

L'âge d'or du cinéma flamand

De « Girl » à « Beautiful Boy », premier film US de Felix Van Groeningen, le cinéma flamand rayonne à l'international. Le fruit d'une stratégie mise en place au début des années 2000.

En début de semaine, *Girl* était au centre d'une polémique. Netflix, son distributeur aux États-Unis, a demandé à son réalisateur Lukas Dhont de couper une scène du film. Suscitant une certaine indignation en Belgique, l'affaire montre aussi (surtout ?) que Netflix croit plus que jamais aux chances du film belge de décrocher un Oscar. Un trophée qui serait une consécration pour le leader mondial de la VOD, mais plus encore pour le secteur audiovisuel flamand qui, depuis quinze ans, s'est réorganisé pour soutenir au mieux ses talents et les propulser sur la scène internationale.

« Tout a changé à partir de 2002-2003 », nous explique Christian De Schutter, directeur de Flanders Image, agence d'exportation audiovisuelle pour la Flandre. À cette époque, le Fonds Audiovisuel Flamand (Vlaams audiovisueel fonds - VAF) devient indépendant et ne fait plus partie du ministère de la Culture. « Une demande du secteur audiovisuel. Et là, beaucoup de choses ont changé. On a pris des initiatives nouvelles en termes de soutien, de formation et de suivi des talents. »

L'époque est charnière pour le cinéma flamand. Une nouvelle génération de metteurs en scène se démarque totalement de leurs aînés. Tom Barman (également leader du groupe rock dEUS) et Felix Van Groeningen sont les premiers à dégainer dans une veine « plus urbaine et moderne », dixit Barman qui se souvient avoir « fait Any Way The Wind Blows en réaction à un côté artificiel que je retrouvais dans les films flamands de l'époque. De manière générale, cela manquait de films urbains en prise avec notre vécu ».

Lobbying

« Tout à coup, les gens étaient plus ouverts pour ce genre de films. Mais je ne sais pas trop comment les choses se sont faites, en réalité », dit aujourd'hui Felix Van Groeningen qui sortait son premier long-métrage *Steve + Sky* en 2004. Le style du nouveau cinéma flamand ? « Un mélange de Nouvelle Vague et de Nouvel Hollywood », selon Tom Barman qui développe son idée : « Une écriture européenne et une image américaine avec des couleurs et une sorte d'ambition et d'exubérance

américaine ». Restait à soutenir cette nouvelle génération.

À l'outil de développement et de financement s'ajoute un outil de promotion. En 2003, Flanders Image (créé en 1990) rejoint la structure de la VAF. Son but : promouvoir les talents et créations audiovisuelles flamands à l'étranger. Concrètement, il s'agit de faire connaître les cinéastes locaux dans le monde, placer leurs films dans les plus grands festivals internationaux. Et comment promeut-on un film belge, flamand, à l'étranger ? En un mot : lobbying.

« L'idée, c'est de faire passer l'information, explique Christian De Schutter. Nous sommes en contact permanent avec les directeurs artistiques des festivals et les agents de vente (les grossistes du cinéma - NDLR), on leur envoie des courriels promotionnels, on les voit aux festivals, à Berlin ou à Cannes où on partage notre espace avec nos alter ego francophones de Wallonie-Bruxelles Image. Après quoi, on essaie de garder le contact toute l'année en leur envoyant des liens, en les invitant à Bruxelles pour venir découvrir de nouveaux films, de nouveaux projets. On le fait de temps en temps avec Wallonie-Bruxelles Image. Et ça a marché plutôt bien... Jusqu'à un certain point. »

L'industrie du cinéma évolue

Ça marche plutôt bien car c'est ainsi que Felix Van Groeningen ou Michael R. Roskam ont vu leurs films sélectionnés dans les principaux festivals internationaux (Berlin, Cannes ou Venise), ce premier Graal, puis concourir pour l'Oscar du meilleur film étranger, ce rêve un peu fou. Le succès en festivals de *The Broken Circle Breakdown* (Van Groeningen) et *Runskop* (Roskam) leur ont ouvert les portes des États-Unis où ils travaillent désormais - le premier film américain de Felix Van Groeningen, *Beautiful Boy*, sortira mercredi sur nos écrans. Mais derrière ces résultats inespérés, il y a le travail de « mise en lien » de la part de Flanders Image. C'est ainsi par l'intermédiaire de Christian De Schutter que Felix Van Groeningen a rencontré son agent américain, dès 2009 et *La Mer*

ditude des Choses. « Je les ai présentés, oui, dit-il humblement. Mon travail est de faire du networking. »

Mais, il y a trois ans, Christian De Schutter comprend que l'industrie du cinéma évolue drastiquement. D'abord, la VOD (Vidéo à la demande) change la manière de voir un film et de nouveaux acteurs entrent en jeu ; ensuite le public des films d'auteur vieillit tandis que les plus jeunes se ruent les yeux fermés sur les *blockbusters*, oubliant tout le reste ; enfin, l'accès aux festivals internationaux se bouche en même temps que la concurrence grandit.

« Près de douze mille films sont produits en Europe chaque année, continue Christian De Schutter. À Cannes, ils doivent recevoir près de deux mille films. Fatalement, si tu envoies ton petit DVD sans personne pour rien dire, à part un miracle, il ne va rien se passer. Nous, petite région d'Europe, nous avons besoin d'un emballage avec des ambassadeurs qui amènent le film sur la table de Thierry Frémaux (délégué général du Festival de Cannes - NDLR). Le contact humain est important. Le côté événementiel prend de

plus en plus de place. Il fallait renouveler nos activités pour créer du relationnel direct. » Et trouver un moyen d'exister face aux créations américaines, françaises, espagnoles, japonaises, brésiliennes, etc, etc.

Flanders Image imagine donc Connex, en marge du festival de Gand, un événement où elle invite les professionnels de l'industrie du cinéma (directeurs artistiques de festivals, agents de vente, distributeurs...) afin de les mettre en contact avec les producteurs et réalisateurs locaux et d'attirer leur intérêt sur les films à sortir ou les projets en cours... Et ce parfois au stade d'embryon. Il peut s'agir d'un simple « pitch » (l'intrigue) ou de cinq minutes d'images déjà tournées. Un prix est même décerné dans la catégorie « work-in-progress », soit pour le projet le plus intrigant. C'est à Connex que la belle histoire de *Girl* a commencé il y a tout juste un an (voir ci-dessous). Huit mois plus tard, il remportait la Caméra d'or à Cannes. Et demain, qui sait ?, peut-être reviendra-t-il avec l'Oscar du Meilleur film étranger. ■

DIDIER ZACHARIE