

Les films face aux pluies d'étoiles et de tomates

Les sites agrégateurs de notes, d'AlloCiné à Rotten Tomatoes, pèsent sur les résultats en salle

Pendant dix jours, à 19 heures puis à 22 heures, plus d'un millier de journalistes, critiques de cinéma, vont se rendre dans la salle Debussy du Palais des festivals à Cannes pour découvrir les films de la compétition officielle. Dès leur sortie, les premières critiques seront publiées en ligne. Une première car, les années précédentes, les films étaient montrés à la presse le matin, au risque, pour les équipes des films, de monter les marches le soir avec en tête les mauvais avis ayant circulé toute la journée sur Internet. « Ce qui peut faire vraiment mal, ce sont les moyennes des notes critiques indiquées le lendemain du passage du film en compétition dans le magazine Le Film français ou le britannique Screen International, deux titres lus par les professionnels du cinéma », reconnaît Jean Labadie dont la société de distribution Le Pacte présentera quatre films cette année sur la Croisette.

Vient ensuite la visite du site américain Rotten Tomatoes (« tomates pourries »), puis, lors de la sortie des films, du français AlloCiné. Consultés chaque mois par plus de quinze millions d'internautes, ces deux sites proposent, en plus d'une synthèse des critiques, une moyenne des notes attribuées par les spectateurs. Les notes d'AlloCiné varient entre un et cinq et sont calculées à partir d'un panel de cinquante-cinq titres de presse français – « un panel fixe pour être objectif », précise Arnaud Métral, responsable de la plate-forme chez Webedia, propriétaire du site. Le Tomatomètre, quant à lui, oscille de la tomate pourrie (une éclaboussure verte) à la tomate rouge label « fraîcheur certifiée », à condition que le film dépasse les 75 % d'avis positifs sur une base de trois mille critiques.

« Tous les réalisateurs prient pour que leur score se maintienne sur une tomate rouge et mûre à point. Le vert, c'est la mort », affirme la réalisatrice et productrice

Miranda Bailey, qui garde le souvenir amer du « splash » verdâtre obtenu en 2010 par *Super*, le film de super-héros-sans-pouvoir de son poulain James Gunn. « 70 % des Top Critics sont des hommes sur Rotten Tomatoes, poursuit-elle. Ça ne reflète pas la réalité ! » Portée par l'offensive féminine qui a suivi l'affaire Weinstein, Bailey lancera à l'automne *Cherry Picks Reviews*, un agrégateur de notes données exclusivement par des femmes, qui évaluera les films avec... des cerises.

Tomates, cerises ou notes

Tomates, cerises ou notes. Ce principe de la moyenne ou du pourcentage a été plusieurs fois remis en cause en 2017. A ce titre, il n'est pas impossible que Martin Scorsese réitère son attaque du 10 octobre 2017 publiée dans les pages du *Hollywood Reporter* lorsqu'il recevra le Carrosse d'or décerné par la Société française des réalisateurs de films (SRF) lors de cette 71^e édition du Festival de Cannes. « Ils évaluent un film comme on note les chevaux dans un hippodrome », écrivait-il pour dénoncer le lancer de tomate pourrie sur *Mother!*, le film de Darren Aronofsky. Cette attaque faisait suite au désenchantement du réalisateur Brett Ratner, qui qualifiait Rotten Tomatoes comme « la pire chose qui peut arriver à la culture cinématographique » après la tomate verte écrasée sur le masque de *Batman v Superman : L'Aube de la justice* dont il était producteur.

Si les deux réalisateurs semblent avant tout regretter la défaite de la critique face à la note – utilisée pour la première fois par les critiques de *The Daily News* en 1928 –, la question principale semble davantage liée aux résultats commerciaux des films. Les tomates vertes de *Mother!* sont ainsi tombées dans un four. « Les scores négatifs ont un impact plus significatif. Les gens en parlent plus, analyse Ben Carlson, cofon-

déateur de la société américaine Fizziology, qui a produit plusieurs études sur Rotten Tomatoes pour le compte des studios américains. Si vous avez un score inférieur à 30 %, cela a 300 % plus d'impact sur le volume des conversations que les scores supérieurs à 70 %. Un impact d'autant plus fort sur le box-office que ces sites proposent des billets en ligne. »

Il n'est donc pas rare de voir les majors mais aussi certains distributeurs français mettre un embargo sur les films avant leur sor-

tie pour éviter un bouche-à-oreille calamiteux. « Pensez à ne pas donner aux critiques l'occasion de vous gifler », lit-on dans une lettre interne de la Fox, rapportée par *Vanity Fair*. Une méfiance que Senh Duong, le cofondateur et ancien dirigeant de Rotten Tomatoes, n'avait pourtant pas rencontrée à ses débuts en 1998 : « Notre site a attiré l'attention des moteurs de recherche Yahoo! et Netscape et du quotidien USA Today mais nous n'avions pas de relation avec les studios, se souvient-il. Je crois qu'ils ne savaient pas quoi faire de nous à l'époque. » Ce n'est plus le cas. Fandango, une division de NBCUniversal détient 75 % des parts de Rotten Tomatoes. Le solde est aux mains de Warner Bros.

Si les majors assurent ne pas faire pression sur les agrégateurs de notes, des distributeurs ont néanmoins été accusés de créer de faux comptes spectateurs visant à améliorer le score des notes du public. « C'est à la marge, tempère Guillaume Boutin, cofondateur du site SensCritique, qui fait

la moyenne des notes de ses adhérents. Aujourd'hui ils savent qu'ils vont se faire griller par nos membres ! »

De son côté, AlloCiné a embauché quatre personnes à temps plein en qualité de modérateurs. « En moyenne, 5 % des spectateurs sont modérés », indique Arnaud Métral. Si C'est tout pour moi, de Nawell Madani (dont le score

spectateurs de 4,4 sur 5 a fait polémique), a cumulé de bonnes notes, c'est parce que son distributeur a organisé quatre-vingt avant-premières lors desquelles les gens l'ont noté positivement. Nous ne sommes pas responsables de la manière dont les distributeurs décident de sortir un film. »

Bouche-à-oreille

Désormais les distributeurs savent qu'il faut chouchouter les membres les plus actifs des agrégateurs de notes. « Quand on sent que nos adhérents sont susceptibles d'aimer un film, on fait un partenariat avec son distributeur. Sinon on le lui déconseille », confie Guillaume Boutin, de SensCritique qui cumule 75 millions de notes depuis sa création, il y a huit ans. Un record en France. Le distributeur organise alors des projections pour ses membres les plus actifs tirés au sort. L'opération participera au bouche-à-oreille positif du film. On appelle ça les *Ciné Expériences*. » Ainsi en 2016, se sont déplacés pour les heureux élus l'acteur Swann Arlaud pour *Baden Baden* de Rachel Lang ou encore Vincent Macaigne et le réalisateur Antonin Peretjatko pour *La Loi de la jungle*.

Processus similaire avec le club des 300 d'AlloCiné. « A l'issue de chaque projection, les membres sont invités à donner leur appréciation sur le film. Si le film a plus de 60 % d'« Excellent » et « Bien », dont 20 % d'« Excellent », il reçoit le label club 300. Récemment ce fut le cas de *3 Billboards, les panneaux de la vengeance* de Martin McDonagh », dit Arnaud Métral.

Quelques jours avant la cérémonie d'ouverture, certains films en compétition font déjà l'objet de spéculations sur les agrégateurs. *Under the Silver Lake*, de David Robert Mitchell, bénéficiait ainsi le 1^{er} mai de 97 % de « Want to See » sur Rotten Tomatoes et de 1900 « envies » sur SensCritique. L'appétence a aussi son baromètre. ■

MAROUSSIA DUBREUIL

« Ils évaluent
un film comme
on note
les chevaux dans
un hippodrome »

MARTIN SCORSESE
réalisateur