

« Inscrire le FIPADOC dans la chaîne de valeur du documentaire »

Entretien avec Anne Georget, présidente du FIPADOC
et Christine Camdessus, déléguée générale.

À quelques semaines de la première édition du FIPADOC, nouveau festival qui succède au FIPA, mais consacré à part entière aux documentaires, sa présidente Anne Georget et sa déléguée générale, Christine Camdessus ont accordé en avant-première un entretien à Film-documentaire.fr. La sélection du FIPADOC sera annoncée lors de la seconde semaine de janvier.

À quelques semaines de l'ouverture de la première édition du FIPADOC, comment situer l'identité du festival ? Vous positionnez-vous dans une forme de continuité du FIPA ou à l'inverse désirez-vous marquer une véritable rupture ?

Christine Camdessus : Nous ne changeons pas la jauge de ce qu'était le FIPA : le nombre de films, de spectateurs, de lieux de projection et de jours restent les mêmes. La jauge est donc similaire, mais nous ne la remplissons qu'avec du documentaire, dans l'ensemble de l'espace dont disposait le FIPA, c'est à dire deux fois, voire deux fois et demi, le nombre de documentaires des années précédentes puisque plus de la moitié de cet espace était auparavant occupé par la fiction.

C'est donc important, notamment dans une perspective d'ouverture : le FIPADOC est un festival généraliste. Nous proposons la plus grande diversité possible de documentaires, quel que soit le format ou le genre : des courts, des longs, des formats télévisuels, des séries ou mini-séries, de la réalité virtuelle et du webdoc.

La télévision reste-t-elle le marqueur principal ?

Christine Camdessus : Non, c'est désormais plus large. Le festival naît dans une époque où tout a fondamentalement changé : le critère de l'écran sur lequel le film sera vu ou le critère de sa source de financement, qui sont les deux façons de déterminer si c'est un film de télévision, de cinéma ou du web, ne doit pas en être un. À nos yeux, ces films racontent tous une histoire et passent par l'un de ces écrans et a priori si l'on se fie au mode d'exploitation du documentaire, passeront sans doute par ces trois écrans. La télévision reste un acteur majeur du financement et de la diffusion du documentaire, mais elle n'en est pas un acteur exclusif.

Anne Georget : Cette dichotomie n'existe qu'en France et en Allemagne. Dans de nombreux pays d'Europe, l'idée de savoir si un film documentaire est fait pour la télévision ou pour le cinéma est une question incongrue. Le FIPADOC célèbre le documentaire. Nous voulons porter les films qui nous ont fait vibrer, qui nous ont enthousiasmé, que nous sommes allés chercher. Le temps du festival, nous voulons emplir nos journées avec des œuvres très diverses, à l'image de l'extraordinaire palette du documentaire, en partant du principe que rien de ce qui est humain ne lui est étranger.

Christine Camdessus : Cette distinction historique existe en France d'abord parce qu'elle a des conséquences sur la chronologie des médias, ensuite parce que le fonds de soutien du CNC sépare les activités audiovisuelles du cinéma. Étonnamment cette distinction existe en Allemagne pour les mêmes raisons, le fonds national FFA finançant le cinéma et les fonds régionaux la télévision. Dans une grande majorité de pays, cette distinction n'existe pas. Surtout, elle existe de moins en moins pour le spectateur. C'est cela qui nous importe. Aujourd'hui, il est très important que le public aille voir les films en salles, mais je ne suis pas certaine que le critère de l'endroit où on a vu le film soit le plus important. Il a plutôt tendance à s'estomper. Cette hiérarchie correspond, en réalité, à l'idée que certaines formes de liberté existent dans le cinéma ou dans l'exploitation cinématographique, à l'inverse de la télévision, mais on se rend compte qu'elles peuvent exister dans des télévisions locales, parfois plus que chez un distributeur cinéma. Ces critères sont des critères de régulation, mais je crois fondamentalement qu'ils ne définissent pas la qualité des œuvres.

Cette prise de position rejoint des revendications très explicites de la part de certains documentaristes, en matière de passerelle entre télévision et cinéma au CNC par exemple. Revendiquez-vous d'être un acteur, à votre mesure, de mouvements qui agitent l'ensemble de la profession ?

Christine Camdessus : Ce n'est pas une revendication statutaire ou politique, mais il s'agit plutôt de se donner la possibilité de proposer la plus grande diversité de films, de couvrir l'ensemble du genre. Dans nos sélections, il y a des films de cinéma, fabriqués au départ par et pour le cinéma. Ces films arriveront-ils à la télévision ou sur les tablettes ? Pour la plupart d'entre eux sans doute. Nous n'avons par ailleurs aucune raison de transformer cette liberté en contrainte, dans la mesure où les partenaires historiques du FIPA, qui sont désormais les partenaires fondateurs du FIPADOC, nous ont encouragé à cette grande diversité. Ce n'est pas une prise de position politique sur le secteur, mais pour que ce festival soit à la hauteur de ses ambitions.

Anne Georget : Je suis beaucoup plus pragmatique dans cette approche. Une œuvre est une œuvre. Il y a des bons et des mauvais films sur tous les écrans. Notre souhait consiste à aller chercher les bons, d'être au plus près de l'enthousiasme que ces films génèrent en nous. Un festival doit d'abord parvenir à partager ce qui nous enrichit, nous remue, nous bouleverse lorsque nous faisons des films.

Vous êtes-vous posées la question de savoir ce que les auteurs, les réalisateurs et les producteurs attendent d'un festival ?

Christine Camdessus : Avec Anne, nous avons réfléchi à deux types de publics. Les professionnels, c'est à dire l'ensemble des partenaires de la création, au premier plan desquels se trouvent les réalisateurs - ce festival doit d'abord être un moment pour les réalisateurs, qui doit mettre en avant leur travail et leur donner l'opportunité de rencontrer leur public. Pour les professionnels, c'est d'abord un lieu de découvertes des films, un lieu de rencontres des réalisateurs et des partenaires de la création. Notre responsabilité, dans le cadre des journées professionnelles, c'est de mettre les producteurs en présence d'un certain nombre d'institutions (télévisions, fonds, sociétés d'auteurs...), afin de créer un lieu informel d'échanges pour penser et continuer à inventer ce métier, partager de nouveaux projets, assurer la promotion de ce travail fait par les producteurs. Un lieu d'échanges autour de l'objet que nous fabriquons. Pour le grand public, c'est une parenthèse enchantée pour lui faire découvrir, à travers un vocable qu'il maîtrise plus ou moins bien, des histoires vraies et toutes ces façons de les écrire. De lui raconter tous ces ailleurs et ces altérités qui peuvent nous bouleverser. C'est partager avec lui l'incroyable diversité du documentaire, tant sur la forme que sur le fond.

Anne Georget : Un festival fait partie de la chaîne de valeur d'un film, qu'elle soit monétaire ou symbolique. Il faudra que nous fassions nos preuves pour que l'aura des lauriers FIPADOC devienne quelque chose qui a du poids. C'est aussi pour cela que nous avons été exigeants dans nos sélections.

Christine Camdessus : Nos objectifs sont clairs : inscrire ce festival dans la chaîne de valeur du documentaire, se servir du festival comme un outil de promotion des films et des acteurs de la création. Le festival permet de mettre en valeur des réalisateurs, des producteurs, certains diffuseurs, certains distributeurs qui ont amené les films jusque-là. Comment fait-on de la valeur ajoutée sur l'objet film et comment s'assurer que le chemin que suit ce film lui donne une valeur ajoutée vis à vis d'un certain nombre de partenaires, le fait découvrir par des gens, lui donnent un label ? L'objectif ultime, c'est que le FIPADOC soit en capacité de changer la vie d'un film. Un jour, si le FIPADOC devient ce qu'Anne et moi rêvons qu'il devienne, le fait d'avoir un film ou un projet sélectionné dans ce festival devrait participer à la chaîne de valeur du film ou du projet.

Les pitches sont considérés par certains producteurs comme des moments inutiles et ennuyeux, une perte de temps et d'argent. Qu'en pensez-vous ?

Christine Camdessus : Les pitches sont devenus très galvaudés, notamment à cause des instructions du programme Media, désormais Europe Creative. C'est pourtant devenu l'outil le plus facile pour introduire un projet au public des professionnels, faire connaître son projet à 25 personnes qu'on n'irait peut-être pas voir dans 25 pays différents. C'est certes standardisé, mais cela a des dimensions pragmatiques

non négligeables. On ne sort pas nécessairement d'une session de pitches avec des chèques, mais cela permet d'établir le paysage de qui se crée, cela peut éviter de développer un projet que l'on constate très avancé par un concurrent d'où un gain de temps et cela donne avec le temps une visibilité forte auprès des diffuseurs. Le pitch reste donc un outil assez standardisé de mise en contact, mais autour duquel règne une véritable attente.

Certains des projets présentés proviennent de DocsBarcelona, de Medimed, de San Sebastian_ou encore du Sunny Side où nous avons invité en juin dernier le prix du meilleur pitch à venir à Biarritz en janvier. Le succès de ces sessions de pitches ne s'explique que par la simplicité du processus et un résultat assez percutant. Nous n'avons pas encore trouvé une autre façon de mettre en contact des producteurs, des réalisateurs et des diffuseurs.

Anne Georget : Cette attente forte existe notamment autour de l'ambition internationale des sessions de pitches. Nous voulons parvenir à réunir des partenaires de qualité autour de la table. Et puis le fait d'avoir un premier *feedback* dans l'énergie de ce qu'on peut proposer n'est pas négligeable non plus.

Il y a une chose nouvelle tout de même que nous allons proposer cette année, c'est l'idée de pitcher les producteurs en même temps que les projets. Certaines personnes peuvent ne pas être intéressées par le projet mais plutôt par la ligne éditoriale ou le catalogue du producteur. Les producteurs pourront ainsi se présenter dans une bande-annonce courte, à l'image de celle qu'ils doivent réaliser pour le prix de la Procirep.

Christine Camdessus : Ce qui m'a toujours frustrée dans les séances de pitches, c'est que ça aide à identifier des réalisateurs, des diffuseurs, mais rarement des producteurs. Un *trailer* sur le projet, un *trailer* sur le producteur : c'est nouveau, personne ne propose ça.

Avez-vous l'intention de proposer d'autres outils à destination des professionnels ou maintenez-vous le dispositif mis en place au FIPA les années précédentes ?

Anne Georget : Dans le cadre des journées professionnelles, nous voulons mettre un coup de projecteur sur quelque chose qui se développe beaucoup dans le monde anglo-saxon et est peu connu ici : l'idée d'« impact » et de « producteur d'impact ». Cette idée a émergé il y a une dizaine d'années dans le cadre de Doc Society en Grande-Bretagne. Ils ont constaté que les documentaires avaient une puissance d'impact pour alerter, exhorter à l'action, pour agir sur le monde sans pour autant qu'il s'agisse de films militants ou de brûlots. Selon eux, au-delà d'une réelle exigence formelle, certains films devaient être accompagnés par des actions qui influencent le financement du film et son voyage vers des publics non attendus ou même plus politiques. Les Anglo-Saxons ont lancé le processus sur les thèmes suivants : l'environnement, la justice sociale et les droits humains. Beaucoup

d'initiatives se sont montées depuis et un nouveau métier est apparu, le « producteur d'impact ». Au FIPADOC, nous voulons partager ce phénomène, s'interroger sur ses outils, sur la place de cette nouvelle fonction dans le calendrier de production.

Christine Camdessus : Il faut pouvoir donner une couleur à ce festival. Les festivals de documentaires aujourd'hui sont soit des festivals dédiés, soit des festivals très artistiques, soit des festivals de niche... Notre couleur, c'est partir du postulat très simple qu'un film est parfois plus qu'un film, surtout en documentaire, et encore plus dans le contexte d'aujourd'hui. Nous présentons donc une sélection de films « impact ». Notre souhait consiste à créer un label « impact Fipadoc », pour que ces films aient à l'avenir une vie soutenue par le FIPADOC, au-delà des cinq jours du festival.

Dans la perspective du Sunny Side 2019, l'Allemagne est le pays à l'honneur cette année. Qu'attendre de ce focus et avec quelles institutions avez-vous collaboré en Allemagne pour le mettre en place ?

Christine Camdessus : L'objectif du « Focus Allemagne » ne consiste pas seulement en une sélection de films allemands. Nous allons présenter les grands festivals allemands de documentaires, évoquer tout ce que ce pays fait dans et pour ce métier, où nous pouvons établir des ponts. Nous nous intéressons particulièrement à la coproduction franco-allemande, avec l'idée de faire intervenir des producteurs français et allemands, des chaînes comme Arte, les représentants des fonds FFA, CNC, des fonds régionaux pour qu'ils nous confient leur regard sur la coproduction franco-allemande, à la fois pour le documentaire et le cinéma, pour comprendre quelle place les producteurs peuvent trouver, comment ils peuvent travailler ensemble. Nous avons notamment travaillé avec AG DOK, le principal syndicat de producteurs allemands et la Bild-Kunst, l'équivalent de la SCAM en Allemagne. Nous voulions organiser également une conférence commune entre les deux, ainsi qu'entre la SACEM et la GEMA son équivalent allemand, mais nous les espérons finalement pour l'année prochaine. Nous envisageons aussi de mettre en parallèle l'action pour le secteur documentaire de la région Nouvelle Aquitaine et celle de la région de Hesse (Francfort, Wiesbaden) avec laquelle elle est jumelée.

Les diffuseurs vont-ils venir ? Vous connaissez l'importance de leur présence, notamment aux yeux des producteurs.

Christine Camdessus : Lors des journées professionnelles, les rencontres traditionnelles avec France Télévisions et Arte auront bien lieu. Avec le CNC et les chaînes partenaires, nous avons décidé de nous situer plutôt sur un élan prospectif. Au Sunny Side, le CNC effectue un bilan de l'année. Aussi au FIPADOC nous voulons mettre l'accent sur ce qu'il va initier : une réforme des films hybrides ? De nouveaux outils mis à la disposition des producteurs et des réalisateurs ? Nous

attendons la même chose de la part des chaînes : que cherchent-elles ? Que développent-elles ? Arte a par exemple annoncé à l'IDFA qu'elle mettrait en place le grand accord documentaire. À quoi les producteurs doivent-ils s'attendre concrètement ? Avec nos partenaires historiques, nous avons conclu un pacte : ne nous donnez pas plus d'argent, votre contribution n'est pas suffisante mais nous comprenons vos limites budgétaires. Le seul effort que nous leur demandons, c'est la présence de leurs chargés de programmes. Nous avons aussi sollicité les diffuseurs privés. Les distributeurs sont aussi les bienvenus.

Anne Georget : C'est vrai qu'il y avait ce sentiment que les choses se délitent un peu, qu'il n'y avait plus vraiment de raisons de se retrouver à Biarritz pour faire ce qu'on peut faire à Paris. Nous partons maintenant sur un nouveau projet, un nouveau paysage et ce projet a été unanimement accueilli. Une belle énergie s'est dégagée, les gens y croient.

Christine Camdessus : J'espère qu'on ne se berce pas d'illusions, mais les réactions ont été très chaleureuses et sympathiques. Nous sommes allés à la rencontre des gens, à Berlin, à Leipzig, à Karlovy Vary, à San Sebastian, à Jihlava. Depuis que le projet du FIPADOC existe, nous nous sommes organisés pour être présent physiquement sur un maximum d'endroits. Nous avons la chance que le FIPA et Biarritz soient d'ores et déjà bien identifiés à l'étranger. Notre premier critère, c'est le nombre de films inscrits : 750 inscrits, 150 cherchés. Plus de 900 films à l'arrivée, alors que nous nous attendions au départ à un nombre de films compris entre 300 et 500. On a aussi divisé par deux le prix de l'inscription. Le second critère, c'est le nombre de gens qui s'accréditent et qui paient. Les seuls qui ne veulent pas payer, et pour une première édition cela fait sens, ce sont les distributeurs et les agents de vente. Enfin, reste une inconnue : combien de gens paieront pour aller voir les films en salles ? C'est sur la base de ces trois critères que nous aurons une appréciation quantitative. L'appréciation qualitative, elle, est la plus importante : est-ce que les gens auront passé un bon moment de divertissement, de découvertes, d'émotion, de rencontres ? Est-ce qu'ils auront envie de revenir l'année suivante ? Nous sommes un lieu où les partenaires de la création peuvent se rencontrer pour travailler ensemble, mais ce n'est pas un lieu d'achat ou de vente. Évidemment, nous ne nous gênerons pas pour favoriser ce genre d'échanges, mais les gens font la distinction entre le marché du Sunny Side et le FIPADOC. Vis-à-vis de nos partenaires européens, nous voulons nous inscrire sur le circuit des festivals européens de documentaires. Nous savons que cela prendra du temps.

L'ambition internationale du FIPADOC, ancrée dans cette volonté de l'élever au niveau de l'IDFA ou de CPH Dox, implique-t-elle de nouvelles passerelles entre les films ? Quelle est votre politique en ce qui concerne l'inédit ?

Christine Camdessus : Nous n'aurons pas certains films parce que CPH exige l'exclusivité mondiale, d'autres attendent les réponses de la Berlinale, d'autres encore vont à Sundance. Nous n'avons exigé qu'une exclusivité sur le territoire français. Nous sommes dans une version zéro, nous n'allions pas demander aux

films d'être inédits dans le monde. Dans la sélection française, nous demandons à ce que les films ne soient pas diffusés mais ils peuvent avoir circulé dans d'autres festivals.

Anne Georget : Aussi parce que le FIPADOC n'existait pas au moment où le film a été projeté ici et là, lors d'un petit événement ou lors d'un festival plus prestigieux. Si nous estimons que le film ajoute une couleur nécessaire à nos yeux au sein d'une sélection, pour montrer des écritures différentes, alors on ne va pas se l'interdire.

Christine Camdessus : En tout cas, nous avons été surprises par la qualité des films que nous avons vus. Nous avons eu un problème de surabondance ces dernières semaines. Il y avait trop de films que nous voulions sélectionner. Autant en France qu'à l'étranger, autant sur le long-métrage documentaire que sur les formes numériques - sur lesquels nous avons un partenariat avec Pixii et Dok Leipzig pour relayer des choses de grande qualité qui étaient présentées là-bas -, comme sur les documentaires musicaux, une section à laquelle nous sommes très attachées et que nous devons mieux faire connaître à l'étranger. Nous voulons montrer la plus belle diversité et que l'œuvre circule. Nous sommes extrêmement impressionnées par la qualité générale des propositions.

Quels enseignements tirez-vous de cette première sélection ?

Christine Camdessus : Le premier enseignement, c'est que comme nous n'étions pas assez connus, un certain nombre de gens n'ont pas inscrit leurs films, notamment en découverte et en science, parce que ce n'était pas des programmes qui étaient historiquement destinés au FIPA. À nos yeux, nous n'avons pas assez reçu de films de science, ni de découverte, à travers l'anthropologie, la nature, les grands espaces, les grands films de sport, avec une dimension spectaculaire... À l'inverse, nous avons noté une surreprésentation des formats longs métrages car c'est pour beaucoup, le format qui circule dans ce genre de festival. Je pense aussi que même si le FIPA était historiquement un lieu de programmes audiovisuels, ceux qui inscrivent les films en festivals ont tendance à le faire plus pour le documentaire cinéma que pour un documentaire télévisuel. En d'autres termes, la stratégie festival n'est pas souvent utilisée par les distributeurs qui visent les télévisions.

Pour éviter toutes ces considérations, nous avons décidé de créer une section en ligne. Nous proposons aux accrédités d'avoir accès pendant six semaines au FIPADOC en ligne, c'est à dire à l'ensemble de la sélection sur une plateforme. C'est une nouveauté. Nous voulons aussi donner toutes les chances aux acheteurs potentiels de voir les films, notamment les films français. Nous allons ajouter à notre sélection une vingtaine de films supplémentaires « remarqués », fléchés, qui auraient pu figurer dans nos sélections. Ces films seront aussi accessibles sur place pendant le festival.

Propos recueillis par film-documentaire.fr le 12 décembre 2018 à Paris