

Cinéma : la nouvelle vague du documentaire

La programmation en salles de documentaires liés à des questions d'actualité sociale ou politique n'est pas nouvelle. Mais le phénomène s'amplifie depuis quelques années. La sortie, mercredi 22 avril, des *16 de Basse-Pointe*, de Camille Mauduech, qui exhume, à quelques semaines de émeutes survenues en Guadeloupe, une affaire criminelle et politique qui s'est déroulée en Martinique dans les années 1950, en est un bon exemple. Elle fait suite, depuis le début de l'année, à la sortie de nombreux autres titres.

Sans être exhaustif, on peut citer : le 4 février, *Un aller simple pour Mahoré*, d'Agnès Fouilleux, retour sur la situation catastrophique de Mayotte, à quelques semaines du référendum sur la départe-

Analyse

Jacques Mandelbaum

Service Culture

chemar de Darwin, de l'Autrichien Hubert Sauper (plus de 450 000 entrées). Ce mouvement ne procède pas pour autant de l'opportunisme. Il engage le plus souvent des producteurs et des distributeurs indépendants qui ont foi en leur travail, et dont l'envergure professionnelle peut varier du tout au tout.

Quoi de commun, par exemple, entre Agnès Fouilleux, qui sort en vidéo *Un aller simple pour Mahoré* dans une salle parisienne en s'improvisant elle-même distributrice et sans avoir bénéficié du moindre financement, et la société de distribution Ad Vitam, qui promet *Let's Make Money* sur 47 copies et vise les 100 000 entrées, après le succès rencontré par le même réalisateur, en 2007, avec *We Feed the World* (120 000 entrées) ?

Pas grand-chose a priori, si ce n'est, chacun à son niveau, l'engagement et le plaisir de défendre une conception citoyenne du cinéma. Pour Arthur Hallereau, responsable de la promotion chez Ad Vitam, « ce sont des films qui nécessitent un véritable engagement. L'accompagnement est bien supérieur à la fiction, avec l'organisation de débats et la sollicitation d'associations, et il se travaille toujours sur la longueur. Grâce à la passion des exploitants, ils peuvent tourner en province et réserver au bout du compte, après une sortie très discrète, de très bonnes surprises ».

Agnès Fouilleux en sait quelque chose, dont le film continue de voyager dans toute la France après deux mois d'exploitation : « Les salles sont pleines à chaque fois, et les débats très intenses. Je crois qu'il y a un vrai engagement des gens pour des approches qui ne viennent pas des médias traditionnels et aussi pour la possibilité d'avoir une discussion avec le réalisateur. »

On touche sans doute là à quelque chose d'essentiel, que confirme Jérémie Bois, programmeur chez Cinéma Public Films, qui distribue *Les 16 de Basse-Pointe* sur dix copies : « La rencontre entre le public et les intervenants constitue l'essentiel de ce genre de sortie. Ce n'est pas un plateau sauvage, les gens ont envie de venir, la sincérité est toujours à 100 %. C'est une bouffée d'air vitale dans le paysage d'aujourd'hui, et je pense que c'est ce type d'action qui peut sauver l'avenir du cinéma. »

S'il admet par ailleurs que le film serait sans doute sorti sur moitié moins de copies sans les événements survenus récemment en Guadeloupe, il récusé en revanche toute arrière-pensée : le film a été réalisé et même pris en distribution avant ces événements. C'est au demeurant le cas de tous ceux qu'on a énumérés.

L'actualité ne commande donc pas le film ni sa sortie, mais elle peut au contraire le rejoindre et éventuellement l'aider. Ce fut le cas de *Gerboise bleue*, auquel le débat sur l'indemnisation des victimes des essais nucléaires et la forte implication des associations conféra un plus grand retentissement. Pour Stanislas Baudry, l'attaché de presse du film, « cela nous a valu un sujet dans le 20 heures de TF1, et un autre sur Canal+, ce qui n'est pas si courant, pour ne pas dire inespéré ». Sorti sur cinq copies voici deux mois, le film, qui continue à être exploité, a réuni pour l'heure 5 000 spectateurs.

Un dernier élément peut enfin expliquer la recrudescence de ce genre de films dans les salles obscures. C'est tout simplement que la télévision n'en veut plus. Pour Serge Lalou, producteur de *Katanga Business*, sorti sur dix copies, le verdict est sans appel : « Ces sorties sont justifiées par la possibilité d'un écho plus grand, d'un travail politique plus approfondi, par la demande des réalisateurs, et aussi, malheureusement, par la désaffection des chaînes pour ce type de films. » ■

La recrudescence de ce genre de films s'explique aussi par le fait que la télévision n'en veut plus

mentalisation de l'île ; le 11 février, *Gerboise bleue*, de Djamel Ouahab, évoque les essais nucléaires français en Algérie dans les années 1960, sortie ayant lieu deux mois avant la présentation, en France, d'un tardif projet de loi d'indemnisation des victimes. Le 15 avril, trois titres se sont disputés en même temps l'attention, tous trois sur des sujets brûlants : *Let's Make Money*, d'Erwin Wagenhofer, aborde les pratiques indélicates des banques ; *Témoin indésirable*, de Juan José Lozano, traite de la violence et de la censure politique en Colombie ; *Katanga Business*, de Thierry Michel, porte sur la privatisation des ressources en minerais du Congo au profit de quelques grands groupes étrangers.

Il n'est pas improbable qu'une telle profusion s'explique par l'effet d'entraînement dû au succès inattendu qu'ont connu en salles, en 2004, *Fahrenheit 9/11*, de l'Américain Michael Moore (plus de 2 millions d'entrées), puis, en 2005, *Le Cau-*