



Quel cinéma suisse pour le jeune public?

NEUCHÂTEL Enfants et professionnels du cinéma ont débattu, samedi au cinéma Apollo, de la place du jeune public dans le septième art.

PAR **MATTHIEU HENGUELY**

«**M**oi, je n'aime pas les contes de fées. A la fin, ils ont eu beaucoup d'enfants. Un, deux, trois ou quatre d'accord, mais pas plus!» A l'écran, la fillette d'une dizaine d'années n'y va pas par quatre chemins. Les «happy ends», très peu pour elle. Dans un film de quelques minutes, elle partage, avec dix camarades, sa vision du septième art. Diffusée samedi au cinéma Apollo de Neuchâtel, devant un parterre de professionnels, la vidéo alimente le débat mené dans le cadre de la Journée nationale du cinéma. Le thème: «Quels films suisses pour le jeune public?»

Le sujet est d'actualité, en raison de la récente décision de la fondation culturelle de la coopérative Suissimage, en charge des droits d'auteur des œuvres audiovisuelles, de mettre sur pied un programme d'impulsion. Il entend favoriser les créations visant le jeune public durant deux ans au minimum, fort d'une enveloppe annuelle de 200 000 francs.



Le scénariste Stéphane Mitchell, le cinéaste Frédéric Guillaume, le journaliste Christian Georges et la distributrice de film Judith Repond (de g. à dr.) lors du débat, au cinéma Apollo de Neuchâtel. MATTHIEU HENGUELY



S'inspirer des pays nordiques

Jusqu'à maintenant, les cinéastes suisses ne s'adressent guère au jeune public, résume Vincent Adatte, fondateur de la Lanterne magique et animateur du débat. Mais cela pourrait changer, grâce aux impulsions telles que le programme de Suissimage. L'idée est de s'inspirer de ce qui se fait au Pays-Bas ou dans les pays nordiques, où le genre est fortement encouragé.

«En Finlande et en Norvège, on essaye d'impliquer les jeunes dès le départ», relève la scénariste Stéphane Mitchell, à qui l'on doit notamment la série de la RTS «Quartier des banques». «Ils les font intervenir très vite, demandent leur avis, ce qu'ils aimeraient voir, ce qui les dérange», poursuit-elle.

Et les jeunes Neuchâtelois sont loquaces lorsqu'on les interroge. Ils aiment l'action, certains préfèrent les images de synthèse, d'autres les tournages «réels». Mais surtout, «ils ne veulent pas qu'on les infantilise», indique le journaliste spécialiste de cinéma Christian Georges. «Ils veulent ressentir des émotions et demandent aussi de la proximité. Ils aimeraient voir des films qui se passent chez nous», poursuit Vincent Adatte.

Des demandes qu'ont bien entendues les professionnels. Mais elles restent compliquées. «Le marché suisse romand ne suffit pas à produire des films. Nous devons presque toujours co-produire avec la France ou la Belgique, voire avec les deux. Et cela doit

plaire à tout le monde», remarque Frédéric Guillaume, co-réalisateur, avec son frère Samuel, du film d'animation «Max & Co».

Le marketing a pris le dessus

Sans oublier que viser les 8-12 ans réduit le public cible. «Un film pour adulte touche les gens de 16 à 95 ans», remarque Judith Repond, du distributeur Agora Films. «Lorsqu'on propose un film jeune public aux salles de cinéma, c'est davantage par conviction que pour gagner de l'argent.» Et la distributrice de remarquer qu'il faut aussi s'adresser aux parents. «Ce sont eux qui emmènent les enfants au cinéma.»

Dès lors, ne faut-il pas s'affranchir de cette segmentation des publics et viser des films qui s'adressent à tout le monde? Lorsque la Lanterne magique questionne ses jeunes cinéphiles, ce sont souvent les films de Charlie Chaplin dont ils se souviennent, remarque Vincent Adatte.

A entendre Frédéric Guillaume, l'aspect marketing, qui impose de telles segmentations des publics cibles, est devenu tellement important qu'il est pratiquement impossible d'y couper. Son «Max & Co» en est un exemple. «Le marketing qui a été fait ne correspondait pas au film. A l'époque de Chaplin, il y avait beaucoup moins de films et donc de concurrence.» Mais il reste possible de s'en sortir, de satisfaire tout le monde et même de rentabiliser un long-métrage. «Le film «Ma vie de Courgette» est un

bon exemple. C'est un film pour adulte que les enfants sont allés voir», commente Stéphane Mitchell.

Un destin que bien des films visent, à commencer par «La fameuse invasion des ours en Sicile», long-métrage d'animation qui était diffusé ce samedi en avant-première, à l'issue du débat.