

Satellifacts Magazine

Entretiens et décryptages

N°118 / Supplément à Satellifacts n°6156 - Lundi 23 mai 2022

p 1/19

Interview

Christine Cauquelin (Canal+) :

« Nous voulons raconter des histoires documentaires avec l'ambition de la fiction. »



p 02

Interview

Serge Bozon (réalisateur) :

« Le cinéma français est assez normé et tout ce qui est un peu différent apparaît comme loufoque ou décalé. »



p 06

Focus sur un producteur

Hanoï Productions (Pauline Eon) :

transmettre des histoires avec un message

p 11



Le dessin de la semaine

Cannes, le RV séduction

L'œil de Cyrille Berger

p 10

Zoom programme

Cleaners, les experts du ménage

Adventure Line Productions / TFX

p 13

L'actualité des usages séries

Les séries les plus regardées

du 13 au 19 mai 2022

p 15

Plan de financement TV

Le Petit Peuple des potagers

Grenouilles Productions / Arte

p 16

Plan marketing et de sortie

Variety, de Bette Gordon

Les Films du Camélia, 1^{er} juin 2022

p 17

Plan de financement cinéma

Frère et sœur

Why Not Productions / Arte France

p 19

Christine Cauquelin (Canal+) :

« Nous voulons raconter des histoires documentaires avec l'ambition de la fiction. »

Née il y a 9 mois, la chaîne Canal+ Docs, créée pour répondre à la demande croissante des abonnés en matière de documentaires, a précisé et recentré les lignes éditoriales des chaînes Découverte du groupe : Planète+, Planète+ Crime et Planète+ Aventure. Des ajustements et des évolutions de grille que détaille pour *Satellifacts Magazine* la directrice des chaînes Découverte et des documentaires du groupe Canal+, Christine Cauquelin.



Christine Cauquelin, 57 ans, a rejoint le groupe Canal+ en 1987. Elle a notamment travaillé aux acquisitions et à la tête des chaînes thématiques Découverte. Retrouvez sa biographie Satellifacts en ligne. Photo © Philippe Mazzoni/Canal+

Satellifacts Magazine : Qu'est-ce qui a motivé la naissance de Canal+ Docs, en septembre dernier ?

Christine Cauquelin : La place des documentaires dans la grille de Canal+ n'était pas extensible, et pourtant, le

genre avait du succès et nos abonnés en réclamaient plus. Nous avons créé Canal+ Docs dans la lignée de Canal+. Nous lui avons attribué le même ADN, le même sens du récit, la même cinématographie et la même envie de faire

émerger des histoires vraies portées par l'émotion et racontées avec l'intensité narrative de la fiction. Nous aimons l'idée de concevoir nos documentaires comme des divertissements, car il est important pour nous que nos ■ ■ ■

■ ■ ■ abonnés prennent du plaisir à les découvrir. Ils attendent d'ailleurs de nos documentaires qu'ils apportent autant de plaisir qu'une série, qu'un film ou qu'un événement sportif. Ils attendent des histoires et des destins fascinants, avec des personnages hors du commun, à l'image de *Vertiges*, *un pas vers la liberté* ou *Made of Steel*, sur les rugbymen en fauteuil roulant.

Le sens du récit est-il au cœur de toutes les lignes éditoriales des chaînes documentaires du groupe ?

CC : Oui, nous voulons raconter des histoires avec l'ambition de la fiction. Des histoires qui divertissent, tiennent le récit du début à la fin et maintiennent l'attention et la tension. A partir de ce postulat, tous les sujets peuvent être racontés. Il suffit de trouver le bon chemin pour les rendre intéressants et compréhensibles, et ainsi faire sauter les freins théoriques au genre, à savoir l'ennui, l'incompréhension et la complexité de l'histoire. La narration et la cinématographie sont les liens communs dans l'écosystème du documentaire sur Canal+.

« Canal+ Docs rend la série possible, ce qui permet de rentrer dans la complexité de la nature humaine. »

Quels sont les piliers de la grille de Canal+ Docs ?

CC : Il y en a huit : « Accès exclusif », « Polar du réel », « Notre époque », « Sur la route », « En action », « A l'épreuve du

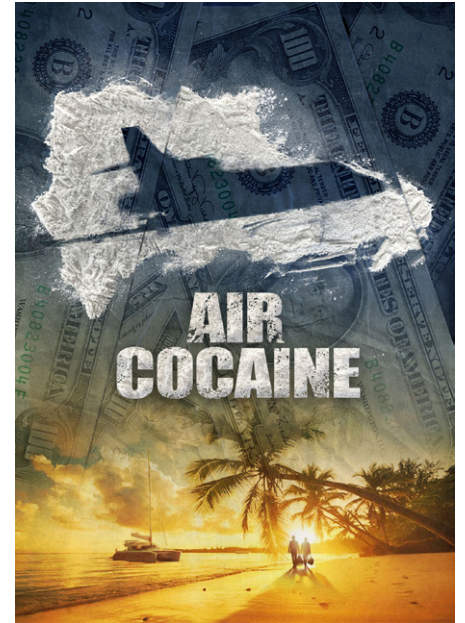
sport », « Coups de cœur », « Enquête d'histoire ». En fait, nous ouvrons sur Canal+ Docs les thématiques de Canal+. Par exemple, les documentaires « Accès exclusif », qui étaient jusqu'ici sur Canal+, arrivent en hebdo sur Canal+ Docs. Les docs sportifs, jusqu'ici liés aux seuls sports diffusés sur Canal+, ouvrent leur horizon sur Canal+ Docs, avec un éventail de thématiques plus large et plus ouvert. De plus, Canal+ Docs rend la série possible, ce qui permet de rentrer dans la complexité de la nature humaine et d'accompagner nos personnages sur le long terme.

Neuf mois après sa naissance, quel premier bilan faites-vous de Canal+ Docs ?

CC : Il est très bon. En janvier, son audience était de 0,2 % de pda sur le linéaire dans l'univers des thématiques et sa consommation a augmenté de 20 % sur le délinéaire. Trois des piliers de la chaîne ont beaucoup de succès : « Accès exclusif », « Polar du réel » et « En action ». Peu d'ajustements de grille ont été nécessaires depuis son lancement. Le plus significatif est l'évolution de la case hebdomadaire « Coups de cœur », consacrée à l'achat de films, en une case mensuelle le week-end. Nous nous sommes rendu compte qu'il était difficile de la nourrir comme nous le souhaitons. Nous l'avons remplacée par une case « Histoire ». Cette thématique n'existait pas, mais force est de constater qu'elle est un des piliers importants d'une chaîne documentaire généraliste.

Comment la création de Canal+ Docs a fait évoluer les chaînes Planète+ ?

CC : La création de la chaîne généraliste



Air Cocaïne (4 x 52; Memento) raconte comment des pilotes français ont introduit 700 kilos de cocaïne à Saint-Domingue. Réalisation : Thomas Dandois et Stéphane Rybojad. Photo © DR

Canal+ Docs a conduit à l'évolution des lignes éditoriales des chaînes « expertes », c'est-à-dire les trois chaînes thématiques. Chacune déploie un des piliers de Canal+ Docs : Planète devient la chaîne « Histoire », Planète+ Crime est celle du « Polar du réel » avec des séries feuilletonnantes, et Planète+ Aventure, en mariant « Sur la route » et « En action », devient la chaîne de l'aventure en action, la chaîne où la vie est une aventure comme le dépassement de soi, le voyage et la découverte, etc.

La ligne éditoriale de Canal+ a-t-elle également évolué ?

CC : La ligne éditoriale de Canal+ évolue davantage sur la façon de raconter des histoires que sur les sujets proposés. Sur Canal+, les documentaires, diffusés en prime time, ont un caractère événementiel. La force de l'histoire est primordiale, à l'image de celle de Nadia Nadim, ancienne réfugiée afghane devenue joueuse star au PSG dans *Nadia, de l'ombre à la lumière*, ou de celle de la série *Dolorès, la malédiction du pull-over rouge*. Sur Canal+, nous allons multiplier les documentaires de sport, qui sont porteurs de la dimension narrative que nous recherchons [voir encadré].

L'équipe des documentaires de Canal+

Autour de Christine Cauquelin, en charge de la ligne éditoriale de l'ensemble des chaînes et plus spécifiquement des docs événements de Canal+, chaque chaîne est dotée d'un responsable éditorial :

- Steeve Baumann (films unitaires, séries, *Les Nouveaux Explorateurs* pour Canal+);
- Christopher McLoughlin (docs sportifs pour Canal+);
- Olivier Agogué (Canal+ Docs);
- Benoit Illes (Planète+ et Planète+ Aventure);
- Natacha Stojanovic (Planète+ Crime).

■ ■ ■ Comment sont répartis les publics entre les différentes chaînes ?

CC : Canal+ Docs est destiné aux CSP+ en lien avec Canal+. Le public de Planète+, recentrée sur l'histoire, est de fait plus âgé et plus masculin. Nous essayons néanmoins de le rajeunir en liant la thématique histoire à la science, avec des films comme *Ocean One K* sur le premier robot humanoïde construit pour plonger dans des eaux profondes (Gedeon Programmes) ou en traitant l'histoire comme une aventure contemporaine, à l'image des *Secrets des Pharaons* (6 x 52', Pernel Media). Notre ambition est de relier l'histoire au présent. De son côté, Planète+ Crime s'adresse à un public plus féminin, d'environ 45 ans, passionné de séries et de polars, qui aime regarder les histoires avec le bénéfice du réel. C'est la chaîne doc du groupe à la plus longue durée d'écoute. On y trouve des séries comme *Le Magot* (4 x 52'), sur le gang des postiches, ou *Le Ventre de la bête* (4 x 60'), sur les crimes pédophiles commis sur l'île de Jersey.

« Nous estimons notre coût de grille à 30 millions d'euros en 2022. »

Planète+ Aventure évolue également...

CC : Nous destinons Planète+ Aventure à un public plus jeune, les 15-25 ans, et la faisons actuellement évoluer dans cet objectif. C'est un public qui n'a pas encore d'offre documentaire dédiée et qui ne regarde pas les documentaires sur les grandes chaînes historiques. Nous allons en repousser les limites et retravailler les formats en 26', voire 15'. Nous avons par exemple lancé la série *Free Spirits* (4 x 52'), produite par Upside TV et réalisée par le youtubeur Léo Urban, qui va à la rencontre des free stylers. Pour atteindre ce public, et celui des 12-15 ans à travers Canal+ Kids, nous devons surfer sur leurs codes, leurs formats, leurs sujets et leurs traitements, qui ne sont pas ceux de la télévision classique et ne correspondent pas à la définition du documentaire de création. C'est un public qui demande des documentaires d'incarnation.

Quel est le budget et le rythme de production de l'ensemble du département documentaires du groupe ?

CC : Nous estimons notre coût de grille à 30 millions d'euros en 2022. Entre 2020 et 2022, nous avons multiplié par 1,5 notre budget de diffusion et doublé le nombre de productions originales, pour atteindre aujourd'hui un total de

250 heures. 80 % de nos investissements sont dédiés à la production originale et 20 % seulement aux achats. En 2022, les docs de sport ont été rattachés à mon budget. Chaque année, nous diffusons 4 000 heures de programmes frais sur nos antennes. Nous nous donnons les moyens d'une politique volontariste sur le genre documentaire. ■ ■ ■

LES DOCS DE CANAL+

- **82 : c'est pas grave de perdre un match** (90', Upside TV et Flag). Film sur la Coupe du monde 1982 racontant une tragédie en deux actes avec les défaites du Brésil à Barcelone et de la France à Séville. Réalisation : Hervé Matoux.
- **Handball, une affaire de familles** (6 x 35', Nolita TV). Série qui retrace l'histoire de l'équipe de France de handball depuis les années 1990, à travers les parcours de Jackson Richardson et de Nikola Karabatic. Réalisation : Clément Brin.
- **Air Cocaïne** (4 x 52', Memento) : série feuilletonnante qui raconte dans sa globalité le fait divers impliquant des pilotes français dans l'introduction de 700 kilos de cocaïne à Saint-Domingue, mais en intégrant le point de vue des Dominicains. Réalisation : Thomas Dandois et Stéphane Rybojad.
- **Raising Champions** (8 x 26', WeMake). Série qui a suivi pendant un an les élèves de l'académie de Tony Parker à Lyon, qui permet à de jeunes passionnés de se construire un projet de vie avec la promesse d'un job à la clé.
- **Moochie, qui a tué Jill Halliburton Su ?** (4 x 52', Geko Films, Empreinte Digitale). Série qui a suivi, de la date du crime jusqu'à la révision de son procès, le parcours d'un jeune noir américain accusé du meurtre d'une riche héritière de la dynastie pétrolière Halliburton en Floride, en 2014. Réalisation : Samuel Collardey.

LES DOCS DE CANAL+ DOCS

- **Opération Palatine : la libération du Ponant** (90', Memento). Film sur la prise d'otages par des pirates somaliens sur Le Ponant, luxueux voilier de croisière. Réalisation : Stéphane Rybojad.
- **2080 : nos futurs** (4 x 52', Caméra Subjective). A travers les histoires de quatre personnages, cette série explore quatre domaines majeurs où s'écrivent les avènements possibles pour notre monde en 2080 : se nourrir, se soigner, se déplacer et se divertir. Réalisation : Sarah Carpentier et Pierre Lergenmüller.

LES DOCS DES CHAINES PLANETE+

- **Epidémies : le meilleur avenir** (52', Upside TV). Comment les pandémies donnent naissance à des moments de transformation sociétale et de renouveau, comment elles permettent des avancées scientifiques énormes et des mouvements de civilisation importants. Réalisation : Clélie Mathias. Planète+.
- **Le Magot** (4 x 52', Troisième Œil Productions). Série sur le gang des postiches, sorte d'Arsène Lupin moderne, qui s'est fait piquer son magot par Michel Fourniret en prison. Réalisation : Pierre Chassagnieux et Patricia Tourancheau. Planète+ Crime.
- **Le Ventre de la bête** (4 x 60', TDO et Mil Sabords). Enquête au long cours sur les crimes pédophiles commis sur l'île de Jersey. Réalisation : Dominique Baumard et Antoine Guerre. Planète+ Crime.
- **Le Serpent** (90', Adamis). Film sur le tueur en série français Charles Sobhraj, qui a assassiné de jeunes touristes entre 1975 et 1976 dans le sud-est asiatique. Réalisation : Jean-Charles Deniau. Planète+ Crime.



Olivier Enjalras, Steve Savidan et Hervé Revelli dans 82 : c'est pas grave de perdre un match (90', Upside TV et Flag) sur la Coupe du monde 1982.
Photos © Upside Télévision

Quel écosystème avez-vous créé pour faire circuler les films au sein du groupe ?

CC : Notre ambition est avant tout de créer un écosystème pour sourcer nos programmes. Mais les docs que nous coproduisons peuvent, en amont, être développés sans chaîne attirée puis, en fonction du développement, être attribués à un premier diffuseur. Plusieurs options sont ainsi possibles pour un même projet. *Dolorès, la malédiction du pull-over rouge*, par exemple, a été diffusé sur Canal+, puis sur Canal+ Docs et enfin sur Planète+ Crime. Mais généralement, les documentaires produits pour Canal+ Docs n'ont pas vocation à être diffusés sur Canal+. En revanche, il est fréquent que les docs de Canal+ trouvent une place sur les autres chaînes documentaires du groupe. En règle générale, nous achetons les droits des films et séries pour l'ensemble de notre périmètre.

Comment évolue la consommation des documentaires sur myCanal ?

CC : Sur myCanal, la consommation des documentaires augmente tous les ans. En 2021, les contenus des chaînes Planète+ ont généré 20 millions de visionnages sur la plateforme. Trois entrées sont possibles pour voir nos documentaires : via les chaînes Planète+, où tous les docs sont classés par thématique ; via Canal+ Docs, avec une

même configuration que l'antenne ; et enfin via l'offre directe Documentaires myCanal, qui est un espace où tous les docs de toutes les chaînes sont agrégés par thématiques.

Les plateformes ont-elles libéré les formats ?

CC : Elles ont remis au goût du jour le documentaire en série, qui est compliqué à programmer sur une chaîne linéaire. La série, aujourd'hui, n'est plus un problème. La délinéarisation a libéré les formats et permis d'être plus créatifs.

Considérez-vous les plateformes américaines comme une concurrence directe ?

CC : Dans l'écriture et la façon de penser le documentaire en série, les plateformes sont depuis longtemps concurrentes de ce que nous faisons chez Canal+. Souvenez-vous de la série *Souçons* de Jean-Xavier de Lestrade. Nous faisons désormais attention à ne pas trop dévoiler nos projets pour ne pas nous les faire dérober. Il nous est arrivé de perdre une histoire parce que chez Canal+, nous ne payons pas les protagonistes de nos films pour sécuriser l'exclusivité. C'est une pratique de certaines plateformes que nous jugeons assez inquiétante et refusons d'adopter.

Pourquoi avoir fait renaître la case des Nouveaux Explorateurs ?

CC : Cette marque a été plébiscitée par nos abonnés pendant la pandémie. Le besoin et l'envie d'air et d'espace, sûrement... C'est aussi une collection qui coche les attentes du public jeune, les 15-25 ans, en termes d'incarnations positives. Ils aiment l'idée d'un passeur, expert de son sujet, qui est dans une posture d'égalité avec l'autre, dans le partage et dans la bienveillance, et pour qui l'altérité est une richesse. Nous avons également envie de montrer le côté positif du monde. Nous sommes allés chercher plein de nouveaux talents aux côtés de Jérôme Delafosse et de Fred Chesneau.

Les budgets des documentaires varient-ils beaucoup d'un film à l'autre ?

CC : Oui, il est difficile d'établir des fourchettes de prix. Notre apport peut monter à plus d'1 M€, alors que la moyenne sur un documentaire sportif est plutôt de l'ordre de 300 000 €. Mais tout cela varie en fonction de la manière dont les films sont faits et sont racontés. Nous faisons du cas par cas. En règle générale, sur tous les documentaires qui nous intéressent, nous finançons un développement. Et je considère que notre vraie valeur ajoutée est d'accompagner au plus près et de soutenir les auteurs et les producteurs tout au long de la construction des films. ■

Propos recueillis
par Carole Villevet

Serge Bozon (réalisateur) :

« Le cinéma français est assez normé et tout ce qui est un peu différent apparaît comme loufoque ou décalé. »

Le nouveau film de Serge Bozon, *Don Juan*, sort en salles ce 23 mai, le lendemain de sa projection au Festival de Cannes dans la section Cannes Première. Le cinéaste revisite le mythe du séducteur en offrant à Tahar Rahim le rôle d'un Don Juan d'aujourd'hui, abandonné par la seule femme qui l'obsède. Serge Bozon nous parle de ce personnage post #MeToo, de son choix de faire une comédie musicale, de son regret de voir s'installer une frontière de plus en plus marquée entre art et essai et cinéma populaire.



Avec *Don Juan*, Serge Bozon signe son sixième film après *L'Amitié*, *Mods*, *La France*, *Tip Top* et *Madame Hyde*.
Photo © Céline Bozon

Satellifacts Magazine : *Don Juan* est votre premier film en sélection officielle à Cannes. Que représente cette sélection pour vous : une belle publicité pour le film au moment de sa sortie ou une vraie reconnaissance ?

Serge Bozon : Certains de mes films ont déjà été présentés à Cannes. Je suis allé deux fois à la Quinzaine des Réalisateurs avec *La France* et *Tip Top*, et deux fois à

l'Acid avec mes premiers films, *L'Amitié* et *Mods*. Même si Cannes Première est une section toute récente et qu'elle n'a pas encore une notoriété très nette, je suis très heureux d'être cette année en sélection officielle, pas seulement pour le coup de projecteur sur le film, mais aussi parce qu'effectivement, c'est une forme de reconnaissance. Cannes a un poids énorme, presque démesuré. Et

puis cela signifie que le film a peut-être un potentiel en salles, même s'il n'y a jamais de certitudes sur les entrées.

« Cannes a un poids énorme, presque démesuré. »





Serge Bozon sur le tournage de Don Juan, aux côtés d'Alain Chamfort.
Photo © Jean-Louis Fernandez

Dans ce film, Virginie Efira et Tahar Rahim sont deux comédiens répétant la pièce de Molière. A des élèves venus les rencontrer, Virginie Efira demande pourquoi Don Juan est intéressant. Je vous retourne la question...

SB : Ce qui est intéressant, c'est que ces élèves, eux, demandent pourquoi Don Juan plaque toutes les femmes et ne se fait jamais plaquer. Cette question est au cœur du film, qui est justement l'histoire d'un Don Juan inversé. A la ville, le personnage incarné par Tahar Rahim est abandonné par sa fiancée dès la première scène. C'est une figure très revisitée du Don Juan. Don Juan est cynique, manipulateur, conquérant. Le héros du film est sincère, démuné, abandonné. Ce qu'il reste de Don Juan chez lui, c'est son regard sur les femmes, obsessionnel. Il les regarde partout où il va, les fixe étrangement.

Est-ce une manière de poser la question de la séduction aujourd'hui ?

SB : C'est une idée de la scénariste du film, Axelle Ropert, qui était très investie dans le mouvement #MeToo. Elle trouvait intéressant d'inverser la figure du séducteur qui passe de lit en lit, de mettre en scène un homme obsédé par une seule femme, de travailler la question du séducteur après #MeToo et d'une masculinité qui n'est plus très triomphante. Dans la tradition littéraire et cinématographique, un séducteur est quelqu'un qui est légèrement inquiétant. S'il vous séduit, c'est qu'il vous trouble et s'il vous trouble, c'est qu'il vous fait légèrement peur. Je pense que les mouvements féministes appellent de leurs vœux une séduction qui ne passerait pas par un rapport de force ou un danger. Mais que serait un séducteur 100 % inoffensif, 100 % bio, 100 % safe ? Pour l'instant, on ne le sait pas trop.

Nous n'avons pas les références, mais elles sont peut-être à construire dans le futur.

« Que serait un séducteur 100 % inoffensif, 100 % bio, 100 % safe ? »

Pourquoi avez-vous tourné en Normandie ?

SB : C'est un hasard. Je cherchais un théâtre ouvert. J'avais une certaine angoisse de filmer des scènes de théâtre et de répétitions, car cela a déjà été beaucoup fait dans le cinéma français. Lorsque j'ai eu l'idée d'un théâtre ouvert pour que ces scènes soient presque les plus naturelles en termes de lumière et de décor, nous avons trouvé le théâtre de Granville. Tout en a ■■■

■■■ décollé : la présence de la mer et la lumière normande, la vibration douce du paysage et du temps. Il faut ajouter que nous avons eu l'aide de la Région Normandie. Le choix du lieu de tournage est toujours également dicté par des impératifs financiers.

« Aujourd'hui malheureusement, à cause de l'influence des séries, les télévisions attendent une virtuosité dramaturgique bien bétonnée. »

Quel est, justement, le budget du film ?

SB : Alors que les budgets de mes deux précédents films, *Tip Top* et *Madame Hyde*, étaient autour de 3,5 millions d'euros, celui-ci est inférieur à 2 M€, tout simplement parce que nous n'avons pas eu l'aide des chaînes de télévision, pas même de Canal+ ou d'Arte, qui avaient financé *Madame Hyde*. Seul Ciné+ a participé, mais seulement à hauteur de 200 000 €. C'est, au fond, un peu mérité. D'un point de vue scénaristique, l'histoire de *Don Juan* tient sur un timbre poste. A tort ou à raison – à tort, selon moi –, les télévisions attendent aujourd'hui d'un scénario qu'il soit très riche en rebondissements, surprises, personnages secondaires. Le mien est très simple et très économe. Je peux vous citer beaucoup de grands films de l'histoire du cinéma au scénario très mince. *L'Horloge* de Vincente Minnelli, c'est un homme et une femme qui se croisent dans une gare et restent ensemble le temps d'une nuit. Aujourd'hui malheureusement, à cause de l'influence des séries, les télévisions attendent une virtuosité dramaturgique bien bétonnée.

Même la présence à l'affiche de Virginie Efira et de Tahar Rahim n'a pas convaincu les chaînes ?

SB : Non, leur présence n'a pas joué du tout. Ils sont effectivement pourtant la crème de la crème !

Vous avez, depuis vos débuts, l'étiquette d'un auteur de films ovnis, décalés. Cela vous convient-il ou non ?

SB : Non, parce que ce n'est pas du tout ce que j'estime faire. Le problème, c'est que le cinéma français est assez normé et que tout ce qui est un peu différent apparaît comme loufoque ou décalé. Le décalage, c'est partir de quelque chose qui existe et faire un pas de côté. Ce sont, par exemple, les parodies de pubs que faisais Les Nuls sur Canal+ et que je regardais quand j'étais petit. C'est marrant, mais ce n'est pas du tout ce que je cherche. Dans mes comédies, comme *Tip Top* par exemple, il y a plutôt une excentricité. Avec *Don Juan*, d'ailleurs, j'ai essayé de faire un film plus doux, plus porteur que mes deux précédents films, qui étaient assez grinçants et cassants. J'ai cherché une forme de délicatesse et même de romantisme.

Vous faites régulièrement de plus en plus d'entrées avec chacun de vos films. Qu'espérez-vous pour *Don Juan* ?

SB : Je fais de plus en plus d'entrées, mais je suis parti de très bas ! Un peu moins de 2 000 entrées pour *L'Amitié*, autour de 5 000 pour *Mods*, de 20 000 pour *La France*, de 80 000 pour *Tip Top* et de 110 000 pour *Madame Hyde*. Mais la situation s'est durcie, donc ma marge de progression est sans doute réduite ! Depuis la Covid, des films commerciaux français comme *BAC Nord* ou *Boîte noire* ont eu du succès, tout comme certains films art et essai étrangers comme *Drive My Car*, mais du côté des films art et essai français, c'est l'hécatombe. Je sais très bien que je ne peux pas faire un million d'entrées avec *Don Juan*. Mon but est plutôt que des spectateurs que l'on n'attend pas pour ce type de film tentent l'expérience, qu'il n'y ait pas qu'un public *Télérama* mais aussi *Télé 7 jours*.

« Je trouve dangereuse la frontière entre art et essai et cinéma populaire, parce que chacun a tendance à rester sur ses rails. »

Dans les habitudes du public en effet, mais aussi en termes de fréquentation, le fossé semble se creuser entre



Don Juan sort en salles ce lundi 23 mai, au lendemain de sa projection en sélection officielle au Festival de Cannes, dans la section Cannes Première. Photo © DR

cinéma art et essai et cinéma populaire. Le ressentez-vous ?

SB : Oui, et je trouve dangereuse la frontière entre art et essai et cinéma populaire, parce que chacun a tendance à rester sur ses rails. Le cinéaste radical va faire son film radical en sachant exactement à qui il s'adresse, et le cinéaste plus commercial va faire une grosse comédie en sachant aussi à qui il s'adresse. Chacun sait tellement à qui il s'adresse que le plaisir du cinéma comme art populaire disparaît. Ce qui faisait l'unicité et la beauté du cinéma, c'est d'être cet art populaire où les lignes peuvent être un peu brouillées, où l'on va voir de tout. Je préfère les films qui ne mettent pas d'office les spectateurs dans une case. Quand j'étais jeune, dans les années 1980, j'allais voir les films de Jean-Pierre Mocky comme *A mort l'arbitre !*, *Le Pactole*, *Le Miraculé* ou *La Machine à découper* : certains étaient complètement fous et ont été des succès. Il y avait un rapport très naturel au cinéma populaire, avec une certaine naïveté, un côté forain que j'aimais. La culture populaire a sans doute basculé à un moment du côté de la télé, des jeux vidéo, des réseaux sociaux. Je vois bien que le cinéma n'est pas du tout la préoccupation de mon fils et de ses copains : ils sont plus TikTok, vidéos courtes, etc.



Tahar Rahim et Virginie Efira incarnent, dans *Don Juan*, deux acteurs répétant la pièce de Molière dans un théâtre ouvert sur la mer, à Granville, en Normandie.
Photo © Les Films Pelléas

« La culture populaire a sans doute basculé à un moment du côté de la télé, des jeux vidéo, des réseaux sociaux. »

Comment retrouver un cinéma sans ces barrières ?

SB : J'ai, par exemple, fait *Tip Top* pour essayer de casser cette frontière, en me tournant du côté des films populaires que sont les comédies et les films policiers. J'ai essayé de faire un film qui ne soit pas un film de prestige, mais une comédie policière un peu agressive, tout en sachant qu'il était impossible de faire autant d'entrées que les grands films de marché. Un film comme *Don Juan* s'inscrit dans une forme de tradition hollywoodienne, avec l'idée de spectacle, des stars qui chantent, un beau décor, une histoire d'amour. Après, il n'y a aucune garantie, ce sont plus des tentatives que des projets qui se soldent par des millions d'entrées.

Don Juan fait partie des trois lauréats ayant obtenu l'aide du CNC dans le

cadre de l'appel à projets pour les films de genre, catégorie comédie musicale. Que pensez-vous de cette initiative de CNC ?

SB : Je trouve cette initiative intéressante. Ce qui est très étrange, c'est que cela crée une sorte de bulle avec tout à coup la production de plusieurs comédies musicales. Or la comédie musicale reste très casse-gueule. Elle suppose un espace musical commun, des goûts musicaux communs. C'est ce qui faisait le succès de la comédie musicale à Hollywood. Le problème, c'est qu'il n'y a plus ce langage commun en France, mais des niches musicales et commerciales avec des publics différents pour la salsa, le rap, le zouk, etc. Dans *Don Juan*, je prends le risque de proposer des chansons originales qui ne répondent pas à un genre défini. L'appel à projets du CNC est une belle idée mais, au fond, la comédie musicale n'est plus un genre en France et ne l'a presque jamais été. Il faut être sincère : le cinéma français, contrairement au cinéma italien, japonais ou américain, n'est pas un cinéma de genre. Cela n'empêche pas des expériences, des tentatives.

Etes-vous inquiet pour l'avenir du cinéma d'auteur en salles ?

SB : Pour défendre la salle, je dis oui à tous les cinémas qui m'invitent à présenter mon film. Je me souviens avoir fait 89 débats pour *La France* ! Mais je remarque que le public art et essai est âgé. Pour l'instant en tout cas, j'ai toujours envie de faire des films pour la salle. Je ne fais pas partie de ceux qui assurent leurs arrières en réalisant une série ou quelques épisodes d'une série. L'idée que mes films soient vus sur un petit écran ne me motive pas. Je ne pense pas que ce ne soit que du fétichisme ou du passéisme. Je me situe dans une continuité, celle du public qui va en salles. Moi-même d'ailleurs, je ne vois des films qu'en salles. Le confinement et le télétravail ont abîmé cela. Il est vrai en plus que des plateformes comme Mubi ont des propositions très diversifiées et très riches. Cela m'inquiète bien sûr, mais j'espère que les choses vont bouger. ■

Propos recueillis
par Florence Leroy

Le dessin de la semaine

L'œil de Cyrille Berger

Cannes
Le rendez-vous
Séduction

Ok pour produire
votre Don Juan, mais
pour le rôle principal,
j'ai une petite faveur
à vous demander



Hanoï Productions (Pauline Eon) :

transmettre des histoires avec un message

Trois ans après sa création, la société Hanoï Productions, dirigée par Pauline Eon, a livré sa première production déléguée, *Visions*, série événementielle actuellement diffusée sur TF1. Outre une nouvelle mini-série polar, toujours pour la Une, Hanoï travaille sur de nombreux développements, qui tous explorent des thématiques fortes.

Présentée au dernier Canneseries hors compétition, *Visions* (6 x 52') a démarré lundi 16 mai sur TF1. La fiction réalisée par Akim Isker signe le retour à l'écran de Louane Emera dans le rôle d'une psychologue confrontée à un enfant qui a des visions. Elle est entourée, entre autres, de Soufiane Guerrab, Jean-Hugues Anglade et Anne Marivin. La série se distingue par son univers, entre paranormal et polar, rare sur TF1. La chaîne y avait fait « une petite incursion avec *Le Secret d'Elise* », rappelle Pauline Eon, coproductrice de *Visions* à travers sa société, Hanoï Productions, aux côtés de The Film TV. Pour les producteurs et les auteurs, Jeanne Le Guillou et Bruno Dega (*Manipulations*, *Le Tueur du lac*), qui souhaitaient retravailler ensemble, le thème de la médiumnité s'est vite imposé. *Visions*, une création originale, touche au fantastique tout en étant très ancrée dans le réel par sa dimension de polar inscrit dans une communauté, pour toucher le plus grand nombre. La série est la première production déléguée de Hanoï, à la suite de *Mention particulière 2*, fiction unitaire de TF1 sur le handicap, que la société a accompagnée en tant que productrice artistique. « *Mention*



Pauline Eon est la productrice dirigeante de Hanoï Productions, sa société, créée en association avec Incognita (Edouard de Vésinne). Photo © DR

Repères

Création : 2019.

Fondateurs : Pauline Eon et Edouard de Vésinne (Incognita).

Productrice dirigeante : Pauline Eon

Siège : Paris 11^e.

Effectif permanent : 2 pour Hanoï et 8 en transverse avec Incognita.

CA 2021 : NC

particulière est arrivé très vite, quelques mois seulement après le lancement de Hanoï, en avril 2019. Le projet a permis de prolonger la collaboration avec TF1 avec qui j'avais beaucoup travaillé ces dernières années, lorsque j'étais productrice chez Elephant », relève Pauline Eon. Après *Visions*, la société développe maintenant avec la chaîne la minisérie *Plus fort qu'elle*, un thriller amoureux sur fond d'adultère, qui raconte la passion amoureuse d'après le polar du même titre de Jacques Expert.

C'est forte d'un parcours mené pendant une dizaine d'années, principalement

dans des sociétés indépendantes (JLA ou Marathon, avant Elephant), que Pauline Eon a eu envie de « prendre son envol », selon ses mots. Mais elle ne voulait pas se lancer seule. La rencontre avec Edouard de Vésinne, à la tête de l'entreprise Incognita, a été déterminante, et c'est en association qu'ils ont lancé Hanoï Productions. Filiale d'Incognita, la structure, artistiquement indépendante, est pilotée par Pauline Eon. « On partage les mêmes bureaux, les services généraux, on échange beaucoup... En revanche, on a décidé dès le départ d'avoir des identités séparées », souligne la productrice, rejointe ■ ■ ■

■■■ depuis par Mélissa Msalmi, chargée du développement, et de la direction littéraire et artistique des projets.

Hanoï compte une vingtaine de développements en cours, majoritairement des séries, les unitaires ayant désormais plus de mal à se faire une place. C'est beaucoup, convient Pauline Eon. Elle l'explique par un « appétit très fort » pour la série de sa part et de celle de sa collaboratrice, toutes deux « assez moteurs dans la recherche des idées » originales ou issues de propriétés. « On regarde tout, on lit tout. On est assez dynamiques et on ne se limite pas. Quand on sent qu'on a un sujet à raconter, on y va. On n'hésite pas à prendre des droits de formats, de livres pour lesquels on aurait un coup de cœur », décrit la productrice. Ce travail de veille, en lien avec les sociétés de distribution internationale, les a conduites à prendre les droits de la minisérie danoise *Cry Wolf*, un drame intimiste sur les violences familiales qui questionne le crédit accordé à la parole de l'enfant.

Par ailleurs, la société a acquis les droits de plusieurs romans jeunesse pour les adapter en séries destinées aux 15-30 ans. C'est le cas de *Romance* et de *Nouvelles Vagues* d'Arnaud Cathrine, réunies dans une comédie sentimentale qui raconte « l'histoire d'un premier amour gay et donc d'un premier amour tout court » : la première phrase du livre résume à elle seule le projet. Hanoï développe aussi l'adaptation de *L'île* de Vincent Villeminot, une « coming-of-age story » (un récit initiatique) d'une bande d'adolescents bloqués sur une île à la suite d'une mystérieuse catastrophe qui ravage le continent. La publication de leur histoire a démarré sur les réseaux sociaux pendant le premier confinement, à raison de quelques feuillets quotidiens avant, face au succès, de faire l'objet d'un livre. Le dénominateur commun à tous ces projets est la volonté de proposer un programme populaire fédérateur qui délivre un message. « Dans *Visions*, il est aussi question d'un enfant différent », fait remarquer Pauline Eon.

Hanoï se trouve aujourd'hui dans une phase de consolidation de ses rapports avec les diffuseurs. « Notre force est d'avoir réussi, en peu de temps, à les convaincre de nous faire confiance, notamment dans la qualité de ce qu'on propose et de nos séries. Ça, c'est un pari gagné », estime Pauline Eon. Une autre de ses ambitions était de démontrer « qu'on pouvait exister en tant que petite société, avec une liberté artistique et la possibilité d'explorer tous les genres et tous les sujets », complète la productrice. Hanoï entend poursuivre dans cette voie et ne s'interdit pas d'élargir son périmètre. Le développement de longs métrages est en réflexion, même si la modification de capital qui le permettrait n'est, à ce jour, pas actée. ■

Emmanuelle Miquet

Fiche infos

EN DIFFUSION

Visions (6 x 52'), réalisée par Akim Isker, et écrite par Jeanne Le Guillou et Bruno Dega. Coproduite avec The Film TV pour TF1. Lily, 11 ans, disparaît lors de la fête d'anniversaire de sa mère. A la même soirée, le petit Diego manifeste d'étranges visions liées au drame qui alertent le capitaine de gendarmerie, et surtout sa compagne, Sarah, une jeune psychologue. Avec Louane Emera, Soufiane Guerrab, Jean-Hugues Anglade, Anne Marivin, Max Boubilil, Marie-Ange Casta, Julien Boisselier, Robinson Stévenin, Francis Renaud, Sophie Cattani, Léon Durieux, Clément Bresson.

EN DÉVELOPPEMENT

Plus fort qu'elle (4 x 52'), initiée par Anna Fregonese et Sylvie Audcœur, rejointes à l'écriture par Jérôme Cornuau, qui réalise, et Chloé Marçais. Adaptée pour TF1 du thriller psychologique de l'écrivain Jacques Expert. La fiction entre dans cette histoire d'adultère et de passion amoureuse par le personnage de la maîtresse. Le scénario a recours à un jeu de points de vue qui balade le téléspectateur de bout en bout. Tournage prévu en 2022.

Romance (8 x 26'). Adaptation des deux romans jeunesse d'Arnaud Cathrine, *Romance* et *Les Nouvelles Vagues* par leur auteur en une comédie sentimentale moderne et universelle. A travers le personnage principal, un

adolescent gay de 17 ans qui cherche l'amour, elle dresse le portrait d'une génération qui invente sa façon d'aimer, dans le tumulte de la jeunesse d'aujourd'hui, avec ses joies, ses peines et ses différences. Destiné à des plateformes. Public : 15-30 ans.

L'île (6 x 52') de Julien Guérif. D'après le roman jeunesse de Vincent Villeminot sur une bande d'adolescents apprenant à survivre sur une île dans un monde apocalyptique. La réflexion philosophique présente dans le livre sur l'autarcie, le vivre-ensemble et la crainte de l'étranger ouvre des perspectives en termes de public. Cible : 15-30 ans. En discussion avec des plateformes, mais pas uniquement.

La Rédaction (6 x 52'). Adaptée de la série danoise *Cry Wolf* par Jeanne le Guillou et Bruno Dega, la fiction est centrée sur une adolescente de 14 ans qui, dans une rédaction pour le collège, va accuser son beau-père de violences intra-familiales.

Suzanne, écrit par Nicolas Douay et Mathieu Rivalan. L'histoire de Suzanne Noël, la première chirurgienne esthétique en française à l'aube de la Première Guerre mondiale et l'une des pionnières féministes, pourtant méconnue.

Cleaners, les experts du ménage

Télé réalité

Dans chaque numéro de *Satellifacts Magazine*, nous analysons l'historique et l'évolution des audiences d'un programme qui revient à l'antenne pour une nouvelle saison.



Photo © TFX / Adventure Line Productions

Chaîne : TFX.

Production : Adventure Line Productions.

Adaptation : adapté du format *Obsessive Compulsive Cleaners*.

Première diffusion : 15 janvier 2020.

Nombre de saisons : 3

Jour et heure de diffusion : l'émission est diffusée le mercredi en prime time. La saison 3, qui compte six épisodes, a démarré le mercredi 11 mai.

Durée : 90 minutes par épisode.

Lancement de saison

	2020	2021	2022*
Date	15-01-2020	13-01-2021	11-05-2022
Nb de téléspect.	560 000	330 000	523 000
Pda 4+ (%)	2,4	1,3	2,6
Pda FRDA -50 ans (%)	4,9	3,8	4,7



Photo © DR

En janvier 2020, au moment de son lancement, l'émission de TFX réussit une belle performance, réunissant 560 000 téléspectateurs devant le programme inédit, pour une pda de 2,4 % sur l'ensemble du public et de près de 5 % sur les femmes de moins de 50 ans, soit des scores bien au-dessus de la moyenne de la chaîne. Un an plus tard, le démarrage de la saison 2 est plus modeste : l'émission perd 230 000 téléspectateurs, à 330 000, soit environ 40 % de son audience, avec une pda sur les 4 ans et plus à seulement 1,3 %. Le démarrage de la saison 3, décalé de 5 mois par rapport aux deux précédentes saisons, retrouve des résultats réjouissants. Le 11 mai, en audience non consolidée, elle enregistre une hausse de près de 60 % de son audience (+193 000 téléspectateurs), permettant à la franchise d'atteindre son deuxième meilleur score d'audience (à 523 000 individus) et son meilleur score de

pda sur la cible élargie (à 2,6 %). Sur les femmes de moins de 50 ans, l'émission retrouve également des couleurs, à 4,7 % de pda, réalisant la meilleure pda sur la cible pour une émission de flux en 2022.

Moyenne de saison

	Saison 1	Saison 2
Nb d'émissions	5	11
Nb de téléspect. (millions)	420 000	350 000
Pda 4+ (en %)	1,9	1,5

En début d'année 2020, avec seulement cinq émissions, la saison 1 réalise une moyenne satisfaisante, à 1,9 % de pda sur la cible élargie et 420 000 personnes. La saison 2, qui double le nombre d'émissions, voit pourtant sa moyenne baisser à 350 000 téléspectateurs, soit un tassement d'environ 15 %. L'émission, alors, inscrit sa pda moyenne sur les 4 ans et plus dans celle de la chaîne, qui s'établit à 1,5 % en 2021.



Photos © TFX / Adventure Line Productions

Moyenne de saison selon les cibles

	Saison 1	Saison 2
Pda FRDA - 50 ans (%)	4,3	3,6
Pda 15-34 ans (%)	4,1	3,0
Pda 15-24 ans (%)	4,3	2,5



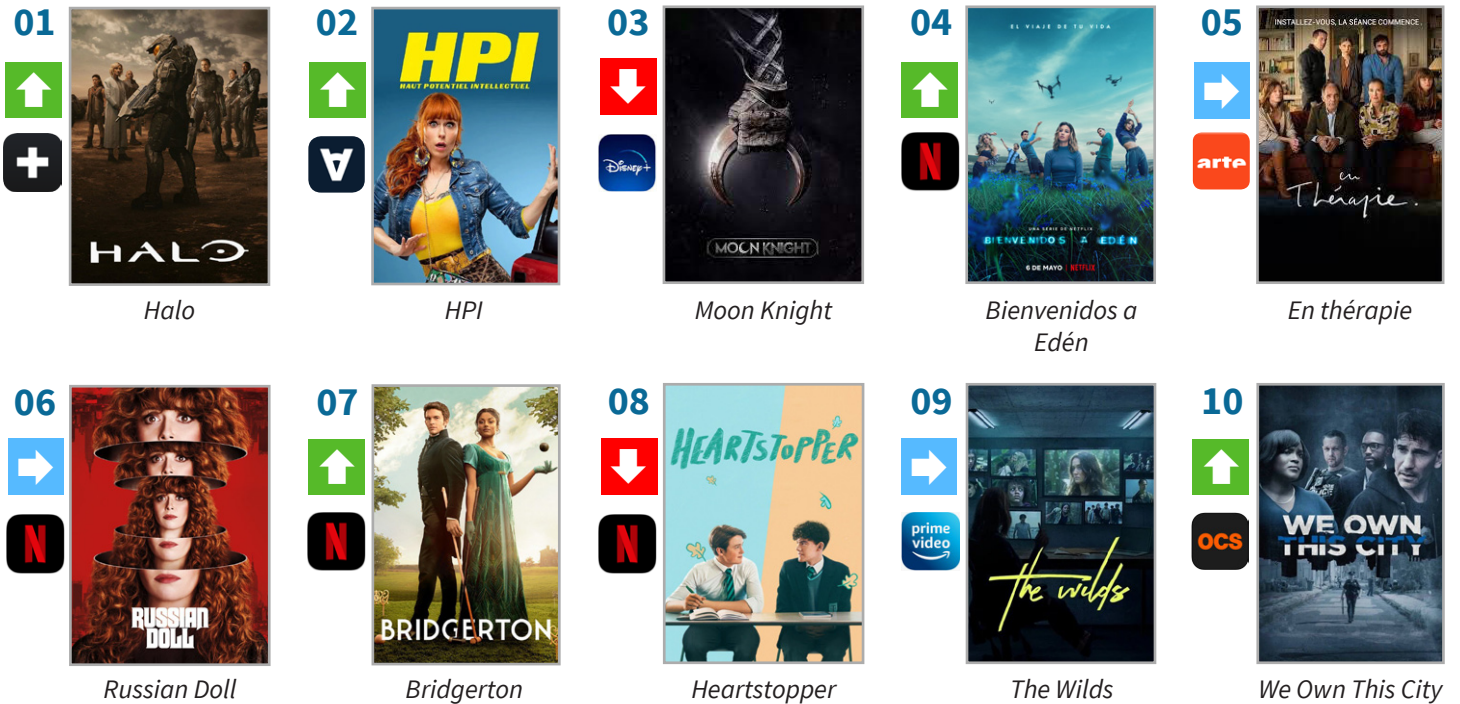
Avec 4,3 % de pda sur les femmes de moins de 50 ans en année 1, puis encore 3,6 % en année 2, le programme, quoi qu'en baisse de 0,6 point sur un an, enregistre une moyenne au-dessus de celle de la chaîne sur la cible féminine, qui était de 3,4 % en 2021. Sur les cibles jeunes, il accuse également des baisses sensibles d'une saison à l'autre (-25 % sur les 15-34 ans, à 3 % de pda en saison 2 et -40 % sur les 15-24 ans, à 2,5 % de pda), tout en restant là aussi au-dessus des moyennes de la chaîne.

* Audiences non consolidées.

Le classement des séries les plus regardées

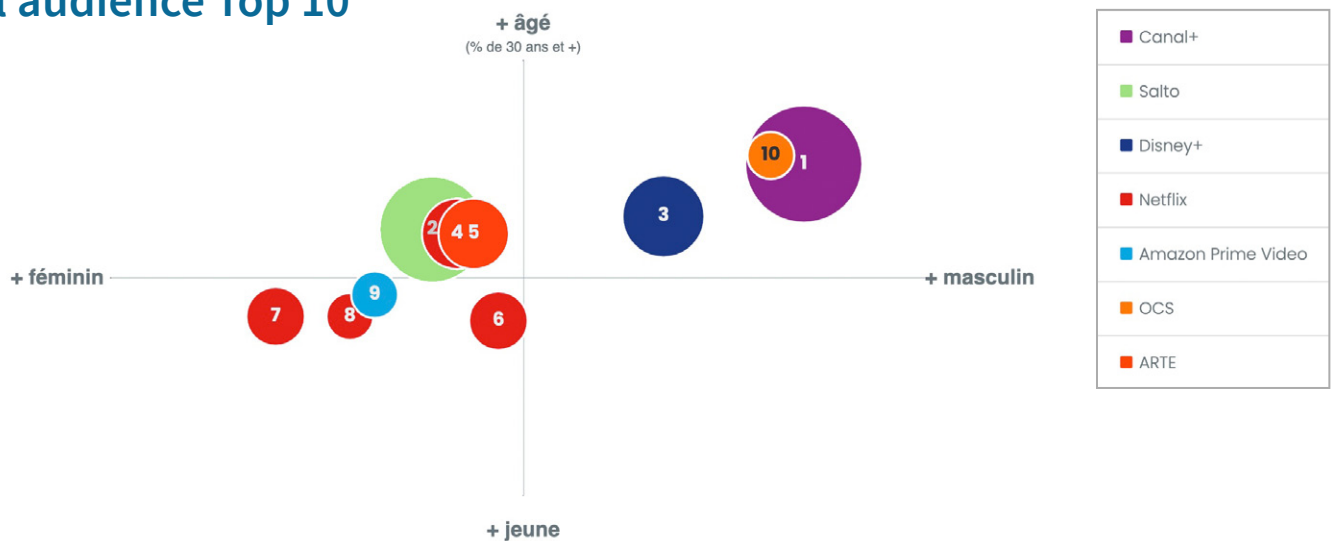
du 13 au 19 mai 2022

Classement des séries les plus vues ces 7 derniers jours sur la communauté BetaSeries, sur les plateformes SVOD, excluant tout contenu illégal / non disponible en France.



Tendances (hausse, baisse, maintien ou nouvelle entrée) par rapport à la semaine du 6 au 12 mai 2022.

Profil audience Top 10



* Ce classement est établi sur la base des déclarations de 50 000 utilisateurs actifs (54 % d'hommes, 46 % de femmes ayant vu au moins un épisode sur le mois) des applications BetaSeries, communauté francophone des fans de séries (4,8 millions de visiteurs uniques / mois).

Rubrique réalisée pour *Satellifacts Magazine* par



Audiences quotidiennes OTT, performances des séries et des plateformes.
info@betaseries.com

Le Petit Peuple des potagers

Documentaire

Le film retrace deux ans dans la vie d'un potager sans pesticides, propice à la vie foisonnante d'une foule d'insectes, d'araignées et de mollusques, filmés au plus près. C'est à la fois un garde-manger, un nid d'amour et un champ de bataille. A l'aide d'objectifs macro et de ralentis, ce documentaire dévoile un monde riche en espèces miniatures, avec ses grands et petits drames. Ces vues rapprochées, parfois d'une infinie poésie, révèlent la lutte des ichneumons contre les chenilles, la cour s'affairant autour de la reine des bourdons ou les jeux amoureux des escargots des vignes.

Fiche technique

Durée : 42' et 52'.

Production : Grenouilles Productions, Längengrad Filmproduktion, SWR, Arte.

Diffuseurs : Arte, SWR, France Télévisions.

Budget : 303 787 €.

Diffusion : lundi 23 mai 2022 à 18h55 sur Arte. En replay sur arte.tv.

Auteurs et réalisateurs : Guilaine Bergeret et Rémi Rappe.

Coauteur : Frank Nischk.

Monteuse : Isabelle Albert.

Musique originale : Anthony Touzalin-Emotive Musik et Philippe Codecco.

Sound design : Alexander Weuffen.

Images au ralenti : Léma Slow.

Images additionnelles : Hugo Braconnier et Nathan Braconnier, Clara Pasquier, Nicolas Sallé.

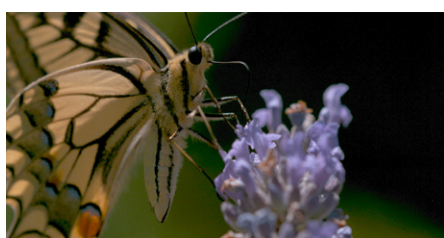


Photos © Grenouilles Productions / Längengrad Filmproduktion

Plan de financement (en euros) *

DIFFUSEURS	178 400
- SWR /ARTE	168 00
- France 3	10 400
RÉGION NOUVELLE-AQUITAINE	40 000
CNC (Compte de soutien)	40 000
SUBVENTIONS	10 500
- Procirep	8 000
- Angoa	2 500
APPORTS PRODUCTEURS	34 887
- Grenouilles Productions	27 443
- Längengrad Filmproduktion	7 444
Total	303 787

* Comptes prévisionnels



Variety de Bette Gordon

Sortie le 1er juin 2022

Réalisé par la cinéaste Bette Gordon en 1983, *Variety* n'a presque pas eu d'exploitation française avant sa ressortie, en 2022, par Les Films du Camélia. Cette plongée dans l'univers du quartier sulfureux de Times Square, à New York, au début des années 1980 a été restaurée en 2K et présentée au Festival Lumière (Lyon) en 2021, en présence de sa réalisatrice et de la photographe Nan Goldin, dont les œuvres ont été exposées à cette occasion. Ronald Chammah, réalisateur et directeur de cette structure de distribution consacrée aux films de patrimoine, a répondu aux questions de *Satellifacts Magazine* au sujet de la stratégie commerciale choisie pour faire redécouvrir ce film aux cinéphiles de France.

Synopsis

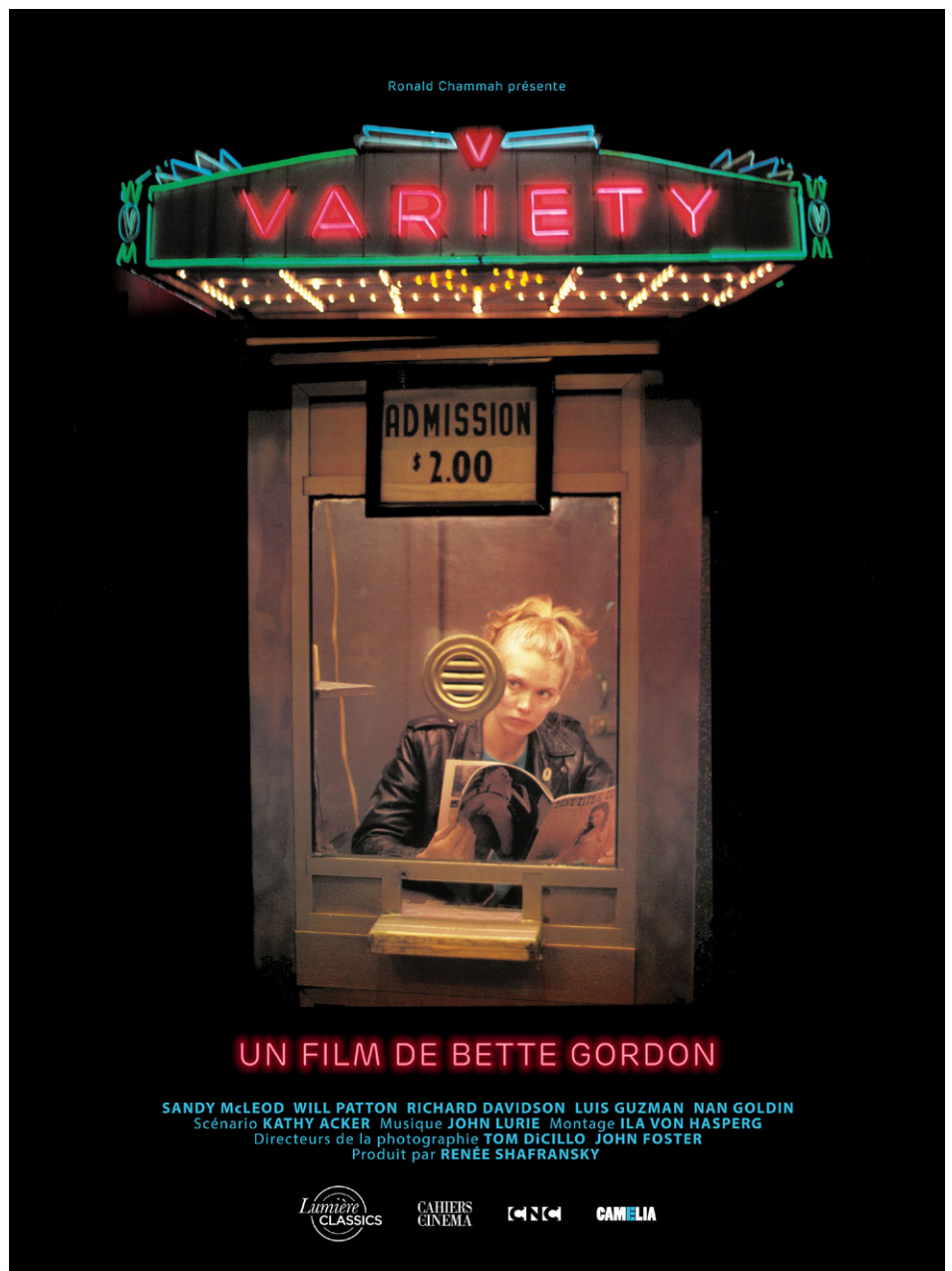
New York, 1983. Christine cherche désespérément du travail et finit par se faire engager comme ouvreuse dans un cinéma porno de Times Square. Elle devient peu à peu obsédée par les sons et les images des films qui l'entourent. Puis, fascinée par un des spectateurs, un homme d'affaires du nom de Louie, Christine commence à le suivre...

Message du film

« C'est un film qui évoque une atmosphère : celle du New York du début des années 1980. L'action se passe entre un cinéma pornographique et un véritable café près de Times Square, où de nombreux destins se croisaient », explique Ronald Chammah, directeur de la distribution pour Les Films du Camélia. Times Square était non seulement un quartier sulfureux de la métropole américaine, célèbre pour ses cinémas érotiques, ses sex-shops et privilégié par l'ensemble des travailleurs du sexe, mais aussi lieu de tous les trafics. « *Variety* est aussi l'histoire d'une relation entre une étudiante qui travaille à la caisse d'un cinéma et un client mystérieux qui s'intéresse spontanément à elle. Cette fascination va devenir réciproque, lorsque l'héroïne va vouloir découvrir la véritable identité de ce personnage », ajoute Ronald Chammah.

Positionnement et cœur de cible

Sans surprise, ce film de patrimoine s'adresse principalement à une cible de cinéphiles curieux, mais plus particulièrement à un public féminin d'assidus. La présence de la photographe Nan Goldin au



Variety, réalisé en 1983, ressort le 1^{er} juin sur 10 copies.
Photo © Les Films du Camélia

■ ■ ■ générique attire un public jeune, comme en a témoigné la présentation du film au Festival Lumière 2021, devant une salle pleine de spectateurs de 15-25 ans.

Campagne d’affichage, digitale, salles et télévision

C’est souvent le cas dans le marché du film de patrimoine : aucune campagne d’affichage n’a été prévue par Les Films du Camélia, malgré la nouvelle composition graphique élaborée grâce à une photographie de Nan Goldin. L’affiche sera réservée aux salles diffusant *Variety*. « Pour ce type de films, nous préférons consacrer notre budget marketing à des partenariats avec des revues spécialisées. Notre attachée de presse, Paulina Gautier-Mons, fait beaucoup de travail sur les réseaux sociaux », précise Ronald Chamamah. Le distributeur fera revenir Bette Gordon et Nan Goldin pour présenter le film au début du mois de juin.

Festivals et campagne d’avant-premières

Variety a déjà beaucoup fait parler de lui au cours de sa présentation au Festival Lumière de Lyon. Il n’a pas été montré dans d’autres festivals majeurs. Une avant-première parisienne sera organisée au cinéma Le Louxor de Paris, en présence de Bette Gordon et de Nan Goldin, lundi 30 mai. Le surlendemain, une première événementielle aura lieu dans les mêmes conditions au Christine Cinéma Club du Quartier



Variety a été présenté au Festival Lumière de Lyon et une avant-première sera organisée le 30 mai au Louxor, à Paris. Photo © Nan Goldin/Les Films du Camélia

latin. D’autres séances spéciales sont en cours d’organisation dans la région parisienne.

Les partenaires médias du film

Les *Cahiers du cinéma* a été choisi pour accompagner *Variety* dans la presse écrite spécialisée. Le magazine a déjà publié un dossier d’une dizaine de pages sur le film au mois de décembre, à l’époque où sa sortie était programmée pour janvier. La crise sanitaire ayant retardé son exposition, les *Cahiers du cinéma* publieront à nouveau du contenu rédactionnel. En complément, l’exposition des photographies de plateau de Nan Goldin sera reprise à partir du vendredi 3 juin à la galerie Paris Cinéma Club, 28 rue Mazarine (6^e).

Des produits dérivés, comme des T-shirts, seront présentés aux premiers spectateurs au cours des séances spéciales organisées par Les Films du Camélia. Un combo DVD/Blu-ray du film, accompagné d’un livret et de nombreux compléments, est en cours d’élaboration et fera son apparition sur le marché de la vidéo quelques jours après la sortie du film.

Les principales sorties du 1^{er} juin

- *Firestarter* de Keith Thomas (Universal Pictures International France).
- *Compétition officielle* de Gastón Duprat et Mariano Cohn (Wild Bunch Distribution).
- *C’est magnifique !* de Clovis Cornillac (Orange Studio Distribution).
- *Broadway* de Christos Massalas (Le Pacte).
- *Chantons sous la pluie* de Gene Kelly et Stanley Donen (Warner Bros. France). ■

Gauthier Jurgensen



Photo © Nan Goldin/Les Films du Camélia

Variety

Distributeur : Les Films du Camélia.

Sortie en salles : 1^{er} juin 2022.

Nombre de copies : 10.

Frère et sœur

Drame

Un frère et une sœur à l'orée de la cinquantaine... Alice est actrice, Louis fut professeur et poète. Alice hait son frère depuis plus de vingt ans. Ils ne se sont pas vus depuis tout ce temps – quand Louis croisait sa sœur par hasard dans la rue, celle-ci ne le saluait pas et fuyait... Le frère et la sœur vont être amenés à se revoir lors du décès de leurs parents.



Photos © Shanna Besson/Why Not Production

Fiche technique

Durée : 1h48.
Production : Why Not Productions (Pascal Caucheteux).
Coproduction : Arte France.
Distributeur : Le Pacte.
Ventes internationales : Wild Bunch International.
Sortie salles : 20 mai 2022.
Budget : 4 463 140 €.
Scénario : Arnaud Desplechin et Julie Peyr.
Réalisation : Arnaud Desplechin.
Image : Irina Lubtchansky.
Montage : Laurence Briaud.
Son : Nicolas Cantin.
Décors : Toma Baquéni.
Costumes : Judith de Luze.
Interprètes : Marion Cotillard, Melvil Poupaud, Patrick Timsit, Golshifteh Farahani, Benjamin Siksou, Saverio Maligno.
Distinction : en compétition officielle au Festival de Cannes 2022.

Plan de financement (en euros) *

PRODUCTEUR DÉLÉGUÉ - Why Not Productions	2 213 140
AUTRE COPRODUCTEUR - Arte France Cinéma	350 000
SUBVENTIONS - CNC (avance sur recettes)	-
AIDE RÉGIONALE - Pictanovo	150 000
PRÉACHATS CHAÎNES - Canal+ (1 ^{re} multidiffusion payante) - Canal+ Thématiques (2 ^e multidiffusion payante) - Arte (1 ^{re} diffusion en clair)	1 150 000 1 000 000 50 000 150 000
SOFICAS - Cinéventure 7 - Cinémage 7 - Cofinova 18 - La Banque postale Image 15 - Cinécap 5 - Cinéventure 7 - Palatine Étoile 19	600 000 50 000 150 000 150 000 100 000 75 000 25 000 50 000
MG DISTRIBUTEUR - Le Pacte	-
MG VENTES INTERNATIONALES - Wild Bunch International	-
Total	4 463 140

* Chiffres tels que publiés au RCA. Le producteur n'a pas souhaité les actualiser.

Photos de couverture : © Philippe Mazzoni/Canal+ (Christine Cauquelin), Céline Bozon (Serge Bozon), DR (Pauline Eon).

Satellifacts (anciennement Satellifax) le satellite d'observation stratégique des professionnels de l'audiovisuel et du cinéma. Toute l'info, vérifiée, analysée, contextualisée et clarifiée. Factuellement. Edité par Fréquences, membre du Spiil - SAS au capital de 10 000 € - Commission paritaire : 1224W90061 - ISSN : 1776-3223

Satellifacts, Hôtel de Retz, 9 rue Charlot, 75003 Paris - <https://www.satellifacts.com> - Twitter Satellifacts : @Satellifax - Directeur de la publication Satellifacts et suppléments Satellifacts Magazine, Satellifacts Talents et Satellifacts Hebdo : Joël Wirsztel jw@satellifacts.com - Twitter : @joelwir - Contact abonnement : Hugues Desmichelle (développement commercial) +33 6 80 630 700 hd@satellifacts.com. Administration : Véronique Olasz +33 1 40 29 47 48 office@satellifacts.com. Rédactions : +33 1 44 78 04 78 redaction@satellifacts.com.

Directeur des rédactions : Joël Wirsztel - Rédactrice en chef Satellifacts : Yvane Dréant - Rédaction : Arthur Devriendt, Gauthier Jurgensen, Emmanuelle Miquet, Christine Monfort, Virginie Sengès, Julie Souvestre, Anastasia Svoboda. Collaborations régulières : Alain Grasset (quotidien), Florence Leroy (magazine), Pascale Paoli-Lebailly (quotidien et magazine), Carole Villevet (quotidien et magazine), François Viot (Magazine). Rédactrice en chef Satellifacts Magazine et Satellifacts Talents : Anne-Sophie Filhoulaud (Narréa) as@satellifacts.com -

Secrétariat de rédaction : Nathalie Grisoni, Nathalie Grille-Alix, Carole Coen sr@satellifacts.com - REPRODUCTION INTERDITE - 27^e année de publication - © Fréquences 2022