

La guerre de demain

Georges Privet

Numéro 86, automne 2021

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/97410ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

L'Inconvénient

ISSN

1492-1197 (imprimé)

2369-2359 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Privet, G. (2021). La guerre de demain. *L'Inconvénient*, (86), 80–83.

La guerre de demain

(ou cinéma c. *streaming*)

CINÉMA **Georges Privet**

Le 2 juillet 2021, la plateforme de diffusion en continu Amazon Prime Video lançait en grande pompe *The Tomorrow War*, un film d'action futuriste dans lequel des guerriers venus de l'avenir débarquent à notre époque pour chercher des renforts afin de combattre des envahisseurs ayant presque complètement exterminé l'humanité en 2051...

Très bien, me direz-vous, mais pourquoi parler de cette production dans le cadre de la présente chronique ? Après tout, le film a l'air franchement nul, il a peu de chances d'intéresser notre lectorat et n'a pas grand-chose à voir avec l'idée qu'on peut se faire du septième art. Certes... Et pourtant, les circonstances entourant la sortie de cette grosse série B méritent qu'on s'y attarde, car elles témoignent d'un phénomène qui aura des conséquences sur l'avenir du cinéma.

De fait, le film *The Tomorrow War* est symptomatique d'une tendance aussi nouvelle qu'inquiétante : le

virage abrupt des grands studios de cinéma vers le monde du *streaming*, c'est-à-dire de la diffusion en continu.

Produit à grands frais par Paramount (qui y voyait le début d'une « franchise » potentielle), *The Tomorrow War* semblait promis à un grand succès lorsque la pandémie a poussé son distributeur à annuler sa sortie, en décembre dernier. Soudainement confrontée à un avenir incertain, la compagnie a accepté une offre d'Amazon, qui lui proposait quelque deux cents millions de dollars pour obtenir le film en exclusivité. Une somme qui ne permettait certainement pas à Paramount de faire les profits espérés, mais qui garantissait toutefois qu'elle ne perdrait pas sa chemise dans l'aventure.

Du coup, *The Tomorrow War* devenait le premier *blockbuster* destiné aux salles à ne jamais y prendre l'affiche, allant plutôt grossir les rangs de la compétition, c'est-à-dire des plateformes de *streaming*, qui mènent, depuis quelques années, une guerre à finir contre le cinéma.



Ce n'était d'ailleurs pas la première fois que Paramount – paniquée par la fermeture des salles pendant plusieurs mois, et angoissée par l'ascension simultanée des chaînes de *streaming* – décidait de vendre à Amazon un film qu'elle destinait initialement aux salles : *Coming 2 America*, la suite d'un des plus grands succès d'Eddie Murphy, et *Without Remorse*, l'adaptation d'un best-seller de Tom Clancy, avaient fait l'objet d'ententes similaires dans les semaines précédentes.

À la différence que, cette fois, l'ampleur de la transaction permettait à Amazon d'envoyer un signal fort au grand public (et au milieu du cinéma, par la même occasion) : vous pouvez maintenant voir dans le confort de votre foyer les *blockbusters* pour lesquels vous vous déplaçiez, il n'y a pas si longtemps, dans une salle de cinéma...

Il n'y a donc plus aucune raison d'y aller.

•

Si vous êtes comme moi, l'avenir des *blockbusters* vous importe peu.

Le problème, c'est que les grands studios ne produisent à peu près plus que ça, argumentant que ces films sont désormais les seuls qui permettent au

système de survivre. L'idée étant que si les gens ne se déplacent plus pour voir, sur grand écran, ces spectacles à grand déploiement, ils se déplaceront encore moins pour voir des films qui ne perdent pas grand-chose à être vus dans un salon.

Pour une industrie malmenée à la fois par une pandémie qui s'éternise et par l'ascension de services de *streaming* qui sont en passe de la supplanter, c'est désormais rien de moins que l'avenir du cinéma qui se joue.

To stream or not to stream ? Telle est la question...

Faut-il espérer que les spectateurs rompront avec leurs habitudes des derniers mois et qu'ils reprendront le chemin des salles ? Ou vaut-il mieux prendre acte de la nouvelle donne et oublier carrément les cinémas, afin de lancer directement les films sur de nouvelles plateformes de diffusion ?

Pour certains (comme Paramount), la solution semble être la liquidation des stocks, du moins en attendant la mise en place de sa propre chaîne de *streaming* (Paramount +) sur la scène internationale. D'autres, comme les studios Disney ou Warner, ont opté pour des lancements simultanés en salle et en vidéo sur demande pour l'ensemble de leur production (y compris le très

attendu *Dune* de Denis Villeneuve, qui devrait donc sortir en même temps en salle et sur HBO Max – une décision vivement, et courageusement, contestée par Villeneuve lui-même... en vain).

Fait à remarquer : quelles que soient les options envisagées par les studios, aucun ne semble prêt à miser sur le retour des spectateurs au cinéma.

Aucun.

Ce qui – dans les faits – semble condamner les salles de cinéma à une mort non seulement certaine, mais imminente.

•

Jadis, les choses étaient évidemment beaucoup plus simples : si vous aviez envie de voir des images en mouvement, vous alliez dans une salle obscure. On appelait ça un cinéma et il y en avait un par quartier.

Pendant plus d'un demi-siècle, l'invention des frères Lumière est ainsi devenue à la fois un art en évolution constante et un commerce en perpétuelle expansion. Et elle est restée le centre incontesté du monde des images jusqu'à la venue de la télévision.

Avec l'arrivée du petit écran, le cinéma est officiellement devenu le grand. Mais cette formule populaire, qui lui cédait un avantage technique, soulignait implicitement le fait que le cinéma n'était plus tout seul et qu'il ne le serait jamais plus.

L'avènement de la télévision a évidemment fait peur au cinéma (et pour cause !). Mais elle l'a aussi poussé à se réinventer en misant sur ses différences. Pour les Américains, ça voulait dire des spectacles plus grands et plus adultes que ceux que pouvait offrir la télévision. Pour les Européens, ça signifiait des œuvres plus ambitieuses et plus personnelles. Pendant que l'Amérique misait sur ses super-productions bibliques et ses drames portant sur des sujets « adultes », l'Europe accouchait du néoréalisme et de multiples Nouvelles Vagues.

Il y eut même une période fertile où les deux visions se marièrent – l'Europe renouvelant les grands mythes américains (avec Sergio Leone et ses westerns spaghetti, par exemple) et l'Amérique enrichissant ses œuvres d'une sensibilité européenne (comme en témoignent Coppola et ses deux premiers *Parrain*). Les grands studios américains coproduisaient des films de Fellini, Bertolucci et Antonioni, pendant que l'Europe découvrait les jeunes auteurs du cinéma indépendant américain. Bref, la roue tournait et elle

tournait dans les deux sens.

Malheureusement, le ver était déjà dans la pomme, et si le cinéma a su ralentir les progrès de la télévision, il était clair qu'il ne pouvait pas les repousser indéfiniment. Avec la division des grandes salles de cinéma, au début des années 70, puis l'avènement du cinéma maison, dans les années 80, le gouffre technique qui séparait les deux a commencé à se rétrécir. Et le déclin des salles de répertoire, puis l'ascension des clubs vidéo ont officialisé le déplacement d'une certaine cinéphilie des salles, où l'offre était très vaste, vers les foyers ; et c'est à partir de là que l'offre s'est vite raréfiée. Dès lors, le déclin était irréversible.

•

Il est ironique, et douloureusement approprié, que la compagnie qui allait tuer le cinéma ait été, à l'origine, une petite maison de location de DVD. Car, malgré sa croissance spectaculaire, Netflix reste fondamentalement un vidéoclub glorifié ; et pas un de ceux, comme La Boîte Noire, où l'on pouvait explorer le cinéma du monde entier, mais plutôt un de ces comptoirs de dépanneur qui se spécialisaient dans les « nouveautés » américaines.

Le secret de Netflix est simple : donner aux gens ce qu'ils veulent. Et le leur redonner, en continu, jour après jour. En leur fournissant quotidiennement des divertissements simples, prévisibles et formatés, qui ne leur demanderont aucun effort, ne susciteront en eux aucun questionnement, et les laisseront contents, prêts à en redemander encore et encore.

Une série d'algorithmes ciblent rapidement vos goûts, vous suggèrent des films qui ressemblent à ceux que vous venez de voir et qui vous préparent à ceux que vous verrez par la suite. Une fonction vous permet même de sauter le générique du début et celui de la fin : les épisodes d'une même série, ou les films d'un même genre, peuvent ainsi s'enchaîner les uns aux autres en un flot continu.

Le visionnage boulimique est non seulement permis, mais activement encouragé par cet enchaînement ininterrompu d'images, qu'il est d'ailleurs même possible d'accélérer grâce à une fonction qui permet de regarder une heure en trente minutes (quitte à ne rien comprendre de ce que vous regardez). Bref, ça fonctionne un peu sur le principe de la gavage à volailles. Sauf que la volaille en redemande, encore et toujours.

Les naïfs (comme moi), qui voyaient au

moins un peu d'espoir dans les productions « internationales » de Netflix, ont vite déchanté en découvrant que, peu importe leur nationalité, les « programmes originaux Netflix » sont généralement des produits dérivés de succès préexistants, écrits et filmés dans le style Netflix le plus pur : structure classique ponctuée de flashbacks lourdement explicatifs ; *happy end* garanti avec « *uplift* » moral à la clé ; célébration ostentatoire des valeurs consensuelles du moment ; le tout épicé de chansons populaires exploitant sans vergogne une nostalgie qui se veut résolument fédératrice.

Qu'elles proviennent de Turquie (Atiye), d'Allemagne (*Unorthodox*) ou de France (*Lupin*), les productions Netflix sont généralement écrites et filmées dans le même espéranto télévisuel, sans la moindre trace de trouble, d'ambiguïté ou même de personnalité. Comme si l'objectif ultime (et généralement atteint) était d'offrir un divertissement indifférencié à un public aussi uniforme que possible.

Et pour cause : le public de Netflix, c'est la planète. Et la planète n'a que faire des particularismes.

•

Si Netflix se paye parfois le luxe de financer un film de Martin Scorsese, de Spike Lee ou de David Fincher, c'est évidemment dans un but stratégique : la chaîne (qui produit désormais à elle seule davantage que les six plus grands studios hollywoodiens) veut prouver qu'elle a maintenant les moyens de faire ce que les *majors* n'osent plus (c'est-à-dire prendre des risques). Mais elle cherche aussi à assurer une fois pour toutes sa place à la table des grands (Hollywood, les Oscars et l'histoire du cinéma, bref, tout ce que la méthode Netflix passe allègrement au rouleau compresseur).

Comme tout nouveau riche, Netflix aime faire des acquisitions de luxe. L'an dernier, la plateforme s'est payé le catalogue de MK2, qui contient plusieurs Truffaut, quelques Resnais et assez d'œuvres importantes pour combler (un peu) le déficit artistique de sa programmation. Mais son cœur est visiblement

ailleurs. Et ses multiples clones (Amazon Prime Video, HBO Max, Hulu, Apple TV+ et compagnie) sont en passe d'adopter la même recette et la même stratégie planétaire, ne nous laissant collectivement qu'un choix guère enviable entre, d'un côté, un flot de productions aussi génériques qu'ininterrompues et, de l'autre, ce qu'il reste du cinéma en salle (avec ses *blockbusters* aux airs de caricatures du cinéma forain à ses débuts).

D'un côté, l'empire de l'image filante, transitoire, sans souvenir ni lendemain ; de l'autre, les restes d'un monde qui vit désormais sur du temps emprunté et les souvenirs de sa grandeur passée.

À défaut d'enrichir l'histoire du cinéma, *The Tomorrow War* offre une belle métaphore de la situation actuelle ; car « la guerre de demain » se joue effectivement aujourd'hui. Et le cinéma est en train de la perdre, une fois pour toutes.

« Si vous désirez une image de l'avenir », disait le tortionnaire de 1984, « imaginez une botte piétinant un visage humain – pour toujours. »

Malgré son génie, Orwell n'aurait pu imaginer qu'il se trouverait un jour des gens prêts à s'abonner à la botte qui les piétine. En continu et à répétition... ■