de l'importance qu'elle porte à la curation de contenus. « What is Mubi ? / A streaming service ? A curator ? A publisher ? A distributor ? A cinema lover ? / Yes. » ce qui donne dans la version française du site internet : « A propos de Mubi / Mubi, un service de streaming ? Un programmeur ? Une compagnie de production ? Un distributeur ? Un passionné de cinéma ? / Oui. »³² (voir annexe n°11). Il est intéressant de constater l'auto désignation du service de streaming en tant que « curator » traduit ici comme « programmeur » - sémantiquement, ce choix de traduction est intéressant et souligne la volonté d'humanisation du service. C'est d'ailleurs le point précis à partir du quel Mubi

³² Annexe n°11 : Captures d'écran de l'onglet « à propos » dans la version anglaise du site et la version traduite en français.

souhaite se distinguer des autres services de SVOD. Le service assume un totalement s'adresser un à un public de niche : les cinéphiles. Le premier élément de différenciation repose sur l'effort de programmation exigeant mais surtout sur l'approche « curative » de sa proposition de cinéma. Mubi programme ses films à la manière d'un cinéma indépendant, en choisissant des films qui répondent aux exigences culturelles de chaque pays et qui sont souvent reliés à des événements ou des tendances de société. Chaque mois Mubi propose des rétrospectives, des reprises de festivals ou même des cycles spéciaux³³... A la manière d'un programme de festival, les films sur Mubi répondent aux logiques des programmeurs de festivals que nous étudions précédemment.

Contrairement à Netflix qui propose un catalogue à vocation exhaustive et au scrolling infini, Mubi en choisissant de ne rendre accessible que 30 films, élimine le paradoxe du choix³⁴ (l'une des idées fortes défendues par Barry Schwartz dans son ouvrage « The paradox of choice : why more is less? » selon laquelle la culture de l'abondance nous éloignerait du bonheur). Mais surtout donne plus de visibilité à chaque oeuvre de cinéma qu'elle propose.

Il est d'ailleurs intéressant de comparer la manière dont Netflix et Mubi présentent leurs oeuvres sur leurs plateformes. Netflix propose une fiche technique contenant quelques informations générales concernant le casting mais très rarement d'informations sur son auteur (il n'est même pas nommé excepté pour certains cinéastes tels Woody Allen ou Steven Spielberg dont on pourrait suggérer que leur nom sert d'argument promotionnel). Au contraire, Mubi propose à ses abonnés une fiche technique des plus détaillées avec un synopsis fourni, un encart textuel avec « l'opinion des programmeurs », les casting artistiques et techniques détaillés, des articles du « notebook³⁵ » relatifs au film et les avis des abonnés Mubi³⁶. Si la différence est symboliquement forte, elle souligne le fossé qui se creuse entre les

³³ Annexe n°12 : Capture d'écran des « programmations spéciales » proposées par Mubi

³⁴ source : "The paradox of choice – why more is less » Barry SCHWARTZ (<http://www.e-marketing.fr/Thematique/etudes-1092/Breves/Idee-zip-paradoxe-choix-satisfaction-client-etait-ailleurs-185250.htm#R4g6hEQkoCdtUMVu.97>)

³⁵ Annexe n°13 : Capture d'écran illustrative du « Notebook » de Mubi le notebook est un magazine en ligne auxquels ont accès les utilisateurs de Mubi et qui traite de l'actualité du cinéma d'auteur.

³⁶ Annexes n°14 et 14bis : Comparatif des fiches de présentation de Mubi et de Netflix

pratiques de Netflix et l'idée de la cinéphile à la française marquée par la politique des auteurs promue par les Cahiers du Cinéma dans les années 1950. Au contraire si l'activité de Mubi s'inscrit à la marge de la salle (sacralisée par tout ce qu'induit la Politique des auteurs), elle renoue tout de même avec les idéaux des défenseurs du cinéma d'auteur.

Si Mubi affirme une stratégie à contre-pied de celle de Netflix et globalement des autres SVOD on pourrait aussi dire qu'elle s'inscrit dans la lignée de la politique des auteurs et d'une tradition de curation propre à la cinéphile à la française.

3. La curation : une pratique plurielle

a. Un logique de synergie

Nous avons mis en lumière la présence de plusieurs acteurs dans le champ de la curation en marge du cinéma commercial. Évidemment, les Cahiers du cinéma, les festivals de courts métrages et Mubi ne sont pas les seuls à agir dans le sens d'une éditorialisation du cinéma d'auteur. Cependant, ce triptyque me semblait révélateur d'une diversité assez représentative des différentes formes que peuvent prendre les logiques de curation et de la diversité des supports sur lesquels elles peuvent s'exprimer.

Si l'on reprend les trois exemples qui ont structuré notre recherche, il ne semble pas qu'il y ait de concurrence entre eux mais qu'ils fonctionnent dans une logique d'émulation. Dans ce secteur de niche, les références et les renvois sont récurrents d'un acteur vers l'autre. Il semblerait même qu'ils fonctionnent selon une enchaînement précis que la chronologie des médias suffit à justifier :

- Les Festivals sont ceux qui pratiquent la curation au stade le plus avancé, ils accompagnent les films dans les tous débuts de leur exploitation.
- Puis la presse spécialisée, ici les Cahiers du Cinéma (souvent partenaires de ces manifestations) proposent une sorte de *méta curation* de ces même films à travers des articles, des interviews et autres contenus éditoriaux dans leurs numéros mensuels.
- Et enfin les services de SVOD, soumis à l'attente des 36 semaines par la chronologie des médias, agissent, pour le moment, en fin de chaîne. Evidemment ce placement en bout de chaîne de la SVOD est contestable. L'exemple de Mubi est flagrant : le site de streaming est également actif depuis quelques années dans le secteur de la distribution et des ventes internationales³⁷ (voir annexe n°15). Ainsi, certains membres des équipes de Mubi parcourent les festivals du monde entier afin de dénicher des films dont ils assument par la suite les droits de distribution. Récemment, lors de la dernière édition du Festival de

³⁷ Annexe n°15 : Capture d'écran du site Mubi qui présente ses activités de distribution.

court métrage Côté court de Pantin, Mubi a consacré un cycle spécial à ce Festival (dont il était associé) et a diffusé en simultanément des courts métrages en compétition à Côté Court. Enfin il est intéressant de noter que Mubi a lancé un « Notebook » : site interne à la plateforme de streaming qui propose des articles (seulement en anglais pour le moment), des critiques, des interviews, des vidéos et autres contenus traitant de l'actualité du cinéma d'auteur. Mubi s'approprie ainsi un rôle qui était jusque là détenu par la presse spécialisée et certains sites et blogs de cinéma. Dans une certaine mesure, Mubi emprunte les logiques de curation des acteurs de l'écosystème et les condense dans son offre.

Etant donné la relative répartition de la temporalité de curation des ces trois acteurs, il n'y a pas de cannibalisation et même au contraire de nombreuses interactions positives et de promotions mutuelles. Il n'est pas rare de retrouver en quatrième de couverture des Cahiers du Cinéma des publicités concernant les offres d'abonnement à Mubi mais également de la publicité pour les festivals de courts métrages³⁸. Les trois curateurs étaient également partenaires lors de la dernière édition du Festival Côté Court à Pantin.

b. Programmes et programmeurs : vers une « *smart curation* »

A l'image des algorithmes de recommandation, ce sont de plus en plus des programmes qui jouent le rôle des programmeurs. Si l'exemple de Mubi était aussi intéressant à étudier, c'est parce qu'il prend le contrepied de cette tendance et permet alors de révéler les mécanismes de ce que nous avons appelé la curation algorithmique. Si ce n'est pas le seul site de streaming à procéder de la sorte (je pense à *Tënk* ou encore à *LaCinetek*), la multiplication des produits culturels oblige les services qui ont vocation à proposer un catalogue toujours plus riche et complet à avoir recours à des outils de recommandation qui ne sont pas seulement le « filtre humain ».

³⁸ Annexe n°16 : 4^{ème} de couverture des Cahiers du Cinéma juillet/août 2018

Si cela menace directement de disparition les critiques traditionnels (comme en atteste la chute des ventes des Cahiers du cinéma), la prescription des algorithmes, logiciels et autres machines restent encore bien trop maladroits et souvent insuffisants. L'écrivain, journaliste et sociologue Frederic Martel définit dans son ouvrage « Smart, enquête sur les internets » le concept de « smart curation » : une nouvelle forme de critique qui combinerait la puissance des algorithmes et le jugement de la recommandation humaine. En effet, les algorithmes sont parfaitement adaptés pour mesurer, agréger, traiter les données de masse mais sont encore très faible lorsqu'il s'agit d'anticiper les goûts ou juger des émotions et des sensibilités de chacun. Nous sommes encore loin de l'intelligence artificielle, - emphatique, sensible et même amoureuse - à laquelle Scarlett Johansson prêtait sa voix dans *Her* de Spike Jonze. Aujourd'hui les machines sont imbattables pour trouver le billet d'avion le moins cher mais anticipent encore très mal la prescription culturelle. Même en dehors du champ du cinéma, les recommandations sur les sites de streaming musicaux comme *Deezer* ou *Spotify* ont tendance à enfermer les abonnés à ces services dans le même genre musical lorsque ces derniers écoutent longuement un certain genre de musique. Les algorithmes ne sont pas encore capable d'associations d'idées ce qui, logiquement, mène à une curation de plus en plus étroite. Il faut que les ingénieurs intègrent artificiellement de temps à autres des artistes aléatoires dans les choix de l'algorithme afin de susciter l'étonnement de l'utilisateur, créant ainsi un simulacre de sensibilité pour palier à une recommandation trop peu curieuse³⁹.

Parallèlement, face à l'abondance du web, il y a une nécessité de « filtres ». Au début des années 1950, (je choisis cette date car elle correspond à la naissance de Cahiers du cinéma) les critiques culturels avaient à faire à un nombre limité de bien culturels. Il y avait encore peu d'artistes et on comptait au maximum une dizaine de sorties cinéma par semaines. En 2018, c'est environ dix films par semaine, sans compter les séries ni même les films qui ne sortent pas au cinéma (on en revient aux productions de Netflix réservées à ses abonnés...). Il me semble aussi que le vieux modèle qui consiste à proposer une vision unique de ce qui est bon ou mauvais et plus généralement du « bon goût » devient de plus en plus obsolète à cause de deux facteurs. D'une part du fait de l'élitisme dont relève ces appréciations et d'autre part

³⁹ « La « smart curation » est à inventer » Frédéric MARTEL - [slate.fr](http://www.slate.fr) - 6/09/2015 - <http://www.slate.fr/story/106133/smart-curation-recommandation-humaine-algorithme>

du fait de l'incapacité de ces critiques culturels à traiter l'intégralité des contenus disponibles.

La culture du Web, plus plurielle que jamais, implique également que chacun peut devenir son propre curateur et naviguer dans une diversité quasiment infinie de curateurs non institutionnalisés (les blogueurs, les influenceurs, les webzines...) qui ont pris une importance telle qu'on imagine difficilement un retour en arrière dans un modèle élitiste où le jugement est confié à quelques critiques s'adressant à quelques *happy few*.

Ainsi, la « smart curation » telle que la définit Frédéric Martel permettrait une véritable solution alternative en ceci qu'elle serait la combinaison de l'algorithme d'une part et de la curation de l'autre. Un filtre à deux tamis qui permettrait d'additionner le *big data* à la sensibilité humaine menant à une éditorialisation intelligente. Dans les faits, il s'agit d'une recommandation qui bénéficierait à la fois des algorithmes mais aussi d'un traitement humain et surtout d'une prescription personnalisée par des « curateurs ». Il semblerait que parmi les trois terrains d'études étudiés ce soit avec le site de streaming Mubi que nous nous approchions le plus d'une application pratique de cette « smart curation ».

Enfin, je ne pense pas qu'il faille croire que les machines vont forcément dans le sens d'un appauvrissement culturel, le « big data » et l'algorithmie ne sont pas nécessairement des phénomènes d'uniformisation et d'homogénéisation. Je me suis bien sûr posé la question de savoir si traiter des curation algorithmique avait du sens dans un mémoire axé autour de la marge du cinéma commercial. Mais je me suis vite ravisé car les algorithmes ne mènent pas forcément les internautes vers les *blockbusters* et autres films liés à la culture de masse. Bien évidemment ça peut être vrai mais cela dépend entièrement de la manière dont ils sont programmés, il y a bien évidemment le danger qu'ils soient liés à des contrats publicitaires mais à l'inverse ils peuvent aussi conduire vers des niches. Tout dépend des paramètres qui sont fixés.

Peut-être que le véritable danger, comme nous l'évoquions précédemment, n'est pas l'uniformisation ou la standardisation mais le fait que les algorithmes enferment les utilisateurs dans leurs « bulles de confort » (Netflix cloisonne son utilisateur dans

un des 76.897 « personalized genres » en leur fournissant ce qu'ils consomment déjà et l'enfermant ainsi dans sa propre communauté. Néanmoins, les algorithmes intègrent de mieux en mieux les nuances, ce qui leur permettront de se spécialiser et de s'adapter à plusieurs centres d'intérêts propres aux consommateurs et ainsi lui permettre de naviguer un peu plus vers l'inconnu.

Conclusion

Lorsque je commençais la rédaction de ce mémoire, je souhaitais procéder à travers une étude de cas à l'analyse des méthodes d'un curateur historique, les Cahiers du Cinéma, dont les logiques éditoriales répondaient selon moi à une logique de réactualisation d'un âge d'or : celui de la Nouvelle Vague. Je reconnais à présent que cette hypothèse était peut être trop radicale. Et même si je pense avoir mis en lumière certains fondements de la ligne éditoriale de ce média spécialisé, l'idée d'une instrumentalisation du discours de la « jeune nouvelle vague » à des fins de réactualisation d'une époque passée mériterait d'être nuancée. C'est notamment ma rencontre avec Florence Maillard, membre du comité de rédaction des Cahiers du Cinéma, qui m'a conduit à réajuster mon hypothèse. En effet, plutôt que de parler d'une volonté d'instrumentalisation de discours, il serait plus raisonnable d'évoquer une volonté forte et affirmée du média de faire exister des phénomènes. De plus, nous avons consacré une grande partie de notre mémoire à une analyse sémantique des pages de couvertures des Cahiers du Cinéma alors que le choix des photos ne revient pas aux rédacteurs mais au « patron » du média (je reprends ici les termes de Florence Maillard), néanmoins les titres de chaque numéros relèvent bien du choix du comité de rédaction.

J'émettais également l'hypothèse selon laquelle la multiplication des espaces de diffusion du cinéma d'auteur et notamment la possibilité de visionner des films hors de la salle de cinéma faisait émerger de nouvelles pratiques de curation. Je pense effectivement que l'émergence des services de vidéos à la demande par abonnement a été une révolution dans la manière d'appréhender la curation d'un contenu dont la croissance est exponentielle. Avec l'étude de cas du site de streaming Mubi et de Netflix, nous avons abordé la pratique de la curation algorithmique. Cependant, si des nouvelles pratiques de curation émergent elles ne sont pas forcément en rupture avec les grands principes posés par une pratique de la curation qui a émergé avec la politique des auteurs, on note néanmoins une tendance forte à la désacralisation de la salle de cinéma avec l'avènement du multi écran et une chronologie des médias sans cesse remise en cause par les nouveaux services de cinéma.

La vente en chute libre des Cahiers du Cinéma illustre une conséquence de la confrontation de deux grands modèles de curation : l'un qui repose sur un accès payant, de tradition littéraire, élitiste et dont les curateurs sont des « spécialistes ». L'autre modèle est explosé, pluriel, en mouvement et repose en grande partie sur la culture du web. Et puis, un peu à part, au milieu de ces deux modèles, il y a les festivals, bastions solides du cinéma d'auteur, qui fédèrent un public toujours plus nombreux. Tandis que le modèle de curation historique peine à trouver sa place dans l'économie actuelle et que les nouveaux acteurs sont à la recherche de stabilité, les festivals restent des guides solides, des curateurs de fond qui font exister le cinéma d'auteur.

Enfin, notons que le mot « curation » est encore ambigu. J'ai remarqué au cours des discussions autour de mon mémoire avec mon entourage que le terme avait une connotation élitiste (lorsque le mot n'était pas tout simplement inconnu). On m'a notamment fait remarquer que l'intitulé de ce travail de recherche était pompeux. Il est vrai que le mot curateur est souvent rattaché à la muséologie : au MET et au MoMA, un « curator » est un conservateur qui présente et organise une exposition avant que le mot soit également étendu dans les cinémathèques puis soit repris par la culture numérique . Ce travail a été également l'occasion de proposer une définition de ce terme qui relève d'une multitude de significations. Il semble qu'on retrouve la curation, par effet de mode peut-être, dans une multitude d'univers professionnels, selon l'essayiste américain Thomas Frank, elle est devenue « l'occupation culturelle la plus admirée de l'époque ». Le curateur joue le rôle de sélectionneur dans un secteur qui produit toujours plus de contenu. Si l'on pouvait désigner les critiques de cinéma comme étant les seuls curateurs du cinéma d'auteur au début des années 50, cette gouvernance élitiste dans laquelle le curateur était un arbitre qui fournissait des jugements et qui définissait ce qu'il fallait garder ou exclure est révolue. Aujourd'hui, les nouveaux services, mais aussi la culture Web implique que chaque spectateur peut devenir son propre curateur.

C'est un fait que le public est de plus en plus amené à s'exprimer, à commenter, à noter, et cela sur une multitude de plateformes. *Allociné* ou encore *Senscritique* ne sont-ils pas eux aussi des curateurs qui permettent aux internautes de procéder à un tri et une sélection à partir des avis des autres internautes ? En ce sens, *Senscritique* délègue son rôle de curateur aux internautes en ne produisant

pas ou très peu de contenu propre. Le site web propose d'organiser un « bouche à oreille culturel ». Dans une première phase le site offre aux internautes la possibilité d'évaluer les films qu'ils ont vus avec des injonctions à noter les films mais également à donner leurs avis détaillés dans des critiques. Dans une seconde phase le site, à la manière d'un réseau social, organise le partage des avis, classe les films selon leurs notes et met en lien les internautes selon leurs affinités communes.

De la critique élitiste du media spécialisé au programmeur averti de festival, du parti pris par les algorithmes jusqu'à l'avis exprimé par Monsieur Toulemonde, la palette est large, désormais pour le public de trouver ses repères et se forger une opinion. A l'heure des « influenceurs », la définition même du mot curateur s'est élargie et chacun peut, à tout moment, à sa façon, s'en réapproprier le rôle. Un vaste sujet de recherche qui permettrait de prolonger la réflexion entreprise tout au long de ce mémoire.

Bibliographie :

- FERREIRA Alexandre Figueiro, La Vague du Cinéma Novo en France fut-elle une invention de la critique ? - Paris: L'harmattan, 2000, 294 p
- BERGALA Alain, Critique/théorie : l'évaluation et la preuve », in Cinémas : revue d'études cinématographiques, vol. 6 n°2-3, p. 32, Montréal, Canada, 1996.
- TRUFFAUT François, « Une certaine tendance du cinéma français », in Les cahiers du cinéma, n°31, 1954.
- JOURNOT Marie-Thérèse, Le Vocabulaire du Cinéma 3ème édition - Paris: Armand Colin, 2014, 123 p
- BELLOCCHIO Marco, « La révolution au cinéma », Cahiers du cinéma, mars 1963
- MARCOROLLET Louis, « L'autre Amérique », Cahiers du cinéma, mars 1963, n°141, p. 10-12
- PREDAL René, « Depuis la guerre », Les revues de cinéma dans le monde, Corlet-Télérama, 1993
- SORLIN Pierre, Introduction à une sociologie du cinéma, Paris: Klincksieck, coll. « Collection d'esthétique », 2015, 246 p
- KRYWICKI Boris, La critique cinématographique : Analyse des contrats de lecture proposés dans la presse traditionnelle d'aujourd'hui, Université de Liège Faculté de Philosophie et Lettres - Département des Arts et Sciences de la communication, Liège, 2015, 123 p
- Cahiers du Cinéma, numéros 88 - 90- 645 - 661 - 688 - 721 - (hors série: Nouvelle vague : une légende en question)
- DUBOIS Jacques. 1978. L'institution de la littérature, introduction à une sociologie. Bruxelles / Compte rendu de Bernard Andrès Voix et Images, vol. 5, n° 2, 1980, p. 417-419.
- DUCAS Sylvie, Ce que font les prix à la littérature, Communication & Langages De la Prescription : Comment le livre vient au lecteur, n°179 - Mars 2014
- CHAUVILLE Christophe, Le court, passage obligé ? - Repérages, février-mars 2009, n°63, p.27-45
- REGNIER Isabelle, Gaillarde est la nouvelle garde du cinéma français - Le Monde 13 mai 2013
- FILLON Lucas, « Marlon », le coup de coeur des festivals - Ecran Total - février 2018

- FILLON Lucas, Parcours d'un court - Ecran Total - décembre 2017
- FILLON Lucas, Les festivals au coeur de l'économie du court métrage - Ecran Total - 2013
- OREMIATZIKI Yohav, Comment les festivals cherchent la parade à la crise ? Télérama, 8 juin 2015

Sitographie :

- Entretien avec Staphane Delorme, Les fiches du Cinéma - <http://www.fichesducinema.com/spip/spip.php?article4504>
- « Spring breakers » dans les Cahiers du Cinéma : L'idiotie considérée comme un art, Rue 89 <http://rue89.nouvelobs.com/rue89-culture/2013/03/25/spring-breakers-les-cahiers-cinema-lidiotie-consideree-comme-beaux-arts-240838>
- Comment le jeune cinéma français s'est donné les moyens de faire long, Slate - <http://www.slate.fr/story/82631/tonnerre-brac-macaigne-moyen-long>
- Young French Cinema : Découvrez une nouvelle génération de réalisateurs !, Unifrance <http://www.unifrance.org/actualites/14526/young-french-cinema-decouvrez-une-nouvelle-generation-de-realisateur>
- Entretien avec Stéphane Delorme / Qu'est ce qu'on attend ?, fiches du cinema, 01/04/2014, Nicolas MARCADÉ <https://www.fichesducinema.com/2014/04/entretien-avec-stephane-delorme/>
- Curation par algorithme, le rêve déçu de la toute-puissance de la machine, Slate, Frédéric Martel <http://www.slate.fr/story/106135/critique-curation-algorithme-reve-decu>
- ACPM, Evolution de la diffusion france payée sur 5 ans des Cahiers du cinéma - <http://www.acpm.fr/Support/les-cahiers-du-cinema>
- Les cahiers du cinéma, une histoire étonnante d'une revue singulière - mémoire soutenu par Noémie DEFORSEAU à l'Université libre de Bruxelles - <https://ndeforseau.files.wordpress.com/2008/02/les-cahiers-du-cinema-une-histoire-etonnante-dune-revue-singuliere.pdf>
- Art contemporain : les dix commandements du curateur, [télérama.fr](http://www.telerama.fr) <https://www.telerama.fr/scenes/art-contemporain-les-dix-commandements-du-curateur.99885.php>

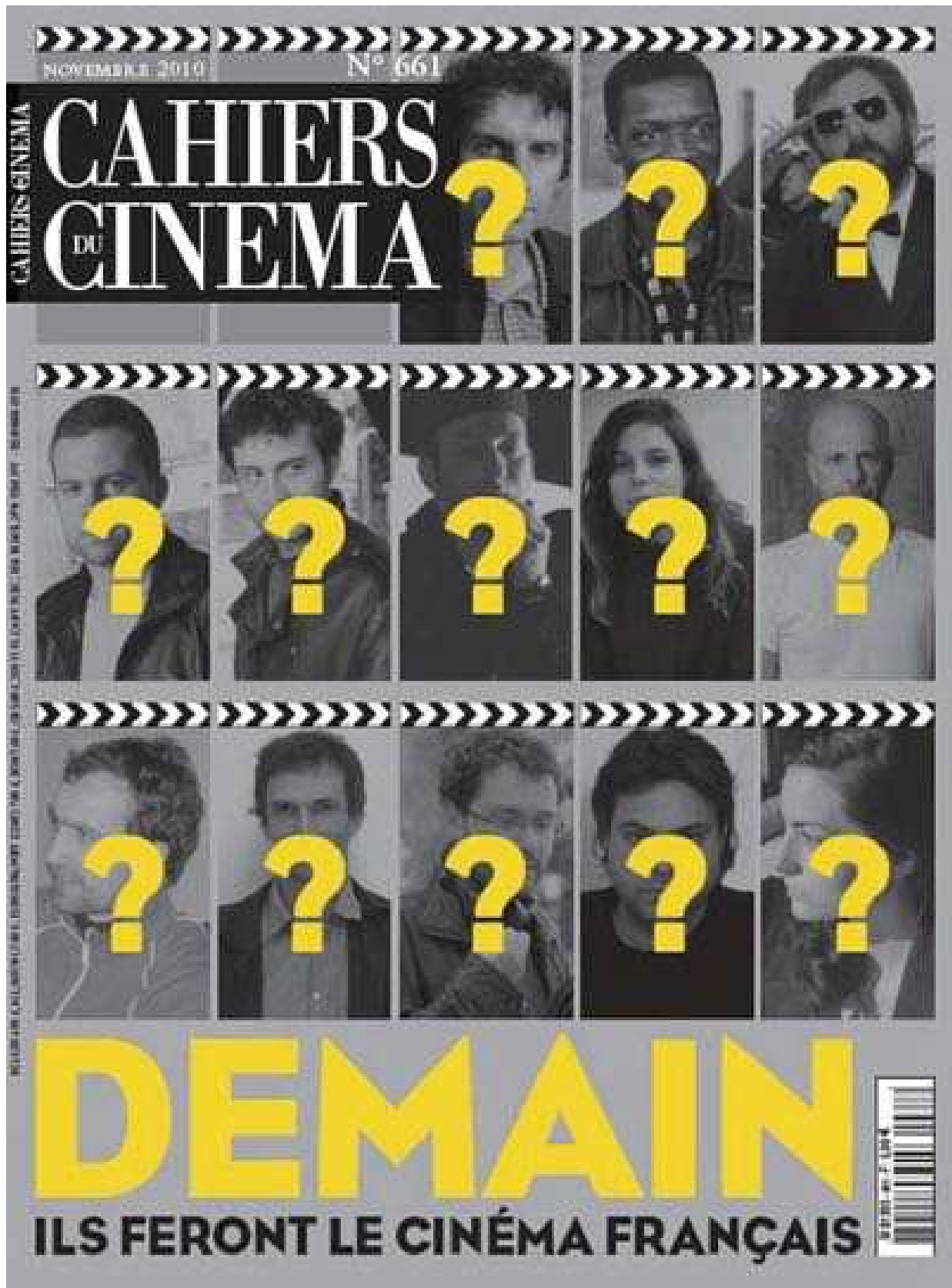
- La vidéo à la demande par abonnement en France : marché et stratégies des acteurs - CNC, étude prospective publiée le 12/05/2018 https://www.cnc.fr/professionnels/etudes-et-rapports/etudes-prospectives/la-video-a-la-demande-par-abonnement-en-france--marche-et-strategies-des-acteurs_555777
- Hox Netflix reverse engineered Hollywood, Alexis C. MADRIGAL - 02/01/2014 - <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2014/01/how-netflix-reverse-engineered-hollywood/282679/>
- Netflix et le Festival de Cannes dans l'impasse par Bastien HAUGUEL - Le point version numérique - 18/04/2018 http://www.lepoint.fr/pop-culture/cinema/netflix-et-le-festival-de-cannes-dans-l-impasse-18-04-2018-2211579_2923.php
- Le paradoxe du choix : et si la satisfaction client était ailleurs ? - Richard BORDENAVE - 19/12/2002 <http://www.e-marketing.fr/Thematique/etudes-1092/Breves/Idee-zip-paradoxe-choix-satisfaction-client-etait-ailleurs-185250.htm#R4g6hEQkoCdtUMVu.97>
- <http://pleinecran.blog.lemonde.fr/2018/04/24/netflix-et-la-disparition-de-l-auteur-de-cinema/>

Emission de radio

- Qui regarde des courts métrages ? - Le petit salon par Lucile Commeaux - France Culture - 6 décembre 2016 - <https://www.franceculture.fr/emissions/le-petit-salon/sauver-les-musee-des-tissus>

Annexes

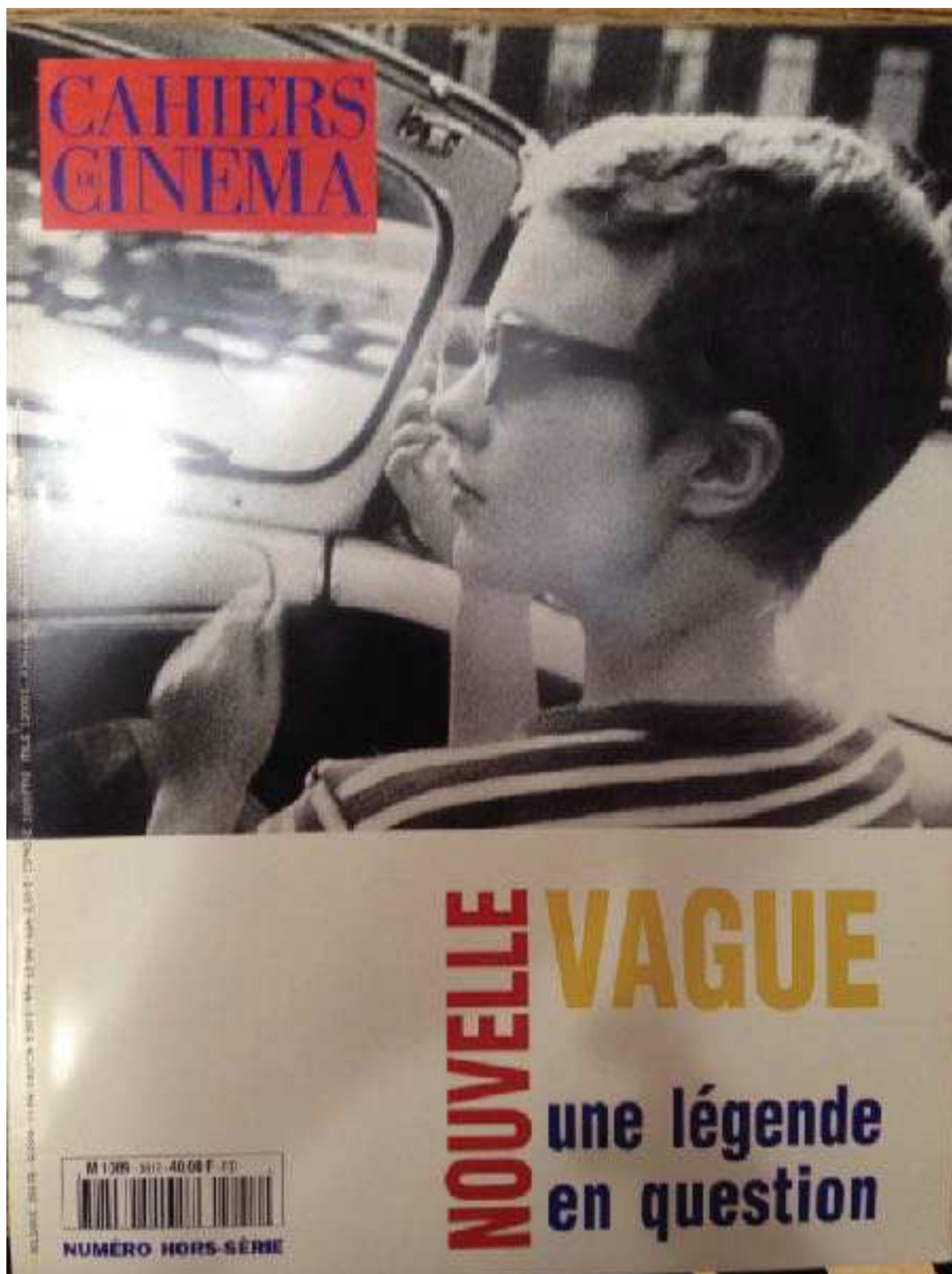
Annexe 1, Cahiers du Cinéma, Demain ils feront le cinéma français, n°661, - novembre 2010



Annexe 2, Cahiers du Cinéma, Jeunes cinéastes français on n'est pas morts ! n°688, avril 2013



Annexe 2 bis, numéro spécial : Nouvelle Vague, une légende en question





Annexe 3 bis, Le SMS de Cologne de Vincent Macaigne - Cahiers du Cinéma, Jeunes cinéastes français on n'est pas morts ! - n°688, avril 2013

EVÈNEMENT

Metteur en scène, acteur, réalisateur, Vincent Macaigne est partout. Il nous envoie ce texto-manifeste écrit une nuit d'insomnie à Cologne.

Le SMS de Cologne

DE VINCENT MACAIGNE


Il manque des poètes et à la production et à l'écriture,
des risqué-tout.
Au théâtre, c'est on qui s'est passé.
Et le théâtre est devenu trop souvent petit et étriqué,
d'un côté les medeux
et les cyniques et de l'autre les sacrifiés;
ils brûlent et sont pillés par les medeux et les cyniques;
les sacrifiés meurent
et les cyniques les pillent en parlant de référence.
Ça s'appelle la dévoration de l'homme par l'homme.
Dans le commerce on ferait des procès pour plagiat, en art
les poètes sont juste dévorés.
C'est l'écrit de Dostoïevski
alors il se reste plus qu'à avoir
l'espoir d'être entendu par quelques personnes quelque part.
Avoir l'espoir dans l'immense écoute du Monde.
Il va falloir apprendre à se salir.
Sinon on laissera trop de place aux gens vraiment sales.
Il y a urgence à créer.
Sinon bientôt il n'y aura plus que ça...

Les gestes, trop souvent, ne veulent juste que
ressembler à ce qui marche pour faire partie d'un groupe,
comme on s'habille, pour se faire reconnaître d'un petit
ensemble social.
On attend autre chose, je veux dire, on attend des amoureux...
On attend ça, des choses qui nous fassent sentir cons...
Parce qu'elles sont justes et véritables.
Il faut que tu lises *Du luxe et de l'impopularité* de Lagarde.

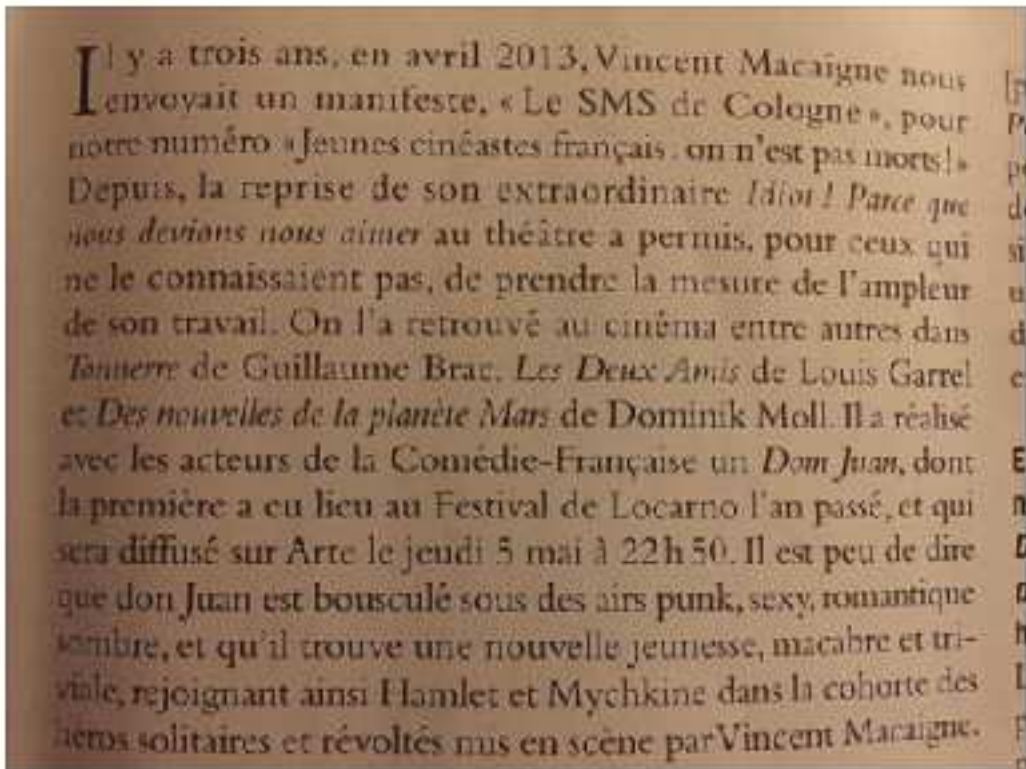
Et puis surtout faire du Cinéma, faire du théâtre, peu importe
pour ne pas faire semblant de vivre nos vies.
Pour se rappeler que nous sommes capables de grandes
choses. De se fatiguer pour rien.
Juste pour dire nous avons vécu en ce temps.
Et en ce temps nous étions ainsi.

« Dire aux autres, s'avancer dans la lumière et redire aux
autres, une fois encore, la grâce suspendue de la rencontre,
l'arrêt entre deux êtres, l'instant exact de l'amour, la douceur
de tenter de dire à voix basse le... »

Annexe 4, Capture d'écran du compte Facebook de Vincent Macaigne

 **Vincent Macaigne** a partagé sa photo.
17 avril, 14:22 · 🌐

Cahiers du cinéma






Il y a trois ans, en avril 2013, Vincent Macaigne nous envoyait un manifeste, « Le SMS de Cologne », pour notre numéro « Jeunes cinéastes français. on n'est pas morts ! » Depuis, la reprise de son extraordinaire *Idiot ! Parce que nous devions nous aimer au théâtre* a permis, pour ceux qui ne le connaissaient pas, de prendre la mesure de l'ampleur de son travail. On l'a retrouvé au cinéma entre autres dans *Tonnerre* de Guillaume Brac, *Les Deux Amis* de Louis Garrel et *Des nouvelles de la planète Mars* de Dominik Moll. Il a réalisé avec les acteurs de la Comédie-Française un *Dom Juan*, dont la première a eu lieu au Festival de Locarno l'an passé, et qui sera diffusé sur Arte le jeudi 5 mai à 22h 50. Il est peu de dire que don Juan est bousculé sous des airs punk, sexy, romantique sombre, et qu'il trouve une nouvelle jeunesse, macabre et triviale, rejoignant ainsi Hamlet et Mychkaïne dans la cohorte des héros solitaires et révoltés mis en scène par Vincent Macaigne.

Vincent Macaigne · Dom Juan et aganarella
16 avril, 19:37 · Paris · 🌐


cahiers du cinema

👍 J'aime 💬 Commenter ➦ Partager

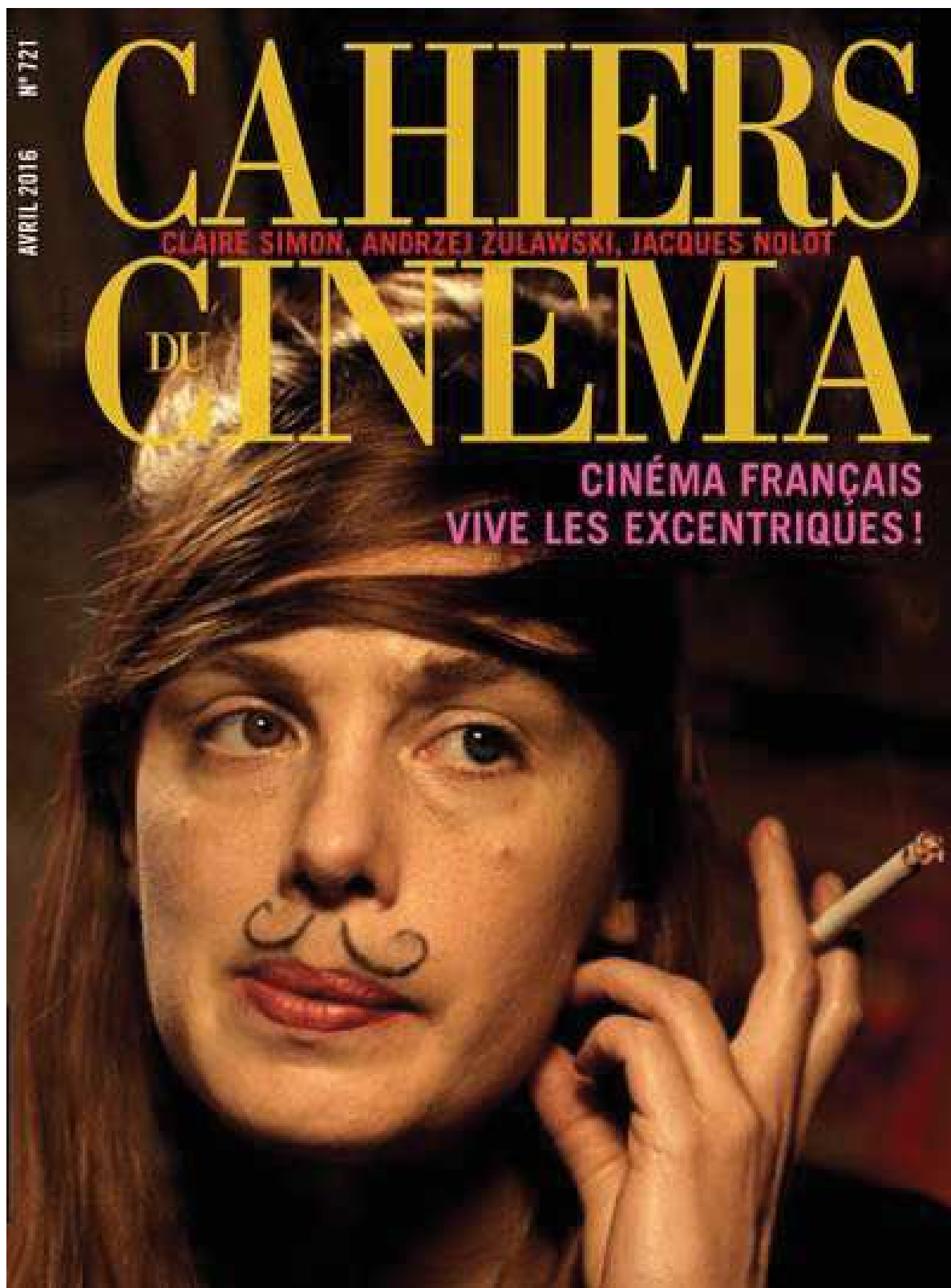
  34

 **Thomas Louis Jacques Schmitt**
... sur Arte le jeudi 5 mai à 22h 50. Il est bousculé sous des airs punk s

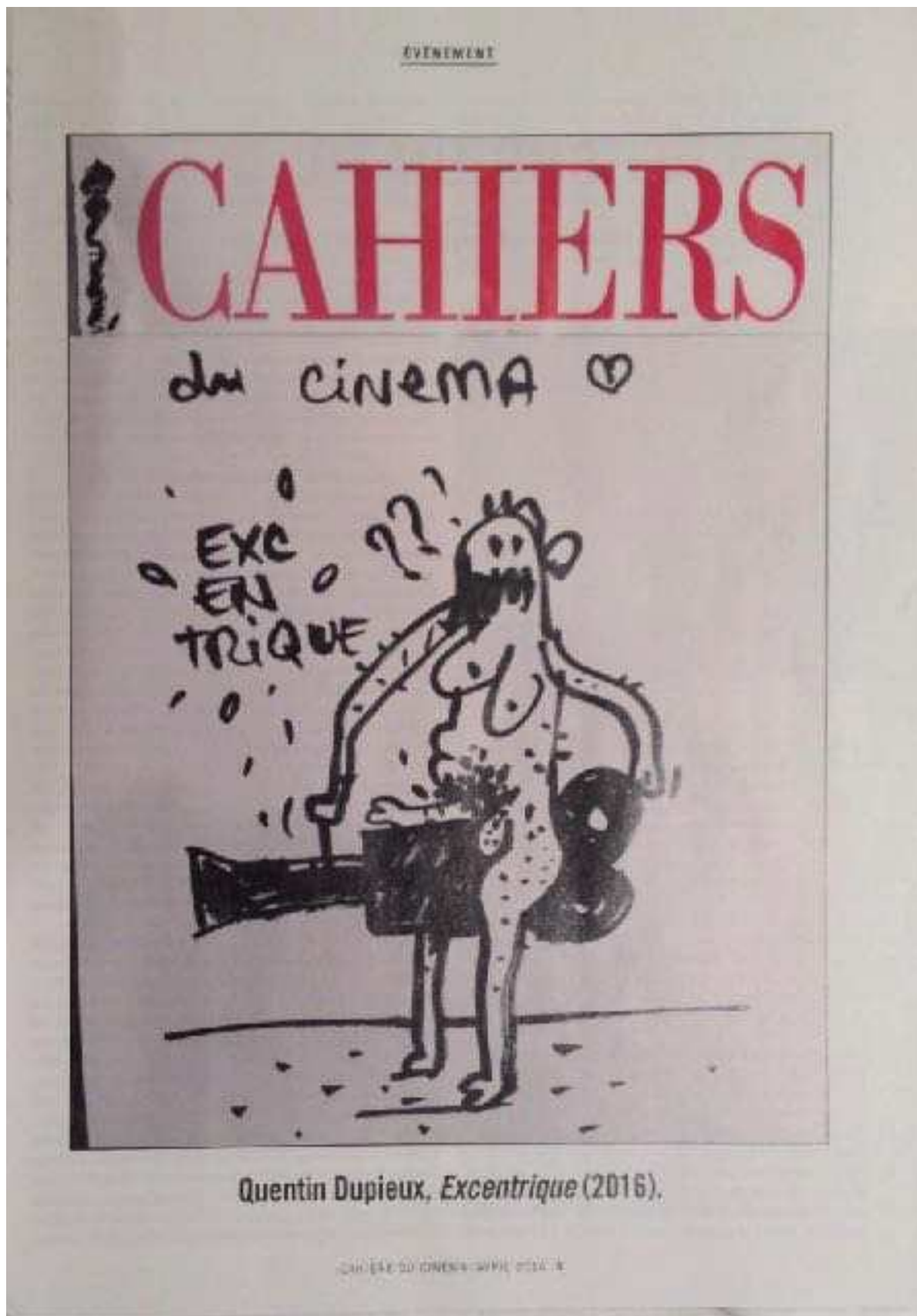
J'aime · Répondre · 🗨️ 1 · 17 avril, 14:31

 **Vincent Macaigne** 😊

Annexe 5, Cahiers du Cinéma, Cinéma français vive les excentriques !,
n°721, avril 2016



Annexe 5 bis, Cahiers du Cinéma, Cinéma français vive les excentriques !, n°721, avril 2016 - illustration de Quentin Dupieux



Annexe 6, Captures d'écran du compte Facebook de Vincent Macaigne

Vincent Macaigne
7 mai, 20:35 · Paris ·

ALLEZ C'EST MAINTENANT SUR ARTE +7 EN REPLAY



Les Inrocks - Pour Vincent Macaigne, Don Juan est "un petit con qui pourrait travailler dans la pub"

Il faut bien s'adapter au spectacle de Molière. Avec le ténébreux Don Juan et Sganarelle, Vincent Macaigne relève le défi et transforme ses personnages en héros...

LES INROCKS COM | PAR LADY GOLDBERG

J'aime Commenter Partager

Vincent Macaigne et 67 autres personnes

2 partages

Vincent Macaigne
7 mai, 20:35 · Paris ·

ALLEZ C'EST MAINTENANT SUR ARTE+7 EN REPLAY



Arte : Don Juan et Sganarelle font en enfer

CE SOIT ALA TELE - POUR la collection ART+7 - Comédie-Française, Vincent Macaigne adapte l'original.

THEATRE LEONARDINI | PAR LADY GOLDBERG

J'aime Commenter Partager

Vincent Macaigne et 20 autres personnes

Vincent Macaigne
7 mai, 20:24 · Paris ·

ALLEZ C'EST MAINTENANT SUR ARTE+7 EN REPLAY



Le « Don Juan » moderne de Vincent Macaigne

Le metteur en scène offre une version trash et virulente de la comédie de Molière, ce jeudi soir 5 mai, à 22h40 sur Arte.

LES INROCKS COM

J'aime Commenter Partager

Vincent Macaigne et 4 autres personnes

Votre commentaire...

Vincent Macaigne a partagé sa publication.
7 mai, 20:41 ·

ALLEZ EN CE MOMENT EN REPLAY SUR ARTE+7

Vincent Macaigne
7 mai, 12:35 · Paris ·

DOM JUAN ET SGANARELLE EN REPLAY SUR ARTE +7



"Dom Juan & Sganarelle" par Vincent Macaigne avec la Comédie-Française : trash mais pas si...

Le film se révèle bien plus fidèle à l'original qu'on ne pourrait le croire, pourtant joué dans une ambiance contemporaine de poses de riches dépravés et fornication...

ARTE+7+7 COM

J'aime Commenter Partager

Vincent Macaigne et 12 autres personnes

Annexe 6 bis, Captures d'écran du compte Twitter de Vincent Macaigne



Annexe 7, Capture d'écran du compte Facebook de Vincent Macaigne - photo du tournage de *La Loi de la jungle* d'Antonin Peretjatko



VincentMacaigne @VincentMacaigne - 26 févr.
LA LOI DE LA JUNGLE @Pascallegitimus

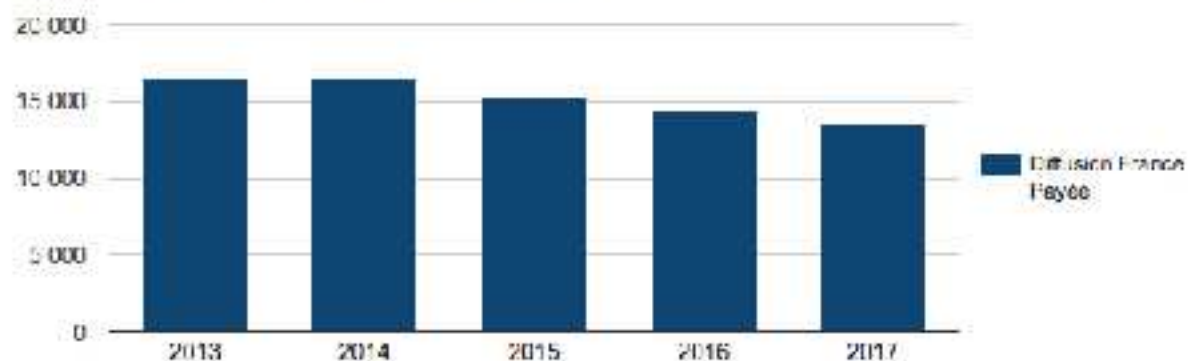


👍 1 ❤️ 2 ...

Annexe 8, ACPM, Evolution de la diffusion France payée sur 5 ans des Cahiers du cinéma

ÉVOLUTIONS

ACPM - Evolution de la diffusion France Payée sur 5 ans:



RÉPARTITIONS

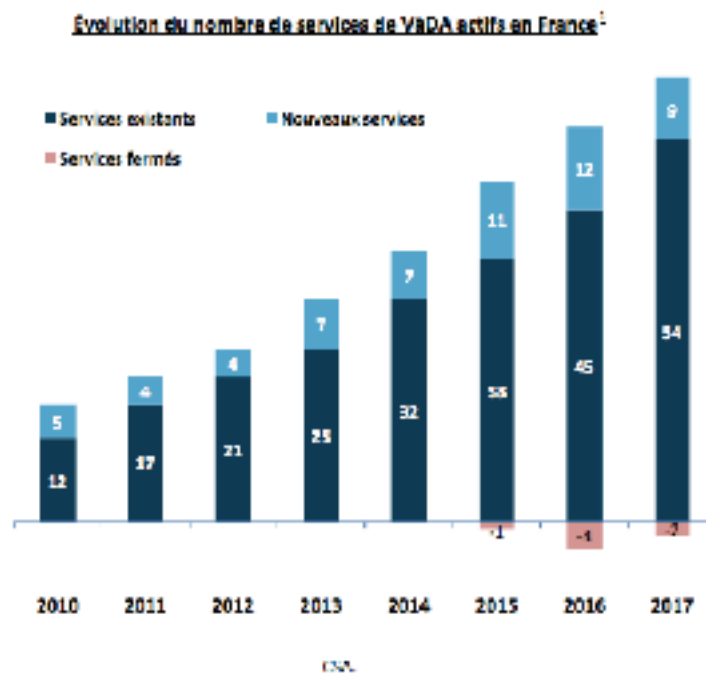
ACPM - Répartition de la Diffusion Individuelle France Payée CJD sur 2017



ACPM - Répartition des canaux de Diffusion France Payée CJD sur 2017



Annexe 9, Évolution du nombre des services de VàDA actifs en France, CSA



Annexe 10, Les principaux leviers de satisfaction des utilisateurs de VàDA, Médiamétrie, Juillet 2017



Répondre : 2010 utilisateurs adultes de services de VADA

Question : Et plus précisément, êtes-vous satisfait des éléments suivants ?

Annexe 11 : Captures d'écran de l'onglet « à propos » dans la version anglaise du site Mubi et la version traduite en français.



Annexe 12 : Capture d'écran des « programmations spéciales » proposées par Mubi (01/09/2018)



Takashi Miike a réalisé son 100e film d'animation (1) et nous l'honneur d'être invité à la soirée au Festival de Cannes (en anglais). Cette édition, nous rendons hommage à ce vétérain japonais en vous proposant quelques-uns des meilleurs films qui ont marqué son jeune époque, incluant la trilogie *Dead or Alive*, qui l'a aidé à se faire un nom à l'international et à assésor son style si particulier.



Annexe 13 : Capture d'écran de la page d'accueil du « Notebook »
proposé par Mubi (01/09/2018)



Annexe 14 : Capture d'écran des « fiches films » sur Netflix



On note que pour le film Gravity, le nom du réalisateur (Alfonso Cuaron) n'apparaît nul part...



... Contrairement au film Minority Report où le nom de Spielberg est mentionné.

Annexe 15 : Capture d'écran de la présentation des activités de distribution sur le site Mubi (01/09/2018)

SORTIES MUBI

Nous croyons que les films devraient être vus sur tous les écrans, quelle que soit leur taille. C'est pourquoi nous parcourons les festivals afin de dénicher les nouveaux films les plus passionnants et originaux du moment, et que nous les sortons en salles avec le même soin que les films que nous diffusons sur toutes nos autres plateformes.



Annexe 16 : Quatrième de couverture des *Cahiers du Cinéma* de juillet/août 2018, Publicité pour Mubi.



The image shows the cover of the July/August 2018 issue of Cahiers du Cinéma magazine. The cover is dark with a textured, slightly grainy appearance. In the top left corner, there is a small logo for Cahiers du Cinéma. In the top right corner, there is a small logo consisting of a grid of dots. The main text is centered and reads: "SI VOUS PASSEZ PLUS DE TEMPS À CHERCHER UN BON FILM PLUTÔT QU'À EN REGARDER. ESSAYEZ MUBI." Below this text, the Mubi logo is displayed, consisting of the word "MUBI" followed by a grid of dots and the tagline "CHOISI AVEC SOIN". At the bottom of the cover, there is a small line of text: "ACCÉDEZ À UNE SEMAINE DE FILMS SELON VOS GOÛTS SUR MUBI, SUR MUBI.COM OU L'APPLICATION MUBI."

Les pages 88 à 113 ont été retirées de la version diffusée en ligne.