

Presse cinématographique et méthodes publicitaires

Autor(en): **Elie, Eva**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Schweizer Film = Film Suisse : offizielles Organ des Schweiz. Lichtspieltheater-Verbandes, deutsche und italienische Schweiz**

Band (Jahr): - **(1934-1935)**

Heft 8

PDF erstellt am: **22.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-733994>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

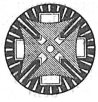
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Schweizer



FILM Suisse

OFFICIELLES ORGAN DES SCHWEIZ. LICHTSPIELTHEATER-
VERBANDES, DEUTSCHE UND ITALIENISCHE SCHWEIZ

RÉDACTRICE EN CHEF
Eva ELIE

DIRECTEUR : Jean HENNARD

Redaktionelle Mitarbeit :
Sekretariat des S. L. V.

N° 8

DIRECTION,
RÉDACTION,
ADMINISTRATION :
TERREAUX 27
LAUSANNE

TÉLÉPHONE 24.480

Abonnement : 1 an, 6 Fr.
Chèque post. II 3673

Presse cinématographique et méthodes publicitaires

Que de gens aiment les coups d'encensoir ! en dépit de l'avertissement : « Tout flatteur vit aux dépens de celui qui l'écoute ». Aussi voyons-nous, dans la presse mondiale cinématographique — la seule dont nous nous occuperons ici — des articles qui, trop laudatifs, ressemblent à ces parfums où l'accumulation des produits chimiques n'arrive à d'autre résultat qu'à... « puer »... ce qui n'est pas tout à fait la même chose, pourtant, que « sentir bon » ! Ces flagorneries à tant la ligne discréditent non seulement ceux qui les écrivent, mais encore le journal ou la revue qui les accueille. J'en emprunte la condamnation à Henry Lepage. Bien qu'écrive il y a quelques années déjà, elle demeure aussi juste qu'actuelle :

« Ils (les journalistes cinématographiques) n'envisagent de faire vivre leurs journaux ou de vivre eux-mêmes que par la publicité. Ils ne pensent nullement à la force plus complète, à la situation plus florissante, plus sûre, plus durable, plus respectée, parce que plus respectable, qu'ils pourraient avoir en étant plus dignes, plus libres, en ne recherchant pas seulement leurs ressources dans les libéralités de clients ! Ils ne veulent pas comprendre qu'il est de leur intérêt — particulier et général — de créer une Presse autre que celle dont ils préparent la mort, en la maintenant dans les habitudes vénales, en la ravalant au rang d'un simple commerce. Ho là ! mes chers confrères, c'est cela, pour vous, une Presse ? Cette Presse-là, vous l'avez créée, vous la perpétuez quotidiennement. Vous la méritiez. Vous en mourez ! »

Henry Lepage aurait pu ajouter qu'horis le flatte — lui ou sa marchandise, en l'occurrence ses films — nul ne prend au sérieux ces boniments. Nous permettrai-t-on, à ce propos, de constater que, jusqu'à ce jour, *L'Effort Cinématographique Suisse* et *Schweizer Film Suisse* se sont abstenus de ce ridicule-là ?

— A quoi sert donc un journal, s'il ne nous offre au moins quelques satisfactions d'amour-propre ? demanderont peut-être ceux pour qui « être flatté » devient une seconde raison de vivre.

Est-il nécessaire de leur répondre ? Il paraît. Alors, allons-y.

Je lisais dernièrement qu'aux jours où nous vivons, le Créateur lui-même, dont l'œuvre magnifique, la nature entière, se révèle à tous les yeux, avait besoin, pour qu'on ne l'oublie pas tout à fait, d'une certaine publicité. D'où les sonneries de cloches, le dimanche, les prêches et les cérémonies de toutes sortes et de toutes sectes.

Puis-je, sans profanation, comparer le rôle de nos journaux cinématographiques (les probes, car il en existe) à celui qu'assument nos Eglises ? Un producteur de films, un loueur, un directeur de cinéma, fût-il — dans son domaine respectif — Dieu le père, éprouve la nécessité absolue de recourir à un journal, distribué partout, pour y faire connaître sa production ou ses programmes. Imagine-t-on, en effet, un peintre qui, ayant achevé un chef-d'œuvre, l'enfermerait dans sa tour close sans en parler à personne ? Ou un écrivain gardant son manuscrit en tiroir ? De même, le plus beau film doit aussi être annoncé, décrit, claironné, soutenu à son départ comme pendant toute la durée de son exploitation. Vérité première.

« C'est le public qui nous fait la meilleure réclame ».

Sans doute. Encore faut-il que les loueurs aient, au préalable, signalé le film — et par quel moyen, sinon par la presse

cinématographique spécialisée ? — à leurs clients, les directeurs de cinémas. Ceux-ci, à leur tour, feront ensuite le battage nécessaire pour attirer les premiers spectateurs qui se chargeront alors de la propagande *parlée*.

Les méthodes de lancement diffèrent. Tel rédigera l'annonce en éveillant l'intérêt ou la curiosité, sans tomber dans ces exagérations qui, à trop vouloir prouver, aboutissent infailliblement à l'inverse de l'effet attendu, c'est-à-dire suscitent la juste méfiance du client. Encore est-ce là le moindre mal. Autrement plus dangereuse, l'amorce alléchante, mais mensongère, détournant du cinéma des spectateurs désormais perdus pour cet art.

« Comment procéder alors, quand il s'agit d'un film médiocre, puisque les chefs-d'œuvre annuels se comptent sur les dix doigts ? »

Le moyen est simple, et beaucoup de directeurs l'appliquent : ils projettent les rogatons (imposés à côté du « gros morceau ») durant ces semaines creuses des programmes d'été. Et surtout ils ne pronent pas ces « navets » comme la huitième merveille du monde, se bornant à souligner les qualités du film (il est toujours quelque élément d'intérêt), mais sans sottises redondances.

Je me souviens, à ce sujet, de la façon de procéder de feu M. Pierre Simonot, en ce temps directeur du Grand-Cinéma de Genève, qui — écrivain de mérite — trouvait toujours l'expression juste, possédait la mesure et le tact pour signaler ses programmes. Ainsi, pas de déception pour son public, ni de tromperie, et, partant, nouveau chevalier Bayard du cinéma, sa devise aurait pu être — s'il n'avait été trop modeste pour l'adopter : « Sans peur et sans reproche ».

A la même époque, au temps du « muet », il me souvient par contre des maladroises d'un autre directeur, venu d'une industrie différente et qui, à l'instar des procédés publicitaires usités pour « Ben-Hur » (car M. Simonot s'entendait à merveille à lancer un film de valeur !) mobilisait, à tout coup, d'immenses chars-réclames parcourant la ville pour célébrer des bandes — qu'on me passe l'expression irrévérencieuse — ne valant pas... un pet de lapin !

On ne tue pas mieux une salle ; on ne fait pas plus de tort au cinéma tout entier. Après quoi, on gémit sur l'incompréhension du public (ce directeur projeta aussi quelques rares films d'une admirable facture artistique), puis l'on s'étonne qu'il boude, ce public berné, un spectacle de choix. Dame, chat échaudé craint l'eau chaude. Pour avoir été touché de la vilaine manière, on se défie. La salle ferma donc ses portes — rouvertes depuis sous une autre direction.

La belle saison, magnifique pour les promenades en plein air, loin et hors des salles de cinéma, s'annonce difficile pour l'exploitation. Plus que jamais, loueurs et directeurs devront avoir recours aux journaux pour intensifier leur propagande, puisqu'il se lamentent sans agir, on n'arrive à rien qu'à la ruine.

Schweizer Film Suisse, abondamment diffusés dans notre pays, estimé pour ses articles impartiaux, leur ouvre ses colonnes. Puissent-ils comprendre leur intérêt et en profiter !
Eva ELIE.

Deutsche Filme für die Spielzeit 1934-35

Die Programme der deutschen Produzenten

Von Otto Behrens.

Obwohl die Produktionsprogramme fast aller deutschen Filmunternehmen erst im Laufe des Sommers erscheinen werden, kann man doch heute bereits einen ungefähren Ueberblick über die Gesamtmenge der grossen Spielfilme gewinnen, die den Lichtspieltheatern in der kommenden Saison zur Verfügung stehen werden. Das Angebot dürfte sich auf ungefähr *hundert bis hundertzwanzig Filme* stellen, eine Schätzung, die äusserst vorsichtig vorgenommen worden ist. Mit dieser Zahl wird der *deutsche* Kinobesitzer, was die heimische Filmherzeugung angeht, minimal rechnen können, und wenn diese Ziffer auch unter der des Vorjahres (etwa 135 Filme) liegen sollte, so haben die grossen Verleihfirmen bereits Vorkehrungen getroffen, durch die Hereinnahme einer entsprechenden Anzahl Auslandsfilme einen Ausgleich zu schaffen, damit keine Verknappung am Markt eintreten kann. Die Frage nach der Menge der *exportfähigen* Filme, also jener Bildstreifen, mit denen der *Schweizer* Verleiher bezw. Theaterbesitzer rechnen kann, lässt sich im Augenblick noch nicht übersehen, da die Einzelheiten der Programme mit den Angaben der verfilmten Stoffe usw. bisher einzig und allein von der Terra-Film A.-G. und noch nicht von den anderen Produktionsfirmen bekannt gegeben worden sind.

vorteilhaft auswirken, denn es liegt auf der Hand, dass die angeforderten Kredite nur dort bewilligt wurden, wo die zur Verfilmung vorgesehenen Stoffe haltvoll genug waren, um geschäftlich die erforderlichen Sicherheiten zu bieten. Ferner kann die Reichs-Kredit-Gesellschaft als eine der massgeblichen Geldgeberinnen betrachtet werden, nachdem dieses Unternehmen beim Neuen Deutschen Lichtspiel Syndikat, welches mit dem Reichsverband der Lichtspieltheaterbesitzer zusammenarbeitet, in Gemeinschaft mit der Tobis (Tonbild-Syndikat) kapitalmässig massgebend beteiligt ist und somit eine bedeutende und laufende Finanzierungsbeihilfe leisten kann. Eine weitere Geldquelle lässt sich ausserhalb Deutschlands in Ländern erschliessen, wo deutsche Guthaben festliegen. Im Laufe des Jahres dürften in Wien, Prag, Budapest und Paris mehr als 20 Filme, also eine nicht unerhebliche Anzahl, von deutschen Filmen hergestellt werden, um zu diesem Zwecke freigegebene Devisenguthaben nutzbar zu machen und überdies auf diese Weise die Ausfuhr in Deutschland produzierter Filme nach diesen Ländern zu erleichtern. Von allergrösster Wichtigkeit für die Finanzierung ist jedoch die seit einiger Zeit in erhöhtem Masse geschaffene Möglichkeit, der deutschen Filmproduktion bedeutende *Sperr-*



Die Hüterin des « heiligen Waldes » Marieluise Claudius, im neuen Terra-Film « Das verlorene Tal ».

Wir werden daher an dieser Stelle fortlaufend über die einzelnen Ankündigungen jeweils nach ihrem Erscheinen berichten und den Inhalt der in Arbeit befindlichen bezw. vorgesehenen Filme kurz skizzieren, damit sich der Leser selbst sein Urteil über Stoff und Gestaltung bilden kann.

Der heutigen Bekanntgabe des Terra-Programms, womit unsere Bericht-Serie beginnt, muss noch Folgendes vorausgeschickt werden.

An der *Finanzierung* der kommenden deutschen Film-Produktion wird auch in diesem Jahre die seit Juli 1933 unter Gross-Banken-Mitwirkung in Tätigkeit befindliche Film-Kredit-Bank G. m. b. H. stark beteiligt sein, nachdem dieselbe im ersten Jahre ihres Bestehens die erforderlichen Geldmittel für die Herstellung von 22 abendfüllenden Grossfilmen und zahlreichen Kultur- und Kurzfilmen bereitstellen konnte. Mit ihrer Hilfe wurde nicht allein zahlenmässig eine Erhöhung der Produktionsziffer erreicht, sondern auch qualitativ musste sich diese Finanzierung

mark-Kredite zugänglich zu machen. Bemerkenswert ist hierbei vor allem, dass man von deutscher Seite aus den Kreditgebern zugestanden hat, fünfzig Prozent des Ausfuhrerlöses eines mit Sperrmark finanzierten Filmes zur freien Verfügung loszubekommen. Diese Freigabe des halben Exporterlöses bildet natürlich für viele ausländische Inhaber von Sperrmark-Guthaben einen Anreiz, mit dem Gelde in der Filmproduktion zu arbeiten. Allerdings wird die Sache zumeist so gehandhabt, dass ein Teil des geschäftlichen Risikos vom Geldgeber getragen werden muss, indem die Summen beispielsweise zur einen Hälfte als Darlehen und zur andern in Form einer direkten Beteiligung gegeben werden. Soweit sich heute schon ein Ueberblick gewinnen lässt, kann ungefähr damit gerechnet werden, dass rund 25 % der Gesamtzahl aller Filme auf einer solchen Basis mit Hilfe der Sperrmark ihre Entstehung verdanken. Unter allen deutschen Firmen, die aus dieser Einrichtung Nutzen ziehen, steht die Terra unbedingt an erster

Directeurs de cinémas !
Louveurs de films !

LE SCHWEIZER FILM SUISSE

Paraît le 1er et le 15
de chaque mois

Terreaux, 27, LAUSANNE

Envoyez-nous vos textes sans retard. Merci !