



★ Tournage dans les studios de Hengdian, un « Chinawood » qui attire réalisateurs américains et européens.

La **Chine**, nouvelle terre promise du cinéma

► *Géraldine Meignan, envoyée spéciale à Shanghai*

En vedette à Cannes avec Wong Kar-wai à la tête du jury, le cinéma chinois s'ouvre aux producteurs occidentaux, fascinés par un box-office en plein boom et des studios dignes des majors hollywoodiennes.

... mais des salles encore vétustes et trop rares



★ La relève chinoise doit trouver sa place entre les superproductions américaines (ici, « Narnia ») et les films de kung-fu.

Avenue Huaihai, dans le quartier de l'ancienne concession française de Shanghai, des ouvriers perchés sur un échafaudage s'affairent sur la façade défraîchie d'un cinéma. Réchappé de la spéculation immobilière, noyé entre les magasins de luxe et les fast-foods, le Cathay Theatre est l'un des derniers vestiges de l'âge d'or du cinéma chinois des années 30, que la ville s'attache à préserver. Un peu plus loin, dans la banlieue peuplée de la ville, les studios de Shanghai ont eux aussi survécu à la folie urbanistique. Leurs ruelles, que sillonne un vieux tramway poussif, sont intactes, tout comme les berlines noires, les publicités rétro et les cabarets musicaux. Intactes, mais désespérément vides.

Car à Hengdian, 400 kilomètres plus au sud, les studios mythiques ne sont déjà plus qu'un vieux souvenir. C'est ici que le plus grand plateau de tournage jamais conçu en Asie (23 kilomètres carrés) est sorti de terre. La Cité interdite, ses terrasses et ses toitures de tuiles jaunes y ont été reconstituées, ainsi que les palais des différentes dynasties. Les rues du Hong-

temples taoïstes. C'est ici qu'a été tourné *Wu Ji, la légende des cavaliers du vent*, de Chen Kaige, ici que Zhang Yimou vient de déplacer 20 000 figurants pour réaliser *The City of Golden Armors*. Le cinéaste hongkongais John Woo, installé à Los Angeles, a annoncé qu'il viendrait y filmer avant la fin de l'année *The Battle of Red Cliff*, le plus gros budget de l'histoire du cinéma chinois. Attirés par une main-d'œuvre peu coûteuse, les studios américains et européens se bousculent pour tourner dans ce nouvel eldorado que d'aucuns ont baptisé « Chinawood ».

Sur les berges du lac de l'Ouest, à Hangzhou, Jinhai Chen, le patron de la production du site de Hengdian, savoure son succès. « Nous avons déjà investi plus de 3 milliards de yuans [300 millions d'euros] dans ces nouveaux studios. Les rues du Shanghai des années 30 seront bientôt terminées et, demain, les 3 millions de touristes qui visitent nos installations chaque année pourront se promener dans les rues de Paris », promet-il, indifférent au spectacle offert par le crépuscule sur l'île de la Petite-Montagne-des-Immortels. Son conglomerat industriel, qui compte parmi les dix premières entreprises privées du pays, ambitionne de devenir le General Electric (l'actionnaire d'Universal Studios)

chinois. Il projette même une introduction à la Bourse de New York ou de Hongkong.

Ces derniers mois, on ne parle plus que des superproductions *made in China*, des stars chinoises nommées aux Golden Globe Awards (comme Zhang Ziyi dans *Mémoires d'une geisha*), de Wong Kar-wai, réalisateur de *In the Mood for Love* et de *2046*, le président du jury du prochain festival de Cannes, du *coming-out* d'une génération de cinéastes longtemps bannis par la censure. Le box-office local, qui affichait déjà les années précédentes un taux de progression annuelle de 25 %, a carrément doublé l'an dernier pour atteindre 205 millions d'euros.

De quoi éveiller l'appétit des *tycoons* américains. Sumner Redstone, patron de Viacom, propriétaire de la Paramount, et Rupert Murdoch, patron de News Corp. (20th Century Fox), se sont succédés ces derniers mois en Chine. Pour profiter des bas coûts de main-d'œuvre, mais plus encore pour compenser la chute des recettes du cinéma sur le marché américain, les studios investissent à tout va dans les pays émergents, et la Chine n'est pas la moins bien placée. Disney s'appête à sortir son premier film en chinois, avec des ►►

La France ne veut pas rester à l'écart

Côté français, on espérait qu'un accord de coproduction avec la Chine pourrait être annoncé au festival de Cannes, en mai. La présence du réalisateur chinois Wong Kar-wai comme président du jury aurait eu force de symbole. Mais, au siège de l'entreprise d'Etat China Film Group, à Pékin, La Peikang, chargé des coproductions, ne laisse que peu d'espoir : « Je viens de transmettre nos propositions à la France. Nous devrions pouvoir trouver un terrain d'entente d'ici à la fin de l'année. » Si les producteurs français sont si impatients qu'une telle convention soit signée, c'est qu'elle leur permettrait d'accéder au marché chinois sans être soumis aux quotas mis en place en 1994 et qui limitent les importations à vingt films étrangers – pour les trois quarts des *blockbusters* américains. Un film coproduit permettrait en outre aux producteurs français de profiter plus généreusement des recettes (30 %, contre 10 % pour un film importé sous le régime des quotas) et de bénéficier, en France, du compte de soutien et des préachats des chaînes de télévision. Pour ce qui concerne la censure, en revanche, le régime est le même : tout scénario doit être préalablement autorisé.



En février, l'acteur Jean Reno ouvrait le festival du film français à Pékin. Une étape dans les discussions franco-chinoises.

La Chine, terre promise du cinéma

► acteurs chinois (*The Secret of the Magic Gourd*). Warner sort cet été en salles sa première coproduction avec le Groupe Hengdian et China Film Group, *The Black Velvet*. Installé à Hongkong depuis 1998, Sony a déjà produit treize films, dont cinq en coproduction. Barbara Robinson, la patronne de Sony Pictures Entertainment en Chine, s'en félicite : « Depuis 2001, quatre films chinois ont dépassé les 80 millions d'euros de recettes en salles. On ne peut dire la même chose d'aucun autre pays, à part les Etats-Unis. » Signe des temps, *Variety*, la bible du cinéma à Hollywood, a lancé en 2004 une édition bimensuelle en mandarin.

Ce vent nouveau qui souffle sur la scène cinématographique chinoise ne doit rien au hasard. Depuis que la culture n'est plus censée servir exclusivement la politique du parti, le gouvernement a livré le cinéma à l'économie de marché. Pour les cinéastes chinois, qu'un système de financement public a soutenus pendant des décennies, le défi est immense. Ils doivent trouver leur place entre les superproductions de kung-fu et les *blockbusters* américains. Au centre culturel français de Pékin, Alex Jia, le producteur de *Little Red Flowers*, le nouveau film de Zhang Yuan, primé lors du dernier festival de Berlin et prochainement projeté en France, en convient : « Nous n'avons plus le choix. Nous devons apprendre à faire des films commerciaux. » A Los Angeles, Terence Chang, le producteur de John Woo, s'interroge : « Beaucoup de cinéastes ont essayé de reproduire le succès de *Tigre et dragon*. Cela a donné *Hero*, *Le Secret des poignards volants*, *Wu Ji*, et bientôt *The Banquet*. Mais n'y a-t-il pas un autre style de film commercial à trouver ? »

Que le cinéma est non seulement un art mais aussi une industrie, des générations de cinéastes sont en train de le découvrir. Il y a quelques semaines, ils recevaient une délégation de vétérans d'Hollywood envoyée par la Motion Picture Association of America pour leur apprendre à écrire un scénario, à boucler un budget, à vendre un film et à l'exporter dans le monde entier.



★ Le réalisateur Wong Kar-wai, révélé en 2000 par « *In the Mood for Love* », sera le président du jury du prochain festival de Cannes.

La révolution culturelle du cinéma chinois est donc en marche. De nouveaux talents émergent et font de l'ombre aux stars actuelles. Les frères Wang (Huayi brothers) se sont déjà taillé une solide réputation. On leur doit notamment *Crazy kung-fu*, de Stephen Chow. Ils fonctionnent à l'américaine, contrôlant toute la chaîne du film, de l'écriture du scénario à sa projection dans les salles. Leur succès n'est pas passé inaperçu : le milliardaire de Hongkong Li Kashing, l'homme qui a acquis la chaîne de magasins Marionnaud, a racheté leur société il y a un an et demi.

Li Shaohong reçoit dans un café sans éclat de l'est de Pékin. Un sweat-shirt gris jeté sur les épaules, les cheveux sagement at-

« *Variety* », la référence du cinéma hollywoodien, publie depuis 2004 une édition en mandarin.





« *Nous n'avons plus le choix. Nous devons apprendre à faire des films commerciaux.* »

Alex Jia,
producteur du dernier film
de Zhang Yuan,
« Little Red Flowers ».

tachés, elle en ferait oublier qu'elle appartient à la « cinquième génération », celle qui a connu les affres de la révolution culturelle, celle qui a formé tant de cinéastes talentueux. Li Shaohong, longtemps bannie dans son pays, a été célébrée dans les festivals étrangers (meilleur film au dernier festival de Tribeca, à New York). Aujourd'hui, elle raconte la difficulté de se fondre dans le nouveau moule : « Toute une génération a grandi dans un système unique qui n'a plus cours aujourd'hui. En Russie, en une nuit, tout a basculé. En Chine, les frontières sont floues, il nous faut naviguer sans cesse entre secteurs public et privé. »

C'est un peu comme la censure qu'impose le puissant Bureau du film. Tout scénario doit être autorisé avant même le lancement de la production. Récupération ou réelle volonté d'ouverture, le Bureau du film est devenu plus souple. Li Shaohong a fini par s'en accommoder : « L'important est de réaliser son rêve. Lorsque vous êtes jeune, vous n'êtes prêt à aucun compromis. Puis le besoin d'être vu en salles l'emporte. » « Il y a des sujets et des genres qui sont difficiles, voire impossibles, à traiter. Il faut le savoir et rester à l'écart », assure Barbara Robinson. Les films interdits ? Ils circulent sur le Net avec l'accord plus ou moins officieux du gouvernement. « Lorsque les autorités ne veulent vraiment pas qu'un film circule, il faut attendre des années avant de le trouver », confirme un réalisateur.

Dans les studios de Pékin, depuis que le gouvernement a annoncé leur démolition prochaine, le souvenir des scènes du *Dernier Empereur*, de Bernardo Bertolucci, se mêle avec nostalgie à celles de *Tigre et dragon*, d'Ang Lee. Installée pour quelques semaines encore dans son bureau vétuste, Hao Li, la productrice

du *Cerf-Volant bleu*, s'inquiète moins de la censure que du faible nombre de salles, qui empêche de trouver des débouchés à cette industrie naissante. La Chine ne compte guère plus de cinémas que la France et ses salles sont dans un état souvent calamiteux. « L'an dernier, un quart seulement des films produits sont sortis en salles », regrette Hao Li. L'ouverture est encore timide, mais les promesses sont immenses.

Au bar de l'hôtel Hilton de Shanghai, Laurent Dutron, représentant de MK2, l'atteste : « C'est maintenant qu'il faut être là si l'on veut être placé lorsque le marché s'ouvrira. » Cet ancien banquier d'affaires négocie depuis un an avec un groupe de BTP le lancement d'un premier multiplexe MK2 à Pékin. Il lui faut être patient, car la loi oblige les exploitants de salles à s'allier avec un partenaire local, et les empêche de détenir plus de 49 % du capital. Pourtant, il y a urgence. La vétusté des salles et l'absence de multiplexes favorisent le piratage des films, véritable industrie nationale.

Dès la tombée de la nuit, sur Nanjing Donglu, les Champs-Élysées de Shanghai, les vendeurs installent leurs échoppes. Les DVD des derniers succès américains, encore à l'affiche outre-Atlantique, s'y négocient autour de 7 yuans, moins de 1 euro. Des versions piratées dont le service après-vente est garanti : si la copie est mauvaise, on vous l'échange sur-le-champ. Officiellement, le gouvernement chinois et les studios américains luttent main dans la main contre le piratage. « Le gouvernement verse une prime de 300 000 yuans (30 000 euros) à qui dénonce les usines d'où sortent les DVD piratés », assure La Peikang, chargé des coproductions au puissant China Film Group. Mais la vente illégale de films, tout comme celle de produits de luxe contrefaits que l'on trouve partout à Shanghai, donne aux classes moyennes l'illusion d'accéder plus rapidement à un certain niveau de vie.

Quant à Warner, Disney, Sony et les autres, leur intérêt est d'inonder le marché de leurs productions hollywoodiennes, pour que les spectateurs chinois ne puissent plus s'en passer. Lorsque le marché des salles de cinéma explosera, que Chinawood se sera imposé au niveau mondial comme scène cinématographique incontournable, il sera bien temps d'adopter des mesures anti-piratage efficaces. **G.M.**

+WWW
lexpansion.com

Retrouvez sur notre site une interview de Barbara Robinson, DG de Sony Pictures Entertainment en Chine.