



## Gaumont Vidéo L'ENTRETIEN

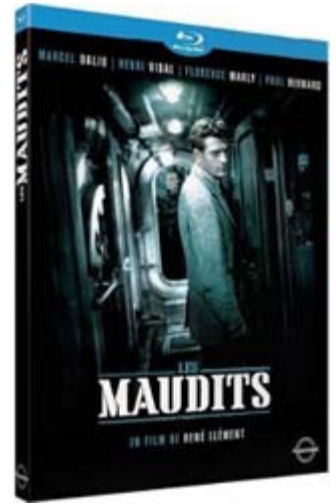
En décembre 2010, juste avant les fêtes de fin d'année, nous avons eu le grand plaisir d'être reçus par Jérôme Soulet, directeur de Gaumont Vidéo, accompagné pour l'occasion d'une partie de son équipe. Quatre membres de DVDCLASSIK (issus de la rédaction du site et de la modération du forum) s'étaient alors déplacés jusqu'au siège du groupe Gaumont dans la région parisienne et avaient été accueillis très chaleureusement. Ce n'est pas de la gémulation de notre part car si l'entretien a été d'une grande courtoisie, il fut aussi libre et franc que nous l'avions espéré. Nous avons pu avoir une vraie conversation à bâtons rompus et aucune question n'a été éludée. On a donc eu affaire à de grands professionnels, très investis dans leur mission, et dont le franc parler n'était certainement pas pour nous déplaire.

TÉLÉCHARGER L'ENTRETIEN  
AU FORMAT PDF



Ronny CHESTER (DVDCLASSIK) : Si vous le voulez bien, nous allons commencer cet entretien par votre collection phare. Sur quels critères vous appuyez-vous pour éditer un film en Blu-Ray dans la collection "Gaumont Classiques" ? Et quelles sont les contraintes que vous rencontrez ?

Jérôme SOULET : D'abord il y a une contrainte de droits, qui ne sont pas tous à jour. La deuxième contrainte c'est le matériel. Mais laissez-moi d'abord vous présenter l'équipe à mes côtés : Xavier Bateau, notre responsable Marketing et Commercial, André Labbouz, notre directeur technique, Safia Miloudi, notre directrice du département servicing, c'est elle qui gère tout ce qui concerne la fabrication des produits. Voici Carole, qui a pris en charge notre nouvelle collection des "Gaumont à la demande", et enfin Stéphane Roux, qui est le responsable de toutes nos éditions de catalogue. C'est lui qui se charge de la création des suppléments, des menus. Les "Gaumont Classiques", c'est lui. Stéphane Roux est le roi des listes ; généralement une fois par trimestre, il nous envoie à Xavier, Safia et moi un petit mail dans lequel il propose ses choix de titres de notre catalogue. De son côté, Carole compile des listes pour les "Gaumont à la demande". Et ensuite nous croisons les listes. De temps en temps, un conflit surgit pour décider dans quelle collection sortir un titre. Et je parle là de vraies discussions en interne, qui peuvent parfois être très animées. Mais je préfère cela que d'être entouré d'une bande de béni-oui-oui. Je suis parti du principe qu'il y a certains titres que l'on doit absolument retenir. Fanny et Alexandre en est l'exemple typique, même s'il y a actuellement un problème de droits. Et puis il existe déjà une très belle édition de Criterion. Oui, je suis le premier à dire quand mes collègues éditeurs accomplissent un travail splendide. Par exemple les films de Murnau édités par Carlotta, c'est magnifique ! Même si j'ai quelques réserves sur les suppléments. Heureusement qu'on n'est pas tout seuls, si on l'était ce serait très mauvais signe. Donc pour en revenir aux listes, il y a ces conflits et puis on tranche. Mais on estime qu'un titre qui sort en "Gaumont à la demande" en 2010 peut très bien sortir en 2012 ou 2013 dans une version restaurée et avec des suppléments, si l'on considère qu'il existe un public pour l'acquérir. Mais c'est toujours un risque. Avec La Peau, on a dépassé les 1 200 ventes en DVD mais on est à 300 Blu-ray seulement : je peux vous dire que le compte d'exploitation a une triste mine. C'est aussi pour cela que nous avons une collection : La Traversée de Paris nous permet d'éditer un titre comme *Les Maudits*, qui est un film sublime mais qui se vend avec beaucoup de difficulté. De même, les ventes de *Nosferatu* ne sont pas à la hauteur de nos espérances.



Stéphane BOUCHARD (DVDCLASSIK) : En raison de l'absence de la piste allemande peut-être ?

J. SOULET : Nous avons eu un vrai problème avec *Nosferatu*, que nous n'aurions pas dû éditer dans ces conditions. Mais au bout d'un moment, on savait qu'on était pris à la gorge, on s'est vraiment posés la question et on a décidé d'y aller. Il faut que vous sachiez que le montant demandé pour qu'on obtienne la piste allemande correspondait à la moitié du coût de la restauration du film. Juste pour avoir cette piste ! Non, à un moment il faut arrêter...



S. BOUCHARD : Mais il y a des gens comme moi qui n'achèteront pas ce Blu-ray, car on sait qu'on n'obtiendra pas le produit qui nous convient. Moi qui suis fan de Werner Herzog, je n'achèterai pas *Nosferatu* aujourd'hui tout simplement pour éviter d'être frustré. Vos raisons, je les comprends tout à fait et je les accepte. Si un jour, dans deux ou trois ans, le film ressort avec la version que j'attends, je passerai volontiers à la caisse.

J. SOULET : Vous avez raison. C'est toujours une question d'arbitrage. Mais je peux vous dire qu'on n'a pas perdu espoir de mettre la main sur cette piste allemande. Mais ensuite, il faut refaire un authoring et cela coûte un peu d'argent... (*Rires*) On revient toujours aux questions d'argent. Donc nous avons des listes et nous les croisons. Et puis soyons francs : nous avons aussi des coups de cœur. Stéphane a une passion pour les films italiens, moi pour les polars français en noir et blanc. Par exemple, *Lady Paname* est un film que je trouve extraordinaire et Stéphane me crie dessus à chaque fois que je lui en parle.

Stéphane ROUX : Mais non, j'adore ! (*Rires*) J'aimerais bien l'avoir un jour en cassette. *Lady Paname* et *Les Patates*.

J. SOULET : Ah oui, *Les Patates*, ça c'est son film. Déjà *Le Sucre*, ça fait deux ans qu'il me bassine avec !

Carole : De mon côté, j'ai des demandes qui vont dans ce sens.

J. SOULET : *Les Patates*, on le sortira d'abord en "Gaumont à la demande". Editer ce film en Blu-ray dans la collection "Gaumont Classiques", je suis très loin d'être convaincu que ce soit une bonne idée.

S. BOUCHARD : Au sujet des films de Godard. Pourquoi les sortir en DVD seulement et pas également en Blu-ray ?

J. SOULET : Pourquoi ? Pour des raisons économiques.

Stéphane BEAUCHET (DVDCLASSIK) : Mais ces films sortent en Blu-ray à l'étranger. N'avez-vous pas peur que les Français "initiés" aillent se fournir en Angleterre. Ou aux Etats-Unis, dont le marché est très important.

J. SOULET : La vraie réponse, elle est là : lorsque vous achetez des droits pour une édition en langue anglaise, vous ne touchez pas que l'Angleterre. Vous avez un "marché captif" beaucoup plus important que le marché francophone ou francophile. On ne peut pas vendre du Godard partout. Tout simplement, il se trouve qu'un certain type de films s'adresse à une élite. Naturellement ces élites existent dans tous les pays du monde, mais force est de constater que les élites anglo-saxonnes sont plus nombreuses que les élites francophones ou francophiles !

R. CHESTER : Ce n'est pas parce que vous mentionnez le critère économique qu'on va vous faire automatiquement des reproches, puisqu'on comprend qu'il est décisif. Mais ne vous prend-il pas parfois l'envie d'éditer un film en Blu-ray malgré ces contraintes économiques ?



Vous adorez un film et vous voulez tout simplement le défendre.

J. SOULET : Oui, nous fonctionnons à l'envie. Heureusement ! Je suis juste le garant d'un compte d'exploitation, mais j'ai aussi des envies. Par exemple, *Le Beau Serge* et *Les Cousins*, je fais partie de ceux qui les ont défendus ici.

S. ROUX : Tu es même le seul. (*Rires*)

J. SOULET : Mais non. (*Rires*). Les deux films de Philippe De Broca dont on discutait récemment entre nous, *Le Farceur* et *Les Jeux de l'amour*, là je suis tout seul. Mais j'adore !

R. CHESTER : Vous aurez du soutien chez nous, sur DVD Classik, pour Philippe De Broca !

S. BEAUCHET : En ce qui me concerne, ce sont des titres que je ne connais pas du tout, ça m'intéresse.

S. ROUX : Ce sont des fantaisies très légères...

J. SOULET : Non ! Ce ne sont pas simplement des fantaisies, je ne suis pas d'accord avec toi. C'est bien plus que ça. De toute façon, on va les éditer, tu n'as pas le choix. (*Rires*)

R. CHESTER : Dans la collection "Gaumont Classiques", puisque vous prévoyez toujours de sortir à la fois un DVD et un Blu-ray, cela ne peut-il pas constituer un frein pour certains titres qui ne pourraient sortir qu'en DVD ? Car le choix se restreint en raison de contraintes techniques.

J. SOULET : On se projette dans l'avenir. Mais nous avons ce débat à chaque fois que nous nous retrouvons face à nos listes. Et au bout d'un moment on tranche en disant qu'on édite les "Gaumont Classiques" pour ma fille qui a quinze ans. Afin que dans dix ans, on essaie d'éduquer nos enfants, nos cousins. Je pense réellement que le support Blu-ray a dix ans devant lui. Au-delà, je ne pourrais pas dire.

R. CHESTER : En vous écoutant, j'ai parfois l'impression de me retrouver au siège d'un éditeur indépendant plutôt qu'au sein d'une major comme l'est Gaumont.

J. SOULET : Qu'est-ce qu'une major ? Combien de chiffres d'affaires fait Gaumont, à votre avis ? Je vais vous le dire : c'est 100 millions d'euros, l'ensemble de Gaumont. C'est ridicule.

S. BOUCHARD (DVDCLASSIK) : Ce n'est pas ridicule à l'échelle du cinéma français.

Jean-Marc OUDRY (DVDCLASSIK) : Et la grosse différence c'est que vous avez un catalogue avec, pour ainsi dire, les droits à vie.

J. SOULET : Pas du tout. Ça, on aimerait bien ! (*Rires*) Dans le catalogue Gaumont, il y a aujourd'hui 600 films pour lesquels il faut renouveler les droits d'auteur. 687 exactement. Ce qui pose parfois des problèmes avec certaines personnes trop exigeantes au moment du renouvellement, et entraîne le blocage de certaines sorties. Et de plus, il faut compter sur les problèmes de succession avec les héritiers et les gens qui ont vendu leurs droits. Car beaucoup de talents ont logé leurs droits d'auteur dans des sociétés qu'ils ont créées eux-mêmes pour des raisons fiscales. Et un jour, cette société a été revendue et la personne a cédé ses droits

d'auteur. Sauf que les droits d'auteurs, comme le droit moral, sont incessibles sauf au travers d'une société. Donc même si vous rachetez la société qui détient ces droits, il vous faut l'accord des héritiers au niveau du droit moral pour continuer l'exploitation. Et là, vous retombez dans une nouvelle discussion. Alors oui, on représente une major pour les gens parce qu'il y a des cinémas Gaumont, parce qu'on produit et on coproduit des films, parce qu'on a des accords avec des producteurs indépendants et parce qu'on vend des produits vidéo. StudioCanal, elle, est une vraie major, parce qu'ils ont racheté des sociétés, parce qu'ils se sont implantés en Angleterre, en Allemagne, ils ont des accords avec les Américains, etc. Nous, c'est différent. Je dis toujours, ce qui fait rire tout le monde, qu'on est une "majorette" et pas une major.

S. BEAUCHET : Tout dépend si on raisonne à l'échelle francophone ou anglophone.

J. SOULET : Voilà. Gaumont, à l'échelle de la France, c'est une major. A l'échelle de l'Europe, Gaumont est une "majorette". Quant à l'échelle des Etats-Unis... Oui, nous avons une cote incroyable aux Etats-Unis parce que nous sommes la plus vieille "maison" du cinéma. Mais là-bas, nous sommes "naphthalinés" pour reprendre un terme qui est le vôtre sur DVDclassik. Au MoMa à New York l'été dernier, il y a eu un grand cycle sur Gaumont et la comédie. Pour nous c'était fantastique : on a même eu un bel article dans le New York Times. Mais ont-ils parlé de OSS 117 ? Non, c'était plutôt *Le Dîner de cons*, *La Folie des grandeurs*... Gaumont Vidéo est une filiale à 100 % de Gaumont SA et possède son propre compte d'exploitation. Quand je vais défendre le budget de Gaumont Vidéo, je défends un







compte d'exploitation qui ne peut pas être en perte, je dois remonter de l'argent. Oui, j'ai les contraintes d'un groupe mais j'ai l'avantage d'une structure indépendante. Sur le coffret Guilty 2 que nous préparons, je me suis fait retoquer parce qu'on m'a signifié que je perdais trop d'argent. Donc nous avons retravaillé le projet, et je suis remonté voir les gens de la direction pour les convaincre et leur dire que je me rattraperai sur d'autres produits, et ils ont approuvé. Et j'ai un autre projet encore, pour l'instant inscrit dans le budget 2011, pour lequel la direction m'a encore répondu non. C'est un travail de longue haleine, je ne perds jamais espoir.

**R. CHESTER :** Vous ne souhaitez pas faire comme StudioCanal, à savoir vendre votre collection à l'étranger ? En Angleterre, par exemple.

**J. SOULET :** StudioCanal, je les connais bien. Ils ont racheté une société en Angleterre, une société en Allemagne, et ils ont des liens privilégiés aux Etats-Unis. Lorsqu'ils sortent la collection StudioCanal Blu-ray, la jaquette est en anglais. Donc c'est une édition internationale et ils amortissent leurs coûts sur quatre territoires, dont celui que j'appelle le territoire anglo-saxon qui possède dix fois le potentiel du marché français. Leur compte d'exploitation n'a pas la même tête que le mien. *(Rires)*



**S. BEAUCHET :** Et vous n'avez pas envie de faire la même chose avec d'autres éditeurs européens ? Investir à plusieurs sur quelques éditions ?

**J. SOULET :** C'est-à-dire que nous tenons à notre ligne éditoriale, à notre indépendance éditoriale. Les films Gaumont sont français. Sur Huit et demi, j'aurais rêvé de trouver un accord avec les Italiens. Mais déjà pour récupérer le matériel afin de faire la restauration, cela nous a pris un an. Et je ne vous dis pas les efforts qu'on a dû faire fournir pour faire sortir le matériel... alors qu'on est coproducteur. Editer en accord avec Criterion, on y a pensé mais on préfère s'en tenir au système qu'on a mis en place avec eux et que l'on teste : "*Voilà ce qu'on envisage d'éditer dans les deux ou trois prochaines années, est-ce qu'il y a des titres qui vous intéressent ?*" Et dans ce cas, on organise un partage des coûts sur une partie du matériel de restauration et de la vente de droits par nos collègues de l'international pour l'exploitation. Mais nous avons des titres très français quand même. Le Blu-ray d'Un condamné à mort s'est échappé est multizone, vous pouvez l'acheter sur Amazon en Angleterre ou aux Etats-Unis.

**S. BEAUCHET :** Ne pensez-vous pas que vous feriez de bien meilleures ventes à l'international si vous proposiez des sous-titres anglais ? Pour nous, c'est une certitude.

**J.-M. OUDRY :** Je pense que sur les 1 200 Blu-ray de **French Cancan** écoulés, il y en a au moins 200 qui sont partis à l'étranger.

**J. SOULET :** On l'estime même à plus d'un tiers. Les sous-titres anglais coûtent cher, mais c'est pour cette raison qu'on les met et qu'on va les mettre.

**S. BOUCHARD :** je suis toujours étonné de l'absence des sous-titres anglais sur les éditions françaises. Surtout quand on est les premiers à sortir des films français, il y a pourtant un vrai marché de niche.

**R. CHESTER :** Le sous-titrage anglais comporte certes un coût. Mais si on raisonne en marché de niche, celui des Etats-Unis est petit pour eux mais pour nous, il est énorme. Les cinéphiles américains susceptibles d'acheter des titres "Gaumont Classiques" avec un sous-titrage anglais forment un marché considérable à notre échelle.

**J. SOULET :** C'est vrai que lorsqu'on peut dépenser 80 000 euros pour une restauration, on peut dépenser 2 000 euros pour un sous-titrage anglais. Mais ensuite, on fait face à des problèmes de droits. Cela dit, c'est quelque chose qui évolue progressivement parce que sur ce marché de niche, comme vous le dites justement, la qualité de la restauration et de l'édition - et donc l'angle éditorial des suppléments - font qu'il nous faut défendre notre travail et le sous-titrage anglais est un critère qui va dans ce sens. J'ai bien observé vos habitudes de consommateurs cinéphiles qui vous poussent à choisir la meilleure édition possible en terme de suppléments. Si un supplément vous intéresse en particulier, vous achèterez telle édition plutôt qu'une autre. Pour en revenir à votre marché de niche américain, c'est justement pour cela qu'on a basculé dans la double édition Blu-ray avec les sous-titres anglais et la zone ABC. Et nous savons que les gens passent des commandes régulières en ligne. C'est pour cette raison qu'on a mis en place sur Amazon une boutique spécialisée avec les "Gaumont Classiques" et plus récemment les "Gaumont à la demande".

**J.-M. OUDRY :** Sur un plan technique, comment procédez-vous à la restauration de votre catalogue ?

**André LABBOUZ :** Il y a d'abord l'étalonnage, puis viennent la phase de restauration, la phase de vérification de la restauration, la création du master HDCAM et enfin la phase de vérification du master HDCAM. Et s'il reste encore des choses à reprendre et à rectifier, on repart dans

une phase de restauration. Notre objectif, c'est le zéro défaut.



J. SOULET : Généralement, entre le moment où l'on décide de partir en restauration et où l'on arrive à cette dernière étape, il s'écoule entre quatre et six mois. Sous réserves bien sûr que l'on ait tout le matériel à notre disposition. Car c'est également notre souci : le matériel s'abîme vite. Et de temps en temps, on a notre "ami vinaigre" qui se signale. N'est-ce pas, André ?

A. LABBOUZ : Sans oublier un négatif qui a vécu. A l'époque, dans les années 65 à 75, il existait ce qu'on appelait la première exclusivité. Un producteur tirait 50 copies du négatif. La conservation, il ne s'en souciait pas du tout. Si le film marchait, alors on se préoccupait de la sécurité : on fabriquait un "marron", puis un internégatif et un contretype, et enfin on tirait 200 copies derrière.

J.-M. OUDRY : Quand vous décidez de faire une restauration, partez-vous du négatif en premier - s'il existe -, ou alors des éléments les plus proches ?

A. LABBOUZ : On regarde tous les éléments et on part du meilleur, le négatif étant bien sûr la priorité.

J. SOULET : Si le négatif est dans un état exploitable, bien sûr.

A. LABBOUZ : Vous avez des négatifs dont les collures ne passent plus dans les machines, ce problème on le répare. Il existe aussi les encoches pour le son et pour l'étalonnage, dans ce cas il faut réparer les encoches. On fonctionne comme dans une clinique.

J. SOULET : Cette opération peut prendre un gros mois. En résumé, il y a deux mois de préparation des éléments, puis quatre mois de restauration avec les différentes étapes. On se donne du temps. Pour *Le Beau Serge* et *Les Cousins*, nous avons trouvé un accord avec Criterion. Explique-nous ce que tu as fait.

A. LABBOUZ : Nous avons scanné le négatif. D'abord on a scanné tous les éléments. On a estimé que le négatif était parfait sauf sur une bobine des *Cousins* (la quatrième ou la cinquième bobine) : on se retrouvait devant un plan complètement abîmé. Donc on est allés chercher ce plan sur le marron, qu'on a scanné et réinséré dans le négatif. Ensuite on a scanné ce négatif, on a envoyé les bandes LTO à Criterion. De notre côté, on est en train d'étalonner le film en France.

J. SOULET : On a partagé le scan, et chacun restaure selon sa propre filière et selon ses propres caractéristiques, habitudes, spécificités. Ce sera très intéressant car généralement on vend nos HDCAM à Criterion. Mais dans ce cas non : on estime qu'on a développé notre propre expertise, notre propre méthode et notre propre savoir-faire. Les responsables de Criterion disent ne pas vouloir aller aussi loin. Car lorsqu'on effectue une restauration très poussée, on ne la leur vend pas au même prix qu'une restauration pure et simple. Quoique l'acuité de la restauration dépend de l'état du matériel source et des limites que l'on se fixe. En gros, aujourd'hui, nous restaurons tout dans l'optique que les films puissent sortir en Blu-ray, et qu'il puisse y avoir un retour à la copie 35mm pour posséder notre élément dit d'archive, de mémoire, de sécurité. D'autant qu'on sait à peu près estimer l'état de conservation d'un film dans 50 ans.



A. LABBOUZ : Dans 100 ans, voire plus.

J. SOULET : Dans 100 ans, il faudrait en débattre. Mais 50 ans, c'est sûr. Alors qu'aujourd'hui, un JPEG 2 000, dans 100 ans, on ignore à quoi ça pourra bien ressembler.

A. LABBOUZ : Ou même un HDCAM, on ne sait pas. Par contre, si on choisit une autre façon de conserver les éléments restaurés, c'est-à-dire si on réalise une trichromie (la séparation des 3 couches), le temps de conservation monte à 500 ans. C'est ce qui a été fait à l'époque sur *French Cancan*. Et c'est ce que font la plupart des Américains.

J.-M. OUDRY : Est-ce que Criterion vous a contactés sur *French Cancan* au sujet du nouveau master ? Parce qu'il s'agit d'un titre qu'ils avaient déjà édité.

J. SOULET : Nous sommes en discussion, nous devons nous mettre d'accord.

A. LABBOUZ : Il n'y a pas de comparaison possible entre leur édition et la nôtre.

J.-M. OUDRY : Oui, on a comparé les deux éditions sur notre forum DVDClassik. En effet, Criterion s'est trompé : c'est comme si Andy Warhol avait tourné le film de Renoir ! La version Gaumont, quant à elle, propose un film impressionniste, un vrai.

A. LABBOUZ : Et attendez de voir le résultat pour 8 et demi ! Vous pourrez comparer notre travail avec celui de Criterion, c'est le jour et la nuit.

J.-M. OUDRY : C'est également ce qui s'est produit avec *Le Guépard*. On a comparé la toute nouvelle version sortie par Pathé avec l'édition Criterion qui échoue sur toute la ligne.

A. LABBOUZ : Mais ils n'ont pas la mémoire des films. En tout cas, de certains.

J.-M. OUDRY : Certes, mais ils ne possèdent peut-être pas non plus les mêmes outils



techniques. Criterion reste un éditeur indépendant.

J. SOULET : C'est un gros indépendant quand même.

J.-M. OUDRY : Oui, mais sur un plan technique, *Le Guépard* a été traité en 2 K et non en 8 K comme l'a fait Pathé.

A. LABBOUZ : 4 K. Criterion l'a fait en 4 K et Pathé également.

J.-M. OUDRY : Ah bon ? J'avais lu qu'ils avaient scanné le négatif en 8 K et réalisé la postproduction en 4 K.

A. LABBOUZ : J'ai rencontré les techniciens de Bologne il y a 15 jours, c'est du 4 K. Ce serait bien si l'on pouvait scanner en 8 K. Pour l'instant, ce n'est pas possible.

J.-M. OUDRY : Certains éditeurs affirment pourtant qu'ils scannent en 8 K.

A. LABBOUZ : C'est faux, cela n'existe pas. Le 6 K non plus d'ailleurs. Chez Eclair, ils vont jusqu'à 4 K.

R. CHESTER : Pour Criterion, il s'agit peut-être aussi d'une approche culturelle : quand vous regardez presque tout ce qu'a réalisé Criterion, vous remarquez une tonalité plus froide dans l'étalonnage que ce qu'on a l'habitude de faire en Europe.

J. SOULET : Plus "métallique", en effet. Mais ils possèdent des outils spécifiques. Ils n'ont pas la même filière que celle mise en place par André Labbouz chez Gaumont. Chez nous, on essaie toujours de conserver cette chaleur, je dirais presque cette "profondeur".

A. LABBOUZ : Ils ne font pas du tout le même étalonnage. Et un film américain ne sera pas ré-étalonné de la même manière en France.

J.-M. OUDRY : Oui, les Japonais ont aussi une culture différente concernant l'étalonnage. En tant qu'ingénieur de la vision, je fais de l'étalonnage à la télévision. Et en effet, par rapport aux Américains, on étalonne différemment en France.

A. LABBOUZ : Tout à fait. Les Américains étalonnent magenta, pas nous.

S. BEAUCHET : Que pouvez-vous nous dire sur le Blu-ray de *Bande à part* de Godard sur lequel vous travaillez ?

J. SOULET : Nous en sommes au stade du prototype. Cette version n'est peut-être pas celle que l'on sortira in fine. Pour l'instant, c'est celle qui nous convient le mieux. Mais André ne l'a pas inspectée encore. Nous ne l'avons pas encore validée. Il ne faut pas s'attendre à voir sortir ce film en 2011, ce sera vraisemblablement pour 2012.

A. LABBOUZ : On va l'envoyer à M. Godard, il va le valider. (Rires)

J.-M. OUDRY : Pour l'anecdote, qu'est-ce que Jean-Luc Godard a dit ?

S. ROUX : Il a affirmé qu'il n'aimait pas le travail que nous avons effectué sur ses films parce qu'on les avait trop nettoyés. Il a dit que les défauts faisaient partie de leur identité.

J.-M. OUDRY : Godard est dans le vrai. Vous avez vu le résultat d'*Une femme mariée* ? Pour moi, il a raison.

A. LABBOUZ : Mais nous n'avons pas enlevé le grain de ses œuvres ! Il faut qu'il arrête. On lui a nettoyé son film, et on n'a fait qu'enlever toutes les saletés.

J.-M. OUDRY : Mais ces "saletés" font partie de son identité.



A. LABBOUZ : Non. Dans Week-end, je veux bien. Dans Week-end, on n'a touché à aucune de toutes ses nombreuses impuretés. Cela me rappelle une anecdote concernant la répétition avant la projection de La Traversée de Paris à la Cinémathèque Française. La première chose que les responsables m'ont fait remarquer c'était : "Le générique n'est pas restauré." Eh oui, c'est normal, ce sont des images d'archives... On ne va pas se mettre à restaurer des images d'archives ! A un moment donné, il faut faire des choix et surtout arrêter de dire et de faire n'importe quoi.

J. SOULET : D'ailleurs on s'est fait aligner dans *Les Années Laser* parce qu'on n'avait pas tout restauré... Il y a pourtant des gens très compétents dans ce magazine, mais parfois on ne peut s'empêcher de se poser des questions.

A. LABBOUZ : Vous analysez le son sur votre site ?

J.-M. OUDRY : Oui. Et quand on a la chance d'avoir une belle piste PCM, c'est agréable. Ou une piste DTS HD Master, c'est bien aussi, on est contents.

A. LABBOUZ : Oui enfin je veux bien... Mais parfois, on tombe sur certains choix étonnants. Le DTS multicanal, faut qu'on m'explique. (Rires)

J. SOULET : Chez Gaumont, quand on a du Mono 1.0, on reste au 1.0. Un jour, on a tenté la spatialisation et je me suis fait allumer par André donc j'ai compris la leçon. (Rires)

J.-M. OUDRY : Oui, il faut laisser tomber tout ça, ce n'est pas nécessaire.

André LABBOUZ : A ce sujet, les Hitchcock qu'ils ont sortis, c'est un vrai scandale !

J.-M. OUDRY : Oui, mais ils nous ont laissé la piste mono. Heureusement.

André LABBOUZ : Sauf que les consommateurs n'écouteront jamais la piste mono.

J.-M. OUDRY : Chacun fait ce qu'il veut, mais tant qu'on nous laisse le choix.

A. LABBOUZ : Mais le problème, c'est que la piste mono est complètement abîmée. Ils ne l'ont pas nettoyée, ils n'ont absolument rien fait. Du coup on se retrouve avec tous les défauts possibles et imaginables, c'est quand même scandaleux.

J.-M. OUDRY : Quel est le film d'Hitchcock que vous avez testé ?

A. LABBOUZ : Psychose, la version originale. On a la chance d'avoir chez Eclair un technicien qui achète 70 DVD par semaine. Donc il possède quasiment tout.

S. BOUCHARD : Chez nous, sur notre forum, nous en avons des comme ça. (Rires) D'ailleurs, vous avez eu l'occasion de les croiser et de lire leurs critiques.



J. SOULET : Les réclamations, même si elles sont parfois agressives, font partie du jeu. Et il y a des gens vraiment passionnés sur votre forum, qui ont des choses très intéressantes à dire. Mais souvent les gens ont du mal à comprendre certaines choses. On peut posséder les droits d'auteur, mais des droits ça se renouvelle. Et il arrive qu'on perde les traces des héritiers des successions, ou qu'on n'arrive pas à se mettre d'accord avec eux sur les conditions de renouvellement des droits d'auteur. Il existe même des cas où les droits d'auteur ont été cédés à des sociétés qui ont été rachetées par d'autres sociétés qui, elles, ont disparu. On me fait régulièrement des reproches concernant Fanny et Alexandre. Il faut savoir que pour Fanny et Alexandre, nous sommes en pleine discussion avec un cabinet d'avocats de Paris / Londres / New York. Le problème, c'est qu'Ingmar Bergman a vendu ses droits d'auteur à deux sociétés qui se battent entre elles pour déterminer laquelle en est le titulaire. Quant à nous, on se retrouve au milieu avec l'obligation de payer deux fois pour renouveler les droits ! Alors on pourrait certes passer outre et accepter. Mais non, quand on s'appelle Gaumont, on ne peut pas passer outre ; quand les droits d'auteur ne sont pas renouvelés, on n'édite pas, c'est comme ça. Ensuite se pose la question de l'accès au matériel. Pour Fanny et Alexandre, on possède le matériel pour le film mais pas pour la série - enfin, on a une vieille Béta pour passer à la télévision. Donc tout cela prend énormément de temps. On doit toujours affronter cette problématique. Quand on travaille sur les "Gaumont à la demande", sous les réserves que les droits soient à jour, on a un matériel digne de ce nom. Pour ces "Gaumont à la demande", qui sont donc des œuvres non restaurées à quelques rares exceptions près, Carole visualise jusqu'à cinq sources avant de se

décider. En fait, le "Gaumont à la demande" était un peu un abus de langage. C'est un concept dont le raisonnement est le suivant : "Vous aimez un certain nombre de films, donnez-nous des bonnes raisons - un réalisateur, un scénariste, une musique, un acteur, un script tiré d'une œuvre, un sentiment de nostalgie - pour le découvrir ou le redécouvrir." C'est pour cela qu'on a rebaptisé ce concept "Collection Découvertes". Notre travail est donc d'abord d'exhumer des œuvres, et je pèse mes mots. Par exemple, j'ai reçu hier un appel d'une personne très proche de Richard Berry à propos du Petit prince a dit. J'avoue n'avoir jamais vu ce film et je l'ai donc visionné récemment. Quand le film est sorti, il est passé presque inaperçu en salles. Je parle de succès public. Car mon premier critère est le suivant : a-t-il rencontré son public en salles ? Mon deuxième critère concerne la critique : la profession - qui est souvent sévère avec elle-même - estime-t-elle que ce n'est pas un film raté ? Non, Le Petit prince a dit n'est pas raté, loin s'en faut. Et Richard Berry est mécontent parce qu'il n'existe pas en DVD. Donc nous sommes en train de vérifier le matériel. Et en effet, il va sortir.

S. BEAUCHET : **Le Petit prince a dit** passa souvent à la télévision. Cela dit, la dernière fois date peut-être d'il y a plus de 5 ans.



J. SOULET : Les droits télé sont chez Gaumont, pas les droits vidéo. Mais je sais maintenant à qui les demander et Richard Berry fera pression pour y avoir accès.

S. BOUCHARD : Si Richard Berry fait pression...

J. SOULET : Non mais attendez ! (Rires) Sérieusement, le film est très intéressant. Je reprends, il y a donc des films qu'on exhume dans le temps, il s'agit d'œuvres qui s'étalent environ de 1935 au début des années 1960. Ensuite pour moi, il y a une deuxième catégorie de films qu'il ne faut pas oublier, ce sont les films qui ont été édités en VHS. Ils sont sortis à une période très proche du DVD (deux ou trois ans auparavant) et les éditeurs n'ont pas jugé bon de les ressortir sur le nouveau support. De la même façon qu'aujourd'hui on se pose tous la question, en tant qu'éditeurs, de travailler ou non sur un Blu-ray. Par exemple, les deux premiers films d'Isabelle Mergault (Je vous trouve très beau et Enfin veuve) sont sortis en DVD, et on discute régulièrement pour savoir s'il faut les sortir en Blu-ray. Et au fil du temps, si on décide de ne pas le faire, ils vont tomber dans l'oubli du nouveau support. D'un autre côté, l'avantage c'est qu'un DVD peut être lu dans un lecteur Blu-ray, ce qui n'était pas le cas de la VHS par rapport au DVD. Je ne parle même pas du saut qualitatif qui était encore plus grand. Aujourd'hui on peut en effet se poser la question pour certains films : l'édition en Blu-ray apporterait-elle un vrai saut qualitatif ?

S. BEAUCHET : Quels retours avez-vous sur les ventes de certaines sorties de cette année 2010, comme **La Peau** ou des films moins connus ? A vrai dire, pour des titres moins prestigieux que **French Cancan**.

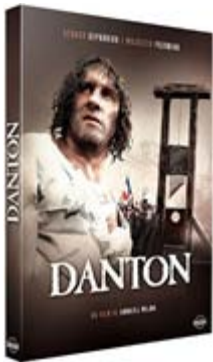
J. SOULET : Nous pouvons être très transparents avec vous. Voici le tableau que nous fournissons au CNC, vous pouvez le consulter. On va parler des vrais chiffres.

R. CHESTER : A partir de quel volume de ventes êtes-vous satisfaits ?

J. SOULET : Malheureusement, cela ne marche pas comme ça.

S. ROUX : La meilleure vente en Blu-ray des "Gaumont Classiques", c'est French Cancan : 1 200 / 1 300 exemplaires environ depuis le mois d'août. Je dis bien en "Gaumont Classiques", je ne parle pas des Tontons flingueurs, etc.

R. CHESTER : Alors, afin de simplifier pour nos lecteurs, pouvez-vous nous présenter les différentes collections Gaumont qu'on puisse ainsi les distinguer ?



S. ROUX : Nous avons une collection Gaumont, c'est la collection "Gaumont Classiques" née en 2009. A l'époque, on éditait uniquement des DVD. On avait sorti trois vagues : en mai Du rififi chez les hommes et Les Yeux sans visage, en septembre Razzia sur la chnouf et La Traversée de Paris, et en novembre Un amour de Swan. Ensuite, à partir de février 2010, nous avons décidé de sortir les "Gaumont Classiques" systématiquement en DVD et en Blu-ray. La première vague était alors composée de Danton et de La Nuit de Varennes. Ensuite on a accéléré le rythme et on est passés à sept vagues, sans compter Carmen et Don Giovanni. Sept vagues sur l'année 2010, et on continue à un rythme élevée sur l'année 2011. Voilà pour notre collection. Autrement, dans le passé, nous avons sorti de nombreux titres comme les films de Maurice Pialat, les films de Sacha Guitry, Les Tontons flingueurs, etc. Mais aucun de ces titres ne formaient une collection. Il pouvait y avoir des thématiques, comme pour Guitry, sous forme de coffrets. Mais la seule vraie collection de notre catalogue, c'est la collection "Gaumont Classiques". Elle n'est pas notée précisément ainsi, mais elle possède un univers esthétique et surtout une cohérence de traitement pour chacun de ses titres en terme de packaging, de

contenu éditorial et de travail technique. Il existe une véritable unité pour ces titres-là, qui disposent d'une charte graphique. Et dans le cadre de cette collection, on a donc vendu près de 1 300 exemplaires du Blu-ray de French Cancan. Nous ne sommes pas en train de parler de volumes énormes, mais pas ridicules non plus. C'est ce qui explique aussi les choix que l'on peut faire. Si on raisonnait uniquement sur un plan économique, sincèrement j'ignore si on aurait sorti ces Blu-ray, y compris French Cancan. Et il y a des titres plus confidentiels : La Peau, Les Maudits, Le Général della Rovere. Pour ceux-là, on obtient des volumes de vente qui vont de 300 à 400 Blu-ray, ce qui reste très faible.



R. CHESTER : C'est pour cela que je parlais de satisfaction personnelle. Tout dépend bien sûr de vos attentes initiales.

S. ROUX : Pour French Cancan en DVD, a contrario, on est relativement déçus. On est contents pour les 1 300 Blu-ray écoulés, mais on n'a vendu que 3 200 DVD environ.

J.-M. OUDRY : Quelle est la part des ventes du Blu-ray par rapport au DVD ?

J. SOULET : Voici les chiffres, c'est très simple. Ca dépend du titre, il n'y a pas de règle.

S. ROUX : Avant French Cancan, la meilleure vente en Blu-ray était bien évidemment Les Tontons flingueurs avec plus de 1 000 exemplaires. Mais ce film avait déjà très bien marché en DVD, avec au moins 4 000 disques écoulés.

J.-M. OUDRY : Donc cela varie entre 20 % et 30 % du total en Blu-ray ?

S. ROUX : A peine, tout dépend des titres. Mais si l'on veut généraliser, on va dire que oui.

S. BEAUCHET : Par rapport au marché du film de patrimoine, avec les autres éditeurs, cela représente-t-il de bons scores ?





S. ROUX : On est dans la moyenne quand on regarde ce qu'ont fait StudioCanal ou Carlotta. A terme, quand on vend 300 Blu-ray, on est déçus mais on reste dans la moyenne. Pour La Beauté du diable, on a vendu 6 000 DVD. On ne se situe pas au même niveau, loin de là. Notre meilleure vente en classique en DVD, et c'est assez logique, c'est La Traversée de Paris ; il vient de sortir en Blu-ray. Evidemment, les ventes ne seront pas au même niveau. Et le fait qu'il sorte en décalage avec le DVD, forcément cela va minimiser les performances.

J. SOULET : Voilà pourquoi nous sortons maintenant les DVD et les Blu-ray conjointement. Mais économiquement parlant, c'est suicidaire. Et je pèse mes mots. Si je basais ma réflexion uniquement sur le compte d'exploitation, je ne devrais pas sortir le Blu-ray de La Traversée de Paris.

S. ROUX : C'est comme pour Huit et demi, qu'on va sortir au mois de mai 2011 en Blu-ray. Le DVD est sorti en octobre 2009. On a vendu 10 000 DVD de Huit et demi en moins d'un an avec cette très belle édition, et ce au "prix fort" de 20 euros. Même après avoir perdu son prix vert, il continuait à se vendre et il n'a jamais été décoté.

J. SOULET : C'est un double DVD. Il constituait l'exception parce que nos DVD "Gaumont Classiques" sont à un prix conseillé de 14,99 euros, alors que Huit et demi était un double DVD dans lequel on avait beaucoup investi en terme qualitatif et en effectuant un gros travail sur les suppléments. On était obligés de

le vendre à 19,99 euros. Après vous pourrez toujours me répondre que Le Rouge et le noir, qui est un double DVD, a été laissé à 14,99 euros. Cette édition a d'ailleurs fait de très belles ventes. Quant à La Poison, cela a été une vraie surprise, il s'est très bien vendu, moins que Le Rouge et le Noir certes mais il n'avait pas le même potentiel.

S. BEAUCHET : Justement, en parlant de potentiel de ventes, le coffret Guity a-t-il été un succès ?

S. ROUX : Le coffret Guity s'est extrêmement bien vendu. Il est sorti fin 2007, avant Noël, et très rapidement nous avons vendu 5 000 coffrets. Il coûtait quand même 100 euros. C'est un magnifique objet, et c'est un critère qui a compté. A cette époque, il y avait également un événement à la Cinémathèque. Sacha Guity faisait l'actualité.

J. SOULET : De plus, les films étaient inédits et on avait effectué un énorme travail de restauration. Alors, comment positionne-t-on nos éditions ? On a ce qu'on appelle nos coffrets. Les coffrets prestige, très haut de gamme comme les coffrets Sacha Guity et Maurice Pialat, le coffret Max Ophüls d'une certaine façon et les œuvres de Godard. Ensuite on a d'autres coffrets, qui sont plus "commerciaux" comme La 7ème Compagnie, le coffret La Doublure / Le Dîner de cons, etc.

S. BOUCHARD : Et en comparant avec les résultats des grands classiques, à combien se montent les ventes de ces films ? Ca va du simple au décuple ?

J. SOULET : Il faut multiplier au moins par dix.



S. ROUX : Notre meilleure vente, comme tous les ans depuis sa sortie, c'est la trilogie 7ème Compagnie. Eh oui : depuis 2002, chaque année, il s'agit de notre meilleure vente. Devant les coffrets Besson, les coffrets Pignon, les coffrets Audiard, devant Fantômas, devant tout ! Et tous les ans, à 2 000 unités près, on en vend autant.

S. BOUCHARD : Pourtant, quand je vois ces DVD en rayon, je me demande pourquoi vous les sortez. De mon point de vue, personne ne va les acheter puisque tout le monde les a vus et revus.

J. SOULET : Vous voulez savoir ? Ils sont passés à la télévision cet été, et la semaine suivante... on a vendu 2 000 DVD ! Plusieurs d'entre nous avons la passion du cinéma, il s'agit de la même passion mais pas pour les mêmes films. Mon père par exemple a vu La 7ème Compagnie vingt fois. Si ce film est rediffusé sur le petit écran, et même s'il possède les DVD, il ira les regarder à la télévision ! Je ne dirai jamais que c'est un film culte, mais vous êtes sûr du produit que vous allez regarder. Vous n'êtes jamais déçu. Ce n'est pas un film culte, mais il représente une valeur sûre en vidéo. Ainsi nous avons des coffrets "valeurs sûres", comme c'est le cas pour les films avec Louis de Funès.

S. BEAUCHET : De son côté, le département production de Gaumont ne permet-il pas d'équilibrer un peu les coûts ? Gaumont est quand même un grand groupe.

J. SOULET : La vidéo gagne de l'argent. Le cinéma, les salles gagnent de l'argent. Quant à la production, cela dépend évidemment des années. Quand vous avez un film qui marche en salles, vous gagnez de l'argent ; quand vous avez cinq films qui ne marchent pas et un seul succès, vous êtes en perte. Et puis il y a les ventes aux chaînes de télévision françaises, un département également sous ma responsabilité, qui gagne de l'argent puisque on fait tourner notre catalogue. Et enfin, il y a les ventes à l'international. Tout cela constitue un ensemble, mais la vidéo est traitée comme une société à part entière qui possède son propre compte d'exploitation. Quand j'ai annoncé à la direction que les "Gaumont Classiques" sortiraient en double édition, ils ont calculé les pertes à venir en analysant le compte d'exploitation. Mais je leur ai répondu que j'obtiendrais une aide du CNC.

S. BOUCHARD : "Pas d'inquiétude, j'ai La 7ème Compagnie"... (Rires)

J. SOULET : Non ! Le budget est fait par lignes de produits : les coffrets prestige, les coffrets plus commerciaux, les "Gaumont Classiques" et la collection "Gaumont à la demande", les films récents. Les lignes de produits doivent être au minimum à l'équilibre. La direction accepte que Gaumont Vidéo ne gagne pas d'argent sur les "Gaumont Classiques", à condition d'obtenir alors de très fortes ventes sur les nouveautés

et sur le catalogue.

**S. BOUCHARD :** Oui, ce n'est pas de la philanthropie, il faut gagner de l'argent.

**J. SOULET :** Et vous savez pourquoi ? Parce que les sommes que je remonte permettent de financer nos investissements sur nos films récents, qui sortent en salles tous les ans. C'est aussi simple que cela. C'est un modèle économique qui permet de financer les investissements futurs. Nous devons donc générer du cash chaque année, c'est un grand classique.

**R. CHESTER :** Donc si la collection "Gaumont Classiques" n'est pas rentable, vous vous rattrapez avec ces valeurs sûres en quelque sorte.



**J. SOULET :** La collection "Gaumont Classiques" n'est pas rentable, c'est un fait. Avec la subvention du CNC nous sommes à l'équilibre, hors frais de restauration. C'est simple : quand on dépense 100 000 euros en restauration, il y a 25 % pour la vidéo et la VOD, 25 % pour la télé France, 25 % pour la ressortie en salles, 25 % pour les ventes internationales chaque département prend un quart dans son compte d'exploitation. Donc si je prends par exemple les 150 000 euros - et plus - qu'on a dépensés sur French Cancan et que je dois prendre 25 % sur la rentabilité de French Cancan, nous sommes ultra déficitaires. La subvention du CNC nous permet d'éditer et de ne pas perdre d'argent. Car lorsqu'on présente les dossiers au CNC, on projette les ventes sur deux exercices : pour les titres qui sortent en 2009, nos espérances de ventes s'arrêtent le 31 décembre 2010. Sur cette collection, on est au "petit équilibre". En décembre, nous nous sommes réunis avec les laboratoires Eclair et tous les services de Gaumont pour décider des titres à lancer en restauration pour des éditions prévues en 2012 et 2013. Nous ignorons si nous aurons encore à cette date une aide du CNC. Quand on annonce le line-up "Gaumont Classiques" 2011, on n'est pas encore allés présenter le dossier. Si le CNC nous dit : "Non, cette année vous n'aurez que 100 000 euros", vous imaginez les difficultés auxquelles nous devons faire face. Voilà justement les chiffres que j'ai fournis au CNC. French Cancan en Blu-ray, on était à 1 273 exemplaires vendus au 31 octobre, 1894 en DVD. Là, c'est du 40 / 60 en pourcentage. La Beauté du diable : 4 258 DVD, 841 Blu-ray. La Poison : 604 Blu-ray, 3 022 DVD. Ici, l'économie est délicate. Mais c'est un succès car 3 000 ventes en DVD représentent notre "point mort", on est à 0 hors restauration. Le point mort est à 1 200 eu Blu-ray (les

chiffres sont exactement 3 200 et 1 200, ce qui fait donc 4 400). Par exemple, si j'atteins 1 600 en Blu-ray, je peux me permettre de vendre bien moins en DVD parce que ma rentabilité est plus élevée du fait du prix plus cher du Blu-ray. Ainsi, pour que je sois à l'équilibre, je dois vendre 3 000 DVD et au moins 1 000 Blu-ray.

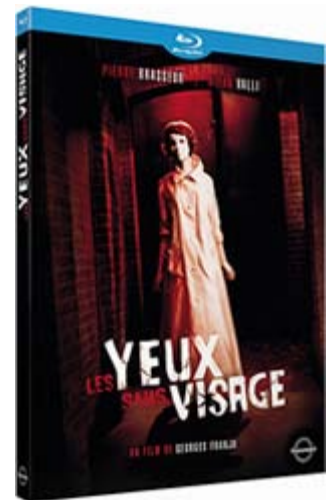
**J.-M. OUDRY :** Quand vous vendez un Blu-ray 20 euros, on est d'accord que vous gagnez bien plus d'argent que lorsque vous vendez un DVD à 14,99 ? Les 5 euros sont bien là.

**J. SOULET :** Non, ce n'est pas 5 euros ! Je voudrais bien. (Rires) Pour tout vous dire, en toute transparence, je gagne 2,36 euros de plus,

**J.-M. OUDRY :** Il existe des gens qui ne sont pas vraiment convaincus de ça.

**J. SOULET :** Mais je peux leur expliquer très simplement. Il y a un prix public et il y a un prix hors taxes. Un 19,99 c'est ce qu'on appelle un "16,38 Hors Taxes". Derrière, vous avez une remise que vous faites à la distribution, ce sont les trois R (Remise, Rabais, Ristourne), et c'est 30 points. Ensuite, j'ai une commission de distribution physique pour mon distributeur qui gère le stock, la logistique, la mise en place dans les magasins, la facturation, le retour, etc. Ca, c'est 15 points mais ça peut être plus pour les classiques. Donc en gros, vous enlevez 50 points. Donc sur un 16,38 il me reste 8,50 euros (alors que sur un DVD, il me reste 6). Il est vendu 14,99, ce qui fait 12,28 HT. Lorsqu'une personne achète un produit 19,99 euros, vous pouvez considérer que sur un film classique je touche 8,50 euros. Une fois ces 8,50 euros empochés, il ne faut pas oublier les coûts d'authoring, les coûts des suppléments, les coûts salariaux. Et quand je vous dis que je suis à l'équilibre, c'est hors frais de restauration et hors frais de structure. On a vendu 3 808 DVD de Querelle, 2 438 DVD des Yeux sans visage, 10 000 DVD de Razzia sur la chnouf. Et j'ai bon espoir pour la vente des Blu-ray des Yeux sans visage, car le film est sublime et le Blu-ray l'est tout autant. C'est une merveille, et on en est très fiers. Donc vous voyez, il s'agit bien d'une petite économie.

**S. BOUCHARD :** Constatez-vous toujours un affaissement du marché ? Ou bien commence-t-il à remonter ?



**J. SOULET :** Le marché baisse. Les chiffres seront encore à la baisse en 2010. Il y a un fossé qui s'est creusé entre d'une part le film américain et le film français (ce fossé a toujours existé en DVD, mais il s'est accru). Pour vous donner un chiffre, on parle de taux de transformation de la vidéo par rapport à la salle. Quand un film américain fait 10 % de taux de transformation, un film français fait 6,5 %. Il était à 8,5 % il y a encore deux ans... Camping 2 se vend mal en vidéo alors que le film a réuni 5 millions de spectateurs en salles. Je ne juge pas de la qualité, je parle simplement des chiffres. C'est assez difficile pour les ventes de films classiques en ce moment, j'en discutais avec des confrères éditeurs. D'abord il y a un pouvoir d'achat qui baisse. Et puis peut-être qu'on n'arrive pas assez à communiquer. Le problème, c'est que nous n'avons pas de budgets marketing colossaux à investir car nous sommes sur des mises en place très faibles et sur des équilibres compliqués. Pour le coffret Godard qui est sorti le 16 novembre, nous allons dépenser 50 000 euros en marketing. Et on a vendu plus de 500 coffrets en 15 jours. C'est impressionnant. Le coffret Ophüls l'an dernier, entre sa sortie au mois d'octobre et le 31 décembre 2009, a été vendu 4 800 exemplaires. A 49,99 euros. Certes le coffret Godard coûte le double, mais il comporte 9 films plus un disque d'entretiens avec Jean-Luc Godard. Et c'est un bel objet, avec des titres inédits en France. Mais comme il s'écoule difficilement, pour le coffret politique à sortir en 2011, je nourris quelques craintes.

R. CHESTER : Le coffret Max Ophüls bénéficiait d'une bonne exposition médiatique, on le voyait quasiment partout. Mais le coffret Godard est beaucoup plus discret dans la presse et sur les sites Internet.

J. SOULET : Le problème avec Jean-Luc Godard, c'est qu'on aime ou on déteste. Ses films n'ont absolument rien de consensuel. Et pour certains, son cinéma est incompréhensible. Ce qui n'est pourtant pas le cas pour ses films des années 60. Mais nous allons réussir à le vendre, c'est un bel objet. Et les sous-titres anglais y sont, sur tous ! (Rires)



S. BEAUCHET : De leur côté, la collection "Gaumont à la demande" a l'avantage de proposer des sous-titres pour sourds et malentendants.

J. SOULET : Oui, pour sourds et malentendants français. Ca, c'est mon dada. Je considère que l'accessibilité à tous les publics n'est pas un vain mot. Et quand on se bat pour éditer un titre dans le but de l'exhumer, eh bien on doit l'exhumer pour tous.

S. BEAUCHET : Avez-vous eu des retours sur ce choix éditorial ? D'autant que le logo mentionnant ces sous-titres est très voyant sur les jaquettes de cette collection.

J. SOULET : Oui, on a eu un gentil petit mot du président de l'Union nationale pour l'Insertion Sociale du Déficiant Auditif, l'Unisda. Attention, nous ne sommes pas dans une démarche commerciale, nous ne les avons pas sollicités pour faire notre publicité. Sur les "Gaumont à la demande", on a mis ces sous-titres parce que je suis assez militant sur la question. C'est vraiment une conviction forte de dire qu'il est question d'accessibilité pour tous les publics, et il y a une demande récurrente de ces associations pour que ce soit bien indiqué. Donc effectivement, le logo est peut-être un peu trop gros sur la jaquette, je vous l'accorde. Mais c'est un détail. De plus, je vais être très franc, sur des films très anciens où la qualité du son peut être médiocre, comme sur La Vérité sur Bébé Donge, des sous-titrage classiques et des sous-titrages pour sourds et malentendants

ne donnent pas la même perception du film.

Carole : Nous nous sommes même aperçus que cela pouvait aussi donner une dimension pédagogique. Certaines personnes utilisent ce sous-titrage pour apprendre le français à l'étranger. Des professeurs de langue française l'utilisent comme outil.

J. SOULET : En effet, parce que ces sous-titres sont placés de manière précise et comportent plusieurs couleurs. Une fois que vous avez compris comment ce système fonctionne, c'est très simple d'expliquer à des élèves anglophones le déroulement de l'action.

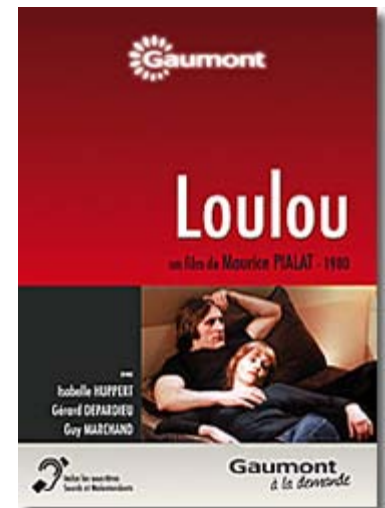
Carole : Nous sommes sur un produit d'accès surtout. Donc c'est complètement cohérent, à la fois par rapport à l'accès à l'œuvre et à l'accès au plus grand nombre.

R. CHESTER : Parlez-nous précisément de cette collection "Gaumont à la demande". Comment est-elle née ? La frustration de ne pas pouvoir sortir suffisamment de films dans la collection "Gaumont Classiques" y a-t-elle joué un rôle ?

Carole : Cette collection est née de la conjonction d'un grand catalogue d'œuvres à notre disposition et du désir d'éditer des films, mais sans avoir forcément la capacité de le faire dans l'économie de l'édition classique. Il y a énormément de demandes venant du public, et puis il y a le désir de faire vivre son catalogue autrement qu'à la télévision.

S. BEAUCHET : Comment les demandes du public se manifestent-elles ?

Carole : On recevait des mails et des courriers depuis plusieurs années, qui n'ont pas forcément été suivis d'effet sur le moment. Mais on les a scrupuleusement archivés et pris en compte. Pour la première liste de titres, nous ne sommes pas encore dans une réelle interactivité avec le public puisque nous avons dû, de notre propre chef, décider des 54 premiers titres qui ont été commercialisés. Mais ces titres tiennent compte quand même de plusieurs demandes que l'on recevait de manière récurrente. Par exemple, un film qui n'aurait pas dû s'y trouver parce qu'il n'était pas inédit en DVD, c'est Loulou. Il y a des gens qui n'ont pas les moyens d'acheter le coffret Pialat et pour qui c'est le seul moyen d'accéder à ce film.



R. CHESTER : Et quand vous réfléchissez aux films pour la collection "Gaumont Classiques", vous arrive-t-il de basculer certains titres dans la collection "Gaumont à la demande" en raison de contraintes techniques et économiques ?

J. SOULET : Non, les "Gaumont à la demande" ne sont pas des sous-produits.

Carole : C'est plutôt l'inverse, on accorde la primeur à la collection "Gaumont Classiques".

J. SOULET : Prenons l'exemple du Blé en herbe, qui est un film que j'adore. C'est un vrai grand film. Rappelez-vous la scène où le personnage est nu et tombe dans l'eau, il faut imaginer cela dans le contexte de l'époque ! Je suis d'un milieu un peu catholique de province, ce genre de film a eu un certain impact sur moi. Enfin bref, Le Blé en herbe est sorti en "Gaumont à la demande", mais j'ai longtemps hésité à l'éditer en "Gaumont Classiques". On a eu beaucoup de difficultés avec le matériel. Sur ce film, il y a eu de mémoire 69 interventions techniques sur la pellicule. Et on n'en voyait pas le bout, il y avait toujours un





problème. Au bout d'un moment, j'ai dit à Carole qu'il fallait le sortir en "Gaumont à la demande" avant de poursuivre la restauration qui est très compliquée afin de l'éditer ensuite en "Gaumont Classique". Certes le film est abîmé, mais le DVD du Blé en herbe est franchement très regardable. Pour moi, il y a l'œuvre d'accès pour ceux qui sont capables de mettre 12.99 euros (ou 10 euros, voire 8 avec les promotions) et qui le voudront tout de suite. Il y a également une chose qu'on oublie toujours : vous verrez bientôt beaucoup de DVD "Gaumont à la demande" en occasion sur les marketplace. Si vous revendez un DVD, visionner un "Gaumont à la demande" aura fini par vous coûter 5 ou 6 euros. Il y a des titres qu'on sortira en "Gaumont à la demande" et que je ne m'interdis pas de sortir un ou deux ans plus tard en "Gaumont Classiques". Et c'est là que le Blu-ray prend toute sa cohérence. Vous le découvrez ou redécouvrez en DVD dans une version qui a bénéficié d'une meilleure source disponible ; et je suis certain que les gens qui

aiment vraiment ces films sont capables de les revendre pour 6 ou 7 euros et de payer plus tard 19,99 euros un Blu-ray ; en sachant que sur Amazon ils les proposent à 15 ou à 16 euros, même les nouveautés. Donc vous investissez, et pour 10 euros deux ans plus tard vous allez pouvoir vous offrir la version que je n'appellerais pas "ultime" mais disons la plus aboutie. Je considère que les "Gaumont à la demande" ne sont pas des sous-produits. Ce sont des produits d'accès, de redécouverte, qui permettent au gens de voir ces films. Et de 18 à 36 mois plus tard, il pourra exister une version restaurée en Blu-ray. Et j'espère qu'à ce moment-là, et c'est la raison pour laquelle on édite certains films en Blu-ray dès aujourd'hui, que les gens seront techniquement prêts, que leur cinématographie sera montée d'un cran pour décider d'investir. Ma stratégie est la suivante : "Gaumont à la demande" c'est la découverte ou la redécouverte, "Gaumont Classiques" ce sont des titres qui sont importants sur un plan patrimonial et en terme de coups de cœur. Je le répète : on fonctionne beaucoup aux coups de cœur. Pour Le Sucre, ils m'en ont fait voir de toutes les couleurs pour que je l'édite ! (*Rires*) Cousin, cousine, de son côté, est un film qui paraît aujourd'hui très daté. Mais à l'époque ! Sur un plan moral, il avait créé la polémique. Et certains d'entre nous le défendent pour de bonnes raisons. Mais ce film fait partie des titres pour lesquels on prend beaucoup de risques. On verra bien.

S. BOUCHARD : Ce qui me paraît bien aussi avec les "Gaumont à la demande", c'est que cette collection maintient les films dans l'actualité. On en parle. Sur notre forum, certains films rares vont alimenter des discussions.

J. SOULET : Bien sûr, et j'en suis content. Lady Paname est un film que je n'avais jamais vu, c'est Carole qui me l'a fait connaître. Un film sur la peinture sociologique de ces classes ouvrières au lendemain de la Grande Guerre, c'est remarquable ! Et je parle souvent de Toni de Renoir, c'est fabuleux !



S. BEAUCHET : Sur notre forum, on regrette généralement que les programmations télé tournent autour du même catalogue, même sur les chaînes du câble.

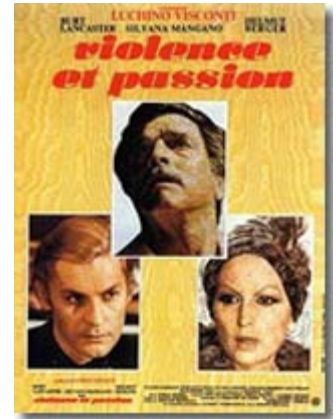
J. SOULET : Sur les chaînes hertziennes, c'est fini. Je suis bien placé pour le savoir. Même avec les séries françaises, ils ont du mal à s'y retrouver financièrement.

S. BOUCHARD : Moi qui travaille aussi dans ce milieu, je le vois très bien. En production, si on les laissait faire, ils ne produiraient que des émissions ou de la télé réalité. Pour monter une série en France, ça leur coûte un million d'euros, voire plus. Mais pour acheter un épisode des *Experts*, qui fera 10 millions de téléspectateurs, ça leur coûte 100 000. Le calcul est vite fait.

J. SOULET : Pour en revenir aux "Gaumont à la demande", nous allons en éditer une soixantaine. Et de temps en temps, dans le lot, il y aura des films totalement inconnus et qui valent vraiment le coup d'œil. Un jeudi par mois chez nous, on organise les "Jeudis du patrimoine" : on exhume des films que l'on fait découvrir au personnel de la société. On a passé Taxi, roulotte et corrida. Pour ceux qui ne l'ont jamais vu, vous regardez le titre, le pitch, le casting... et vous partez en courant. Pourtant, il y a quelque chose d'intéressant dans ce film. (*Rire général*)

J.-M. OUDRY : Avez-vous fait une acquisition de catalogue récemment ? Je pose cette question par rapport à René Château.

J. SOULET : A ce qu'on m'a raconté, je n'étais pas là, Gaumont a racheté le catalogue Télédis il y a une douzaine d'années. Et Télédis, à l'époque, avait cédé des droits vidéo à René Château. La Traversée de Paris était chez René Château jusqu'à ce qu'on le récupère. C'est-à-dire que le mandat d'exploitation des droits vidéo s'était terminé. Une fois que c'est terminé, nous récupérons, nous restaurons et nous rééditons. Il y a un certain nombre de titres du catalogue Télédis qu'on a rachetés. Mais l'achat d'un catalogue ne rompt pas les contrats qui ont été signés à l'époque, c'est une règle de droit classique. Donc on récupère simplement des titres qu'on va éditer. On fait aussi du remembrement de catalogue (*cela consiste à faire des échanges de parts pour récupérer les droits entiers d'un film. NDLR*). Des discussions sont en cours avec des éditeurs. Par exemple, sachez que désormais Gaumont est le seul propriétaire de Violence et passion, l'avant-dernier film de Luchino Visconti. Dans ce cas, il ne s'agit même pas des droits d'auteur mais des parts de coproduction, soit les parts du négatif. J'en suis très heureux. Le film de Visconti est prévu pour une sortie en 2012.



R. CHESTER : Puisque nous en sommes aux coups de cœur, l'œuvre de Max Ophüls fait partie des miens. Le coffret DVD est magnifique, mais pourquoi vous est-il si difficile de les sortir en Blu-ray ? Je rêve d'avoir un jour le Blu-ray de *Madame De...*



S. BEAUCHET : C'est une question qui a été beaucoup soulevée sur notre forum.

S. BOUCHARD : Il s'agit typiquement des titres pour lesquels je n'achète pas le coffret, car je me dis qu'un jour ils seront disponibles en Blu-ray.

J. SOULET : Déjà il existe une très belle édition de Lola Montès par Criterion, il faut être clair. Oui, Madame De... est un film que j'aime beaucoup même si je trouve que Le Plaisir est beaucoup plus fort. En toute franchise, on en vendrait combien des Blu-ray de Madame De... et du Plaisir ? Pas beaucoup. 500 ? Après un investissement de 25 000 euros ? (Rires) Et sans le CNC, puisqu'il nous ont déjà aidés pour le coffret. Je vais donc toucher 10 euros par disque, gagner 5 000 euros et être en perte de 20 000. Oui, c'est bête mais je dois composer avec ces données. Mais en même temps... Le problème particulier de La Ronde, c'est que le titre n'est pas chez nous et que je ne suis pas satisfait de la restauration qui a été faite. Ce que nous avons édité est "limite" à mon avis, c'est le plus mauvais disque en terme qualitatif. C'est vrai, je me dois de le dire. Même si nous avons voulu le remettre à niveau, je ne suis toujours pas satisfait du résultat. Je me dis qu'on devrait peut-être éditer Madame De... et Le Plaisir - on a d'ailleurs quelques idées - parce que Lola Montès est une réussite éditoriale et que Criterion en a vendu énormément. Mais ils ont le marché anglo-saxon, c'est aussi simple que ça.

S. BOUCHARD : Ils ont réussi à acquérir une image de référence sur le plan technique comme éditorial. Sur notre forum, ils sont nombreux à acheter les "nouveaux Criterion", quels que soit les titres qui font l'actualité.

J. SOULET : C'est vrai, et je le comprends très bien. Cependant il y a certains titres pour lesquels je suis assez critique sur la qualité de l'image. Mais après, ce sont des débats de spécialistes. Donc oui, vous avez raison, Madame De... et Le Plaisir, on devrait les sortir en Blu-ray. Pour Lola Montès, j'ai un vrai doute : car il existe déjà.

S. ROUX : Criterion en a vendu 500 exemplaires en France.

J. SOULET : Le coffret Ophüls, on l'a bien vendu. C'est un vrai succès. Maintenant... je vais être transparent avec vous : il y a certains titres que j'ai sous le coude, j'attends juste que le taux d'équipement des foyers en lecteurs Blu-ray progresse. Comment fonctionne-t-on ? Stéphane nous a concocté son programme l'été dernier pour 2011, 2012, 2013 et 2014. J'ai fait basculer en 2012 certains titres qui étaient prévus en 2013, et j'en ai fait reporter d'autres en 2012 voire en 2013. Parce que si je ne m'adresse qu'aux membres de DVDclassik, même si j'ai beaucoup de respect pour vous, le marché est un peu étroit. (Rires)

R. CHESTER : Quels sont les titres que vous rêvez d'éditer ?

J. SOULET : Nous avons déjà un certain nombre de titres dans la line-up 2011 des "Gaumont à la demande", dont certains me tiennent beaucoup à cœur. On a un principe : tant que les droits ne sont pas entièrement sécurisés, et qu'on n'a pas vérifié le matériel, je ne communique pas. Il arrivait à l'équipe précédente d'annoncer très en amont qu'ils allaient éditer tel ou tel titre et cela mettait beaucoup de temps à se faire, quelquefois ça ne sortait jamais. Je ne fonctionne pas ainsi. Pour moi, c'est "chose promise, chose due". Nous pourrions vous donner les dix titres en "Gaumont à la demande" à venir, mais nous devons procéder à une ultime vérification au niveau des droits. Et nous sommes bien rôdés sur le plan technique : si nous avons 8 Béta à notre disposition, nous visionnons les 8 Béta et nous prendrons la meilleure source. Et si Carole a un doute, nous allons tous nous y coller. Et s'il reste un ultime arbitrage à faire, Safia regardera aussi. Nous prenons du temps. Je m'excuse d'insister, mais les "Gaumont à la demande" sont l'antichambre des "Gaumont Classiques", ce ne sont pas des sous-produits. Je ne suis pas marxiste pour un sou mais le concept d'avant-garde révolutionnaire m'a toujours beaucoup plu. (Rires). Je considère que cette collection arrive en éclaireur. Ce n'est pas un hasard si elle arrive sur Amazon, car je veux voir jusqu'où on peut élargir. Des titres "Gaumont à la demande" au 6 décembre au soir, on en a vendus 6 997 sur la Boutique Gaumont. Sur 54 titres, c'est énorme ! Pour certains titres, on en est à plus de 200 ! Je ne dis pas que tous les "Gaumont à la



demande" existeront un jour en "Gaumont Classiques" déjà parce que quelques raretés ne méritent pas de s'y retrouver. Taxi, roulotte et corrida en Blu-ray, on ne va pas raconter n'importe quoi ! (Rires) Si dans 15 ans, le Blu-ray est encore là et que 97 % des foyers Français sont équipés en Blu-ray, c'est moi qui aurais eu tort. Mais il ne sera pas trop tard, parce que de toute manière on saura restaurer ces titres-là. Tout le travail qu'on accomplit aujourd'hui représente un pari sur l'avenir. La Traversée de Paris est un des premiers films que nous avons restaurés. Aujourd'hui, si je devais le restaurer à nouveau, il y a plusieurs choses que je ne laisserais plus passer. On apprend. On a une équipe de sept personnes chez Eclair qui travaillent uniquement sur ces restaurations. Et André Labbouz passe plus de la moitié de son temps chez Eclair plutôt que dans nos locaux. Belles de nuit, qui est un film fabuleux, sera compliqué à restaurer. Par exemple, il comporte un début de fondu enchaîné qui pose un vrai problème et notre équipe s'arrache la tête pour le résoudre. Mais c'est leur travail et ils ne lâcheront pas, car je tiens à sortir ce film. C'est également moi qui leur ai imposé La Poison en DVD et en Blu-ray, et puis il y a des titres sur lesquels je me suis trompé parce qu'on n'a pas réussi à les vendre. Il n'y a pas de science exacte. On fonctionne aux coups de cœur, mais on se sert aussi des "Gaumont à la demande" comme antichambre et on regarde les forums, on interroge les vendeurs de la Fnac également.

**S. BEAUCHET :** On parlait tout à l'heure des subventions, le Grand Emprunt comporte un volet sur la numérisation du patrimoine culturel. Dans la presse, on a lu que cela pouvait tomber à l'eau. Pouvez-vous nous en dire plus ?



**J. SOULET :** C'est une affaire compliquée. Le Grand Emprunt va se comporter comme un investisseur avisé : ils acceptent de prendre des risques mais, si ça marche... Nous avons discuté avec les responsables ; l'un des premiers scénarios était en gros que lorsqu'on restaurait un film sur lequel ils avaient une participation, ils prenaient une part de propriété du négatif. Autant vous dire que chez Gaumont, le refus a été catégorique. Du point de vue du droit moral de l'auteur, c'est une aberration ; du point de vue financier, ça ne l'est pas du tout. Donc nous avons réfléchi. Nous avons proposé un système au Grand Emprunt qui semble retenir leur intention. Mais il s'agit d'une négociation compliquée puisqu'on parle de plusieurs dizaines de millions d'euros. Ce que nous voulons faire, c'est être des "grands cataloguistes" (même si j'ai horreur de ce mot) qui montons au front, et ce schéma serait valable pour toutes les sociétés. Ce serait une grille d'analyse avec un modèle de retour sur investissement, avec des couloirs prioritaires, etc. Mais sans qu'ils deviennent propriétaires de la moindre parcelle du négatif. Il y a des mécanismes qu'on appelle en production "au premier euro, je touche". On a transposé ce modèle de financement, de préfinancement de chaînes de télé, sur le Grand Emprunt. C'est compliqué, j'y passe beaucoup trop de temps. Mais si un jour on veut restaurer 500 ou 600 films du catalogue Gaumont, cela s'avère nécessaire. Sur 15 ans, la maison Gaumont les financerait. Mais le plan que j'ai proposé est un plan à 7 ans sur 400 films de notre catalogue, nous parlons de sommes aux alentours de 50 millions d'euros quand même. Les restaurations se chiffrent en dizaines de milliers d'euros, c'est impossible de financer des sommes pareilles pour tous les films et pour tous les éditeurs. Donc les gros éditeurs négocient pour l'ensemble de la profession afin qu'il y ait des grilles en fonction de tel retour sur investissement. On négocie pour que l'aide de l'Etat puisse monter à 70

% du devis. Quand on a commencé les négociations, il y a plus d'un an, c'était 30 % du devis et 70 % de l'apport en cash du détenteur des droits. Aujourd'hui on arrive, pour les films les plus fragiles, à 70 %, on s'est battus là-dessus. Si on y arrive, dans les trois ans qui viennent, il y aura des vraies opportunités d'édition. Et on s'en réjouit.

**J.-M. OUDRY :** Concrètement, il y aura donc plus de titres sur le marché ?

**J. SOULET :** Nous aurons plus de matériel restauré à disposition. Ensuite les éditeurs indépendants pourront aller frapper à la porte des "cataloguistes". J'ai dimensionné Gaumont Vidéo pour éditer 40 grands classiques par an sur tous les supports : VOD, DVD, Blu-ray et la ressortie en salles qui sera notre chantier en 2012. Nous avons un projet de ressorties en salles de grands classiques selon un certain modèle. On travaille avec le CNC à ce sujet.

**S. BEAUCHET :** Quels résultats aviez-vous obtenus quand vous organisiez des séances mensuelles au Publicis ?

**J. SOULET :** On s'est lancés une année trop tôt, mais on a beaucoup appris. On sait exactement comment faire aujourd'hui. Et on sait comment marketer cet événement, au niveau de l'utilisation des réseaux sociaux. On voudrait relancer le programme "Gaumont Digital", qui sont les sorties et les ressorties en salles, en 2012. Pour cela, il faudrait que les salles numériques soient plus nombreuses. Avec la Ville de Paris, nous allons mettre en place une opération en septembre 2011, qui sera un système pilote de ressorties en salles. On va y arriver, on est présents sur plusieurs fronts. Et évidemment ce sont de longues démarches, et cela demande une énergie considérable. Et encore, je ne mentionne pas les problèmes de droits. La gestion d'un catalogue, la valorisation de ce catalogue, la valorisation du patrimoine du cinéma français, ce sont des opérations plus



compliquées que de sortir un nouveau film en salles, avec tout le respect que j'ai pour les grands stratèges du marketing et de la programmation. Les films en salles aujourd'hui sont peut-être nos grands classiques de demain et d'après-demain. Et si des majors, des "majorettes" ou des gros groupes comme nous ne montons pas au créneau pour secouer tout le monde et les institutions, rien ne se fera.

R. CHESTER : Dans quelle mesure êtes-vous impliqués dans la vidéo sur demande ? La considérez-vous peut-être comme accessoire ? Beaucoup de nos lecteurs y accordent encore peu d'intérêt.

J. SOULET : Je ne suis pas aussi sévère que certains sur le forum DVDClassik. Je pense qu'aujourd'hui, découvrir un film pour 2,99 euros ce n'est pas forcément stupide. Actuellement, si vous voulez découvrir ou redécouvrir Un assassin habite au 21, ce n'est que par le biais de la vidéo à la demande que vous pouvez le faire (même si je dois dire que la dernière Béta qu'on possède est supérieure à ce qui est proposé, il y a peut-être un problème d'encodage). Si vous avez un bon débit, franchement c'est plus que très regardable. J'ai montré ce film de Clouzot à ma fille et ça s'est très bien passé. Montrer ces oeuvres aux enfants constitue un bon test. Avant, ma fille de 15 ans ne voulait pas entendre parler de films en noir et blanc, maintenant elle en redemande.

S. BEAUCHET : Il faut rééduquer le public dans ce sens.

J. SOULET : Voilà, il faut trouver un moyen de leur apporter du plaisir. Ma fille dorénavant est scotchée devant. (Rires). En terme de poésie, ce sont des films très fins. Elle est absolument fan des Belles de nuit par exemple.

S. BOUCHARD : Pour un groupe comme Gaumont, utiliser la VOD n'est pas aussi un moyen pour limiter les intermédiaires ?

J. SOULET : Pas du tout. Créer sa plateforme de vidéo à la demande ne sert strictement à rien. Ceux qui détiennent le marché, donc qui ont les clients, ce sont les opérateurs télécom. Je préfère négocier avec ces opérateurs et leur donner un pourcentage que créer ma plateforme de VOD où je risquerais d'avoir 3 péquins et de gagner 3 francs 6 sous. C'est toute la différence avec notre Boutique Gaumont en ligne, grâce à laquelle j'ai vendu 6 000 DVD de la collection "Gaumont à la demande" entre le 4 octobre et le 6 décembre 2010. Et nous comptons vendre sur Amazon 6 000 DVD entre le 9 et le 31 décembre 2010. C'est aussi simple que cela. Chacun son métier. Moi, j'estime que ma mission c'est d'exhumer, de mettre à disposition et d'éditer. Commercialiser, c'est moins mon travail.

R. CHESTER : Terminons l'entretien par vos prévisions de sortie, si vous le voulez bien. Vous avez mentionné un deuxième coffret consacré à Sacha Guitry.



J. SOULET : Oui, il s'agira du coffret Guitry 2, on travaille actuellement dessus. Il est prévu pour octobre.

S. ROUX : Dans ce coffret, il y aura Adhémar ou le jouet de la fatalité, qui aurait dû être tourné par Guitry mais qui a été réalisé par Fernandel, Le Trésor de Cantenac, Je l'ai été trois fois et Aux deux Colombes.

J.-M. OUDRY : Ce coffret Guitry numéro 2 sortira-t-il en Blu-ray ?

J. SOULET : Non, en DVD seulement.

R. CHESTER : Avez-vous d'autres projets en cours concernant les coffrets réalisateurs ?

J. SOULET : Pour certains coffrets de films, on est dans le renouvellement de droits d'auteur. En règle générale, pour des coffrets de 6 ou 7 films, si les droits ne sont pas finalisés pour l'ensemble des titres, je me refuse à les sortir en plusieurs étapes. Je préfère prendre le temps. Pour 2012, nous allons éditer un certain nombre de films de Pialat en Blu-ray. Nous avons fini une grande partie de la restauration pour Police et Sous le soleil de Satan. Pour Van Gogh, j'hésite beaucoup car je suis très déçu des ventes, toutes choses égales par ailleurs, de Carmen qui est un grand et beau spectacle populaire. Van Gogh est un film sublime. Si je dois l'éditer, je veux refaire des suppléments. L'édition du Van Gogh de l'époque proposait déjà des suppléments nombreux et de qualité. Et il ne s'agit pas de faire des bonus pour remplir le disque, il faut trouver des choses intelligentes à raconter.

S. BOUCHARD : Mais si les suppléments sont déjà de qualité, pourquoi absolument en refaire des nouveaux ? Surtout si l'édition est déjà très fournie.

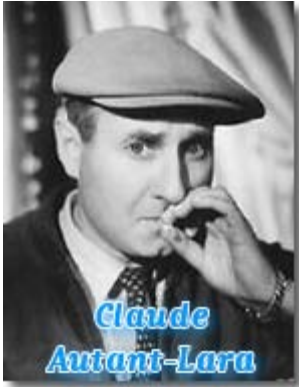


S. BEAUCHET : Sans oublier le fait que tout le monde ne l'a pas achetée.

J. SOULET : J'ai du mal à me dire que j'édite un Blu-ray en y mettant les mêmes bonus.

S. BEAUCHET : Dans les futures rééditions en Blu-ray, hors classiques et films récents, avez-vous des titres à nous annoncer ? Ou alors vous préférez peut-être vous concentrer sur vos grands classiques.

J. SOULET : Il y aura Le Bossu d'André Hunebelle. J'aimerais bien éditer Le Cerveau également, qui est un film que j'adore. En fait, à côté de nos "Gaumont Classiques", je voudrais en 2012 éditer des Blu-ray de titres qui sont déjà sortis. Mais il faudra trouver un juste milieu, trouver le conditionnement marketing entre des films aussi différents que Le Bossu, Le Cerveau, Van Gogh, Bande à part. J'ai juste un souci marketing d'identité et de discours vis-à-vis des consommateurs. On peut très bien sortir des titres à la chaîne sur le marché, mais j'aime bien identifier nos éditions. C'est peut-être mon réflexe corporatiste de la marque Gaumont Vidéo qui s'exprime.



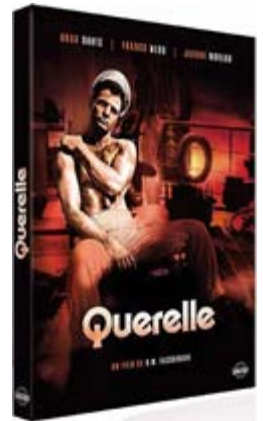
S. BEAUCHET : Ma question se rapportait surtout aux films des années 80 et 90. Comme les Besson que vous avez déjà édités. Pourquoi pas Michel Deville, par exemple ?

J. SOULET : Ce fut très compliqué pour Michelle Deville. Sur le plan économique, ses films en unitaires compensent la perte sur l'édition en coffrets. C'est une chose que l'on doit aussi prendre en compte pour les films de Maurice Pialat. Loulou est une excellente vente et j'en suis assez content. Déjà les anciens DVD de Pialat ne contenaient pas de sous-titres pour sourds et malentendants, c'est quand même dommage ! Surtout que ses œuvres s'adressent à un certain public et là on restreignait encore plus ce public. Les titres existant en coffret, mais qui ne sont jamais sortis à l'unité, seront disponibles en "Gaumont à la demande". En plus, ils ont bénéficié d'une restauration SD. Je comprends que les coffrets peuvent rebuter. Je ne suis d'ailleurs pas un grand amateur des coffrets, sauf pour des œuvres de prestige. Je vais vous dire : je pense à Claude Autant-Lara, pour qui je rêve de réaliser un coffret prestige. Et on aura l'occasion de s'entendre avec d'autres éditeurs dans le cadre du Grand Emprunt. Pour Autant-Lara, on met de côté ses dernières années et ses dérapages, je me concentre sur l'homme de cinéma même si je n'oublie pas du tout ce qu'il a

dit. Le cinéaste est difficile à classer, mais sa filmographie est remarquable. Et il y a un autre projet sur lequel je travaille pour 2013, c'est un coffret Daniel Toscan du Plantier. On possède beaucoup de matériel et d'éléments dans la maison. Ce serait une édition très limitée, peut-être à 1 500 exemplaires. J'ai envie de sortir les 20 plus grands films produits par Toscan. On a les films de Charles Spaak aussi, sur lesquels on travaille, Spaak le scénariste. Il y a ceux écrits par Jean Aurenche également

J.-M. OUDRY : Si le Grand Emprunt aboutit, comptez-vous travailler à nouveau sur les films de Jean Vigo ? Vous n'avez pas de master HD pour les Jean Vigo, par exemple. A un moment donné, il faudra en avoir ! (Rires) Car ce sont des films qu'il faut à nouveau présenter dans des festivals. Une projection événementielle de *L'Atalante*, comme on l'a fait avec *Boudu* et *French Cancan*, ce serait formidable. Jean Vigo le mérite.

J. SOULET : Vigo, Lherbier ! (Rires) Sérieusement, nous sommes sur un projet de restauration de la Jeanne d'Arc de Dreyer. La Cinémathèque danoise a déjà fait une restauration mais elle ne nous convient pas. Le problème c'est que les films muets, a priori, sont exclus du Grand Emprunt car ses responsables affirment qu'il n'y aura jamais de retour sur investissement. Hélas, ils n'ont pas tout à fait tort. Le devis de restauration de la Jeanne d'Arc de Dreyer se monte à 118 000 euros. C'est un film très compliqué à restaurer. On voudrait bien que le CNC propose un complément pour le budget restauration, parce que les retours sur investissement pour nous sont improbables. Il faut savoir que les films muets, nous les éditons pour l'avenir, il n'y a aucune vocation mercantile de notre part, c'est une affaire de conservation du patrimoine cinématographique. Chez Carlotta, on pense de même pour les œuvres de *Borzage*. Pour l'instant c'est compliqué sur le plan économique, mais il faut bien le faire. Cela dit, nous sommes dans une période où je suis relativement optimiste. Autrement je ne me lancerais pas dans cette aventure. Je crois dur comme fer qu'il faut recréer un cycle vertueux et qu'il faut batailler pour la ressortie en salles en numérique des films anciens. Ce qui nous aidera ensuite à vendre de la vidéo haute définition, que ce soit sur Blu-ray ou sur un autre format dans le futur. On l'a bien vu avec *Querelle*, on a passé un accord avec Carlotta : ils ont ressorti le film de Fassbinder en salles et nous avons sorti le DVD. Et on en a vendu 3 800, pour un film quand même assez pointu. On a pu bénéficier d'un marketing croisé.



S. BOUCHARD : Il y a aussi un problème d'éducation. Par exemple, actuellement on refait des films qui ont 20 ans pour la raison supposée que les gens ne peuvent plus regarder un film des années 80. C'est une aberration. Pardon si je passe pour un "vieux con", mais on dit aux jeunes générations : "On va le refaire pour vous parce que vous n'allez pas comprendre un film datant d'il y a 25 ans." Si c'est le cas, que se passera-t-il si on leur montre du muet ?

J. SOULET : Ah mais je n'ai pas peur de dire qu'il faut soulever des montagnes. Et on le fera ! Et les relations parents/enfants peuvent parfois être compliquées : je me rappelle que ma fille était émerveillée par un film que lui avait fait découvrir son professeur... alors qu'elle m'avait envoyé balader lorsque je lui avais proposé de voir le même film ! (Rires) Je crois aussi que le ministère de l'Education nationale doit jouer un rôle dans l'enseignement du patrimoine cinématographique. Vous avez entendu parler de la plateforme Ciné Lycée ? France Télévisions et le ministère de l'Education nationale se sont associés pour faire une programmation de films dont on leur a cédé les droits. En gros c'est de la VOD dans le cadre de l'établissement scolaire.

Patrick Brion a participé à cette programmation : il y a du Fellini, du Bresson, des grands classiques européens et américains. Je trouve cela



très bien. Pour moi, il y a deux clés. La première c'est qu'on arrive à sauvegarder et à restaurer une large partie du patrimoine français jusqu'aux années 80 (ce qui ne veut pas dire qu'il n'y a rien à restaurer après). La deuxième c'est qu'il faut, qu'à l'occasion du basculement en numérique des salles de cinéma, mettre en place un dispositif avec des offres intelligentes pour redécouvrir des oeuvres. Un Blu-ray peut suffire s'il est bien encodé. Et enfin, concernant la distribution vidéo, il faut expliquer aux enseignes que les films classiques ont besoin d'être valorisés dans leurs rayons. On me dit souvent : "Ah mais il y a un rayon !" Oui... de la lettre A à la lettre G.



S. BOUCHARD : A mon avis, c'est le genre de choses qui doit dépendre du responsable du magasin.

J. SOULET : Ca dépend d'un critère très simple qui s'appelle la rentabilité au mètre linéaire. Et alors on m'explique que celle-ci est en baisse de 18 % par rapport à l'année dernière sur les films classiques... C'est sûr que s'ils font la comparaison avec les nombreuses opérations promotionnelles affectant les Blu-ray (les Warner Blue Line, les 5 pour 50 euros, etc.), la rentabilité au mètre linéaire n'est pas vraiment la même ! Pour eux, le film classique c'est du catalogue... D'ailleurs avec ses Blue Line à 15 euros, Warner a "tué" le marché pour des éditeurs indépendants comme nous. Vous vous rappelez ce que je vous ai dit sur la différence entre major et "majorette" ? Eh bien voilà un exemple frappant. Il faut constamment batailler. Sur les sites de ventes, pour valoriser nos produits, je tiens à ce qu'il existe un espace dédié pour nos classiques Gaumont. Ainsi pour les Boutiques Gaumont sur Fnac et sur Amazon, je paie un pas de porte tous les mois et je leur donne un pourcentage sur les ventes réalisées dans cette boutique. C'est la règle en grande distribution. Donc quand quelqu'un cherche un titre Gaumont sur ces sites, il se retrouve en terrain connu, et c'est toujours plus sympathique pour le client de naviguer un tel environnement. Eh oui, on fait un métier compliqué et parfois frustrant. Mais on fonctionne aussi à l'envie et à la passion alors on y va !

Propos recueillis à Neuilly-sur-Seine en décembre 2010 par Stéphane Beauchet, Stéphane Bouchard, Ronny Chester et Jean-Marc Oudry pour DVDCLASSIK.

***Tous nos remerciements à Jérôme Soulet et son équipe pour leur gentillesse, leur bonne humeur et leur grande disponibilité.***

[Réagir à l'entretien sur notre forum]

© Dvdclassik.com - Mars 2011 - laredaction@dvdclassik.com