

## L'avocat Christophe Germain dénonce la complaisance d'un certain journalisme consacrant «Hollywood pratique une discrimination»

Alors que l'Unesco débat cette semaine de la préservation de la diversité culturelle, l'avocat et réalisateur genevois Christophe Germain dénonce l'influence des «blockbusters», ces superproductions cinématographiques qui menacent, selon lui, la pluralité d'opinions. Ce phénomène d'ampleur met en danger «tant la critique journalistique que les subventions de l'Etat à la presse et au cinéma». Une préoccupation qui a poussé M. Germain à déposer une plainte auprès du Conseil suisse de la presse. Entretien.

### INTERVIEW

PROPOS RECUEILLIS  
PAR SANDRA VINGIGUERRA

«Is s'affichent format mondial dans toutes les villes de la planète simultanément: les blockbusters – littéralement «casseurs de baraque» – sont des films majoritairement produits par Hollywood et dont les budgets se montent à des dizaines de millions de dollars. Né dans les années septante, après la débâcle financière d'Hollywood, le blockbuster est le produit d'une attention toute particulière des studios pour le box-office, c'est-à-dire pour les entrées d'un film. Le phénomène a pris de l'ampleur avec la réussite des *Donts de la mer* (Steven Spielberg, 1975) et de *Star Wars* (George Lucas, 1977), les deux premiers films de l'histoire à rapporter plus de 100 millions de dollars. Mais cette stratégie, qui visait au départ l'association d'une génération montante de réalisateurs au renouveau des caisses, est devenue un phénomène planétaire d'une puissance sans égale. Aujourd'hui, les majors – les sept plus grands studios hollywoodiens – inondent le marché de leurs véritables machines à argent.

Christophe Germain, avocat aux barreaux de Genève et Zurich, s'est attaché à comprendre l'influence des blockbusters sur la diversité de l'offre culturelle en matière de cinéma en Suisse. Il a mis au jour les relations souterraines entre la domination du marché par les majors, la critique journalistique et les subventions accordées à la presse et au cinéma. Entretien avec un esprit clairvoyant et original: Christophe Germain ne se contente pas de constater, il pro-

pose un modèle pour préserver une diversité culturelle menacée.

**Le Courrier:** En février dernier, vous avez déposé une plainte au Conseil suisse de la presse à propos de la couverture des blockbusters par les médias suisses. Vous estimez que certains articles ressemblent à de la publicité déguisée, soit du public-reportage.

**Christophe Germain:** Cette plainte concernait un article de trois pages sur le blockbuster *Spider-Man*, publié avant le lancement de ce film dans la rubrique culturelle du quotidien *Le Temps* le 1<sup>er</sup> juin 2002. La moitié de cette critique est constituée de photos «copiées/collées» du dossier de presse. Sa composition graphique est d'un style racoleur et son contenu largement complotant. Cet article me paraît caractéristique d'une certaine tendance de la critique de cinéma actuelle à confondre journalisme et publicité.

«Ce genre de film produit et distribué par les majors jouit d'un budget de publicité de plus d'un million de francs rien que pour la Suisse. Au niveau international, les investissements en marketing d'un tel blockbuster s'élèvent à 50 millions de dollars en moyenne alors que ses coûts de production atteignent 30 millions!»

«Il y a un lien de causalité entre le budget marketing exorbitant et la place disproportionnée octroyée dans la partie rédactionnelle des journaux suisses à ces films. A titre de comparaison, le budget marketing d'un film suisse atteint à présent 50 000 francs. A l'évidence, il y a un grave problème d'accès pour les spectateurs. Comment peut-on être concurrentiel à qualité égale si l'on ne jouit pas d'un budget publicitaire

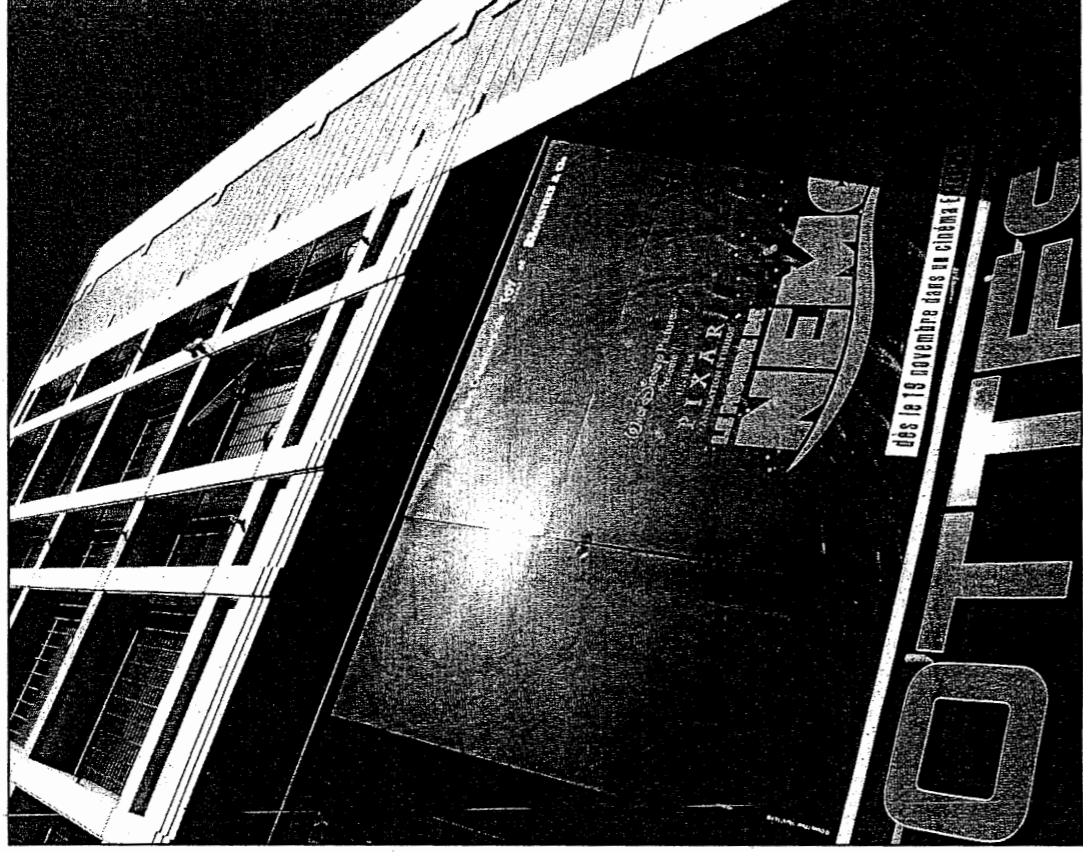
comparable à celui d'un blockbuster?

**Vous argumentez se fondre sur des questions de déontologie des journalistes. Mais, plus largement, vous estimez que ce type de couverture met en péril les objectifs de pluralité d'opinions poursuivis par la Confédération lorsqu'elle subventionne la presse et le cinéma.**

«La Confédération finance par une subvention indirecte la presse depuis 1996. Cette somme, qui atteint aujourd'hui un demi-milliard de francs, soit entre 40 et 120 millions de francs par année, est censée préserver la diversité des opinions, le *Meinungspluralismus*.

«En même temps, la Confédération octroie une aide annuelle beaucoup plus modeste – à la branche cinématographique afin de promouvoir l'identité et la diversité culturelle dans le domaine audiovisuel. La subvention en faveur du cinéma s'élève aujourd'hui à quelque 20 millions de francs par année grâce à une récente augmentation. Lorsqu'un journal subventionné en Suisse dédie trois pages de «reportage publicitaire» à *Spider-Man* et un espace systématiquement beaucoup plus modeste aux films européens, africains, asiatiques ou latino-américains, il sabote la diversité culturelle en abusant de la subvention à la presse et en cannibalisant ainsi la subvention au cinéma.

«L'article paru dans *Le Temps* sur *Spider-Man* aurait coûté à la major environ 45 000 francs s'il avait été publié comme publicité. Cela représente un cadeau involontaire des contributeurs médias aux grandes entreprises médiatiques d'Hollywood. Mais il ne s'agit pas là d'une exception. La *Sonntagszeitung* a publié deux pages dans la même veine; la *Weltwoche*, *L'Hebdo* ainsi que les



«Nemo» s'apprête à sortir sur de très nombreux écrans romands après une campagne lapageuse. MGN

autres publications des grands groupes de presse célèbrent pratiquement chaque lancement de blockbusters en Suisse: *Minority Report*, *Harry Potter*, *Lords of the Ring*, etc. Comme il s'agit d'un problème d'ampleur nationale, j'ai choisi un exemple romand et j'ai déposé la plainte en langue allemande devant le Conseil suisse de la presse, cela en vue de surmonter la barrière linguistique.

**Mais vous avez été débouté en avril dernier. Sur quelles bases?**

«Le Conseil de la presse a refusé d'entrer en matière en ce qui concerne le reproche de cannibalisme des subventions en alléguant qu'il n'est pas compétent pour se prononcer sur des questions de politique culturelle.

«Cela est en contradiction flagrante avec la jurisprudence de ce même Conseil dans les années nomante. Les prises de position de cette époque touchaient aux rubriques économiques, touristiques, sportives et automobile. Ainsi, dans une prise de position de 1992, le Conseil de la presse, à l'époque un peu plus critique et sensible aux méfaits des pressions économiques exercées sur les journalistes, exprimait claire-

ment que les politiques ayant trait aux droits humains devaient être prises en compte dans les reportages touristiques sur l'Afrique du Sud durant le régime de l'apartheid. Même raisonnement pour les politiques de protection de l'environnement en relation avec le journalisme automobile, notamment exposé aux faveurs des producteurs et distributeurs.

**Et sur les questions de déontologie?**

«Personnellement, je ne mets pas en doute l'intégrité des journalistes concernés. Quelle est la

## Comment sortir du système?

«Il a été question récemment d'amender les distributeurs qui programment trop de blockbusters. Que pensez-vous de ce système?

«Il s'agit d'une sanction qui peut être imposée aux distributeurs et exploitants de salles de cinéma qui violent la nouvelle loi fédérale sur le cinéma. Les entreprises de distribution et de projection doivent en effet contribuer à la diversité de l'offre cinématographique. Celle-ci est assurée dans une région donnée si, compte tenu du nombre de salles de projection et de la taille de la région, les films projetés proviennent en nombre suffisant de pays différents et s'ils représentent des genres et des styles divers.

«Cette obligation et son mécanisme de sanction représentent un instrument louable pour réaliser le postulat de la diversité culturelle et lutter contre la pensée et l'émotion unique dans le domaine du cinéma.

**Est-ce une réelle solution pour le cinéma indépendant?**

«Le problème subsiste. A défaut de ressources publiques concurrentielles, les films européens, africains, asiatiques et latino-américains resteront dans une large mesure ignorés du public et ainsi sans rentabilité. En toute probabilité, ils ne seront donc pas économiquement viables sans aide étatique.

les 99% des parts de marché aux Etats-Unis et dans les pays qui ne peuvent pas financer une aide au cinéma conséquente, à savoir: les pays en voie de développement et les économies en transition.

**Quel est à votre avis le modèle le plus efficace de préservation des cinémas d'un autre genre?**

«La promotion de la diversité culturelle au moyen de subventions est un luxe qui est à la portée des pays nantis uniquement. Cela incite à réfléchir sur des outils complémentaires et alternatifs qui pourraient réaliser le postulat de la diversité culturelle.

«Une idée consisterait à imposer une taxe progressive sur le marketing: 30% pour les films jouissant d'un budget de marketing de plus de 100 000 francs, 3% pour les autres. Les revenus générés par cette taxe seraient ensuite distribués aux films jouissant d'un budget marketing de moins de 10 000 francs...

**Vous proposez, outre la taxe, d'agir sur le «copyright».**

«Une solution véritablement novatrice consisterait à établir un nouvel équilibre au niveau du droit de la propriété intellectuelle.

«Formulé de manière un peu simplifiée, le droit d'auteur protège le créateur tandis que le copyright protège l'investisseur. Je suis persuadé qu'il faut réévaluer substantiellement le niveau de protection du copyright tout en préservant les bienfaits du droit d'auteur. Concrètement, un nouvel équilibre plus juste au niveau du copyright mettrait un film suisse sur un pied d'égalité avec *Spider-Man*.

«L'oligopole d'Hollywood impose ses blockbusters à coups de masse publicitaire. Ces investissements sont suscités et protégés par le copyright et par le droit des marques («trade marks»). Il y a aujourd'hui un large consensus dans la grande majorité des pays pour faire respecter le droit de la propriété intellectuelle. Certaines violations graves du droit d'auteur et du droit des marques, des actes dits de «piraterie» sont même passibles de sanctions pénales.

«La mise en œuvre de la propriété intellectuelle est liée à des coûts importants pour les Etats. On peut soutenir que ces dépenses ne sauraient être justifiées lorsqu'elles contribuent à nuire à des politiques culturelles légitimes. En l'espèce, il serait absurde de dépenser des deniers publics pour protéger la propriété intellectuelle d'un oligopole qui pratique systématiquement et à l'échelle planétaire de la discrimination culturelle.

Propos recueillis par SVA

# une couverture toujours plus grande aux superproductions hollywoodiennes. n culturelle à l'échelle planétaire»

d'expression, de l'information, en somme de s'engager en faveur de la liberté de la presse. En refusant de protéger les journalistes contre les pressions économiques, le Conseil de la presse fait le jeu des grandes entreprises médiatiques.

## Quel rôle attribuez-vous à la critique?

«Mon action ne se limite pas à dénoncer le rôle peu flatteur joué actuellement par beaucoup de critiques de cinéma servant de «femmes et hommes-sandwich» pour vendre des blockbusters du genre *Spider-Man*. En effet, je veux mettre en exergue le dommage fait à la cause de la diversité culturelle en matière cinématographique. Celle-ci aurait besoin d'une critique de cinéma de qualité, qui serait sensibilisée au dysfonctionnement actuel du marché audiovisuel.

«Selon un sondage récent effectué en Suisse, 74,3% des personnes interrogées indiquent qu'elles s'informent au moyen de critiques de cinéma publiées dans la presse. 60% de ces personnes estiment que les médias suisses couvrent les films suisses de manière insuffisante. Ces chiffres témoignent de l'influence de la critique sur les choix des spectateurs. Celle-ci peut ainsi jouer un rôle clé dans la promotion de la diversité culturelle dans le domaine du cinéma.

«En effet, l'engagement pour la liberté d'expression cinématographique et pour la liberté de la presse contre les pressions économiques, qui uniformisent les formes et les contenus, relèvent d'un même combat dans la Société de l'«Infotainment», où l'information et le divertissement ont fusionné.

**Vous avez interpellé MM. Couchepin et Leuenberger pour leur livrer votre analyse du marché du cinéma suisse. Comment ont-ils réagi?**

«Pour attirer l'attention des milieux concernés, j'ai envoyé une copie de ma plainte à diverses personnes et institutions, dont les conseillers fédéraux Pascal Couchepin, responsable de la subvention au cinéma, et Moritz Leuenberger, responsable de la subvention à la presse. M. Couchepin a répondu par une lettre de remerciement et m'a offert un entretien.

«Le Conseil de la presse est une entité privée, une fondation qui applique des règles et une jurisprudence établies par elle-même. L'une des fonctions essentielles de cette institution consiste à lutter contre les atteintes à la liberté d'opinion.

**PROPOS RECUEILLIS PAR SANDRA VINGIGUERRA**

**S**elon Jean-Jacques Roth, rédacteur en chef du *Temps*, le quotidien romand ne cède pas aux sirènes commerciales. Les rédacteurs se sentent totalement libres d'évaluer la qualité intrinsèque des blockbusters, au même titre qu'un film issu des cinématographies dites «marginales».

**Le Courrier: Pourquoi Le Temps a-t-il réservé trois pages au blockbuster Spider-Man, de Sam Raimi?**

Jean-Jacques Roth: Notre couverture ne dépend pas de la nature du produit culturel sur lequel nous écrivons. En d'autres termes, ce n'est pas son statut de blockbuster qui nous a poussés à faire la Une du Samedi culturel sur *Spider-Man*. Nous nous intéressons plutôt à ce qui produit un événement: en quoi tel ou tel film fait débat, quels aspects il révèle, soit de sa production soit de sa consommation. Nous posons la question: quel est le sens de cette production culturelle? Thierry Jobin avait, par exemple, vu dans *Spider-Man* des évolutions considérables du langage hollywoodien, et c'est de cela qu'il a parlé.

**N'y a-t-il aucune «censure» ou «pression»**

chepin m'a répondu qu'il était difficile d'évaluer l'efficacité des subventions, surtout lorsqu'elles émanent de deux départements fédéraux différents comme c'est le cas des subventions de la presse et du cinéma.

«M. Leuenberger m'a répondu que l'Etiat ne devait pas abuser de la subvention à la presse pour exercer un contrôle sur les contenus journalistiques.

«A mon avis, il est irresponsable de distribuer de l'argent public pour atteindre certains buts - en l'occurrence la diversité des opinions pour la presse et la diversité culturelle pour le cinéma - sans ensuite se soucier de savoir si les subventions sont utilisées de manière conforme à ces buts. Si le gouvernement ne parvient pas à assurer cette conformité, il incombe au Parlement de corriger le tir.

«M. Leuenberger soulève la question de la censure. Dans ce contexte, il faut se poser la question suivante: comment une critique de cinéma influencée par les investissements en marketing influence-t-elle à son tour le choix du spectateur? Il faut admettre qu'il existe une forme de

censure privée qui a les mêmes effets que la censure publique.

«Je suis toutefois d'accord avec M. Leuenberger: l'aide publique ne doit pas servir à l'Etiat pour censurer la presse. Mais en tant que contribuable, je refuse de financer trois pages de critique publicitaire sur le film *Spider-Man*.

## Comment définites-vous la «censure privée»?

«Les moyens de droit contre la censure publique reposent sur la liberté d'opinion et d'expression. Traditionnellement, cette liberté est un moyen de défense de l'individu contre l'Etiat. Maintenant, avec la privatisation croissante de l'Etiat, dans bon nombre de domaines, disparaît au profit de collectivités privées, par exemple les grands groupes médiatiques. Ces entités privées peuvent acquérir par là un pouvoir comparable à celui de l'Etiat. A mon avis, il faut aujourd'hui réaliser la liberté d'opinion et d'expression également dans les relations entre personnes privées, à savoir entre l'individu et la grande entreprise. Par exemple, entre le spectateur

et AOL/Time/Warner, entre le pigiste et Ringier.

## Pour en revenir au cinéma...

« Dans le monde du cinéma, le marché véritablement pertinent ne se situe pas entre les producteurs de films (offre) et les spectateurs (demande), mais entre les distributeurs de films (offre) et les exploitants de salles de cinéma (demande). Les distributeurs mettent à disposition les films et les investissements en publicité. Les exploitants de salles de cinéma ont une tendance légitime à programmer des films susceptibles d'attirer les foules. En tant qu'exploitant, je préfère programmer *Spider-Man* plutôt qu'un film suisse qui ne jouit d'aucune ressource en marketing. Ainsi, le spectateur ne pourra jamais voir ce dernier parce qu'il n'y aura aucun exploitant de salle obscure qui le programmera. Le spectateur devra aller voir *Spider-Man*, car une dizaine de salles dans la même grande ville lui imposeront ce choix par leur programmation uniforme. C'est ce que j'appelle également la censure privée. Et lorsqu'on incite des critiques de cinéma à remplir leurs



Christophe Germann.

# «Je suis contre une disqualification a priori des blockbusters»

**RÉACTION • Jean-Jacques Roth, rédacteur en chef du «Temps», explique ses choix rédactionnels.**

**productions indépendantes ou les cinématographies «marginales».**

«Il se trompe. Nous avons largement soutenu *Intervention divine* d'Elia Suleiman, ainsi que le petit chef-d'œuvre de Stéphane Brion Wolfgang Becker. Par ailleurs, notre politique de couverture soutient fortement les cinémas différents, ainsi que les cinémas. Nous faisons une grande place aux cinémas venus d'Amérique latine, par exemple, et nous couvrons largement le cinéma suisse. Il serait intéressant d'ailleurs de calculer la place réservée aux cinématographies dites «marginales» et celle réservée aux blockbusters. Les premières l'emporteraient sans aucun doute. Par ailleurs, il est vrai que lorsque nous consacrons trois pages à *Spider-Man* cela se voit plus. Peut-être parce que cette couverture marque une rupture avec le style habituel du Samedi culturel. Mais cette rupture n'est pas négative.

**Vous ne pouvez cependant pas nier que l'industrie hollywoodienne étouffe le cinéma indépendant.**

«Non, je souscris à la qualité intrinsèque de certains films hollywoodiens. Je suis contre une disqualification a priori des blockbusters.

# Un cadre juridique pour la diversité culturelle?

**UNESCO • Au programme des réunions préparatoires de l'Assemblée générale de l'Unesco: une convention sur la diversité culturelle.**

L'Unesco discute «quelques jours la «diversité» d'une convention internationale sur la diversité culturelle.

Les Etats membres devront décider de l'opportunité d'élaborer un instrument juridique international, c'est-à-dire contraignant, sur la diversité culturelle. En 2001, ils avaient déjà adopté une déclaration sur la diversité culturelle qui reconnaissait son statut de «patrimoine commun de l'humanité». Les Etats membres s'engageaient à considérer «sa défense comme un impératif éthique et concret». Mais l'autorité morale de l'Unesco n'a pas suffi dans le contexte actuel de mondialisation. L'Unesco propose donc la création d'un instrument plus ciblé sur «la protection de la diversité des contenus culturels et des expressions artistiques véhiculées par les industries culturelles».

Cette 32<sup>e</sup> session semble marquer un réel avancement pour la question de la diversité culturelle, notamment parce qu'elle cherche à se doter d'un outil contraignant.

Intervenante du débat, M<sup>me</sup> Scaramozzino, avocate au barreau de Paris, souligne en préambule

Sources: Newsletter du Bureau de la diversité culturelle du Québec www.unesco.org

