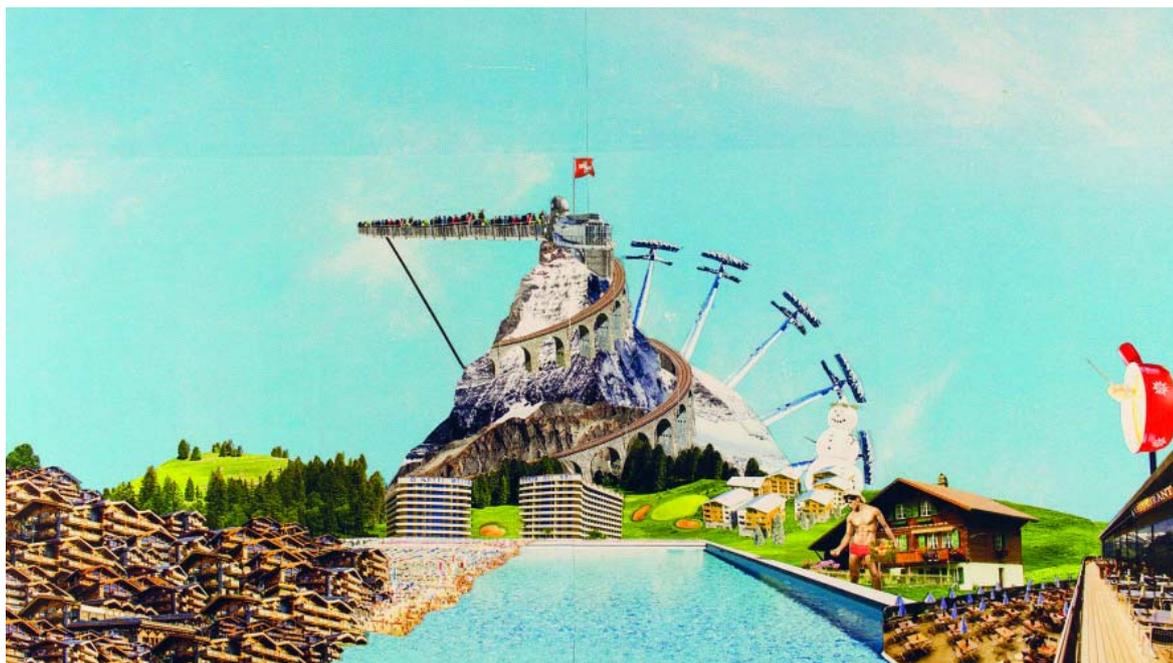


Les courts métrages suisses retrouvent le chemin des salles

Pascaline Sordet

20 mai 2018



« Swiss Made » de Sophie Wietlisbach a été diffusé en mai dans tous les cinémas partenaires du programme.

Chaque premier vendredi du mois, dans toute le pays, avant toutes les projections, la possibilité de voir un court métrage suisse, c'est la promesse du Court du mois. Cette initiative doit à la ténacité de Bruno Quiblier – et à ses bonnes relations avec les exploitants. Pour le directeur de Base-Court, qui est aussi membre de Pro Short, le tout nouveau lobby du court métrage, ce format est cinématographique de plein droit, mais le public ne sait pas toujours où le chercher ou ne le fait que rarement activement. Pourtant, les retours sont généralement bons: la Nuit du court métrage de Lausanne a fêté ses 20 ans l'année dernière, et la tournée qui la prolonge a déjà 15 ans.

« Il n'y a pas de raison de ne pas offrir du court métrage », commence Bruno Quiblier, surtout si les salles lui emboîtent le pas. Pourtant, depuis que l'aide financière au court métrage a été supprimée, il n'y a plus d'incitation à la distribution et à l'exploitation de ces films hors du circuit des festivals, qui sont souvent la seule option à disposition. « J'avais cette idée dans la tête depuis longtemps, raconte-t-il. Je suis proche de Pathé depuis longtemps et nous organisons déjà le Prix du court à Lausanne, mais c'est une initiative locale. Le Court du mois, par contre, couvre tout le territoire. C'est un vrai argument pour la visibilité du cinéma suisse et une plus-value pour les spectateurs. »

Pour trouver les douze films par année qui construiront la sélection, il annonce vouloir s'appuyer, dans un premier temps, sur ce qui existe. En janvier, un appel à films a aussi été lancé pendant les Journées de Soleure, adressé aux jeunes réalisateurs, et Base-court a reçu une quarantaine de projets. La moitié a été réalisée par des amateurs, l'autre moitié par des professionnels. Dans un second temps, il espère que l'ouverture de cette fenêtre de diffusion suscitera l'envie de réaliser des projets dans ce format très court: « Avec des films de quatre minutes, les contraintes de temps, de développement et de budget sont moindres. Un réalisateur confirmé ou amateur peut ainsi rapidement réaliser un film court sachant qu'il sera diffusé en salle, » ou en l'espérant en tout cas. Base-Court se chargera de la sélection des films. Au mois de mai, le film d'animation « Swiss Made » de Sophie Wietlisbach a ouvert le bal, en juin, « Habitat » de Marcel Barelli sera le deuxième court à occuper ce nouvel espace.

La contrainte principale pour les films, en plus de ne pas dépasser quatre minutes, est d'être visible par absolument tous les publics: « Quand je collabore avec un distributeur, je peux lui faire des propositions en lien avec la thématique du long métrage que le court accompagne, mais là, je n'ai aucun contrôle sur le public puisque le court est diffusé avant toutes les séances, donc on ne veut pas de polémique. »

La visibilité publique pour les films qui passeront en salle est à la fois garantie et impressionnante. Bruno Quiblier vise entre 11'000 et 16'000 spectateurs pour chaque film, potentiellement plus s'il réussit à convaincre les salles en Suisse allemande qui font pour l'instant moins partie du projet. A titre comparatif, en 2017, seuls les quinze longs métrages suisses ayant fait le plus d'entrées dépassaient la barre des

10'000 billets vendus. L'intérêt pour les réalisateurs est aussi en partie financier: Base-Court prévoit de payer quelques centaines de francs la location du film, et vise à atteindre 1000 CHF par film, en fonction des soutiens publics et privés du projet. Pour l'instant, la Loterie Romande et Suissimage ont accordé des subventions au programme. Un bon début: « Je préfère commencer et aviser. Bien sûr, je voudrais que l'OFC fasse partie de l'aventure, mais depuis que les soutiens aux projets ponctuels n'existent plus, c'est compliqué. »

Pour les exploitants, les courts métrages sont gratuits. Au lieu d'attendre d'avoir le budget complet, Bruno Quiblier a décidé de lancer la machine, en essayant de convaincre les exploitants avec une formule qui ne bouscule pas leur programmation et qui est finalement peu impactante: « Ils prennent un risque une fois par mois, en diffusant l'équivalent d'une bande-annonce de moins. »

Enfin, sur le front politique, Bruno Quiblier admet vouloir remettre le court métrage suisse à sa bonne place dans les négociations qui approchent, sur les prochaines orientations culturelles au niveau fédéral.