

Dialogues Cinéma du 13 novembre 2012

Critique et journalisme de cinéma

Organisation et modération : Bojana Momirovic, réalisatrice et productrice, www.tomayprod.com

Intervenants :

Sandy Gillet, www.ecranlarge.com

Yal Sadat, www.chronicart.com

Ilan Ferry, www.cinevibe.fr

Bojana donne la parole à Sandy GILLET, critique à www.ecranlarge.com.

Sandy a travaillé aux Etats-Unis et a connu à la fois la presse papier et l'explosion d'internet.

« J'ai commencé de manière empirique, et j'ai eu la chance de tomber sur l'avènement d'internet, alors que j'étais technicien sur des séries télé à Hollywood. Je n'avais pas perdu les liens avec la France, j'étais abonné à *Les Années Laser*, qui parlait de matériel et faisait aussi des critiques des laserdiscs (le dvd arrivait tout juste). Je leur ai envoyé un courrier en leur disant « ça m'intéresse », à l'époque les sorties de films étaient encore plus en amont aux Etats-Unis qu'aujourd'hui. Je n'avais aucune expérience professionnelle, je faisais des critiques en anglais dans un journal local à San Diego. Aux Etats-Unis on vous donne votre chance quoi qu'il arrive, on ne pratique pas de clientélisme, si vous avez envie... Si vous faites un faux pas on peut vous virer aussi rapidement qu'on vous embauche. Le plus dur est de confirmer. Puis c'est très simple, vous êtes invité aux projos, vous êtes au même niveau que le mec de 60 ans installé. Ils n'ont pas le melon. Ca s'est fait de manière empirique. A mon retour en France, je suis devenu chef de rubrique chez *Les Années Laser*, j'ai travaillé dans une boutique de DVD. Aujourd'hui c'est compliqué de rentrer dans les grands journaux critiques (*Télérama*, *Libé*, *les Inrocks*... *Positif* n'a que des bénévoles). Internet arrivant, ma génération a pu écrire vraiment, parce que des sites se sont créés, on a eu besoin de plumes qui n'avaient pas forcément eu de formation de journaliste : aujourd'hui la critique s'est démocratisée.

Le style des critiques US est complètement différent. En France on a un héritage de la tradition des « Jeunes Turcs » des *Cahiers du Cinéma*, alors qu'aux Etats-Unis ils regardent ça intrigués, tout en respectant la critique à la française. Là-bas la critique est plus descriptive, il s'agit de donner envie ou pas d'aller voir le film, contrairement à ici où on ne sait pas toujours si le critique a aimé ou pas. La critique US est plus abordable. Il y a des revues pour les techniciens, c'est une mine d'informations : *Cineffects*, peut publier un hors-série sur *Blade Runner*, un pavé de 80 pages. Là-bas c'est ça le journalisme de cinéma, hyper informatif. En France on devrait trouver un juste milieu entre les deux. Et beaucoup de gens qui travaillent dans le cinéma veulent faire partager leur expérience et écrivent sur des sites, des chefs op, des gens qui font des courts, j'en ai eu beaucoup dans mon équipe (par exemple Hervé Godinot qui raconte la production de son court métrage sur www.atoutprix-lefilm.fr/) Ces gens savent écrire, ils ont un point de vue. C'est complémentaire. »

Quelle est la spécificité d'*ecranlarge* ?

« Je ne peux pas répondre à ça... Je n'aime pas ghettoïser le cinéma par genres... J'ai été biberonné à *Starfix* qui traitait le cinéma de genre de manière démocratique, ne regardait pas certains films de haut : il y avait des comédies, beaucoup de cinéma américain, de l'aventure... J'ai envie d'aborder tous les

cinémas dans *ecranlarge*. Le but est d'avoir des gens qui aiment tel genre et qui en parlent, mais aussi ceux qui n'ont pas d'affinité avec tel ou tel genre mais vont voir les films et nous en parlent. Ca peut faire des « pour et contre » sur le site... Le but est de donner sa chance au film. Mais je n'ai rien contre les sites qui privilégient tel ou tel genre ! Par exemple, on a toujours rangé *Les Cahiers* dans le cinéma d'auteurs (voire autiste), mais aujourd'hui ils tentent de se démocratiser. On essaye de ne pas avoir cette image, si telle personne qui a aimé tel film se retrouve sur le site... La venue d'internet a été positive. Beaucoup viennent me proposer leurs articles bénévolement, et comme j'ai vu moi tellement de portes se fermer, que quand quelqu'un nous envoie un papier, on lui donne notre avis pour l'aider, on peut même publier les bons papiers, puis, dans un deuxième temps, éventuellement si nous avons les moyens, le rémunérer. On pourra aussi aborder l'économie de ce genre de site, qui n'est pas évidente. »

Yal Sadat, tu écris dans *Chronicart*, qui traite de tous les arts : est-ce que c'est un avantage dans le marché actuel qui est plutôt saturé de sites, de blogs, etc...

Yal Sadat : « Ca a toujours été le cas de *Chronicart* depuis 1997 (la déclinaison papier existe depuis 2001). On n'est pas dans une optique concurrentielle, on n'essaye pas de se différencier par rapport à une autre presse cinéma. Le magazine se destine à un lectorat pointu, un peu « geek », de spécialistes, dans le bon sens du terme, qui essaye d'être élitiste, d'aller directement vers ce que les lecteurs les plus aguerris vont attendre, au risque de laisser des gens sur le bord de la route. Dans chaque thème on s'adresse à des gens avertis, les mélomanes, les cinéphiles... Donc en tant que critique cinéma ça ne change pas grand-chose par rapport aux autres organes de presse cinéphiles.

Comment vous choisissez les films ? Vous êtes une petite équipe...

On traite un peu moins de films, on fait un choix en fonction de la ligne : la science-fiction, le cinéma de genre, les polars, les blockbusters, et les films d'auteurs. Panel assez diversifié si possible, chaque semaine.

Le magazine papier était d'abord mensuel, et il est maintenant bimestriel, mais il est quelques de le repasser en mensuel : c'est très fluctuant. L'économie est compliquée, effectivement. Le rédacteur en chef avait eu envie de s'adresser à un public plus large et être moins pointu, mais comme de toute façon le journal restait hermétique pour certains, il est repassé en bimestriel, ce qui permet de faire des numéros qui anglent beaucoup leurs papiers. Dans un bimestriel on doit oblitérer un cinéma qui ne nous ressemblerait pas. Il y a des films dont on sait que *Première* va s'en occuper, donc on peut choisir beaucoup plus et ça nous va très bien, c'est le parti-pris.

Les articles sont plus longs, ça fonctionne pour les lecteurs ?

C'est pour ça qu'on a un parti-pris élitiste. Des articles de 7 000 signes, c'est déjà beaucoup, la moyenne est très en-dessous. Le public a envie de creuser un peu, que ce soit analytique, intellectuel ou technique. Les gens ont une attente plus pointue. Mais on essaie de pas être trop austère, on peut tomber sur le site depuis *allocine*, sans être trop rebuté : tous les textes ne demandent pas une rigueur universitaire. On survit au prix de mille acrobaties, mais en tant que pigiste je ne suis pas concerné par l'économie du magazine, mais j'obéis aux changements de la ligne d'un magazine qui est difficile à vendre, d'autant plus qu'il s'adresse à un public ciblé. »

Sandy Gillet : « Ce qui est intéressant, c'est que c'est un site qui est devenu un magazine papier, alors qu'on est plus dans le cas contraire en général. C'est couillu, parce que ce n'est pas facile aujourd'hui. L'équipe de *So foot*, qui est un succès éditorial, vient de créer *So Film*, ils travaillent tous

bénévolement, et si le magazine marche ils se paieront dans un an. C'est un bon compromis, on peut faire partager sa passion quand on sait en parler. Je présume que le magazine *Chronicart* propose des dossiers plus approfondis que le site. »

Yal Sadat : « oui, c'est complémentaire. On propose une réflexion transversale et thématique dans le magazine. Pour parler de *Positif* : le fait de ne pas payer les critiques est extrêmement courant. La question de savoir où aller pour être bien payé dans la presse est une fausse question, la pige presse répond vraiment à une envie d'écrire, on est prêt à être payé au lance-pierre. La presse écrite a subi une paupérisation fulgurante, je pense que c'est pareil dans tous les domaines. Pour la presse ciné c'est encore plus compliqué. »

Sandy Gillet : « La démocratisation de la presse cinéma est une bonne chose, mais elle a un revers : tout le monde peut créer son site, son blog et parler de cinéma. Quel est l'intérêt de créer un site de critique, qui peut se prévaloir d'être suivi et leader d'opinion ? C'est un constat. La presse papier est paupérisée, *Studio* et *Cinelive* ont fusionné, *Première* vit sous perfusion (ils sont passés de 500 000 à 25 000 exemplaires par mois depuis les années 80), à l'époque les critiques portaient à New-York faire des interviews en Concorde, ça donne une idée, ça faisait rêver... D'un autre côté, il y a le marketing cinéma. Aujourd'hui, les distributeurs veulent qu'on parle de leurs films, mais comment alors que tout le monde est éparpillé... Les critiques de *Métro* et les gratuits, qui sont leaders parce qu'ils ont les plus forts tirages, sont encore invités par les distributeurs et les producteurs, mais comment faire une critique ? Quand on est invité au cocktail et dans un 4 étoiles, comment être objectif ? Les avis sont biaisés. Il y a tellement de connivences... Dans les années 80-90 les ventes garantissaient leur indépendance à la presse, ce n'est plus le cas aujourd'hui. La presse a besoin de la pub encore plus qu'avant. »

Ilan Ferry, tu fais partie des gens qui ont créé un site, *cinevibe.fr* : comment as-tu eu cette idée et comment réussis-tu à survivre ?

Ilan Ferry : « J'ai créé *cinevibe.fr* pour prolonger mon expérience chez *ecranlarge*, avec Sandy, pendant 6 ans. J'ai travaillé pour un magazine papier gratuit, un autre site internet... je voulais voler de mes propres ailes, et créer après avoir appris. « Comment je survis » c'est une vaste question. Ce qui fait qu'un site arrive à surnager c'est les réseaux, au sens très large du terme. Les réseaux sociaux ont été un formidable levier avant de contenir de la communication pour mener les professionnels vers le payant, et il y a le réseau professionnel et personnel, la toile d'araignée qu'on tisse au fur et à mesure. Dans le cas de *cinevibe* on émerge grâce aux gens qui en parlent (surtout sur Twitter). C'est l'info qui rebondit, qui se relaye sur les différents réseaux. La notoriété d'un site maintenant se fait dans les réseaux. »

Sandy Gillet : « c'est une vraie passion, il veut participer au débat sur le cinéma, chez lui c'est criant. »

Ilan Ferry : « J'ai créé une petite équipe autour de moi, parce que je ne peux pas me dédoubler pour tout voir !... J'essaie que ce ne soit pas une seule voix, donner sa chance à une multiplicité de voix. On essaie de traiter un maximum de films, même si ce n'est pas toujours facile compte-tenu des emplois du temps et du peu de notoriété qu'on a chez les attachés de presse. Ce n'est pas parce que j'ai travaillé six ans là-dedans et que je suis un peu connu des attachés de presse qu'ils vont m'ouvrir leur porte toute grande, faut pas rêver... On est passionné et on a du temps.

Le style : on essaie d'être à la fois pertinents et ludiques. On essaie de ne pas être trop cloisonnés en utilisant des termes trop techniques des références qui ne parleraient qu'à une certaine catégorie, d'être

ouverts, de manière à ce que tout le monde puisse s'y retrouver. On est cinq ou six, et je travaille à constituer une plus grande équipe. On pense en terme de lisibilité plus qu'en nombre de signes. Il ne pas perdre de vue que l'article est lu sur un écran et qu'il fait assurer le confort du lecteur. On a un minimum de deux paragraphes par un film, jusqu'à quatre si on a un coup de cœur. On prend les photos via les attachés de presse, sinon je les pique sur le site d'*ecranlarge* !... [rires]

SG : c'est le seul qui a le droit de le faire ! »

Comment aujourd'hui on peut se distinguer en tant que journaliste ? Est-ce qu'il faut adopter un certain type d'écriture, aller à l'extrême, un peu trash, être toujours négatif ? Comment se distinguer de la masse ?

Ilan Ferry : « Dans le cas de *Cinevibe* on essaie d'être dynamique et de ne pas être trop ronflant. Je pars du principe que la lecture doit rester un plaisir. Il faut ressentir le plaisir qu'on a eu à voir un film, ou même le plaisir qu'on a eu à le détester, il faut que ça se ressente dans l'écriture. On ne joue pas les pisse-froid de service, ni les super enthousiastes. On garde quelque chose de frais, de dynamique, et de ludique, c'est le mot clé. Il faut créer une forme d'échange, même virtuel, par l'écriture. »

Sandy Gillet : « On a eu un rédacteur qui était caissier chez UGC : il a proposé ses textes chez nous, et maintenant il est directeur de publication chez un nouvel éditeur. Ma fierté c'est que sortent de chez nous des gens qui peuvent embrasser d'autres professions. Je pense que quand on a quelqu'un qui a se distingue par une bonne plume et une bonne culture, des opinions fermes, voire radicales, on le repère tout de suite, et après il peut y avoir des polémiques : des gens pas d'accord et qui protestent sur Facebook ou nous envoient des tomates au bureau... des choses comme ça sont encore possibles aujourd'hui, mais il faut avoir du talent. Surtout ne vous regardez pas écrire, pas comme certains films français nombrilistes. Il ne faut pas être cloisonné, il faut être dynamique, et après on attire forcément le lecteur, il se retrouve par rapport à une plume. Chez *Starfix* dans les années 80-90, il y avait Bruno Gans, Nicolas Boukhrief, on se reconnaissait dans leur plume. C'est ce que j'essaie de reproduire à *ecranlarge*. Je reproche à la critique en France d'être dans une posture. Les critiques prestigieux, qui écrivent aux *Inrocks*, dans les *Cahiers* ou *Télérama*, qui vont au *Masque et la plume*, etc., on sait pratiquement d'avance ce qu'ils ont pensé de tel ou tel film. Souvent ils sortent de projos contents, mais ils écrivent tout le contraire, soit parce qu'ils se sont fait taper sur les doigts par la rédaction, soit parce qu'ils ont préservé leur image... Moi je préfère que les critiques soient sincères. Il m'est arrivé de devoir dire à certains qui étaient comme ça que non, on ne peut pas continuer, j'ai besoin de lire ce que le rédacteur a ressenti en voyant le film. Ilan écrit comme ça. Dire si on a aimé ou non, avec ses mots, et sincèrement. Ça n'est pas général. »

Yal Sadat : « On ne cherche pas à se distinguer, parce que le journal et le site ont un esprit, qu'ils ont mis du temps à trouver. Depuis le début des années 2000, il y a un esprit identifiable. En tant que lecteur j'étais proche de *Chronicart*, je n'ai pas eu de mal à coller à sa ligne, qui existait déjà avant le boum des blogs et microblogs de critique. Il y a une sorte de « sélection naturelle », parce que tous les gens qui se mettent à écrire en ligne finissent pas être identifiés, puis ils vont démarcher des sites en place ou sont même recrutés pour écrire dans des magazines déjà institués. C'est ce qui fait la différence entre le blogueur anonyme et le journaliste : on reste tempéré, méthodique, ça n'est pas un déversoir positif ou négatif sur un film, on respecte certaines règles implicites. C'est une façon d'écrire qui est en jeu. »

Il faut donc rester dans la fraîcheur et la passion... Vous êtes tous les trois jeunes journalistes, est-ce que vous êtes invités aux grosses avant-premières ?

Sandy Gillet : « Déjà j'étais invité à *Twilight*... j'ai fait un choix [rires] ! Si on va à une avant première c'est qu'on n'a pas fait son travail et qu'on n'a pas été aux projections de presse. Quand on est arrivé sur le net en 2004, il n'y avait que la radio, les journaux qui étaient invités, surtout les journaux. Encore aujourd'hui, certains attachés de presse français refusent d'inviter les sites, contrairement aux États-Unis, où ils ont vingt ans d'avance. Imdb.com, site universitaire à l'origine, créé au début des années 90, était une base de données entre facs, qui est devenue grand public lors du boom d'internet en 99. Dans le cas de *rottentomatoes.com*, ils sont au Texas, le distributeur leur apporte la copie ! Même avant le numérique ! Déjà en 2002-2003, le poids d'internet était considérable par rapport à la France. J'ai eu du mal à imposer *ecranlarge* dans les projections mais j'y suis arrivé. Mais il y a tellement de blogs et de sites qui veulent être invités que les attachés de presse ne savent plus où donner de la tête. On est un peu comme des nababs, ou des dinosaures par rapport à d'autres sites.

Ils ont très peur d'internet, il suffit d'un tweet de journaliste. On a de plus en plus de papiers à signer en début de projection, pour faire embargo : pas le droit de parler du film avant telle date, ce que je trouve scandaleux. On a parlé d'un film avant la date et on a été blacklistés. Pour les comédies françaises populaires, on est très difficilement invités. Par contre, c'est bizarre, on est invité à *Twilight* ! C'est là qu'on peut se poser une autre question, sur le rôle de la critique aujourd'hui : est-ce que cette peur n'est pas disproportionnée par rapport au pouvoir des critiques aujourd'hui ? Tout le monde est critique aujourd'hui, et avec les cartes de cinéma, on va voir des films sans se soucier de la qualité. Est-ce que la critique est lue ? Je ne crois pas. L'influence de la critique est minime. Par contre, on a besoin d'un critique pour les films fragiles. On s'adresse à des personnes qui choisissent leur film : « Si *Chronicart* a aimé je vais y aller », pour des films comme ça. Là, un retour négatif peut être très néfaste pour des films fragiles. Si on n'a pas aimé on n'y peut rien, mais si on a aimé, on le dit. Pour les grosses comédies, le bouche-à-oreille a plus de pouvoir, c'est pour ça que *La Vérité si je mens 3* n'a pas marché, pas parce qu'on avait dit que c'était pas bon. On a dit que *Paranormal Activity 4* est une daube infernale mais ça a cartonné ! Auprès des 12-15 ans. Là, on doit être très humble. »

C'est une question de marché : un film comme *Twilight* et *Paranormal Activity 4* ne dépend pas de quelques critiques, alors que *La Vérité...* est sur un marché franco-français, *ecranlarge* joue un rôle plus important...

Sandy Gillet : « Sincèrement je ne crois pas. Pour *La Vérité si je mens 3* ils ont trié les journalistes sur le volet, et de surcroît, ils étaient liés parce que les publications avaient de la pub dans leurs pages. C'est pour ça que ces journalistes sont invités. *Ecranlarge* est un site indépendant, on fait des critiques et ils ne savent pas comment nous prendre. Avec d'autres gros organes de presse, c'est plus simple à gérer : on se met d'accord 2-3 mois avant. Il faut lire entre les lignes. Des journalistes se font inviter à New York, et à Los Angeles dans les studios, il y a connivence, on reste dans l'ultra promotionnel. Contrairement aux années 80-90 où on faisait des articles fleuves et des interviews de quatre pages, c'était la rédaction qui payait le voyage et il n'y avait pas de connivence. Aujourd'hui on a sept minutes d'interview et les attachés de presse surveillent de près et censurent les questions. Si on se bat pas, on devient juste un organe de plus pour faire la promo d'un film. »

Ilan Ferry : « Je mets juste un bémol. Il y a quelques mois j'étais invité sur le tournage d'une série, *Métal Hurlant Chronicles*, pour le magazine *Cinemateaser*. On a fait une interview de la star et la personne qui nous avait invités s'attendait à ce qu'on couvre la série largement ; mais ç'a été non, malgré les cadeaux il y a une contrainte éditoriale, une ligne d'un journal, c'est pas parce qu'on a été

invité à Londres que je vais faire quatre pages, si j'ai plus de place je le ferai pas. Si on a de la pub on peut s'arranger, mais il y a des exceptions. »

Sandy Gillet : « Précise quand même que *Métal Hurlant* est une production française, c'est plus simple. Quand Disney t'invites, si tu ne fais pas un papier positif après, t'es blacklisté. Los Angeles surveille tout. »

Ilan Ferry : « Mais tous les magazines ne sont pas achetés par les distributeurs, même si ça existe. »

Vous allez en festival, ça doit être l'enfer ? Je plains toujours les journalistes. La folie avant Cannes doit commencer assez tôt, comment est-ce que vous en entendez parler ?

Yal Sadat : « C'est très organisé. Quand le magazine est un peu installé, il y a une logique, on est quand même tenu au courant, l'attaché de presse fait un travail très important. *Chronicart* a deux à trois accréditations presse, sachant que suivant l'importance économique de votre journal, entre Denisot et un blogueur qui vient de créer son site il y aura une très grande différence d'accès, il faut batailler et se documenter soi-même. C'est un marathon, Cannes est une expérience hors du commun, même physiquement.

Sandy Gillet : aller voir un film bourré à 8h du matin...

Yal Sadat : ça met dans un état d'esprit ouvert, pour recevoir les films *[rires]*... J'ai entendu qu'il y a plus de journalistes à Cannes qu'aux JO. On s'adapte, on peut y aller à plusieurs et se répartir la tâche.

Sandy Gillet : Le secret c'est qu'on dort pendant les films... Il y en a qui font leur critique pendant le film, je les ai vus.

Ilan Ferry : Je peux parler de mon expérience quand j'ai couvert Cannes tout seul *[rires]*. C'était un marathon... Entre chaque film, il fallait s'atteler à écrire et mettre en ligne de manière à être le plus réactif possible. *Cinamateaser* utilisait des papiers pour leur publication papier à la sortie du film. C'est toute une mécanique. A Cannes, il y a une hiérarchisation des journalistes : selon qu'on travaille pour le web, le papier ou la télé, on a droit à une pastille d'une certaine couleur. Je ne vous dirai pas la couleur de la mienne *[rires]*... C'est une expérience assez folle, comme les autres festivals, on est dans un autre rythme, hors du temps, entouré d'images, sans dormir. On en ressort épuisé mais content. »

Questions du public

J'ai le souvenir que quand *The Artist* a été primé aux Oscars, il y avait eu un gros buzz fait par un américain...

Sandy Gillet : « c'est du lobbying d'Harvey Weinstein, ils ont mis plusieurs millions de dollars sur la table pour la promotion du film aux Etats-Unis, pour que les gens qui votent voient le film, puis on leur envoie des cadeaux... C'est pour écrire qu'il y a moins de clientélisme ... pas aux Oscars. On a plus la possibilité de montrer ce que vous aimez faire. Il y a une vraie effervescence. »

Je voudrais avoir votre point de vue sur la revue *Mad Movie*, qui tire son épingle du jeu en étant en même temps très spécialisée et adressée à un public réduit.

Ilan Ferry : « C'est particulier, elle existe depuis quarante ans, le public se renouvelle. Je pense que ça tient à un lectorat qui reste fidèle ou qui se renouvelle, il y a un côté très cyclique. Et le cinéma de genre intéresse toujours des gens. Du côté économique, j'imagine que certains mois sont plus difficiles que d'autres.

Sandy Gillet : *Mad* tire à 18 000 exemplaires. Ce qui les sauve c'est le DVD chaque mois, c'est l'éditeur qui les aide à boucler les fins de mois. Les journalistes sont très peu payés, ils tirent tous les frais vers le bas. C'est cyclique, contrairement à *Télérama* qui vieillit avec son lectorat... *Mad* arrive à renouveler son lectorat, les lecteurs d'il y a vingt ans ne se reconnaissent plus dans la revue. Ceci dit, l'apport des éditeurs de dvd est de plus en plus petit, ils ne sont pas au mieux. C'est une institution, je considère qu'ils doivent être présents dans le paysage de la presse, même si je n'ai jamais été fan. »

Est-ce que la survie d'un titre n'est pas aussi au prix d'une confusion entre information et publicité ? Les journalistes demandent de l'argent pour parler d'un événement, parce qu'ils ont un public de niche. Est-ce que ce n'est pas la seule piste pour survivre pour la presse ?

Sandy Gillet : La pub devient prédominante dans la presse comme sur internet. Un site d'information comme *allocine.com* ne publie pas de critique mais renvoie vers d'autres sites qui le font, et il phagocyte 90% du marché publicitaire web sur le cinéma en France. De ce fait, ils ne peuvent pas se permettre de donner un avis sur les films, et vont faire la promotion du cinéma sous tous ses aspects, en remontant des news sur ce genre d'événement. Je peux comprendre la réponse de *Mad*. On nous considère parfois comme des passeurs de plats. Si tu veux vraiment en faire parler, tu payes une pub, ils ont besoin de vivre aussi. Je pensais pas que je défendrais *Mad*... Ils font un festival de films fantastiques très bien, le PIFF, qui est très bien programmé. Il y a des sites qui organisent des festivals fantastiques dans le monde, et ils arrivent à faire des choses qui émergent.

Combien ça paye en fait ?

Sandy Gillet : On rémunère au forfait la plupart du temps. Moi je ne demande pas un nombre de signes. Plus de la moitié de la rédaction n'est pas payée chez nous. On fait beaucoup de tests DVD et Bluray, on est attaché à parler des films de catalogue, qui sont un vrai marché aujourd'hui, il y a des enjeux de plus en plus lourds. La restauration du *Guépard* de Visconti, sorti chez Pathé il y a deux ans, avait coûté 500 000 €, géré par la fondation Seydoux et suivi par Scorsese, qui est très impliqué dans les restaurations. C'est un vrai marché, le festival Lumière à Lyon ne propose que des films restaurés, le CNC consacre une enveloppe pour que Gaumont et Pathé restaurent leurs catalogues. Sauf que ça, aujourd'hui, ça intéresse une niche, et tous les gens qui en parlent sur le site ne sont pas payés, parce que je n'ai pas de rentrée d'argent sur cette partie. Les gens sont payés sur la partie cinéma, pour laquelle j'ai des rentrées publicitaires dessus et je fais en sorte d'avoir des partenariats : on vend du contenu à MSN, Yahoo, Orange, Free, etc. qui ne veulent pas embaucher et sous-traitent en payant un forfait mensuel, et ça nous permet de nous faire connaître. C'est comme ça qu'on arrive à vivre de ça, mais je trouve scandaleux qu'ils n'aient pas une équipe. Ce sont des portails qui ne veulent pas avoir d'avis, qui sont là pour attirer de la pub, ils ne font que des news. On n'est pas beaucoup de sites à être payés. On peut payer au forfait, au mois, avec 5 ou 10 critiques (500 ou 800 €), ou avec des dossiers (au smic)... On ne peut pas se permettre plus. On permet à des gens d'écrire et de donner leur opinion, pendant un certain temps, et après ça peut leur donner une passerelle pour aller ailleurs après s'être fait la main chez nous. On est entre passionné. Dans les magazines installés, où on gagnerait mieux sa vie,

c'est bouché, avec les salaires d'il y a 10-15 ans. Mais les petits jeunes qui y entrent sont très mal payés, au lance-pierre. Rien à voir avec les journalistes installés, qui ont une « aura ».

Yal Sadat : C'est bouché de chez bouché. Déjà, les gens qui vivent à 100 % de la presse cinéma, c'est cinquante personnes en France, en tout cas en presse écrite. Les autres sont des pigistes qui se battent pour écrire. Il y a toujours une offre qui arrive. Aucun site ne manque de propositions pour écrire, ils croulent de proposition, de demandes de stages... aux *Inrocks*, trois personnes sont salariées, sur une équipe de dix. Ça ne bougera que quand un des trois partira à la retraite.

Sandy Gillet : Ceux qui gagnent bien leur vie sont invités ailleurs et gagnent bien leur vie, ils sont déjà salariés. Mais il y a très peu de gens du net. Les intervenants du Masque sont les mêmes depuis des années. J'ai un ami qui est ami avec Jérôme Garcin, à qui il donne de temps en temps le micro, mais qui reste dans le public ! Aux USA c'est beaucoup plus facile et plus ouvert. »

Comment on peut critiquer une création ? Comment on peut se permettre ?

Sandy Gillet : C'est clair, on est devant des réalisateurs qui ont donné des années pour un film. « Qui tu es pour critiquer mon film ? » On est mal à l'aise. Mais je pense qu'à partir du moment où on propose une œuvre au public, ça fait partie de la règle du jeu. En France on est les rois de la critique ! En Allemagne, en Espagne, c'est infinitésimal, en France on est un peuple de gueulards...

La critique n'a pas d'influence pour *Twilight*, mais pour les films indépendants fragiles, vous pouvez « casser » la vie d'un film.

Yal Sadat : On est effectivement une sorte d'arène pour un film. Le public a une demande pour le débat, on aime réfléchir sur les films, surtout à Paris où les gens aiment beaucoup aller au cinéma, plus qu'à Berlin, Rome ou Londres. Qu'on dise du bien ou du mal d'un film, on participe à la vie du film. Je me souviens d'indépendants qui disaient « parlez du film, démolissez-le si vous voulez, mais parlez-en » On ne peut pas faire que de l'info promotionnelle, on n'est pas un tract, il faut qu'il y ait un débat, une réflexion. Quand j'écris une critique violente, je suis content que quelqu'un me dise « ça m'a donné envie d'aller voir le film ». Mais ça s'applique surtout à la presse spécialisée. Si on met une critique négative dans *Le Monde* le public suivra plus, c'est vrai.

Ilan Ferry : La critique a un aspect de baromètre. C'est pas pour rien qu'on donne des étoiles, des chiffres dans la presse ciné. Le spectateur prend la température. On oublie le facteur essentiel qu'est la curiosité. Si quelqu'un est déterminé à aller voir un film, malgré les mauvaises critiques, il ne faut pas sous-estimer la curiosité des gens. La critique est là pour prendre la température, on n'aura jamais d'influence sur les entrées. « Si on a critique positive ou négative d'un film, on s'en fout, ça assure de la visibilité », dit un attaché de presse dans un documentaire sur les critiques.

Vous n'arrêtez pas de dire que vous n'avez pas d'influence sur les entrées des gros films, alors pourquoi s'obstiner à en parler, au lieu de donner plus de place à des petits films qui en ont besoin ? C'est peut-être plus votre rôle ?

Ilan Ferry : il y a aussi des problèmes d'opportunités de voir les films qui ne sont pas toujours facilement visibles parce que très peu distribués. Et c'est aussi pour donner un autre point de vue sur les gros films.

Sandy Gillet : Il y a un problème économique. On essaye d'être exhaustifs, on doit louper un film par semaine, mais en termes d'exposition on ne peut pas donner la même à un petit film qu'à un blockbuster, pour des raisons d'audience du site. On en parle quand même, c'est une démarche professionnelle mais on ne peut pas lui donner la même exposition. Je précise : quand on va voir un film, nous, présents ici, on n'est pas influencé par la pub, c'est pas biaisé. Et un film qui sort dans une salle à Paris, je vais avoir 50 clics sur la critique, malheureusement. On fait quand même la démarche d'aller voir le film, on a envie de les voir et d'en parler, mais c'est compliqué de leur donner plus d'exposition. A moins de faire un site dédié aux films d'auteurs, mais je m'y refuse, c'est ne pas la philosophie d'*ecranlarge*.

Vous pouvez créer un buzz autour d'un film ? L'année dernière il y avait *Donoma*, « fait avec 150 euros »...

Sylvain Girault : Je peux répondre parce que je les connais très bien. Ce qui a fait le buzz c'est deux ans de travail dans les réseaux sociaux, d'acharnement de toute l'équipe, qui n'a pas arrêté de harceler les amis des amis. C'est vraiment très tardivement que le grand public a entendu parler de ce film.

Sandy Gillet : Et quand la presse en a parlé ils ont mis l'accent sur les 150 euros, comme *Blair Witch Project* à Hollywood, qui est devenu la référence en terme de rentabilité.

C'était intéressant de parler de constance dans la critique, ça donne un repère, même si on est jamais d'accord avec un critique, si lui est constant, on sait qu'on appréciera un film que lui n'apprécie pas.

Sandy Gillet : Ça crée une connivence avec le lecteur. C'est ce que je dis aux personnes qui veulent écrire, d'être fidèles à eux-mêmes. C'est très subjectif la critique, quand on va à une proje de presse à 10h du matin, qu'on est mal réveillé ou mal luné, c'est le plus dur. Certains films deviennent des classiques parce qu'on les revoit à différents moments de sa vie et on en tire toujours quelque chose. C'est toujours marrant de voir des critiques d'époque de films qui sont devenus des classiques, « ils se sont mis le doigt dans l'œil ». C'est un exercice en évolution constante. On se met face à l'œuvre avec ses convictions, ses envies et sa culture, et si on a quelque chose qui donne envie de lire, et le but c'est d'accrocher le lecteur et de l'amener vers autre chose.

Je sais que quand je vais voir un film je veux en savoir le moins possible, donc je ne regarde pas les critiques. Les meilleurs films que j'ai vus c'est ceux que j'ai découverts sans rien savoir lu avant.

Sandy Gillet : C'est pareil pour nous, en festival le meilleur moment c'est quand on peut aller voir un film sans rien en savoir avant. Mais le reste du temps on a toujours un a priori sur le film, obligatoirement, parce qu'on se doit de se renseigner pour créer de l'information sur le film. Le métier de critique, c'est avoir encore la possibilité d'aller voir un film sans a priori. Et on évite aujourd'hui dans la critique de « spoiler », on fait en sorte de ne pas donner les chutes, les twists du film, c'est une des règles. Ou alors on prévient, « attention, spoiler ! »

Yal Sadat : En tant que lecteur j'ai toujours lu la presse de cinéma. Je peux avoir envie de prolonger ma réflexion en lisant d'autres critiques, d'y confronter mes propres réactions, et c'est sans doute le cas des gens qui spoilent. Il faut sortir de l'idée que la critique est forcément prescriptive.

Moi je fais maintenant de la réalisation, et je sais ce que toutes ces années de galère dans la critique à ne pas gagner ma vie, ces années de passion à voir des films, m'ont permis d'apprendre. C'a m'a portée dans un chemin. Maintenant j'ai peur des critiques ! [rires] Mais en fait ils n'ont pas la langue de bois, parce qu'ils ne me connaissent pas personnellement, ils me diront sincèrement ce qu'ils pensent et ça va m'aider.

Sandy Gillet : Je sais que le rédacteur en chef d'*ecranlarge* s'est tellement rapproché de certains réalisateurs de la même génération qui font leur premier film, que quand il est invité aux projets d'équipe, ça peut être compliqué ! Moi je l'évite le plus possible. Si on n'aime pas, comment on fait ?... C'est compliqué de garder du recul et de ne pas avoir la langue de bois.

Sylvain : Collectif Prod emmène des réalisateurs montrer leurs films en prison, et ils sont toujours contents de l'expérience, parce que c'est un public populaire très cash...

Sandy Gillet : En effet, ça doit être une expérience enrichissante !