



HAL
open science

Les Majors américaines et les ré-adaptations

Nathalie Dupont

► **To cite this version:**

Nathalie Dupont. Les Majors américaines et les ré-adaptations. Hudelet, Ariane; Wells-Lassagne, Shannon. De la page blanche aux salles obscures: adaptation et ré-adaptation dans le monde anglophone, Presses universitaires de Rennes, 2011, Le Spectaculaire. Série Cinéma, 978-2-7535-6172-4. hal-04659744

HAL Id: hal-04659744

<https://hal.science/hal-04659744v1>

Submitted on 23 Jul 2024

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Les *Majors* américaines et les réadaptations

Nathalie Dupont, ULCO

Les studios hollywoodiens ont toujours été intéressés par le processus d'adaptation de certaines œuvres littéraires, notamment l'adaptation d'œuvres classiques ou plus populaires issues de différentes littératures occidentales. L'histoire du cinéma américain a donc été riche en adaptations puis en réadaptations, de nombreux producteurs ou réalisateurs voulant revisiter le travail de leurs prédécesseurs, quand ce ne fut pas leur propre travail (on peut ainsi penser à Cecil B. DeMille réadaptant *Les Dix Commandements* avec son et en couleur en 1956, film qu'il avait déjà tourné en 1923 en muet et en noir et blanc).

Par rapport à un film au scénario inventé de toutes pièces, le processus d'adaptation cinématographique est une sorte de filtre visuel posé sur le texte écrit originel. Le processus de réadaptation y superpose un autre filtre visuel que l'on compare parfois au premier, tout en posant la question de la fidélité des deux versions à l'œuvre originelle. Néanmoins, ce questionnement artistique n'est pas celui des studios américains. Essentiellement fondé par des entrepreneurs qui cherchaient avant tout le profit, Hollywood est très rapidement devenue une industrie du divertissement dont les produits étaient destinés à plaire au plus grand nombre.

Les studios hollywoodiens modernes perpétuent cette vision du cinéma comme industrie du divertissement ; dans ce contexte, le fait qu'une vraie touche artistique s'ajoute au résultat final est certes un atout indéniable et exploitable, mais n'est pas le but initialement recherché. Les studios demandent donc aux réadaptations

cinématographiques d'être avant tout de simples 'produits' devant plaire au plus grand nombre dans le cadre d'une industrie obnubilée par ses parts de marché. C'est principalement sous cet angle que l'article va aborder la question de la réadaptation, en montrant d'abord que le contexte financier de ces trente dernières années n'a fait qu'amplifier le phénomène des réadaptations cinématographiques, tandis que l'évolution de certaines données poussait les studios, aussi appelés *Majors*, à s'intéresser à une catégorie précise de réadaptations. L'article montrera ensuite que les modifications en cours dans le monde du cinéma pourraient néanmoins diminuer cet intérêt au profit d'un autre type de réadaptations, ce qui ne ferait que traduire un manque d'originalité croissant à Hollywood.

1. Les réadaptations : un « produit » susceptible d'intéresser les actionnaires des studios modernes

Dans les années soixante, la plupart des studios hollywoodiens étaient dans une situation financière difficile ; en effet, la baisse du nombre de spectateurs, entamée depuis le milieu des années 1940, s'était poursuivie dans les années cinquante, notamment en raison de l'arrivée massive de la télévision dans les foyers ; les spectateurs qui avaient déserté les cinémas n'y revinrent pas dans les années soixante, faisant passer la fréquentation des salles de cinéma de 30 millions de spectateurs par semaine à 18 millions en 1969¹. Les *Majors* connurent alors de graves difficultés

¹ F. Bordat et M. Etcheverry, *Cent Ans d'aller au cinéma*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, 1995, p. 203.

financières et se trouvèrent à la merci de rachats par de grandes compagnies dans les vingt années qui suivirent. Sans vouloir dresser une liste exhaustive, citons par exemple le rachat de *Paramount* en 1966 par *Gulf+Western*, société qui avait commencé dans les pièces détachées pour l'automobile ; d'autres compagnies liées aux loisirs furent ensuite adjointes au studio avec l'achat d'une société de production télévisuelle, du magazine *Esquire*, des éditions *Simon & Schuster Publishing* et *Monarch Books*, du Madison Square Garden, d'une équipe de baseball et d'une autre de hockey, et même d'un champ de courses, transformant ainsi *Gulf+Western* en un conglomérat de l'*entertainment*. On peut aussi mentionner La *Columbia Pictures* qui fut rachetée en 1982 par la compagnie *Coca-Cola* avant de passer sous le contrôle de *Sony Corporation* en 1987.

Ainsi, après tous ces changements, Hollywood aborda les années 1980 dans une situation très différente de celle de ses débuts ; les studios, hormis ceux appartenant à la compagnie *Disney*, étaient intégrés au sein de groupes industriels qui n'avaient pas la production de films comme activité principale.

Les trente dernières années ont donc vu les *Majors* américaines dirigées comme toutes les entreprises par des conseils d'administration. Or, ces derniers doivent rendre des comptes à leurs actionnaires qui exigent des profits, ce qui complique beaucoup la tâche des directeurs de studios. Ces derniers savent bien que de nombreuses productions seront déficitaires et que seul l'énorme succès de certaines d'entre-elles, les célèbres *blockbusters*, permet de compenser le déficit créé par les autres. Tous les patrons de studio ont aussi en mémoire le désastre de *Heaven's Gate* (Michael Cimino, 1980) qui provoqua la faillite d'*United Artists*, studio alors favori des réalisateurs, ou encore les mésaventures de *Carolco*, mini-studio qui finit par avoir des ambitions bien plus

grandes que ses moyens et que l'insuccès total de *Cutthroat Island* (Renny Harlin, 1995²) mit dans une telle situation qu'il déposa son bilan à la fin de 1995. Voilà pourquoi un bilan annuel dépourvu de succès avec par conséquent une baisse des parts de marché pour le studio concerné mécontentera les actionnaires, voire les inquiétera.

C'est donc pour éviter de se trouver dans cette situation délicate que depuis une trentaine d'années, les responsables de studios ont toujours cherché à prendre le moins de risques possible lors de la mise en chantier de nouveaux projets tout en cherchant les succès potentiels. Ils se sont alors tournés vers les adaptations de livres à succès, les *remakes* de films étrangers, eux aussi à succès, ou les *sequels* ; les réadaptations d'œuvres littéraires ont aussi fait leur entrée dans ce schéma de pensée dicté par la course aux profits. Mais de nos jours, face à l'importante augmentation des coûts de production, les studios adoptent pour les réadaptations la même attitude que pour d'autres productions, c'est-à-dire qu'ils vont jusqu'à partager les risques financiers en pré-vendant les droits des films à l'étranger, en s'associant à un autre studio³, ou encore, en se contentant de distribuer certains films sans les produire (puisque les studios sont toujours les principaux distributeurs aux Etats-Unis), comme ce fut le cas pour *Bridget Jones's Diary*, distribué aux Etats-Unis par *Miramax*, propriété des studios *Disney*.

² Le coût de production du film fut de 98 millions de dollars et il en rapporta à peine 10 lors de sa sortie aux Etats-Unis, les gains sur le marché étranger étant à peine plus élevés. P. Hoffman, « *Carolco : the Terminated* », *Screen International*, n° 1488, 11 février 2005, p. 20.

³ C'est ainsi que *20th Century Fox* et *Paramount* se sont associés pour la production d'environ 200 millions de dollars et la distribution de *Titanic* (James Cameron, 1997), *Fox Universal* et *Miramax* pour *Master & Commander : the Far Side of the World* (Peter Weir, 2003) ou encore *Sony/Columbia* et *Universal* pour *Erin Brockovich* (Steven Soderbergh, 2000) au titre et au sujet alors jugés peu vendeurs.

Qu'ils soient producteurs et/ou distributeurs, les studios ne négligent donc pas les réadaptations d'œuvres déjà transposées au cinéma, si possible avec succès, car cela offre à leurs yeux certains avantages :

- Les résultats positifs des adaptations précédentes sont des arguments de poids auprès des producteurs indépendants ou ceux des studios et autres financiers du projet pour produire et/ou ensuite distribuer la réadaptation car ils peuvent voir en quelque sorte ce qu'ils achètent et ainsi évaluer sur pièce le potentiel du projet.
- Les coûts de production peuvent être un peu mieux maîtrisés car les adaptations précédentes donnent une idée de ce qu'il faut faire ou ne pas faire, permettant alors d'éviter quelques surprises coûteuses.
- Cela signifie également que le développement des projets de réadaptation se fera beaucoup plus vite que pour des projets originaux ; les réalisateurs et interprètes pressentis recevront le livre ET le film, leur permettant ainsi de se faire immédiatement une idée du projet. Le film sortira assez vite sur les écrans et, en cas de succès, représentera un retour sur investissement plus rapide qu'un projet original (pour lequel il faut environ trois ans entre l'idée et la sortie sur les écrans)
- Les producteurs classent souvent les réadaptations dans la catégorie des *remakes* et *sequels* qui se sont avérés financièrement intéressants lors de ces dix dernières années avec un *box office* passant pour cette catégorie de 718 millions de dollars dans les années quatre-vingt-dix à déjà 1,9 milliard de dollars de 2000 à 2005⁴.
- Les réadaptations permettent aussi de ne pas dépenser autant en publicité que lors du lancement d'un film au scénario totalement original. En effet, dans le contexte de forte concurrence entre tous les films et de course aux parts de marché, les coûts de publicité

⁴ Source : « *Movie sequels : a Screen Digest Cinema Intelligence Briefing Report* », http://www.the-infoshop.com/study/scr26398_movie_sequels.html (consulté en avril 2007).

des films sont devenus très importants ; ils n'ont certes pas connu une hausse comparable à celle de coûts de production, mais peuvent maintenant parfois égaler la moitié du budget de production d'un film comme le montre le graphique suivant :



Source des données : <http://www.mpaa.com> (consulté en mai 2010)⁵

Or les réadaptations d'œuvres à succès (aux Etats-Unis comme à travers le monde) sont intéressantes pour les studios car elles bénéficient déjà d'une réelle familiarité auprès d'une partie du public à travers la lecture des œuvres reprises et/ou le visionnage des adaptations précédentes ; cette familiarité préexistante représente une forme de sécurité pour les studios qui peuvent alors se permettre de réduire les dépenses de publicité ordinairement destinées à familiariser le public avec le sujet d'un film et à créer un bouche-à-oreille favorable. Dans le cadre de la réadaptation d'une œuvre ayant déjà été transposée avec succès, ce bouche-à-oreille opportun n'est pas à créer de toutes pièces, les publicitaires pouvant en fait utiliser celui de l'ancienne adaptation ; il leur faudra

⁵ Lors de la rédaction de cet article, le site de la MPAA n'avait pas publié de données à ce sujet pour les années 2008 et 2009.

simplement y ajouter ce qui constitue l'originalité de la nouvelle version (les acteurs, les décors, la période ou encore les trucages) afin de donner envie au public d'aller la voir.

Il faut cependant ajouter que cette familiarité avec la première adaptation est surtout présente dans l'esprit d'un public d'un certain âge (surtout si l'adaptation initiale remonte à plusieurs décennies), public qui ne représente pas la majeure partie de ceux allant aujourd'hui au cinéma et faisant le succès ou l'échec d'un film ; les réadaptations actuelles doivent donc tenir compte de cette donnée.

2. Les réadaptations s'adaptent au public d'aujourd'hui

La baisse précédemment mentionnée de la fréquentation des salles de cinéma s'est également accompagnée d'une modification de leur public habituel ; tandis que les adultes préféraient le confort de leur salon équipé de télévision, les jeunes devenaient une partie importante des spectateurs de cinéma. Leur importance fut notamment révélée par *Blackboard Jungle* (Richard Brooks, 1955) dont ils assurèrent le succès. Les années soixante amplifièrent le phénomène qui fut ensuite confirmé dans les années soixante-dix par le succès de *Star Wars* (George Lucas, 1977) que de très nombreux jeunes allèrent voir à plusieurs reprises (fait nouveau à l'époque). Les rapports publiés annuellement par la *MPAA (Motion Picture American Association)* ces trente dernières années ont ainsi montré de façon continue la place prépondérante occupée par ces jeunes dans l'échelle d'âge des spectateurs de cinéma (par exemple en 2009 ces jeunes âgés de 12 à 24 ans, soit 19 % de la population américaine, représentaient 34 % des

entrées dans les salles de cinéma) et ce public est d'autant plus intéressant qu'il va souvent voir des films⁶.

Voilà pourquoi depuis une trentaine d'année, toujours dans un souci de rentabilité, les directeurs de studios ont cherché à produire des films susceptibles de plaire en particulier à ce public-cible, au point de donner naissance à ce slogan souvent entendu ou lu « *sans public adolescent, pas de blockbuster possible* ».

Dans le cas des réadaptations, cela a eu plusieurs conséquences :

- le jeune public américain préférant généralement une intrigue se passant à une époque proche de la leur, les réadaptations d'œuvres ont été dans la mesure du possible maintenues au XX^{ème} siècle, ce qui arrange de toute façon les studios car toute production se déroulant dans un passé assez lointain engendre des coûts de production supérieurs à ceux d'une production plus contemporaine. C'est ainsi qu'*Emma*, un des romans de Jane Austen, a été adapté en 1995 à l'époque actuelle, sur la côte ouest américaine (Beverly Hills) sous le titre de *Clueless* (Amy Heckerling, 1995) ; le film remporta un certain succès⁷, notamment auprès du jeune public qui trouva dans les problèmes des personnages un écho à sa propre vie, sans pour autant être toujours conscient de l'ancienneté du sujet originel ; ce dernier réapparaîtra ensuite d'une façon plus classique en 1996 dans *Emma* (Douglas McGrath) sous les traits de Gwyneth Paltrow.

Cette actrice a également joué dans *Great Expectations*, autre réadaptation d'un grand classique de la littérature anglaise, notamment filmé en 1946 en noir et blanc sous la

⁶ En 2009 étaient classés « *frequent moviegoers* » 41% des 12-24 ans, 9% des 25-39 ans, 9 % des 40-49 ans, 6 % des 50-59 ans et 6 % des 60 ans et plus. Source : <http://www.mpaa.com> (consulté en mai 2010)

⁷ Pour un budget de 20 millions de dollars, il rapporta 56,6 millions de dollars aux Etats-Unis. Source : <http://www.imdb.com> et <http://www.boxofficemojo.com> (consultés en février 2008).

direction de David Lean. Le film de 1998 dirigé par Alfonso Cuarón s'adresse à un public plus jeune et américain, d'abord à travers le choix des jeunes acteurs principaux, Gwyneth Paltrow et Ethan Hawke, qui sont alors populaires. Cette réadaptation de *Great Expectations* se veut ensuite moderne et américaine par le choix des lieux : l'histoire ne se déroule plus dans un village anglais puis à Londres, mais sur les côtes de Floride puis à New York où Pip, devenu Finn, essaie de devenir un peintre reconnu.

Modernité et américanité ont aussi été utilisées pour l'une des réadaptations cinématographiques de la pièce de Shakespeare *Romeo & Juliet*. Maintes fois adaptée au cinéma de façon très classique, la pièce avait aussi connu une version plus moderne et américaine sous forme de drame musical avec *West Side Story* (Jerome Robbins, Robert Wise, 1961). Elle fut à nouveau adaptée sous le titre *Romeo + Juliet* par Baz Luhrmann en 1996, certes en gardant les répliques de la pièce, mais dans un contexte lui aussi très contemporain (où Vérone a plutôt des allures de Los Angeles) et visuellement moderne de guerre des gangs, avec Claire Danes et Leonardo DiCaprio dans les rôles titres.

Choix des acteurs, modernité temporelle et visuelle, familiarité des lieux sont donc des atouts intéressants pour les nouvelles réadaptations ciblant un jeune public. Cela s'est également vu pour un autre classique de Jane Austen, *Pride & Prejudice*, qui fit un détour par notre époque avec *Bridget Jones's Diary*. Le film fut un succès⁸ et permit d'attirer un public plus large, et notamment plus jeune, que celui qui avait regardé l'adaptation plus classique de la BBC ou qui était allé voir *Sense & Sensibility* (Ang Lee, 1995).

⁸ Le film rapporta 71,5 millions de dollars aux U.S.A.

- afin d'attirer le public jeune qui fera ou non le succès d'un film, les studios producteurs et/ou distributeurs souhaitent également, dans la mesure du possible, employer des acteurs et des actrices qui sont à peu près du même âge ou d'un âge assez proche de celui du public ciblé.

Ainsi Claire Danes et Leonardo DiCaprio avaient respectivement 17 ans et 22 ans lors de la sortie de *Romeo+Juliet* ; la réadaptation de *Vanity Fair* employait Reese Witherspoon qui avait connu un gros succès auprès du jeune public avec *Legally Blonde* (Robert Luketic, 2001) tourné quand elle avait 25 ans. La réadaptation de *Pride & Prejudice* (Joe Wright, 2005) en est un autre exemple : les deux acteurs principaux étaient plus proches par leur âge des personnages du roman et de ce public ciblé par les studios que ne l'avaient été les acteurs de la version de la BBC en 1995. Si ces derniers avaient été choisis pour figurer en 1995 dans une version pour le cinéma et non pour la télévision, il est fort probable que cela aurait attiré un public plus âgé et moins large que celui qui alla voir la réadaptation de Joe Wright avec Keira Knightley alors âgée de 20 ans. À cela il faut ajouter que la présence de cette actrice dans le principal rôle féminin et donc sur l'affiche du film a aussi attiré le jeune public masculin (totalisant 25 millions de spectateurs américains pour les 12-24 ans en 2005) qui l'avait appréciée dans *Bend It Like Beckham* (Gurinder Chadha, 2002) et surtout dans *Pirates of the Caribbean : the Curse of the Black Pearl* (Gore Verbinski, 2003) très populaire auprès de ces jeunes.

De façon plus générale, les studios préfèrent aussi que les acteurs et actrices figurant dans ces réadaptations soient populaires auprès de la tranche des 12-24 ans, spectateurs les plus assidus au cinéma. C'est pourquoi, même dans le choix d'acteurs un

peu plus âgés que ceux mentionnés précédemment, les producteurs donnent généralement la préférence à ceux qui attirent ce jeune public. C'est ainsi que le choix de Johnny Depp, alors âgé de 41 ans, pour *Finding Neverland* (Marc Forster, 2004) fut judicieux pour attirer certains jeunes spectateurs pouvant de prime abord ne pas être intéressés par cette réadaptation un peu détournée du roman de J.M. Barrie, déjà adapté à l'écran par Disney en 1953, puis en 2003 sous le titre *Peter Pan* par P.J. Hogan. A ce sujet, il faut signaler l'autre version réalisée par Steven Spielberg en 1991 sous le titre *Hook*. Cette réadaptation commence elle aussi de façon contemporaine avec, dans le rôle de Peter Pan devenu un père surchargé de travail, Robin Williams, acteur alors âgé de 40 ans et très populaire auprès du jeune public, notamment après le succès de *Dead Poet Society* (Peter Weir, 1989)

Les studios sont d'ailleurs favorables aux réadaptations pour lesquelles l'acteur ou l'actrice choisi(e) est non seulement populaire auprès des jeunes, mais aussi auprès d'un public potentiel plus large ; ce fut par exemple le cas avec Julia Roberts pour *Mona Lisa Smile* (Mike Newell, 2003), réadaptation aménagée de *The Prime of Miss Jean Brodie*, roman de Muriel Spark qui avait déjà connu une adaptation en 1969 (Ronald Neame) avec Maggie Smith dans le rôle principal (ce qui valut à cette dernière l'Oscar de la meilleure actrice).

- Enfin, la recherche d'un aspect visuel moderne susceptible d'attirer un public jeune a aussi mis à l'ordre du jour certaines réadaptations. En effet, les jeunes spectateurs sont friands de décors ou d'histoires fantastiques qu'ils côtoient sans cesse dans les jeux vidéo dont ils sont avides ; ils ne sont d'ailleurs pas les seuls puisque ceux qui ont

connu les débuts des jeux vidéo dans les années quatre-vingt continuent pour un grand nombre à être attirés par ces univers. Les producteurs de cinéma y ont alors vu un filon exploitable, ce qui explique la vogue de réadaptation de récits merveilleux ou de science-fiction tels *Planet of the Apes* ou encore *The Lord of the Rings*⁹. Cependant, toute réadaptation d'un roman ayant demandé une grande « imagination visuelle » à ses lecteurs nécessite l'emploi d'images de synthèse de qualité irréprochable, car le public visé ne se déplacera pas si le bouche-à-oreille est mauvais au sujet des trucages. Voilà pourquoi il a fallu attendre un certain temps avant de voir apparaître une réadaptation de *The Lord of the Rings* de Tolkien. En fait, cette réadaptation cinématographique ne put être envisagée qu'à partir du moment où le savoir-faire technique développé pour *Terminator 2 : Judgment Day* (James Cameron, 1991) et *Jurassic Park* (Steven Spielberg, 1993) montra qu'il était maintenant possible d'aller au-delà de ce qu'avait fait la première adaptation en 1978 de Ralph Bakshi, lorsque le dessin animé était probablement la seule façon de rendre crédible l'immense richesse visuelle et fantasmagorique de l'univers de J.R.R. Tolkien. Il faut cependant ajouter que tous les gros studios hollywoodiens refusèrent de prendre le risque de financer la réadaptation, car cela semblait un pari dangereux mené par un réalisateur – Peter Jackson – n'ayant pas encore fait vraiment ses preuves au *box office* ; c'est donc *New Line*, un studio de moindre importance (même s'il est la propriété de *Time Warner*), qui prit le risque d'un tel projet¹⁰, aidant Peter Jackson à réussir son pari technologique de mélange d'images réelles et de synthèse pour créer un monde fantasmagorique parfaitement réaliste aux yeux des spectateurs contemporains.

⁹ Les adaptations des *Harry Potter* ou des *Chronicles of Narnia* s'inscrivent dans le cadre de ce phénomène.

¹⁰ Le studio et ses autres partenaires financiers furent récompensés, chaque opus de la trilogie rapportant de 800 millions à 1 milliard de dollars au *box office* mondial.

Les studios sont aussi intéressés par les réadaptations car les résultats financiers sont généralement satisfaisants ; en voici quelques exemples : *Mary Shelley's Frankenstein* (Kenneth Branagh, 1994), produit entre autres par *American Zoetrope* et *TriStar Pictures* pour un budget de 45 millions de dollars, rapporta 22 millions de dollars aux Etats-Unis et 90 millions à l'étranger (respectivement 19,6 % et 80,4 % du *box office* total).

Bridget Jones's Diary (Sharon Maguire, 2001), certes co-production franco-britannique (*Little Bird Ltd ., Studio Canal* et *Working Title Films*), mais distribuée aux Etats-Unis par *Miramax*, filiale de *Disney*, rapporta 71,5 millions aux Etats-Unis et 210,4 millions dans le reste du monde pour un budget de 26 millions de dollars (respectivement 25,4 % et 74,6 % du *box office* total).

Planet of the Apes (Tim Burton, 2001), produit par *20th Century Fox* et *The Zanuck Company* pour un budget estimé à 100 millions de dollars, rapporta 180 millions de dollars aux Etats-Unis et 182,2 millions à l'étranger (respectivement 49,7 % et 50,3 % du *box office* total) .

Charlie and the Chocolate Factory (Tim Burton, 2005), produit pour un budget estimé à 150 millions de dollars par *Warner Bros. Pictures, Village Roadshow Pictures, the Zanuck Company* et *Plan B Entertainment*, rapporta 206,4 millions aux Etats-Unis et 268,5 millions à l'étranger (respectivement 43,5 % et 56,5 % du *box office* total).

Pride & Prejudice, co-production française, britannique et américaine avec *Focus Features, Studio Canal, Working Title Films, Scion Films Limited* et *Universal Studios*, rapporta 38,4 millions de dollars aux Etats-Unis et 82,7 à l'étranger (respectivement

31,7 % et 68,3 % du *box office* total) pour un budget de production estimé à 28 millions de dollars¹¹.

À quelques exceptions près, comme par exemple *Vanity Fair* (Mira Nair, 2004), co-production impliquant *Focus Pictures*, *Granada Films Productions*, *Epsilon Motion Pictures*, *Tempesta Films* pour un budget estimé à 23 millions de dollars, qui ne rapporta que 16,1 millions de dollars aux Etats-Unis et 3,1 millions à l'étranger, toutes les réadaptations dégagent des bénéfices, mais beaucoup, à l'instar de *Mary Shelley's Frankenstein*, montrent qu'elles ne peuvent être rentabilisées sur le seul marché américain. Ce fait, lié à l'intérêt des jeunes pour les nouvelles technologies, pourrait alors avoir un impact sur les futures réadaptations.

3. Vers une prépondérance des réadaptations classiques ?

Le côté très moderne et se voulant à la mode de certaines réadaptations mentionnées précédemment (notamment *Clueless*) vont peut-être décroître en raison même de la diminution du public qui les a fait naître. En effet, le succès (inattendu) par exemple de *Driving Miss Daisy* (Bruce Beresford, 1989) où l'héroïne (incarnée par Jessica Tandy, parfaitement secondée par Morgan Freeman) n'avait plus exactement l'âge de se déplacer en *rollers* montra d'abord aux studios qu'un autre public plus âgé existait aussi et qu'il pouvait être financièrement intéressant de lui proposer des films susceptibles de lui plaire, ce que confirma ensuite le succès de *Shine* (Scott Hicks, 1996), de *The English Patient* (Anthony Minghella, 1996) ou encore de *The Horse Whisperer* (Robert Redford, 1998).

¹¹ Source : <http://www.boxofficemojo.com> (consulté en avril 2008).

Internet et l'ensemble de ses possibilités sont aussi devenus le principal concurrent du cinéma parmi les distractions offertes aux jeunes. Le nombre de foyers connectés a beaucoup augmenté et de nombreux jeunes aiment « surfer » et « chatter » sur la toile ; or la part de temps libre passé à ces occupations augmente au détriment de celle accordée au cinéma. Il en résulte une baisse de fréquentation du public jeune qui avait jusque-là assuré la santé financière des films de studios, tandis que parallèlement la fréquentation des cinémas par un public plus âgé (notamment les plus de 50 ans) s'est mise à croître de façon assez régulière. Voilà pourquoi, parmi les nouvelles tentatives destinées à maintenir et augmenter la part de ce public plus âgé dont le rôle pourrait devenir important, les studios ont songé aux réadaptations, mais cette fois-ci à celles de facture plus classique et avec moins de violence et d'effets spéciaux, ce qui permet de courtiser ce public plus âgé pouvant compenser la baisse de fréquentation des jeunes.

D'un point de vue financier, des réadaptations plus classiques peuvent aussi s'avérer intéressantes pour plusieurs raisons :

- Elles sont utiles pour les studios souhaitant produire des films destinés à sortir entre fin novembre et le mois d'avril, période jugée moins favorable pour l'exploitation des grosses productions¹², mais permettant justement celle de films plus sérieux et pouvant concourir pour les *Oscars* ; l'obtention d'une ou plusieurs statuettes est d'ailleurs recherchée par les studios pour des questions de renommée, de publicité et de parts de marché pour les films récompensés. Dans ce contexte, les réadaptations plus classiques d'œuvres, peut-être déjà elles-mêmes « oscarisées » lors d'une première adaptation, sont

¹² Leurs producteurs ont plutôt tendance à les sortir à partir de la fin mai et lors de la période des grandes vacances (lorsque le public jeune à qui ces films sont destinés est bien plus disponible).

jugées intéressantes. *Pride & Prejudice* est d'ailleurs un exemple de ces films qui peuvent retenir l'attention de l'Académie des *Oscars* : le film reçut quatre nominations, ce qui accrût l'attention qu'on lui portait et ravit ses publicitaires (même si le film n'en remporta aucun).

- L'importance grandissante maintenant accordée par les studios à l'exportation de leurs films peut aussi être un élément jouant en faveur de réadaptations plus classiques. En effet, comme l'ont montré les chiffres précédemment cités, le marché américain et les goûts de son public ne sont maintenant plus suffisants pour assurer à eux seuls un gros succès, et encore moins pour rentabiliser un film lorsque son budget de production dépasse de loin ses recettes aux U.S.A. La mondialisation de l'économie, qui touche aussi le cinéma, a d'ailleurs accentué ce phénomène comme le soulignait un observateur en 2003, puis un chargé de création en 2006 :

« Puisque maintenant la mission d'Hollywood est plus mondiale que jamais (gagner le plus d'argent possible à travers le monde), on prend plus fréquemment en compte et avec une importance accrue les goûts des différentes nations [...]»

« 'Les films qui marchent bien en ce moment sont ceux qui marchent à l'exportation. Nous devons faire des films pour tous les publics et obtenir des financements à l'échelle mondiale', déclare David Gerson, chargé de création à Focus Features [...] »¹³.

13 Patrick Frater, « Remaking the Remake », *Screen International*, n°1406, 30 mai 2003, p.9 & Joel Rickett, « Cinema turns over a new Leaf », *Screen International*, n°1545, 21 avril 2006, p.4.

Dans un contexte où 60% des films produits par les *Majors* ne trouvent pas leur public aux U.S.A.¹⁴, les réadaptations de facture plus classique peuvent être financièrement intéressantes, car elle peuvent susciter à l'étranger, et notamment en Europe, un intérêt que ne montre pas toujours le public américain. Le public européen, aux tranches d'âge un peu plus diversifiées que le public américain, est aussi intéressé par des œuvres non-américaines ou par faits historiques antérieurs à la création des Etats-Unis. Une réadaptation d'*Oliver Twist* de Dickens pourra donc avoir plus de succès en Europe qu'aux U.S.A. comme l'a montré le film de Roman Polanski en 2005 : co-production européenne distribuée aux U.S.A. par *Sony Pictures Entertainment*, le film ne rapporta que 2,08 millions de dollars aux USA mais 40,5 millions dans le reste du monde, soit respectivement 4,9% et 95,1% de son box office.

Les *Majors* américaines, conscientes de ne plus pouvoir fonctionner de façon rentable sans le marché étranger, acceptent donc plus souvent d'investir dans des réadaptations plus classiques, même s'il s'agit souvent de co-productions avec des firmes européennes afin de prendre le moins de risque possible.

Les grands studios américains modernes sont donc les dignes héritiers de ceux qui les ont fondés et perpétuent leur vision du cinéma comme étant avant tout une industrie du divertissement destinée à plaire au plus grand nombre. Cela fixe les limites des productions hollywoodiennes modernes où le jeu entre adaptations et réadaptations est constant, mais n'existe que dans un cadre essentiellement financier qui définit

14 Même certains blockbusters peuvent être décevants sur le marché américain ; c'est ainsi que *Waterworld* (Kevin Reynolds, 1995) ou *The Patriot* (Roland Emmerich, 2000), dont le box office était décevant aux USA, ont remboursé leur coût de production grâce à leur exploitation à l'étranger.

ensuite l'aspect visuel et une partie du contenu de ces nouvelles versions cinématographiques.

Ce que nous montre aussi l'étude des réadaptations dans le cinéma américain est que les studios prennent maintenant de moins en moins de risque financier. Certes, le contexte actuel n'y est pas favorable : le statut et l'existence des salles de cinéma sont bousculés par l'arrivée du numérique qui permet, grâce à Internet, de télécharger plus ou moins légalement des films, ce qui met en danger l'industrie du DVD, source toujours importante de revenus pour Hollywood en 2009. Internet, la technologie numérique et l'achat, maintenant à un prix relativement raisonnable, de *home cinema* avec très grand écran, son Dolby stéréo et même la 3D représentent donc une concurrence non négligeable pour les *Majors* ; ces dernières en tiennent d'ailleurs compte, sachant que l'exploitation de leurs films en salle, et donc les bénéfices qu'elles peuvent en tirer, vont se trouver de plus en plus souvent confrontés à ce 'cinéma à domicile'¹⁵. Néanmoins les *Majors* n'en sont pas à précéder ces bouleversements mais plutôt à adopter une attitude de prudence, qui se traduit par de moins en moins de scripts originaux portés à l'écran tandis que le nombre de 'sequels', 'remakes' ou adaptations cinématographiques de livres, bandes dessinées ou programmes télévisés s'est mis à augmenter.

Cela montre également un manque d'originalité flagrant, d'ailleurs parfaitement souligné par les films à grand spectacle que les studios espèrent attractifs pour l'été (tels *Spider-Man 3* -Sam Raimi, 2007-, *Pirates of the Caribbean 3 : At World's End* -Gore Verbinski, 2007- *Terminator Salvation*, 4^{ème} opus de la série -McG, 2009-, *Ice Age 3 : Dawn of the Dinosaurs* -Carlos Saldanha & Mike Thurmeier, 2009-, ou encore *Shrek*

¹⁵ Des essais de sortie de nouveaux films sur plusieurs plates-formes en même temps (DVD, téléchargement et en salles) ont eu lieu ces dernières années, sans donner de résultats significatifs pour l'instant.

Forever After, 4^{ème} opus de la série – Mike Mitchell, 2010-, autant de films qui n'ont en fait plus rien d'original et reposent sur des formules ayant déjà prouvé leur rentabilité).

Les réadaptations, qui appartiennent aussi à cette façon de faire, montrent bien qu'elles s'inscrivent dans un contexte difficile pour les *Majors*. Elles traduisent de la part des studios un comportement attentiste, une prise de risque limitée, liée à un manque d'originalité, et ce quelle que soit la qualité de ces nouvelles réadaptations qui subissent elles aussi la mondialisation de l'économie.