

# Immigration cinéphile au Grütli

Les migrants n'ont pas bonne presse. D'aucuns oublient pourtant que sans mouvements de population, les arts n'auraient pas le même visage. Cet été, Le Mag raconte la richesse des échanges et les messages culturels produits par les migrations.

**Photos.**  
Ct-contre: Sotto una buona stella de Carlo Verdone, grand succès au Grütli. En médaillon: Edouard Waintrop, directeur des Cinémas du Grütli, et Umberto Tedeschi, directeur de la programmation chez Pathé Suisse. DR



**E**n dépit des échos patriotiques de leur nom, les Cinémas du Grütli parient sur les communautés étrangères et les films de tous horizons. Parmi moult rendez-vous et initiatives originales, la salle indépendante genevoise abrite trois ciné-clubs aux couleurs italiennes, espagnoles et iraniennes. Rencontre avec le directeur Edouard Waintrop, maître d'œuvre d'une programmation vouée à la diversité.

## Les ciné-clubs des Cinémas du Grütli ont-ils attiré un nouveau public?

**Edouard Waintrop:** Nous avons gagné la bataille du Grütli grâce aux Italiens et aux Espagnols! Lorsque nous avons mis en place le ciné-club italien et l'invitation au Festival d'Annecy en 2012, deux ans après mon arrivée, puis le ciné-club espagnol en 2013, ça a boosté la fréquentation. Jusqu'à ce moment-là, je me demandais encore si le pari du Grütli était viable. Aller à la rencontre des communautés étrangères était déjà dans mon projet initial, mais je ne savais pas si ce public répondrait présent. Les projections du ciné-club persan, créé du temps du CAC-Voltaire sous la direction de Rui Nogueira, n'ont pas le même succès que les séances italiennes ou espagnoles. L'an dernier, pour *Quando c'era Berlinguer* de Walter Veltroni ou *Sotto una buona stella* de Carlo Verdone, nos deux salles étaient pleines et nous avons dû refuser du monde!

## Comment expliquez-vous le succès du ciné-club italien?

— C'est une communauté très importante dans cette ville. Il y a 40 000 Italiens à Genève, issus de couches sociales éduquées et aisées. des couers de cible pour le cinéma, à condition qu'on ne les prenne pas pour des billes. Nous avons fait mouche en tablant sur des films délaissés par les distributeurs suisses — on ne peut pas dire que le cinéma italien ou espagnol les passionne... Ce ciné-club existait déjà sous le nom de Cineforum. Nous travaillons avec ses organisateurs et l'association Cultura



Italia, qui dispose d'un réseau très influent à Genève. Son succès est aussi lié à cette cinématographie et à la relation que les Italiens entretiennent avec elle. Je ne sais pas si un ciné-club portugais amènerait autant de monde. Le cinéma italien, bien qu'il soit un peu négligé aujourd'hui par les médias, reste l'un des deux meilleurs d'Europe — étant Français, je ne peux pas citer l'autre (*rire*). Avec les ciné-clubs, il y a aussi le plaisir de voir un film avec des gens qui partagent les mêmes intérêts.

## Les Espagnols sont-ils autant cinéphiles?

— Avant la crise de 2007-2008, c'était le deuxième pays européen en termes de fréquentation, avec un parc de salles presque aussi important qu'en France et des films en version originale. Il y a une habitude espagnole du cinéma et ceux qui ont émigré en Suisse ont pris le pli. Ils ont entendu parler des derniers films et connaissent le nom des réalisateurs — au contraire du cinéma italien actuel, très peu vu dans le pays. *La Isla minima* d'Alberto Rodriguez,

que nous allons montrer en septembre, a eu un succès phénoménal en Espagne.

## Et pourquoi pas un ciné-club latino?

— Ce serait un peu compliqué parce que nous collaborons avec le festival Filmbar en Amérique latine, qui a la priorité. Quand nous sortons des films d'Amérique latine, comme *Refugiado* de Diego Lerman, ceux-ci sont déjà passés chez eux. Nous allons aussi reprendre *El abrazo de la serpiente* du Colombien Ciro Guerra, un film formidable qui a été présenté à la Quinzaine des Réalistes à Cannes (*dont Edouard Waintrop est le délégué général, ndr*). Nous travaillons par ailleurs avec Black Movie, le Festival et Forum international sur les droits humains (FIFDH) ou encore avec la Cinémathèque suisse, dont le directeur Frédéric Maire a un intérêt particulier pour l'Italie et l'Amérique latine.

## Quelle est la ligne de programmation de ces ciné-clubs?

— Au ciné-club persan, nous ne mon-

trons pas les titres retenus par les grands festivals, qui s'en tiennent à une poignée de noms connus comme Jafar Panahi. Nos partenaires nous suggèrent d'autres films, dont ils ont entendu parler dans leur communauté. S'il y a beaucoup de très bons cinéastes en Iran, il est très difficile de voir leurs films. Les Italiens ont aussi envie de réalisations récentes et inédites. D'où le succès de *Sotto una buona stella* de Carlo Verdone, un cinéaste que la critique n'aime pas, quasi inconnu à l'étranger. Et nous importons des films espagnols qui, souvent, ne sont même pas sortis en France. Le Grütli privilégie les films d'auteur, mais nous avons aussi du cinéma populaire: des comédies italiennes pour la classe moyenne supérieure, qui correspondent au profil de notre public.

## Auriez-vous trouvé là une stratégie salubre pour la survie des salles indépendantes?

— Si le public visé ne vient pas, il faut aller le chercher ailleurs. Les films américains d'après 1965 ne marchent pas chez nous. Nos stars s'appellent Nuri Bilge Ceylan, Hirokazu Kore-eda et Abderrahmane Sissako. Notre public est celui des films du distributeur Trigon qui, à Genève, sortent toujours au Grütli. Quand je suis arrivé en 2010, j'avais peur que notre public meurt avant que je sois à la retraite! En l'élargissant, nous l'avons rajouté. L'année dernière, nous avons enregistré 35 000 entrées, alors que l'objectif était de 30 000. Mais il reste beaucoup de choses à améliorer: dont le transfert du public de nos ciné-clubs vers celui des habitués du lieu. En multipliant les rendez-vous italiens, nous avons tenté de les réunir. Les Italiens viennent aussi voir la programmation courante et les rétrospectives, celles consacrées à Vittorio Gassman ou à la maison de production Titanus. On verra si les Espagnols se déplacent pour *La Isla minima*. Ce ne sont pas des additions, plutôt une alchimie qui dépend du choix des films.

PROPOS RECUEILLIS PAR MLR

# Séances masala en multiplexe chez Pathé

**L**a scène se déroule dans un multiplexe lausannois à la fin des années 1990. Alors que les séances de 20h viennent de débuter, deux Indiens égarés grillent une cigarette dans le hall désert, bientôt rejoints par d'autres compatriotes. Au fil de la soirée, les petits groupes débarquent à un rythme régulier. Quand les salles se vident, sous l'œil intrigué des spectateurs se dirigeant vers la sortie, une foule compacte patiente dans une brouhaha enfumée... Ce public exotique est venu découvrir le dernier succès des studios de Bollywood, à l'occasion d'une projection spéciale qui ne passe pas inaperçue.

Quelques années plus tard, Pathé tentera de pérenniser ces rendez-vous insolites, drainant une population qui ne fréquente guère les salles helvétiques. De même que l'exploitant avait par ailleurs introduit dans le circuit commercial les comédies de Noël italiennes, pour le plus grand plaisir de la diaspora transalpine (lire ci-contre). Umberto Tedeschi, directeur de la programmation chez Pathé Suisse, se souvient de cette surprenante aventure.

## Comment Pathé en est-il venu à montrer des films indiens?

**Umberto Tedeschi:** Pathé Suisse a pour politique de proposer une offre cinématographique aussi large que possible. Pour montrer des films du monde entier, nous travaillons avec de nombreux distributeurs, dont certains — comme Trigon — sont spécialisés dans les cinémas latino-américains ou africains. Le cas des films indiens et tamouls est un peu particulier. Au départ, il s'agissait de projections privées où l'exploitant se contente de louer la salle. En se multipliant, ces séances tombaient sous le coup de la loi. On ne pouvait pas continuer à en accueillir tous les week-ends! A une telle fréquence, cela devient un réseau parallèle, un marché gris qui échappe à un certain nombre de dispositions légales. Les distributeurs de ces films en projetaient finalement plus que Trigon, sans payer la moindre taxe.

## Comment ces films ont-ils été intégrés au circuit commercial?

— La Loi fédérale sur le cinéma impose que tout film projeté en public soit importé par une entreprise de distribution agréée, détenant les droits de diffusion sur tout le territoire et ayant son siège social en Suisse. J'ai donc demandé aux distributeurs de se mettre en ordre. Durant une année, entre 2013 et 2014, nous avons ainsi essayé de monter une programmation régulière de films indiens, tamouls et turcs — ces trois communautés étant très bien implantées dans notre pays. La démarche relevait d'une volonté politique de Pathé: développer le potentiel de ces cinémas pour compléter notre offre.

## Pourquoi l'expérience n'a-t-elle duré qu'une année?

— Nous nous sommes heurtés aux difficultés du marché d'origine. Deux ou trois jours après leur sortie nationale, les films sont piratés. Avant même que les bobines ne passent la douane, c'est déjà trop tard! Travailler avec ces distributeurs était aussi très compliqué. Ils perdaient parfois les droits pour la Suisse, le producteur pouvant casser leur contrat du jour au lendemain. Il arrivait qu'on reçoive un film dix jours avant la date de lancement, alors que nous avons besoin de quatre à six semaines pour organiser correctement une sortie dans plusieurs villes. Cela suppose toute une mécanique qu'on ne peut pas avoir des films qui disparaissent à la dernière minute. Quand je m'occupais du cinéma Odéon à Morges, un type débarquait en début de soirée avec une copie sous le bras, pour une séance en nocturne d'un film de quatre heures dont on découvrirait la durée à ce moment! Après la projection, il attendait que le film soit démonté pour l'emmener à Zurich dans la nuit.

Lorsque ces problèmes se répètent, vous perdez la confiance du public. Nous avons fait des efforts pour être plus réactifs. J'ai aussi aiguillé et soutenu les distributeurs dans leurs démar-

ches administratives. Ces gens étaient très sympathiques et pleins de bonne volonté, mais ils n'arrivaient pas à suivre. Le distributeur turc a fait faillite, tandis que son confrère indien a fini par renoncer.

## Ces séances ont-elles malgré tout rencontré un certain succès?

— Oui, ça marchait plutôt bien. L'expérience était intéressante. Elle nous a permis de proposer une offre plus diversifiée, d'amener ce public dans nos cinémas. C'était assez rocambolesque. Les gens ne parlaient pas forcément nos langues, il fallait leur expliquer comment prendre les billets... Ces communautés sont par ailleurs très bien organisées. Elles ont un réseau informel qui fonctionne au bouche à oreille, avec des affichettes dans les épiceries, ou aujourd'hui à

traverser les réseaux sociaux. Le distributeur turc, qui connaissait toutes les personnes influentes de la diaspora à Zurich, pouvait rameuter 400 personnes en quelques jours!

## Envisagez-vous d'autres initiatives de ce type?

— Non, parce qu'il faut viser des communautés ayant un bassin de population suffisant pour rentabiliser une sortie. Les films turcs marchaient par exemple surtout en Suisse alémanique. Nous sommes toujours régulièrement sollicités pour des projections privées, mais j'en limite le nombre. Par contre, je n'ai jamais reçu de demandes pour des films portugais ou espagnols. Cela dit, je reste convaincu qu'il existe un public potentiel pour une telle programmation, des gens intéressés par ces cultures et leurs cinématographies.

PROPOS RECUEILLIS PAR MLR

# Déclin des Noëls à l'italienne

Qui n'a jamais entendu parler des fameux «films de Noël» italiens? Véritables institutions culturelles, ces comédies populaires déclinent en titre le substantif *natale* se hissent chaque hiver au sommet du box-office transalpin. Une tradition nationale qui s'est exportée en Suisse, à la faveur de l'immigration italienne des années 1970. Fin 2013, l'exploitant Pathé programmait encore trois films du genre — *Colpi di fortuna*, *Sole a catinelle* et *Un fantastico via vai* — puis seulement *Un natale stupefacente* en décembre dernier. Car ces séances sont en train de «tomber en désuétude» selon Umberto Tedeschi, directeur de la programmation chez Pathé: «On continue à en proposer, mais je ne sais pas si ça va durer encore longtemps. Ces quatre titres réunis ont fait à peine 5 000 entrées. Avec les années, l'intérêt du public a baissé. Ces comédies sont importées par un distributeur suisse basé à Mendrisio, Morandini Film Distribution. Lui-même constate qu'elles marchent moins bien au Tessin.» Plusieurs explications à cela. Si Umberto Tedeschi incrimine le piratage, il constate surtout que le public a changé. «Les Italiens des deuxième et troisième générations ne s'intéressent pas à ce genre de comédies, qui sont souvent parlées en patois. Ceux qui ont appris la langue en Suisse avec leurs parents ou à l'école n'y comprennent rien et ne rient pas aux gags — comme des spectateurs allemands devant un film alémanique! Pour apprécier l'humour napoletain, il faut avoir grandi dans cette région. C'est une culture qui se perd. Je comprends ce dialecte parce que mon père vient de là-bas, mais pas mes enfants.» Le temps où les immigrants italiens soignaient leur mal du pays devant ces comédies pittoresques semble en effet révolu.

MLR