

Serge BROMBERG,
Lobster Films.

J'ai créé Lobster en 1985 comme une petite société de production au départ. Je suis, par mes choix personnels, un amoureux du cinéma depuis bien plus longtemps. *Lobster* s'est fait une spécialité de rechercher des films dans les caves ou dans les greniers et de constituer une sorte de petite cinémathèque de films, de documents, etc. Rien de comparable avec le *Danish Film Institute* ou le *Netherlands Filmmuseum* ou avec la cinémathèque de Bologne, mais une petite cinémathèque très dynamique. Nous n'avons comme seule ressource que ce qui provient de l'exploitation de ces films, qui doit payer le prix de leur entretien, de leur restauration, lorsque restauration il y a. Cela nous a obligés à des liens très fructueux et amicaux avec beaucoup de cinémathèques en Europe.

Nous avons le même problème que toutes les cinémathèques, lorsque nous montrons les 5 % de titres les plus lisibles ou les plus faciles d'accès, tout le monde vient, et lorsque nous montrons les 95 % restants, les salles restent désertes. Le problème à long terme de nos cinémathèques est d'embrasser l'expérience cinématographique et audiovisuelle dans son ensemble. Il est évidemment de plus en plus difficile de faire valoir cette diversité du cinéma et d'y intéresser un large public.

Faire venir des spectateurs, l'un des axes pour intéresser les personnes à notre travail était de passer au départ par la télévision. Nous avons été parmi ceux qui, au début des années 1990, proposaient à la télévision des films muets qui passaient à des heures acceptables, 19 heures, 20 heures. Nous avons ensuite restauré d'assez nombreux films muets que nous avons mis en musique et proposés à des chaînes de télévision qui les ont passés. Nous avons évidemment exploré les possibilités du marché international avec la distribution, le DVD. Mais très rapidement, les limites de ce modèle sont apparues. À nouveau, lorsque l'on vend en DVD *Nosferatu*, nous n'avons pas de problème, mais lorsque l'on propose un film muet d'Augusto Genina, c'est aussi simple que cela. La même question se repose avec les nouveaux médias qu'avec les anciens.

Avec les nouvelles technologies, le nombre de choses que l'on peut faire est infini. Le nombre de choses que quelqu'un voudra faire est peut-être un petit peu plus incertain. Qui va profiter de tous nos services s'ils sont cachés derrière le géant Google, les YouTube, les Dailymotion ?

Ma grand-mère me racontait une vieille blague. Elle me disait : « *La différence entre la dictature et la démocratie est très simple : la dictature c'est « ferme la ! », et la démocratie c'est « cause toujours ».* Nous sommes définitivement rentrés dans l'ère du « cause toujours ». Tout le monde peut proposer des choses sur Internet, mais au-delà des problèmes de coûts, et de mise en ligne que nous avons déjà largement évoqués et qui sont très problématiques, la vraie question est : qui cela va-t-il intéresser ?

Je reviens à la question de départ. Peut-on délocaliser les chefs-d'œuvre ? Oui. On peut délocaliser les chefs-d'œuvre, mais comme ce sont des chefs-d'œuvre qui, a priori, font partie des 5 %, ils se délocalisent tout seuls. Les cinémathèques les montrent un peu partout, les DVD les éditent, et ils se vendent puisque ce sont des chefs-d'œuvre et qu'ils sont reconnus. D'une certaine manière, la délocalisation des chefs-d'œuvre nous appartient, aux cinémathèques pour les films les plus anciens, et aux ayants droit pour les films les plus récents.

Derrière cet aspect, il y a la relativité de l'expression chef-d'œuvre. Un chef-d'œuvre peut être un chef-d'œuvre dans un pays et être considéré comme une œuvre médiocre dans l'autre. Des critères culturels, linguistiques, artistiques, commerciaux rentrent en ligne de compte. Le chef-d'œuvre est subjectif. Je vais me permettre, si vous le voulez bien, de faire la distinction, non plus chef-d'œuvre ou pas chef-d'œuvre qui est quelque chose de très subjectif, mais film qui a intéressé, et le reste du

cinéma, les autres 95 % ceux qui ne sont pas connus, qui n'attirent plus guère d'intérêt, et qu'il nous appartient de restaurer, de valoriser, de montrer et - nous l'espérons - de partager.

Pour toutes ces organisations culturelles (la FIAF et l'ensemble des cinémathèques nationales, régionales, et des musées qui ne font pas directement partie de la FIAF), la question ne se pose pas. Sont montrés des films qui intéressent, mais sont aussi montrés les films qui ne les intéressent pas. On viendra rarement faire le reproche à une archive, à un musée, ou une cinémathèque de montrer des films qui n'ont pas rempli la salle. Pour le moment, en tout cas.

Ce travail est fait par les cinémathèques et les musées avec les limites que l'on peut imaginer. Ne sont concernées que les personnes qui vont au musée, qui ont accès aux cinémathèques, et qui connaissent cet espace. S'ils ne le connaissent pas, comme tout le monde, ils vont sur YouTube, Dailymotion ou Google, et vont aller voir toujours ces fameux 5 % d'œuvres dont nous ne sortons jamais.

Avec ces nouvelles technologies de la VOD, avec le DVD qui existe encore et pour lequel de plus en plus de films sortent, avec les festivals qui sont quand même de plus en plus nombreux, on s'aperçoit aujourd'hui qu'il existe une véritable tentative de montrer ou de rendre ces films accessibles. L'aspect « limitation géographique » est réglé, d'une certaine manière, avec tous ces nouveaux supports qui voyagent mieux que des projections dans une salle à une heure donnée dans un endroit donné, ce qui, jusqu'à maintenant, était le fait des cinémathèques.

On en sortait un peu grâce à toutes ces éditions (*Catch-up TV*, chaînes thématiques, DVD). La solution idéale serait la VOD. Ce serait absolument formidable si elle n'était pas si limitée, au départ, par la taille de l'écran. Il faudrait que tout le monde ait un grand écran chez soi. À supposer que ce soit le cas, on pourrait restituer, grâce à la VOD, l'expérience du cinéma à la maison. Impossible pour des raisons techniques, impossible aussi parce que l'expérience du cinéma est une expérience collective. Quand nous regardons un film, nous allons dans une salle pour le regarder ensemble. Quelque part, ce qui fait plaisir est autant le film que le fait de sortir de chez soi, de partager avec d'autres, un petit peu comme nous pouvons tous manger devant notre congélateur, mais c'est quand même beaucoup plus sympa d'aller au restaurant avec des amis.

Comme l'un des *medium* qui peut nous donner de l'espoir, la VOD propose un certain nombre de services. Sous l'égide de *Media*, nous parlerons tout à l'heure de *European Film Gateway*. Hier, nous avons parlé *filmarchives online*, de MIDAS. MIDAS est une filmographie de ce qui existe, et où on peut le trouver, mais qui ne nous dit pas encore comment on va aller le trouver. Une fois que nous avons cette information, il faut évidemment recommencer avec toute la difficulté de l'accès.

Lobster s'est posé cette question. Le problème n'est pas tant de montrer les films, tout le monde sait qu'il y a énormément de DVD qui sortent. La concentration se fait sur ces 5 %. On s'est dit que l'on allait essayer, non pas de dire : on montre des films, mais on va essayer de dire deux choses à travers un plan qui s'appelle *Europa Film Treasures*. Ces deux choses sont les suivantes : les 95 % restant sont merveilleux. Ils gagnent à être découverts, et pour les découvrir, il faut vous ouvrir l'appétit. Une fois que votre appétit sera ouvert, allez vers les personnes qui font des programmations, qui ont choisi les films qui vous correspondent, et qui de plus en plus ouvrent des sites où l'on peut voir les images pour lesquels les questions de droits sont résolues. Vous y découvrirez des choses incroyables.

Ouvrir l'appétit des spectateurs. Quand je dis spectateurs, ce ne sont pas les spécialistes de cinéma ou les personnes qui naturellement sont des chercheurs ou des personnes qui vont vers le cinéma. Je parle du spectateur qui va chez McDonald's, alors que pour le même prix il pourrait aller dans un restaurant qui lui offrira un repas différent, beaucoup plus agréable, où il sera assis, servi, etc. Ouvrons l'appétit, mais n'oublions pas une autre dimension très importante : cet appétit ne peut être ouvert et nous pouvons le satisfaire que grâce au travail de toutes les cinémathèques mondiales, et cela au niveau européen.

Les cinémathèques font depuis plus d'un demi-siècle un travail de conservation absolument formidable, et il faut aller vers les cinémathèques européennes dans leur ensemble pour comprendre

pourquoi elles ont fait cela, et y découvrir le bonheur incroyable d'apprécier autre chose que ce que l'on voit sur YouTube.

Au-delà de la valorisation de l'effort collectif des cinémathèques, chaque pays restaure son patrimoine. Maintenant que, d'une certaine manière, nous sommes tous unis, une mémoire européenne s'est constituée, mais au-delà de cela, il faut partager cette mémoire (et vient le moment de dire un gros mot, pas pour tout le monde), il faut faire du marketing.

Qu'est-ce que le marketing ? Mettre en face la proposition d'un produit (un autre gros mot) avec une demande solvable - dans notre cas, une demande intéressée. Il nous faut recréer ce goût, cette envie maintenant que nous avons la proposition, le produit, sur tous ces merveilleux sites. Nous avons vu hier le succès d'Europeana, qui a fait sauter le système. C'est un incroyable bonheur. Au-delà de cet effet, cet effort doit être durable et il faut que le public ait envie de découvrir autre chose.

Pour qu'il en ait envie, il faut lui donner envie. Vous pouvez ouvrir le meilleur des restaurants, s'il est dans un endroit où personne ne va, votre restaurant ne marchera pas. Au départ, avec *Europa Film Treasures*, notre idée était de dire : « Venez voir sur ce site la diversité des cultures, les choses formidables que nous avons restaurées les uns les autres. Vous allez passer un tellement bon moment que pour chaque film, vous pourrez aller voir la cinémathèque qui l'a restauré, d'autres films du même genre. En gros, vous pourrez voir les films ». C'est une offre qui a pour seul objectif de faire découvrir les cinémathèques et d'ouvrir l'appétit.

Sur le site *Europa Film Treasures*, chaque film peut être présenté en deux débits : un bas débit (une sorte de vision simple) pour que les pays qui n'ont pas le haut débit puissent quand même découvrir les films, et il y a au départ un détecteur de débit de votre ordinateur qui vous connecte directement vers le débit le plus favorable par rapport à votre équipement. Vous avez la possibilité de voir les films soit en quart d'écran, soit en plein écran. Notre objectif est de donner envie, et pour donner envie, il faut montrer des films de qualité dans des versions de qualité et avec des *metadata* ou des commentaires de qualité. Ceci a été fait grâce à MEDIA qui soutient *Europa Film Treasures* depuis cette année. Chaque film est présenté et accessible en cinq langues. Nous devons sous-titrer, il faut qu'il y ait des fiches explicatives du film, ainsi que des fiches-liens vers la cinémathèque correspondante en cinq langues (français, anglais, espagnol, italien et allemand) plus la langue native. Pour un film hollandais ou danois, il est présenté dans sa version originale hollandaise ou danoise, et les cinq versions linguistiques sont créées. Pour les films muets, nous créons des musiques qui font partie du plan *Europa Film Treasures*. Rendre les films accessibles, c'est aussi leur donner les dimensions qu'ils n'avaient plus, qu'ils avaient perdues. On fait même, de temps en temps, des petits nettoyages image, dont les films ont besoin avant d'être présentés. Pour donner envie, chaque cinémathèque propose trois films, ce n'est pas la peine de proposer 50 000 œuvres de nouveau. Sans aucun doute, c'est du marketing.

Nous avons, à ce jour, 26 cinémathèques et archives en ligne. 37 cinémathèques avaient souscrit au plan, mais nous avons énormément de problèmes (juridiques, techniques, politiques). Certaines cinémathèques ont peur du *online*, et sont très prudentes. D'ici la fin 2008, nous serons passés à 30 cinémathèques en ligne, soit 23 pays représentés. Je suis heureux de vous annoncer aujourd'hui que parmi les nouvelles cinémathèques, nous aurons : le Nederland Filmmuseum – merci Mark-Paul Meyer–, la cinémathèque de Bologne – merci Gian Luca Farinelli –, et enfin la cinémathèque du Frioul, en Italie, l'organisatrice des *Giornate del Cinema muto* à Pordenone.

À ce jour, nous avons 54 films présentés dans leur intégralité. Ils datent de 1899 jusqu'à 1999 ; ce dernier film étant une production de la cinémathèque autrichienne concernant la société des films Saturn.

Je vais vous faire après une petite approche très amusante, titre par titre. Il existe quand même quelques vrais problèmes :

- la limite des formats. Internet favorise les programmes courts ;
- une limite sur le faible nombre de films. On s'aperçoit de l'effort colossal qu'il faut pour mettre 50 films en ligne,

- une limite sur les droits. On ne peut pas tout mettre en ligne. Les cinémathèques ne peuvent pas mettre en ligne tout ce qu'elles voudraient, derrière il y a les *copyright owners* et même s'ils n'y sont pas, il y a toujours les *underlying rights* avec le droit sur la musique, le scénario. L'Ina en sait quelque chose : ils ont des montagnes d'images et pour chacune de ces images se pose exactement le même problème. Je vous rappelle que les films orphelins ont ceci de particulier : ils n'intéressent personne. S'ils intéressaient quelqu'un, ils ne resteraient pas orphelins très longtemps. Si aujourd'hui, nous nous concentrons sur les films orphelins, c'est parce que, à défaut, les autres films ne nous sont pas disponibles. Or, notre envie, à terme, est d'essayer que se résolvent les problèmes de *copyright* qu'évoquait Mark-Paul ou que toutes les cinémathèques connaissent pour que nous puissions mettre sur nos sites, pas seulement ces œuvres orphelines, mais essayer de mettre des choses un peu plus ambitieuses ou un peu moins orphelines, des choses qui peuvent attirer le chaland ;
- de graves problèmes de financement existent. Au-delà des intentions formidables, la politique de MEDIA ne couvre que 50 % des dépenses effectivement engagées, nous espérons avoir le soutien de bien des fondations, des sponsors, des mécènes. Vous connaissez le contexte, ceux-ci ne sont pas venus, ou sont venus de manière assez limitée. Le CNC est à nos côtés, je tiens à les en remercier. Pour la France, nous avons obtenu un partenariat d'Orange, mais cet ensemble très inférieur à celui que nous avions espéré. Se pose désormais la question de la production au quotidien et de la continuité dans le futur (trois, cinq, dix ans) de ce genre de sites ; la bande passante coûte très cher. Les informations sont comme les hommes, quand elles doivent voyager, elles doivent prendre un ticket de train, acheter un peu de bande passante et, multiplié par des millions, cela coûte extrêmement cher.

Je vais vous citer les films qui ont gagné au palmarès merveilleux des films les plus regardés. Je vais vous étonner.

Le film le plus regardé est *The Apple-Knockers and the Coke* (28 757 visionnages) avec deux avantages majeurs pour être lu. Il s'agit d'un film érotique, un petit strip-tease dont on ne savait pas grand-chose. On a mené des recherches et l'on est arrivé à quelque chose de bien. L'autre avantage, c'est un sosie de Marylin MONROE et, quand vous cliquez sur Marylin MONROE, vous y allez tout de suite. On était bien persuadé que cela avancerait très vite.

Farfale (17 580 visites) est le film n° 3 sur notre palmarès. Il s'agit d'un film de danse italien, coloré au pinceau, produit par la Société CINES en 1907. Dans ce film, il n'y a rien d'érotique, pas de vedette, que de la beauté, avec une danse serpentine collective absolument merveilleuse.

Le n° 5 de notre palmarès est le film le plus ancien. Est-ce la raison pour laquelle il a été cliqué le plus ? Je n'en sais rien. Ce film, *Gordon Highlanders* du *Scottish Screen Archive*, dure moins d'une minute (il est marqué 0 minute dans mon inventaire). Il s'agit d'un défilé en 1899. Il a été vu 13 953 fois. C'est colossal, pour vous donner une idée, lorsqu'un DVD se vend à 3 000 exemplaires, tout le monde crie au délire. On invite tous les potes et on boit jusqu'au lendemain matin.

Le CNC et les archives du film nous ont proposés *Bucking Broadway* un film de John FORD de 1918, qui a été retrouvé en France et restauré ici, avec 10 645 visionnages. C'est tout à fait colossal.

Deutsche Kinemathek nous a proposé *Der Luftkrieg der Zukunft*, la guerre du futur. Ce film imagine qu'un jour on puisse faire la guerre avec des avions. C'est incroyable, à l'époque, il n'y a pas beaucoup d'avions. Le film est totalement surréaliste, formidable. Bilan : une réussite, 8 071 personnes ont vu ce film de Walter R. BOOTH tourné en 1909 et produit par Urban.

L'Arrivée du Tsar Nicolas II à Helsingør est 13^e. Il a été vu par 6 914 personnes.

Barcelone en tramway de la *Filmoteca Española* a été vu 5 424 fois.

Der Magische Gürtel, un film allemand proposé par l'*Imperial War Museum* avait été vendu à 200 exemplaires en VHS il y a des années. Il a été vu par 4 179 personnes, etc.

Le dernier film est *Da Makkin o' a Keshie*. Il s'agit de la fabrication d'un sac à dos en paille. C'est un film absolument merveilleux, un film d'amateur de 1932 produit par Jenny BROWN, proposé par le *Scottish Screen Archive*. Malgré son faible score, il a été vu par 1 134 personnes. C'est colossal.

Les personnes peuvent, après avoir vu le film, cliquer sur la cinémathèque qui l'a proposé. Ce qui se passe après, nous ne le savons pas. Cela se passe sur les sites des cinémathèques respectives ou sur le site de l'auteur (nous faisons des liens à chaque fois que nous le pouvons). Nous sommes le menu que nous mettons devant le restaurant, pour ouvrir l'appétit et pour donner envie.

Pour terminer cette brève présentation, je voudrais vous dire qu'il faut que nous allions plus loin vers les ayants droit pour les convaincre que mettre leurs films sur nos sites patrimoniaux, ce n'est pas les dévoyer, mais participer à un effort global de mise en valeur. Toutes les personnes qui connaissent Internet et la VOD et le film de patrimoine en sont probablement convaincues : mais c'est auprès des autres, services commerciaux et juridiques en tête, qu'il faut faire un effort de pédagogie, pour que les entreprises et les détenteurs de gros catalogues patrimoniaux nous rejoignent.

Je pense qu'il faut insister pour qu'ils comprennent que nous (les cinémathèques, les archives, les musées, les personnes qui montent des opérations avec le soutien de *Media*), nous sommes là pour leur faire faire des affaires, que leur matière morte redevienne vivante et nous leur donnons ce travail juste parce que nous aimons les films et que nous y croyons.

Travailler avec les ayants droit, ne pas avoir peur. Je sais qu'ils peuvent comprendre. Grâce à nous, on pourra délocaliser autre chose que les chefs-d'œuvre. On pourra tout délocaliser. On pourra tout montrer.

Si je pouvais finir avec une petite conclusion très brève, je dirais que les films sont comme les tapis. Il n'existe que deux solutions : soit c'est un tapis volant et il nous fait voyager, il nous fait rêver, soit c'est juste un tapis, et on s'essuie les pieds dessus. Merci.

Le principe d'*Europa Film Treasures* est d'utiliser le travail des cinémathèques qui sont aussi nos contacts. Nous demandons aux cinémathèques de nous proposer un certain nombre de films, et nous faisons une sorte d'harmonisation qui coordonne (un conseil dont font partie Bryony DIXON du BFI, Stéphane Droessler de Munich, Lenny Borger, Éric Lange et moi-même). Sur les 10 films, les archives savent que l'on va en prendre un, deux, trois, quatre, on ne sait pas combien.

Ces archives doivent nous proposer des films disponibles. Nous ne pouvons pas, dans l'enveloppe de développement, aller voir tous les ayants droit. Imaginez que cela se passe en Serbie, il faut que nous connaissions la loi serbe et que nous allions voir tous les ayants droit serbes. En gros, nous demandons aux archives de choisir des films qui donnent envie, mais des films dont ils ont les droits, soit il n'y a pas de copyright, soit elles connaissent les ayants droit et leur demandent l'autorisation. Nous nous considérons comme garantis par les cinémathèques de la jouissance de ces films. Comme il n'y a pas de recette, on ne peut pas nous accuser de faire un hold-up.

Par contre, les détenteurs de *copyright* peuvent ne pas comprendre et peuvent dire : « *Pourquoi je vous donnerais ces films ?* » La réponse des cinémathèques est de dire : « *Donnez-les nous juste parce que nous les avons restaurés et, de la même manière que vous nous avez autorisés à les montrer dans nos salles, de manière non commerciale, ce travail est un travail de promotion, non commercial.* »

Comme vous l'avez peut-être compris, la plupart des films regardés sont des films courts. À ce jour, nous n'avons pas plus de trois ou quatre longs-métrages. On se rend compte qu'Internet, peut-être du fait d'un effet de la défragmentation, nous limite quand même à des films relativement courts.

Bucking Broadway fait 50 minutes, plus de 10 000 personnes l'ont vu. Nous avons mis en ligne *El sexto sentido* de la *Filmoteca Española* avec une musique à l'accordéon de Marc Perrone. Il dure une heure et demie et a été vu plus de 5 000 fois.