

1895

## 1895. Mille huit cent quatre-vingt-quinze

Revue de l'association française de recherche sur  
l'histoire du cinéma

74 | 2014  
Varia

---

### Colloque international « *Le Film Français 1945-1958 : penser les évolutions d'une revue corporative* »

Paris, Institut national d'Histoire de l'art, 3 et 4 avril 2014

Claire Couët et Francesca Leonardi

---



#### Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/1895/4909>

DOI : 10.4000/1895.4909

ISSN : 1960-6176

#### Éditeur

Association française de recherche sur l'histoire du cinéma (AFRHC)

#### Édition imprimée

Date de publication : 1 décembre 2014

Pagination : 137-145

ISBN : 978-2-37029-074-8

ISSN : 0769-0959

#### Référence électronique

Claire Couët et Francesca Leonardi, « Colloque international « *Le Film Français 1945-1958 : penser les évolutions d'une revue corporative* » », *1895. Mille huit cent quatre-vingt-quinze* [En ligne], 74 | 2014, mis en ligne le 16 octobre 2015, consulté le 15 septembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/1895/4909>

---

© AFRHC

afin de garantir un espace de prévention. Une explication de l'installation des studios à Hollywood entre 1909 et 1919 doit, par conséquent, prendre en compte ce facteur. Et dès lors, selon Vernet, l'histoire du cinéma croise nécessairement celle de l'électricité.

Cet intérêt porté aux objets apparemment extra-cinématographiques fonde l'un des présupposés de la méthode historiographique développée par Sergei Eisenstein. Son *Histoire générale du cinéma*, demeurée à l'état de fragments, a fait l'objet d'un travail éditorial conséquent entrepris il y a trois ans, en France et aux États-Unis, par Naoum Kleiman (Musée du cinéma de Moscou), François Albera et Antonio Somaini (Université Paris 3). Il aboutit cette année avec la publication de deux ouvrages, dont l'un d'entre eux – l'édition française des *Notes pour une histoire générale du cinéma* (AFRHC, 2013) – fut présenté par Somaini à l'occasion d'un *workshop* dédié aux rapports entre histoire et montage. Introduit comme le dernier projet théorique du cinéaste, alors directeur du département Cinéma de l'Institut de recherche scientifique d'Histoire de l'art de Moscou, les *Notes* construisent un modèle historiographique entièrement fondé sur les possibilités du montage ; qu'il s'agisse, en amont, d'un montage de théories – quelquefois incompatibles – constituant le socle de la méthode eisensteinienne (survivance du passé, parallélisme ontogénèse/phylogénèse, évolutionnisme de Darwin, etc.) ou du montage anachronique de documents hétérogènes comme production historiographique. Somaini s'est spécialement intéressé aux convergences entre le travail d'Eisenstein et d'autres théories qui lui ont parfois été contemporaines (Warburg et le *Nachleben*, Benjamin et l'image dialectique, Foucault et l'archéologie du savoir, etc.). Il est notamment revenu sur la rencontre singulière entre une conception psychologique du cinéma définie par Eisenstein comme « momification dynamique » et celle – célèbre – de Bazin comme « momie du changement ». Enfin, il a terminé son intervention par le décryptage d'un dessin d'Eisenstein – dessin

foisonnant et théorique s'il en est – en rapprochant son organisation interne de celle d'un atlas. L'éventail d'objets proposés par les *workshops* paraît significatif d'une revendication d'hétérogénéité au sein de l'historiographie du cinéma.

À l'heure où le numérique interroge plus que jamais les modèles historiographiques et où se rencontre parfois l'aporie d'une spécificité cinématographique prétendument menacée, cette vingt-et-unième Conférence d'Udine aura eu le mérite d'exposer sous divers aspects la nécessité de sortir du cinéma pour mieux en (re)saisir les enjeux.

Leonardo Quaresima avait introduit la manifestation en soulignant l'indétermination dans laquelle se trouvait l'Université d'Udine depuis plusieurs années de crise, invitant notamment aux dons les chercheurs présents. Il l'a clôturé en conviant la communauté universitaire à rejoindre un projet scientifique d'envergure : « écrire une histoire du cinéma sans nom ».

Arnaud Widendaele

#### Colloque international

« *Le Film Français 1945-1958 : penser les évolutions d'une revue corporative* »

(Paris, Institut national d'Histoire de l'art, 3 et 4 avril 2014)

« La Bible du cinéma », « la voix de la profession », ce sont quelques-unes des dénominations courantes de la revue corporative *le Film français*, qui se présenta comme « Le journal officiel du cinéma français » dans son premier numéro sorti au lendemain de la Libération, le 8 décembre 1944. Source incontournable pour tout chercheur qui se penche sur le cinéma en France, ce périodique, qui fête cette année ses soixante-dix ans, n'a cependant pas donné lieu jusqu'ici, à notre connaissance, à des études scientifiques approfondies. C'est un des mérites du colloque *le Film Français, 1945-1958 : penser les évolutions d'une revue corporative*, qui a eu lieu à l'Institut national d'histoire de l'art, les 3 et 4 avril 2014, d'ouvrir la voie et de faire de cette revue un objet d'étude à part entière.

La manifestation, organisée par l'Institut de recherche sur le cinéma et l'audiovisuel (IRCAV) de l'Université Sorbonne Nouvelle - Paris 3, s'inscrivait dans le cadre de l'ANR *CinéPop50 - Cinémas et cinéphilies populaires en France 1945-1958*, programme de recherche mené depuis 2012 par l'IRCAV et par le laboratoire Médiation, information, communication, art (MICA) de l'Université Michel de Montaigne - Bordeaux 3. *CinéPop50* s'est donné pour mission d'explorer la richesse et la complexité du cinéma populaire et d'en étudier les usages sociaux, dans toute leur diversité, à l'époque de la plus haute fréquentation des salles de cinéma en France, entre l'immédiat après-guerre et la fin des années 1950. Une pluralité d'approches disciplinaires a été ainsi convoquée pour apporter de nouvelles lumières sur les productions françaises et étrangères qui conquièrent les publics et pour enquêter sur la construction des goûts cinématographiques ordinaires. Les recherches promues par ce programme se sont articulées autour de quatre axes principaux – l'économie, la réception, les stars et les genres – et ont déjà donné lieu à un nombre important de séminaires, journées d'études et colloques. Le colloque final du programme se tiendra à Bordeaux, du 10 au 12 décembre 2014. Signalons que plusieurs publications issues des travaux de *Cinépop50* paraîtront prochainement : un numéro spécial de *Studies in French Cinema* ; un numéro de la revue américaine d'études françaises et francophones *Sites* sur les stars (codirigé par Gwenaëlle Le Gras et Geneviève Sellier) ; une parution d'*Études cinématographiques* sur les publics (dirigée par Laurent Jullier) ; les actes du colloque *Voyez comme on chante ! Films musicaux et cinéphilies populaires en France (1945-1958)* qui s'est tenu à Toulouse en avril 2013 (à paraître aux Presses Sorbonne Nouvelle, dans *Théorème*, sous la direction de Raphaëlle Moine et Sébastien Layerle). Enfin, le programme prévoit aussi la mise en ligne d'une très utile base de données sur les revues grand public, qui sera en accès libre dès janvier 2015, et comprendra une indexation exhaustive de *Cinémonde* et du *Film complet* sur les années 1945-1958, y compris une

indexation partielle du contenu du courrier des lecteurs de *Cinémonde* (la base de données devrait encore s'enrichir par la suite de l'indexation de *Cinémiroir*, *Mon film* et de la revue grand public belge *Ciné-revue*, entre autres). Il s'agit d'un travail particulièrement méritoire pour valoriser et rendre plus facilement accessibles des périodiques dont les collections sont souvent dispersées et incomplètes, et dont le support fragile met en danger leur conservation.

La manifestation sur *le Film français* (dont les actes paraîtront aux Presses Sorbonne Nouvelle) témoignait de l'importance que *Cinépop50* a accordée à la presse cinématographique, non seulement populaire mais aussi corporative, considérée à la fois comme source et comme objet d'étude. À travers une approche pluridisciplinaire partagée avec ce programme de recherche, comme l'a rappelé dans son introduction Laurent Creton (Université Paris 3), responsable de l'organisation avec Kira Kitsopanidou (Université Paris 3), le colloque souhaitait enquêter sur l'histoire de la revue, interroger son rôle à la fois de témoin et d'acteur dans les grands débats qui agitèrent la profession et secouèrent le cinéma français après-guerre, analyser les représentations de l'économie du cinéma dans ses pages et questionner la place attribuée aux stars et à la promotion. Treize communications de chercheurs chevronnés, de jeunes chercheurs et de professionnels, ainsi qu'une table ronde, ont essayé de répondre à ces questionnements multiples.

Un premier ensemble de communications s'est attaché à situer la revue à la fois diachroniquement, par rapport aux revues corporatives plus anciennes, et synchroniquement, dans le contexte des discours sur le cinéma circulant après-guerre, ainsi qu'à esquisser un portrait de Jean-Placide Mauclair, fondateur de la revue avec Jean-Bernard Derosne.

Emmanuelle Champomier (Université Paris 3) a commencé par interroger l'identité et le rôle des revues corporatives françaises, des origines au *Film français*. En comparant ce dernier avec les premiers périodiques corporatifs publiés en France, tels que

*Ciné-journal* (1908-1938) et *le Courrier cinématographique* (1911-1937), la jeune chercheuse a mis l'accent sur les similitudes qui existent entre ces publications. Les mêmes qualités sont mises en avant par les rédacteurs : liberté, indépendance, franchise, impartialité et recherche de vérité. Les rubriques se ressemblent également – brèves et échos de la corporation, nouvelles de la province et de l'étranger, rubriques juridiques – bien que *le Film français* présente la spécificité, au moins dans ses premières années, de présenter des rubriques réparties par profession, qui disparaîtront toutefois progressivement à partir de 1952. Enfin, ces périodiques s'octroient tous un rôle d'intermédiaire, dans le but de promouvoir l'union entre les différentes branches de l'industrie du cinéma, mais aussi entre le gouvernement et les professionnels. Ceci les amène à participer activement à l'évolution de la profession et de l'industrie cinématographique, et à organiser des événements et des réunions rassemblant des professionnels dans le but de promouvoir un intérêt général. Les aspects sur lesquels *le Film français* se distingue de ses aînés tiendraient, selon la chercheuse, d'une part dans la publication d'un plus grand nombre de bilans, de tableaux et d'informations sur les films en cours de réalisation et d'autre part dans la présence d'éléments qui caractérisent plutôt des revues grand public, tels que l'organisation de référendums ou d'événements mondains. Plusieurs communications ont permis d'aborder, au cours des deux journées, un certain nombre de ces éléments, y compris en tant que vecteurs d'autopromotion à la fois de la revue et de la profession, et de questionner l'impartialité affichée dans les déclarations d'intention du *Film français*.

La communication de Guillaume Vernet (Université Rennes 2) a questionné, de son côté, les discours sur le cinéma circulant dans la presse de l'après-guerre. En reprenant la distinction employée par Christian Metz entre faits cinématographiques et faits filmiques, le chercheur a relevé qu'à cette époque, les premiers retenaient davantage l'attention. Les enjeux matériels (économiques, sociologiques, techniques) revêtaient une importance

majeure et ce non seulement dans les revues corporatives, mais également dans la presse spécialisée et généraliste, et non exclusivement dans les publications de gauche, comme l'a montré un riche échantillon de citations tirées tant de périodiques proches des communistes – *Paris-Cinéma*, *l'Écran français*, *Opéra* – que de revues situées à droite telles que *Carrefour*. Selon Guillaume Vernet, ceci s'inscrit dans un contexte où les défis majeurs étaient la renaissance du cinéma français et la concurrence américaine. L'une des grandes préoccupations étant l'obsolescence des moyens de production, dans un contexte de fétichisation de la technique, le cinéma était considéré comme un objet socio-économique et technique, qui amenait à penser ensemble le filmique et le cinématographique. Ce fut à partir de la seconde moitié des années 1950 que, selon Guillaume Vernet, des frontières s'érigèrent entre le cinématographique et le filmique, et que les faits économiques, les vedettes et les spectateurs furent évacués des discours sur le cinéma en concomitance avec l'émergence de la primauté de la mise en scène.

Jean-Placide Mauclair a ensuite fait l'objet d'un portrait en « cinéophile entrepreneur » par Aurélie Pinto (Université Paris 3). La chercheuse a retracé le parcours de cet homme aux multiples facettes, défini comme un « homme double » dans l'acception qu'en donne Christophe Charle. Selon la chercheuse, la trajectoire de Jean-Placide Mauclair montrerait une évolution de la prédominance d'une dimension cinéphilique, entre la fin des années 1920 et le début des années 1930 (l'époque de l'organisation du Gala Méliès, du projet de conservation partagée avec Jean Mitry, de la création du Studio 28 et de la société de distribution DIC), vers celle d'une dimension commerciale et mondaine dans l'après-guerre. Cette seconde période fut marquée, pour Jean-Placide Mauclair, par la direction du groupe de presse qui éditait, outre *le Film français*, *Cinéma*, *le Courrier du Centre du cinéma*, *Paris-Hollywood*, *Une semaine de Paris* et *Paris-Théâtre*, contrôlant ainsi la majorité de la presse du spectacle en France. Dans les années 1950, l'entrepre-

neur lança des nouveaux procédés techniques de projection et de tournage, inaugura la salle Kino-panorama, ouvrit le restaurant Élysée-Matignon et, dans son sous-sol, le night-club Élysée-club, réservé aux gens du spectacle et fréquenté par des personnalités internationales.

Cependant, comme cela a pu être relevé lors des riches débats qui ont suivi les communications, ce portrait et celui des autres collaborateurs de la revue nécessiteraient d'être encore approfondis par l'apport d'éléments biographiques supplémentaires. Par exemple, nous avons très peu d'informations sur les activités de Jean-Placide Mauclair entre 1932 et 1944 et sur la constitution du capital de la société. Si l'on connaît le tirage approximatif du périodique, nous avons peu de renseignements sur les abonnements, les recettes publicitaires et les contrats passés avec les annonceurs. Des recherches ultérieures pourront sans doute compléter cette première approche, mais la tâche est d'autant plus difficile que les archives du *Film français* n'ont apparemment pas été conservées.

Trois spécialistes de l'économie du cinéma ont ensuite étudié ses représentations à travers les discours, les images et les chiffres publiés par la revue. Claude Forest (Université Paris 3) a commencé par analyser l'évolution de la représentation discursive du public dans *le Film Français* durant cet âge d'or de la fréquentation qui s'étend de 1945 à 1957. Il a noté qu'il était peu question du public dans les premiers numéros où prédominaient la lutte contre les taxes et le combat pour l'augmentation du prix des billets, encore encadré par la loi, afin de financer la production des films et l'aménagement des salles dans le contexte de reconstruction et de modernisation évoqué par Guillaume Vernet. L'augmentation de la fréquentation était donc un levier économique relativement négligé jusqu'à la baisse relative de celle-ci amorcée en 1947, confirmée en 1949 et qui dura jusqu'en 1952. Dans un premier temps, la solution proposée pour y remédier était simple : produire de bons films, les projeter dans de bonnes salles et le faire

savoir en s'inspirant des techniques de vente américaines. Cependant en 1948, la revue publia les résultats d'une enquête innovante et passionnante commandée par Jean Hellmann, le directeur du Rex à Paris, pour connaître le public de son cinéma et en 1949, apparut enfin la rubrique intitulée : « Rendement des salles de première exclusivité à Paris », préfigurant les chiffres du box-office communiqués chaque semaine par *le Film français* pour son plus grand succès et dont il sera abondamment question lors de la table ronde. Cette approche à la fois qualitative et quantitative de la fréquentation témoigne d'une évolution de la conception du public par la profession. Durant la période étudiée, le client des salles de cinéma devint progressivement un spectateur animé d'un désir de cinéma, dont les motivations et les pratiques méritaient une attention nouvelle.

Dans la communication suivante, Laurent Creton a étudié les images employées par *le Film français* – photographies, dessins, affiches, graphiques, schémas – pour construire sa propre image et celle de l'industrie cinématographique française. La reproduction des photographies de Jean-Placide Mauclair, Maurice Bessy (directeur de la publication), Edouard Drouth (administrateur général de la publicité) ou Pierre Autré (rédacteur en chef), figurant aux côtés des stars de cinéma, responsables de festivals et hommes politiques, lors de cérémonies officielles ou de rencontres informelles favorisées par l'Élysée-Matignon et l'Élysée-club, contribua à faire du *Film français* une sorte de « *Cinémonde* de la profession ». Désignant à son lectorat les gens en vue qui font le cinéma français, la revue participa ainsi à la reconnaissance des professionnels de l'industrie cinématographique identifiés comme tels. Le bandeau du premier numéro sur lequel est inscrit : « Journal officiel du cinéma français » annonçait le rôle d'intermédiaire que *le Film français* était appelé à jouer entre cette industrie et des institutions étatiques encadrant sa pratique. Les représentations graphiques de données chiffrées traduisaient une volonté d'objectivisation des activités du secteur. Quant aux publicités, elles assuraient une communication

efficace entre distributeurs et exploitants. À travers cette lucarne constituée par les images du *Film français*, Laurent Creton a mis en lumière les procédés développés à cette époque, auxquels la revue participa pleinement, pour proposer une meilleure gestion du secteur cinématographique, à savoir la formation d'un corps professionnel, l'instauration d'un cadre institutionnel, la production de chiffres utiles et la recherche d'une bonne programmation aux yeux du public.

Dans son intervention qui portait sur les représentations des performances des films au box-office dans le *Film français* entre 1952 et 1957, Kira Kitsopanidou revint sur l'importance croissante des chiffres dans la revue qui se manifesta par le chiffrage systématique de l'information, sa mise en forme variée et une argumentation statistique afférente. À partir des années 1950 se multiplièrent bilans officiels, panoramas, suppléments et hors séries consacrés aux résultats chiffrés des films en salles, exprimés d'abord en recettes, puis progressivement en entrées à partir de 1957, ce qui semble constituer une spécificité nationale. Cette « mise en nombre » participa à la construction de la revue comme lieu d'expertise et donc à sa légitimité. Elle traduisait un souci d'objectivité : « Des chiffres et des faits » réclamait Pierre Autré dans un numéro spécial de l'hiver 1956. Mais comme l'a rappelé la chercheuse, se référant à Alain Desrosières, Jean-Pierre Beaud et Jean-Guy Prévost, le chiffre est toujours tendu entre une visée scientifique et une visée de décision ; voulu objectif et détaché du texte réduit à un commentaire qui l'accompagne, il n'est pas rare qu'il participe inversement à l'objectivisation d'un discours et d'un positionnement. Ainsi, le *Film français* utilisa la cote financière des vedettes produite par ses soins en 1957, sous le titre « La bourse artistique du cinéma français : vedettes et réalisateurs sous le signe des recettes », pour établir une correspondance entre leur performance commerciale et les résultats des Victoires du cinéma organisées par le *Film français* et *Cinémonde*, dans le but de valoriser un cinéma de qualité française. La rhétorique des chiffres déployée dans les colonnes et les publicités de la

revue par un effet de citation réciproque révèle une nouvelle approche financière du cinéma qui se développe dans les années 1950.

Le positionnement du *Film français* face aux débats d'économie politique du cinéma qui ont animé la profession dans l'après-guerre a été questionné par plusieurs communications. Deux de ces interventions se sont penchées sur l'orientation du périodique concernant les rapports cinématographiques entre la France et les États-Unis. La revue corporative se fit-elle l'écho d'un certain antiaméricanisme que l'on estime souvent très répandu dans la profession ? Ou bien était-elle le porte-parole des intérêts américains, comme l'affirmait volontiers la presse de gauche ? Les accords franco-américains Blum-Byrnes, qui ont fait couler tant d'encre, ont été abordés par Joël Augros (Université Paris 8). Spécialiste d'histoire économique du cinéma, le chercheur a étudié l'évolution de la couverture du sujet et les thématiques abordées dans les colonnes du *Film français* et dans celles de la revue corporative américaine *Variety* (dans sa livraison hebdomadaire et quotidienne) de mai 1946, moment de la signature des accords, aux premiers mois de 1948, lors des contestations en vue de leur révision. Le chercheur a montré que le positionnement du *Film français* évolua pragmatiquement au cours de cette période. Alors qu'en mai 1946, Maurice Bessy salua les accords comme l'« heureuse conclusion » de longues négociations, en janvier 1948, il se déclara favorable à leur révision afin de calmer les esprits et se concentrer sur des questions à ses yeux bien plus importantes (détaxation, exportation, diminution des coûts de production). Entre ces deux prises de parole dans des éditoriaux, la revue corporative s'attribua principalement un rôle d'information (publication *in extenso* du texte de l'accord, des décrets d'application, des interventions à l'Assemblée constituante, d'articles synthétisant les différents points de vue, y compris des brèves sur la position américaine) et d'expertise (en alertant sur les difficultés de la mise en application des quotas et en fournissant des données chiffrées pour en

comprendre les effets). La comparaison avec *Variety* a permis de montrer que le corporatif américain accorda beaucoup moins d'attention aux accords en considérant le marché français comme un marché parmi d'autres, et dont l'importance était beaucoup moindre que celle du marché britannique, auquel la presse corporative accordait un traitement bien plus ample.

De son côté, Thomas Pillard (Université Paris 3) a exploré différentes modalités des rapports France – Amérique à travers le prisme du *Film français* et ce sur l'ensemble de la période prise en considération par le colloque. Le chercheur a relevé que la mise en avant de la francité et la volonté réelle d'œuvrer pour la grandeur du cinéma national allaient de pair avec l'admiration et l'appréciation de l'Amérique et de son cinéma. Excepté la rubrique du syndicat ouvrier, tout discours alarmiste sur l'hégémonie américaine était absent des pages de la revue et l'Amérique était présentée comme une industrie « amie ». Cependant, il ne s'agissait vraisemblablement pas d'une simple question d'intérêts et d'obligations – les Majors participaient au financement de la revue à travers les annonces publicitaires. Le cinéma hollywoodien était en effet présenté comme un modèle économique performant dont il fallait s'inspirer pour mettre en valeur les atouts propres au cinéma français, et pour promouvoir ce dernier sur le marché national et sur les marchés internationaux. L'américanophilie du *Film français* aurait ainsi été partie intégrante de son nationalisme. Un très grand nombre d'articles invitait ainsi les producteurs, les distributeurs et les exploitants à favoriser la coopération et la collaboration franco-américaine pour servir deux objectifs majeurs dans deux contextes différents : faciliter la reconstruction de l'industrie de 1945 à 1953 et, ensuite, favoriser l'entrée du cinéma français dans une économie mondialisée. À ce sujet, beaucoup d'articles visèrent à promouvoir des actions destinées à permettre la pénétration du cinéma français aux États-Unis, en incitant à mieux connaître le marché américain et à faire admettre la nécessité du double. De ce fait, selon le chercheur, la revue aurait

contribué à l'expansion du cinéma français aux États-Unis. *Le Film français* n'aurait donc pas été un simple témoin, mais aussi un protagoniste à part entière des échanges transatlantiques.

Pascal Laborderie (Université de Reims), spécialiste de l'histoire de l'éducation populaire par le cinéma, a questionné de son côté la médiatisation du débat sur le statut du cinéma non-commercial entre 1947 et 1955 dans *le Film français* et *UFOCEL Informations*. Au tournant des années 1950, le cadre juridique et fiscal évolua en faveur du cinéma non-commercial (lois de 1949 et 1951), et statua notamment sur la détaxation de séances organisées par les associations de culture populaire. Fruit d'un long combat du monde de l'éducation populaire, cette nouvelle législation rencontra une forte hostilité de la part des exploitants, qui accusèrent l'État de dirigisme et considérèrent que le cinéma non-commercial représentait une concurrence déloyale. Le chercheur a montré que, d'une part, *le Film français* ne dérogea pas à son rôle d'information (publication des décrets) et d'« agora », en publiant, par exemple, pendant l'été 1951, la joute épistolaire entre l'exploitant Adolphe Trichet (président de la Fédération nationale des cinémas français – FNCF) et Maurice Cady (commissaire général d'UFOCEL, le réseau cinématographique de la Ligue de l'enseignement), qui revendiquait le caractère culturel et artistique et les pratiques non commerciales des ciné-clubs affiliés. Cependant, non seulement le ressentiment des exploitants pouvait régulièrement s'exprimer dans la rubrique qui leur était consacrée (« La voix de l'exploitation », dont Adolphe Trichet était le principal éditorialiste), mais d'autres textes, dont les éditoriaux de Pierre Autré, s'en faisaient également les porte-paroles. *Le Film français* aurait donc été le fer de lance du combat des exploitants, une courroie de transmission de la voix patronale contre le cinéma non-commercial et l'ingérence des pouvoirs publics.

La communication préparée à quatre mains par Frédéric Gimello-Mesplomb (Université d'Avignon) et Pascal Legrand, archiviste au Centre national du cinéma (CNC), et présentée par ce dernier, a également interrogé la question de la

fonction sociale du *Film français* dans le champ cinématographique. L'intervention a confirmé le rôle de porte-voix de la profession, et notamment du patronat critique envers l'encadrement étatique, mais a aussi souligné sa fonction de relais de l'action publique. Les deux chercheurs ont ainsi montré, d'une part, que *le Film français* se fit l'écho de la « guérilla » menée à l'encontre du CNC par la Confédération nationale du cinéma français, qui avait été créée en 1946 et réunissait les principaux syndicats patronaux (exploitants, distributeurs, producteurs et industrie techniques). La revue publia en effet de nombreux procès-verbaux des Assemblées générales de la Confédération et des syndicats affiliés et le rédacteur en chef Pierre Autré détailla régulièrement et avec force les actions et les arguments de cet organisme qui rejetait le CNC en tant que symbole d'une économie dirigiste et souhaitait se voir confier un rôle important dans la gestion de la profession. D'autre part, le périodique corporatif fut également le relais et le porte-voix de l'État. Deux anciens rédacteurs du *Film français*, interviewés par les chercheurs, ont révélé la pratique instaurée par Pierre Autré, au moment où il rejoint la revue en 1946, de rendez-vous mensuels entre les directeurs généraux adjoints du CNC et les rédacteurs du périodique. La revue fut la seule publication à grande audience (comme le montre la comparaison avec d'autres vecteurs éditoriaux, comme *la Cinématographie française*) permettant d'informer les professionnels sur l'avancée des travaux parlementaires et les mesures administratives en vigueur pour les différentes branches de la profession. Elle fut aussi une caisse de résonance pour le CNC, offrant à cette institution une tribune importante à une époque où l'administration gagnait peu à peu du terrain et des prérogatives sur les professionnels.

Un dernier ensemble de communications portait sur l'articulation entre *le Film français*, les stars et leur promotion. Pour Ginette Vincendeau (King's College, Université de Londres), éminente spécialiste des *star studies* et de Brigitte Bardot en parti-

culier, sur laquelle elle prépare un livre-objet, la revue corporative constituait, après la presse à scandale, féminine ou populaire, une nouvelle source à interroger. Brigitte Bardot fit son apparition dans *le Film français* à l'occasion d'une publicité pour *le Trou normand* (Jean Boyer, 1952), fort discrètement puisque la même année, deux couvertures de *Paris Match*, son mariage avec Roger Vadim et sa pause en bikini dans *Manina la fille sans voile* (Willy Rozier, 1952), attireraient toute l'attention des *mass media* sur sa personne. Alors qu'en 1956, elle explose dans huit films à l'affiche dont *Et Dieu... créa la femme* (Roger Vadim) et qu'en 1958, elle fait la couverture de *Cinémonde*, *le Film français* se contente encore de faire écho à sa notoriété sur le mode parodique d'une publicité pour l'aménagement des salles où un spectateur préfère les fauteuils Ciné-sièges à la prestation de BB pour choisir son film. Force est de constater que Brigitte Bardot est quasiment absente des pages du *Film Français* qui lui préfère Michèle Morgan, Edwige Fueillère et Martine Carol ou des vedettes italiennes telles que Gina Lollobrigida et Sophia Loren. Il faut finalement attendre la participation de Brigitte Bardot dans des films de Claude Autant-Lara (*En cas de malheur*, 1958), Julien Duvivier (*la Femme et le pantin*, 1959), Christian-Jaque (*Babette s'en va-t-en guerre*, 1959), grâce à son producteur Raoul Lévy, et sa reconnaissance outre-Atlantique, pour que l'actrice prenne enfin place à la suite de Michèle Morgan dans les colonnes du *Film français*. À l'appui de Janet Staiger, Ginette Vincendeau forme l'hypothèse que cette reconnaissance tardive de Brigitte Bardot par la profession est liée à la construction de BB comme célébrité, plus que comme vedette de cinéma. Cette enquête qui permet d'éclairer la construction de la star BB, a permis également de constater de nouveau le lien qui unit la revue, ses annonceurs, et une certaine conception d'un cinéma de qualité.

Jennifer de Castro (Université Paris 3), qui a indexé les 718 numéros de la revue parus entre 1945 et 1958, dont 49 numéros spéciaux, dans le cadre de l'ANR Cinépop'50 et sans qui ce colloque n'aurait pu voir le jour, nous confirme



qu'aucune couverture du *Film français* n'est consacrée à Brigitte Bardot durant la période étudiée. En revanche, son producteur Raoul Lévy figure parmi les cinq personnalités honorées d'un portrait photographique à la une du journal. Dans le cadre de cette intervention, Jennifer de Castro nous a présenté une typologie des premières de couverture qui corrobore plusieurs hypothèses énoncées lors de ce colloque. Premièrement, la publicité constitue une part importante de la revue puisque la couverture elle-même est construite par les annonceurs, sans que l'on connaisse les rapports exacts entre ces derniers et le directeur de la publicité Edouard Drouth. Deuxièmement, les films français sont mis à l'honneur puisque sur les 79 % de couvertures représentant des films, 68 % sont français et 14 % américains. Contrairement à une idée reçue, les sociétés françaises ne sont pas oubliées davantage, puisque sur les 20 % de couvertures représentant des sociétés, 50 % sont françaises. L'américanophilie de la revue est donc compatible avec la promotion du cinéma français comme l'a montré Thomas Pillard. Troisièmement, l'analyse des couvertures selon la nationalité des annonceurs confirme une conception différente de la place des acteurs dans le dispositif de promotion. Centrale dans les couvertures de films américains, elle se trouve concurrencée par la citation des auteurs et des techniciens pour les films français. Cette étude est un exemple des nombreuses possibilités offertes par ce patient travail d'indexation thématique portant sur les premières de couvertures, mais aussi sur les rubriques et les articles de cette période, qui devrait être mis à la disposition des chercheurs.

La promotion des stars françaises passe par la publicité, mais aussi par l'attribution de prix qui attestent de leur valeur nationale et internationale. Spécialiste des *star studies*, Gwénaëlle Le Gras (Université Bordeaux Montaigne) s'est intéressée à la création des « Victoires du cinéma français », un prix prenant la forme d'un moule en bronze de la Victoire de Samothrace qui récompensait les lauréats du Grand prix des directeurs de cinéma (organisé par *le Film français*) et du Grand prix du

public (organisé par *Cinéma*). Dès 1945, *le Film Français* s'était tourné vers l'Office Professionnel du Cinéma pour créer une académie du cinéma sur le modèle américain de l'Academy of Motion Picture Arts and Sciences qui décerne les Oscars. Une académie fut créée, mais l'idée d'un prix attribué par le public disparut. En 1947, *le Film français* riposta par la création du Grand prix des directeurs de cinéma, bientôt rebaptisé Victoires du cinéma. La première remise eut lieu en 1948 au théâtre Pigalle, conjointement avec l'élection de Miss Cinéma, et dans les locaux du ministère. A travers la création de ce prix récompensant aussi bien des acteurs du Français que des stars américaines, lors de cérémonies au succès croissant réunissant des artistes, des professionnels et des personnalités politiques, il s'agissait pour *le Film français* de s'imposer comme le porte-parole de la profession. Cela lui permit de faire entendre, auprès des structures étatiques, industrielles et culturelles, une conception du cinéma liant art et industrie, tournée vers le public dont les exploitants étaient finalement les meilleurs représentants. À travers le palmarès des Victoires et la liste de ses invités, *le Film français* affirmait également la continuité d'une certaine qualité française, capable de rivaliser avec le cinéma américain, quitte à s'en inspirer. Il s'agit là seulement d'un aperçu de cette passionnante communication sur les Victoires du cinéma et l'entreprise d'institutionnalisation orchestrée autour d'elles par *le Film français*.

Dans son ensemble, le colloque « le Film Français 1945-1958 : penser les évolutions d'une revue corporative », dont chaque intervention a suscité des débats passionnés, a conforté la validité et la richesse d'une approche pluridisciplinaire pour étudier la presse cinématographique. Il a aussi confirmé l'intérêt de prendre pour objet cette publication professionnelle, trop souvent employée comme source sans interroger son histoire et la complexité des rôles multiples qu'elle a pu jouer dans ce contexte d'après guerre. Afin d'ouvrir ce colloque universitaire aux acteurs professionnels concernés par son objet, ces deux journées consa-

créées au *Film français* furent aussi l'occasion de réunir, autour d'une table ronde animée par Laurent Creton : Laurent Cotillon, éditeur et rédacteur en chef du *Film français*; Alain Rocca, producteur et co-président de la société LMC univers ciné créée par des producteurs et distributeurs indépendants pour maîtriser la diffusion des films sur Internet en 2001; Sylvie Corréard, représentante du syndicat DIRE regroupant 13 distributeurs indépendants créé en 2005 et Marc-Olivier Sebbag, délégué général de la FNCF, Fédération nationale des cinémas français, créée en 1945. De sorte que production, distribution et exploitation se trouvaient représentées pour faire part de leurs usages et de leur regard sur *le Film français* qui s'adresse aujourd'hui à l'ensemble des professionnels de l'audiovisuel. Leurs témoignages ont mis en évidence une certaine continuité. Pour l'ensemble des participants, la revue constitue une « agora de la profession », un lieu d'échange entre les membres d'une même communauté professionnelle aux rapports souvent antagonistes mais aux intérêts partagés, ainsi qu'un lieu officiel, où paraît par exemple la déclaration du nouveau ministre, et un lieu d'officialisation qui oblige les professionnels à construire des positions collectives. C'est aussi un lieu de pouvoir car « maître des chiffres et de la programmation », le journal publie chaque semaine le calendrier des sorties avec les fiches des films et les chiffres de fréquentation déclarés par les distributeurs, les vrais chiffres étant ceux du CNC connus en différé et difficiles à obtenir en pratique selon les personnes présentes. Cette continuité et le positionnement du *Film français* qui reste une référence pour la communauté professionnelle justifie *a fortiori* que l'on s'intéressât à l'histoire de sa naissance dans l'immédiat après-guerre et à son développement dans les années 1950.

Claire Couët, Francesca Leonardi

Actualité de René Allio

Journée d'études à Aix en Provence : « ***L'Œuvre exquise, René Allio et la télévision*** » organisée le mardi 13 mai 2014 par l'UMR TELEMME et le laboratoire LISA de l'Université d'Aix-Marseille en partenariat avec l'Institut de l'image et la Cité du Livre : Maryline Crivello, Bernard Cousin, Jean-Luc Lioult et Katarina Bellan.

Cette journée d'études faisait suite au colloque parisien « Les Histoires de René Allio », d'où est sortie la publication dont il est question par ailleurs. La dichotomie géographique qui caractérisa la vie de René Allio (né à Marseille, ayant vécu une grande partie de sa carrière à Paris) et le destin de son œuvre s'inscrivait ainsi dans les faits, fût-ce involontairement mais symboliquement. Aux Parisiens l'histoire générale, aux Méridionaux l'inscription dans un espace particulier ? Les mauvaises langues pourraient le croire... Cependant, la journée aixoise avait pour première finalité d'analyser les rapports du cinéaste avec la télévision à laquelle il a souvent collaboré, tant pour des films personnels comme *l'Heure exquise* (1980) que pour des téléfilms à sujet historique comme *Un Médecin des Lumières* (1988) ou *Transit* (1990), et cela dès le début de sa carrière : c'est l'ORTF qui produisit *Rude journée pour la reine* et *les Camisards*, l'INA et la SFP *Moi Pierre Rivière...*, FR3 et La Sept *Un Médecin des Lumières*, etc. Allio manifestait ainsi qu'il n'établissait pas de hiérarchie entre les deux médias. Sans doute aussi son souci de représentation du collectif est-il pour beaucoup dans son intérêt pour le petit écran.

La journée est d'abord revenue sur *l'homme* René Allio. Dans ce type de manifestation, la présence de membres de la famille peut créer une entrave, voire une auto-censure. Ce ne fut pas le cas à Aix. Son fils aîné Paul Allio, qui collabora avec son père à diverses reprises (il est la voix *off* de *Marseille, vieille ville indigne* (1993), son dernier film pour la télévision), était présent, ainsi que la dernière compagne de René, Annette Guillaumin. Les organisateurs avaient invité des témoins et anciens