

Un cinéma de consolation courante

Autor(en): **de Roulet, Daniel**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Films : revue suisse de cinéma**

Band (Jahr): - **(2003)**

Heft 15

PDF erstellt am: **21.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-931098>

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.

Un cinéma de consolation courante

«L'Empire à Bagdad» ou «Bagdad cafétéria» Par Daniel de Roulet

Nous autres, producteurs à Hollywood, rencontrons parfois de drôles de types. L'autre jour débarque dans mon bureau un scénariste génial, qui me propose une histoire en or. Grosse production, machine de guerre, elle commençait par l'invasion de l'Irak. Tout marchait bien sur le front, Bagdad était encerclée, mais le grand Satan ne se rendait pas. Sa garde ne laissait pas entrer nos troupes libératrices dans la ville assiégée. C'est alors qu'un courageux détachement de marines se sacrifiait pour la civilisation, sur ordre de notre président. À la fin, Saddam ayant envoyé un missile Scud sur Tel-Aviv, Sharon répliquait par une ogive nucléaire sur Bagdad, à huit heures quinze le matin.

Évidemment, c'est un bon scénario, même sans y ajouter une histoire d'amour entre un Juif et une Arabe. J'ai dû pourtant expliquer au scénariste pourquoi je refusais de commencer à tourner son «Empire à Bagdad». Et lui rappeler quelques règles de notre industrie en temps de guerre.

Premièrement, à Hollywood, on ne tourne plus l'Iliade, on tourne l'Odyssée. Je m'explique: non pas une journée de guerre entre deux armées, comme est l'Iliade, mais la quête du héros qui veut rentrer au port. On peut parler de la guerre, mais personnalisée, s'il vous plaît. Non pas l'«Empire à Bagdad», mais «Bagdad cafétéria». Nous avons reçu des instructions précises à ce sujet, comme au temps de la guerre froide. Dans le *Herald Tribune* de ce 5 février, Chase Brandon, officier de liaison entre la CIA et le monde du cinéma industriel, a rappelé les efforts que nous devons encore faire pour rendre héroïque chaque personne qui travaille pour son Agence. C'est dans cet esprit d'ouverture qu'il propose que certaines scènes soient directement tournées à Langley, Virginie, au siège de la CIA.

Deuxièmement, un film à la gloire de la guerre ne se tourne pas comme un reportage télé. La fiction doit primer sur la réalité qui

ne peut être, au mieux, que son illustration. Le coup des avions dans les deux tours, on nous l'a déjà piqué. Nous autres de la fiction avons montré la voie à ceux qui croient filmer la réalité. Pendant la guerre en Afghanistan, je rappelle que CNN n'a pas pu montrer en direct une seule image réelle des bombardements opérés par nos troupes. Outre les archives de l'armée, ce sont nos images que les télévisions ont montrées, tournées en studio avec effets spéciaux. Voir les déclarations de l'agence Ikonos.

Troisièmement, nous ne pouvons pas substituer le président des Etats-Unis par des acteurs. Nous avons déjà fourni à la Maison-Blanche un figurant, Reagan. A la fin, il se prenait vraiment pour le président. Ce 11 janvier, Martin Sheen, l'acteur qui joue le rôle du président des Etats-Unis dans une fameuse série, a participé à Los Angeles à la plus grande manifestation contre la guerre qu'on ait connue depuis la guerre au Vietnam. Sheen, accompagné de Kim Basinger, Matt Damon, Anjelica Huston, poussait Ron Kovic, un ancien de la guerre du Vietnam, héros de «Né

un 4 juillet». Et ne voilà-t-il pas que Martin a dit aux journalistes présents qu'il était là «pour de bon». Du coup, Doublyou s'est fâché, a fait dire: «Moi aussi, je suis là pour de bon.»

À chacun son rôle. Dans son salon ovale le président fait la guerre, et nous faisons de la fiction. Une fois les hostilités déclenchées, nous sommes là pour consoler les populations. Imaginez, après l'attaque nucléaire sur Bagdad, cet énorme besoin d'assumer les souffrances psychologiques. Nous devons offrir des produits de fiction rassurante. Pour écraser le marché indépendant, les films d'auteur et autres *low budget*, nous devons produire un cinéma de consolation courante.

C'est ce que j'ai dit à mon scénariste tout en lui signant un gros chèque. Il n'en revenait pas que je lui achète son travail sans avoir l'intention de le tourner. Je lui ai expliqué notre stratégie. Sur son scénario, je rajoute «top secret» et je le vends à un contact que j'ai au Pentagone. Ça peut leur donner une idée, et moi je me couvre, au cas où notre cinéma, une fois de plus, serait rattrapé par la réalité de la guerre. *f*



films

Revue suisse de cinéma
Mensuel (paraît 11 fois par an)
www.revue-films.ch

N° 15 mars 2003

Rédaction, marketing, administration
Rue du Maupas 10, case postale 271,
1000 Lausanne 9
Tél. 021 642 03 30, fax 021 642 03 31
CCP 17-419797-4

Rédaction
Françoise Deriaz, rédactrice en chef
Mathieu Loewer, rédacteur
E-mail: redaction@revue-films.ch

Marketing
Françoise Deriaz, Julien Guex
E-mail: marketing@revue-films.ch

Service des abonnements et administration rédaction
Julien Guex
E-mail: contact-abos@revue-films.ch

Régie publicitaire
Objectif 15/30 Sàrl
Pierre Jacques
Responsable publicité: Bénédicte Baré
Quai Wilson 33, case postale 45
1211 Genève 21
Tél. 022 731 50 07, fax 022 738 42 24,
mobile 079 423 00 35
E-mail: benedicte@gmtmag.com
Tarif publicitaire: www.revue-films.ch


Comité de rédaction
Vincent Adatte, Laurent Asséo, Bertrand Bacqué,
Norbert Creutz, Christophe Gallaz, Antoine Le Roy,
Frédéric Maire, Nathalie Margelisch

Ont aussi collaboré à ce numéro
Christophe Billeter, Lionel Bize, Alain Bollat, Daniel
de Roulet, Léo Dupuis, Charlotte Garson, Julien Guex,
Frédéric Mérat, Olivier Salvano, Cathy Trograncic

Réalisation graphique
Peppermint graphic design et Oxyde, Lausanne

Editeur responsable
Mediafilm
Case postale 271
1000 Lausanne 9

Administratrice
Françoise Deriaz

Soutiens
Office fédéral de la culture, Loterie romande, 
Fondation Famille Sandoz, Fondation Certili
Zurich, Fondation culturelle pour l'audiovisuel
en Suisse, Pour-cent culturel Migros, Ville de
Lausanne

Impression
Imprimeries Réunies
Case postale 350
1020 Renens

© 2003 films - ISSN 1424-1897

Les textes et annonces publiés dans ce numéro ne peuvent être reproduits partiellement ou entièrement, retravaillés ou utilisés par des tiers sans accord préalable de l'éditeur. Ces dispositions s'appliquent aussi à tous les systèmes de reproduction et de transmission existants.

Les photographies et illustrations reproduites dans ce numéro ont été gracieusement prêtées par:

Agora Films: p. 26. Pierre Agthe: p. 40. Buena Vista International: pp. 26-29. Cinémathèque suisse: pp. 30-31-32-33-35-45. Elite-Film AG: pp. 4-5-14-15-18-19. Festival international de films de Fribourg: pp. 36-37-38-39-40-41. Festival international du film de Berlin: p. 43. Filmcooperative Zurich: p. 29. Frenetic Films: pp. 8-9-10-11-20-21-22-29. Christophe Gallaz: p. 4. Monopole Pathé Films: photo de couverture, p. 25. Télévision suisse romande: p. 44. Trigon-Film: pp. 12-13-29. Unifrance: p. 2. United International Pictures GmbH: pp. 16-17. Warner Bros. (Transatlantic), Inc.: p. 2-23. Xenix FilmDistribution GmbH: pp. 24-29.