



géographique n'existent plus. Il y a cinq ans encore, toutes les affaires se faisaient à Hollywood. On allait passer une semaine à Los Angeles, on avait trois ou quatre rendez-vous par jour. Ce n'est plus le cas. Le covid a participé à cela. Mais ce qui a fait vraiment basculer, c'est que depuis les années 50, les studios ont été vendus par leurs créateurs à des énormes sociétés qui n'avaient rien à voir avec le cinéma et ils n'ont cessé depuis de brader le crédit de glamour et de rêve. Les chiffres du box-office ne traduisent qu'une toute petite partie des bénéfices. Quand *Spiderman* sort, l'argent se fait en nombre de jouets, de gadgets, de placement de produits... Jadis, les marques avaient besoin du cinéma pour exister. Aujourd'hui, cela s'est totalement inversé, c'est le cinéma qui a besoin des marques pour exister. Quand McDonald's met 100 millions de dollars pour accompagner la sortie de *Monstres & Cie* de Pixar, on se doute qu'ils ont leur mot dire sur l'histoire, qui va réaliser et comment. Autre détail très parlant : Apple a exigé et obtenu qu'aucun personnage négatif n'utilise d'iPhone. Cela dit beaucoup de choses ! »

## 7

### Manipulation de masse

Dans les années 90, les salles de cinéma s'implantent dans des centres commerciaux pour être proches des magasins de jouets. Plus de mille produits dérivés de *Jurassic Park* sont lancés avant le film et cela génère 1,5 milliard de dollars de recettes. Le premier exemple le plus marquant est la promotion des *Dents de la mer* de Spielberg. Omniprésence avant, pendant et après la sortie du film. Autre trouvaille révolutionnaire : le support à pop-corn dans les salles, le pop-corn rapportant quatre cinquièmes de son coût. Les films servent désormais à vendre du pop-corn et des jouets. Hollywood a renoncé à s'adresser aux spectateurs pour s'adresser aux consommateurs. En 2003, 18 milliards de dollars sont investis dans la promotion de 80 films, ce qui fait une moyenne de 22 millions par film. En 1947, Hollywood investissait seulement 6 millions. Depuis 2008, les studios engagent plus d'argent pour la promotion de leurs films que pour leur fabrication. La promotion du dernier James Bond s'est chiffrée à 100 millions de dollars.

## 8

### Hollywood façonne des idoles

En 1919, United Artists fondé par D. W. Griffith, Charlie Chaplin, Mary Pickford et Douglas Fairbanks vise à permettre aux acteurs de contrôler leurs intérêts plutôt que de dépendre de studios. Mais

cela n'aura qu'un temps. Hollywood veut façonner ses idoles au point de détruire ce qu'il a créé. Exemple frappant avec Lillian Gish, star du muet mais aux ambitions qui dérangent ses grands patrons. Trop indépendante ! Pour l'éliminer, les studios imposent Greta Garbo, actrice soumise à leurs diktats. Aujourd'hui, c'est pire. Quand Disney produit *Le Seigneur des anneaux*, 70 % de la saga est réalisée sans caméra ! « Hollywood préfère des acteurs interchangeables déguisés en jouets que des personnalités. Qui sont les stars aujourd'hui ? Elles ont disparu. Brad Pitt, Leonardo DiCaprio, Tom Cruise, on a fait le tour. On a cru un temps en Jennifer Lawrence, mais où est-elle ? Simplement, elle ne fait pas vendre des jouets... » Le catalogue de Marvel studio repose sur 5.000 personnages. Le but est de s'assurer l'hégémonie avec les personnages en jouets, le film n'étant qu'un support. Entre 2008 et 2021, 28 films Marvel sortent sur les écrans et ont généré 23 milliards de bénéfices.

## 9

### L'avenir de Hollywood appartient aux femmes

Hollywood a survécu à tout : la guerre, le maccarthysme, l'apparition de la télé dans les foyers, la vidéo, et aujourd'hui les plateformes et internet. Le cinéma continue de vivre, mais autrement. Bruno Icher affirme : « Hollywood n'est plus Hollywood. Hollywood n'est plus qu'une marque qu'on se refille de grands industriels en grandes fortunes de la finance. Mais il est un fait que le cinéma s'est toujours faufilé. Parfois de façon totalement inattendue. On peut citer une baisse du prix des places lors de la Grande Dépression, la politique des doubles séances, le Nouvel Hollywood, le pop-corn dans les salles... Je ne serais pas étonné que le cinéma réussisse une nouvelle fois à se faufiler. C'est toujours la question des usages qui est au centre de tout. Et ce renouveau pourrait venir des femmes. On connaît le caractère révolutionnaire avec #MeToo. Pendant un siècle, ce furent des hommes qui regardent des femmes, et plus précisément des femmes qui souffrent. Le renouveau dans le cinéma doit être de ce côté-là car cela ne peut plus être des hommes qui regardent des femmes. Ce doit être des femmes qui regardent le monde et c'est ce qui est en train de se passer. Il y a quelque chose de l'ordre du renouveau. Ce ne serait que justice. Elles ont inventé une grande partie du cinéma américain des années 10 aux années 30. Elles ont ensuite été conviées à passer devant la caméra et nulle part ailleurs. Aujourd'hui, elles s'imposent dans l'industrie et c'est un juste retour des choses. »

MUSIQUE CLASSIQUE

# Le HOP des musiciens de l'OPRL

Chaque saison, les « Happy Hour ! » célèbrent un anniversaire. Pour la sixième édition, l'Orchestre philharmonique royal de Liège emmène les spectateurs en voyage à travers l'Europe.



Jean-Luc Votano, clarinette solo de l'orchestre et un des promoteurs du projet.  
© PHILIPPE BEHEYDT.

SERGE MARTIN

Il y a six ans, Daniel Weissmann, directeur général de l'OPRL, donnait les clés de la maison aux musiciens pour organiser leurs propres séries de concerts. Résultat : les « Happy Hour ! » de 19 h, leurs programmes variés et Musique à midi. « Le but était double », explique Jean-Luc Votano, clarinette solo de l'orchestre et un des promoteurs de ces cycles : « Créer quelque chose pour et par les musiciens et permettre un accès bon marché à la Salle philharmonique (dix et cinq euros pour les moins de 35 ans, NDLR). »

Cette année, trois nouveautés viennent renforcer l'attractivité des « Happy Hour ! » : un abonnement, un fil conducteur entre les programmes (cette saison, voyage en Europe de la France à la Tchéquie en passant par la Pologne et la Moravie, l'Autriche, la Russie) et une dégustation gastronomique du pays avant le concert. « Et cette démarche concerne toute la maison puisque l'an dernier, nous avons joué avec Daniel Weissmann à l'alto et cette année nous aurons le support de Gergely Madaras à la flûte. »

### Un projet multiple

Le projet se développe considérablement et permet de compléter l'offre de l'orchestre. A cette fin a été créée l'ASBL HOP (Happy Original Production) qui regroupe désormais tous les projets autonomes des musiciens de l'orchestre et comprend aujourd'hui trois sections : « Happy Hour ! », « PeDaHOP », qui prend en charge les projets pédagogiques, et « HOPprod » pour les projets audiovisuels.

Les voies suivies sont très variées. « On a par exemple constaté une forte

demande de présentations d'instruments et de rencontres avec les musiciens. On a donc développé un projet pédagogique qui réunit un maximum de trois à quatre musiciens qui visitent les écoles, les homes et les hôpitaux, des endroits où le public ne peut pas se déplacer pour venir au concert. Un autre avantage de ce projet est de créer une complicité entre musiciens sur la base de leur projet musical qui renforce un sentiment d'appartenance que les managers de ressources humaines appellent du « team building ». Pratiquer de la musique est toujours un travail d'équipe, mais accomplir ce travail sur ses propres projets renforce la cohésion des équipes. »

Il ajoute : « Le covid a fait exploser le besoin d'être présent sur les réseaux sociaux. Nous avons donc développé HopProductions où nous produisons de petits films qui font découvrir les recoins inconnus de la salle, de portraits des gens de la maison et pas seulement les musiciens. On a aussi beaucoup tourné de petits films durant notre tournée en Amérique du Sud. »

Jean-Luc Votano

Clarinette solo

”

Le cycle des « Happy Hour » débute ce mardi avec un « Paris, mes amours » : « Un voyage dans le genre léger à partir d'Offenbach mais aussi de Louise Farrenc et de Debussy pour arriver au fameux cabaret du « Bœuf sur le toit », l'incoronable lieu de rencontre du Tout-Paris culturel des années 20 immortalisé par Milhaud (Johann Farjot réalisera un arrangement de son œuvre pour l'occasion) et on terminera avec Charles Trenet et Joséphine Baker. »

Liège, Salle philharmonique, mardi 20 septembre à 19 h. Les autres concerts auront lieu les 18 octobre (Pologne-Moravie), 24 janvier (Russie), 21 mars (Autriche), 18 avril (Belgique) et 6 juin (Tchéquie).