



HAL
open science

La géographie hollywoodienne

Nathalie Dupont

► **To cite this version:**

Nathalie Dupont. La géographie hollywoodienne. Alamichel, Marie-Françoise; Brossard, Olivier. La géographie dans le monde anglophone: espace & identité, Michel Houdiard Editeur, 2010, 978-2356920393. hal-04660451

HAL Id: hal-04660451

<https://hal.science/hal-04660451>

Submitted on 25 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.

La géographie hollywoodienne

Nathalie Dupont, MCF en civilisation américaine, ULCO

(publié dans *La Géographie dans le monde anglophone : espace & identité* sous la direction de Marie-Françoise Alamichel et Olivier Brossard chez Michel Houdiard Editeur, Paris, octobre 2010)

Pour beaucoup, évoquer le mot Hollywood renvoie à ces lettres blanches installées sur une colline à Los Angeles tandis que défilent les images de studios installés en Californie. Néanmoins, si la localisation physique des studios se trouve bien sur la côte ouest des U.S.A. (mais avec des annexes sur la côte est, lieu originel de leur installation), de très nombreux tournages s'effectuent de plus en plus en dehors de la capitale du cinéma américain.

L'article va montrer qu'en raison de considérations surtout économiques, la délocalisation de tournages hollywoodiens s'est accentuée lors de ces trente dernières années. La géographie hollywoodienne s'est alors scindée en deux: l'une assez fixe et facilement visible sur une carte, la géographie de l'occupation des écrans mondiaux qui se poursuit depuis la fin de la première guerre mondiale, l'autre beaucoup plus mobile et relativement récente, la géographie de la délocalisation de tournages. C'est paradoxalement cette dernière qui peut donner lieu à des associations intéressantes.

La géographie de la délocalisation hollywoodienne

Une présence physique sur les écrans

Cette présence physique hollywoodienne se traduit par la domination américaine des écrans mondiaux. En fait, la conquête américaine des marchés étrangers commença lors du premier conflit mondial, lorsque les industries cinématographiques des pays européens en guerre ne pouvaient plus fournir autant de films qu'avant. Cette conquête s'est ensuite accentuée, et, de nos jours, avec la mondialisation et l'équipement croissant en salles modernes de nombreux pays, le box office du reste du monde représente un potentiel plus important que le box office américain¹.

La mondialisation a également accentué l'importance du marché étranger pour Hollywood, d'autant plus qu'il peut lui permettre de se sortir d'un mauvais pas. En effet, les films américains sont de moins en moins rentables sur le seul marché américain, ce qui peut aboutir à de graves problèmes comme la faillite du studio Carolco suite à l'échec de *Cutthroat Island* (Renny Harlin, 1995) qui avait coûté près de 100 millions de dollars à produire mais n'avait rapporté que 10,02 millions de dollars sur le marché américain².

Les studios hollywoodiens, dont la production s'est centrée sur les films à gros budget appelés blockbusters depuis une trentaine d'année, savent qu'ils ne sont pas forcément à l'abri de tels problèmes (maintenant accentués par la crise économique). Cela est d'autant plus vrai aux U.S.A. que depuis les années 1990, l'augmentation du box office repose plus sur l'augmentation du prix des entrées que sur celle des spectateurs³.

Cette relative stagnation du nombre de spectateurs s'explique notamment par l'attitude des jeunes, public essentiellement ciblé par les blockbusters : ces jeunes fréquentent moins les salles de cinéma en raison d'un temps de loisirs qui n'est pas extensible et qu'ils consacrent de plus en plus à Internet et à ses dérivés.

Les studios américains ont alors accentué leur marketing et leur présence sur le marché étranger (intéressant comme on l'a vu), ce qui se traduit donc par une imposante présence américaine sur les écrans mondiaux, notamment dans l'Union européenne⁴.

¹ Motion Picture Association of America, «Theatrical Market Statistics 2008», <<http://www.mpa.org>>, consulté en juin 2009.

² Box Office Mojo, «Cutthroat Island», <<http://www.boxofficemojo.com>>, consulté le 18 mai 2009.

³ Motion Picture Association of America, «Theatrical Market Statistics 1997» à «Theatrical Market Statistics 2008», <<http://www.mpa.org>>, consulté en mai 2009.

⁴ Observatoire européen de l'audiovisuel, «Focus 1999» à «Focus 2009», <<http://www.obs.coe.int>>, consulté en juin 2009.

Depuis de nombreuses années, la présence physique américaine sur les écrans mondiaux est donc bien réelle, mais elle s'est récemment doublée d'une autre présence qui a lieu avant même l'exploitation des films américains en salles.

La géographie de la délocalisation des tournages

De nos jours, la présence américaine est également visible au stade de la production des films hollywoodiens, à travers la délocalisation de nombreux tournages. Le phénomène n'est pas non plus nouveau, et l'on peut ainsi citer le tournage de *Quo Vadis* (Mervyn LeRoy, 1951) en Italie par la MGM (pour y utiliser ses fonds immobilisés en raison de lois protectionnistes votées dans certains pays européens contre le cinéma américain)⁵. Néanmoins, lors de ces trente dernières années, les studios ont de plus en plus souvent délocalisé leurs tournages dans un mouvement qui s'est appelé 'runaway productions'.

Ce mouvement n'a pas été le fruit du hasard et les 'runaway productions' sont en fait le résultat de la combinaison de plusieurs facteurs :

sur le plan visuel et artistique, les années soixante ont vu le développement de pellicules plus sensibles et d'un matériel de tournage plus léger. Cela a permis alors aux réalisateurs de sortir des studios et les a conduits à rechercher des lieux de tournages visuellement nouveaux, d'abord à l'extérieur des studios hollywoodiens, puis de plus en plus souvent en dehors de la Californie ou même à l'étranger. Ce mouvement, principalement lié à des considérations artistiques, s'est poursuivi par la suite.

Néanmoins la seule recherche de lieux visuellement nouveaux et différents répondant aux exigences des réalisateurs et du scénario est loin d'être la principale raison des 'runaway productions', car ces dernières sont de plus en plus liées à des raisons financières :

L'intégration des studios à de grands conglomérats industriels depuis les années 1960⁶ est une de ces raisons. Ces conglomérats sont gérés par des actionnaires et des conseils d'administration qui demandent des résultats, et ne voient dans les films que des produits comme les autres dont il faut si possible réduire les coûts de production. Or ces derniers ont fréquemment augmenté, souvent bien plus que le coût de la vie⁷.

Les responsables des studios ont donc été chargés de limiter ou de réduire ces coûts, et il leur a alors semblé intéressant de délocaliser les tournages en dehors de la Californie, voire en dehors des U.S.A. dans des lieux (nouveaux) où les studios peuvent bénéficier de réductions fiscales et d'une main d'œuvre meilleur marché.

La hausse de la rémunération des talents est aussi à prendre en compte ; les stars américaines, dont le nom en haut de l'affiche attire les spectateurs, est une 'main d'œuvre' incompressible (leur nombre est limité et elles ont le choix des rôles) dont le coût s'est envolé jusqu'à maintenant plus de 20 millions de dollars par film (avec parfois l'exigence d'un pourcentage sur le box office). Ne pouvant se passer de ces noms célèbres, Hollywood a alors cherché à réduire les coûts de production en économisant sur les salaires des techniciens, or c'est à l'étranger que cela peut essentiellement se faire.

A ces facteurs, il faut maintenant ajouter la mondialisation de l'économie liée au contexte politique. Pour Hollywood, la déréglementation de l'ère Reagan a favorisé les studios, notamment lorsqu'en 1985 le Département américain de la Justice se déclara en faveur de lignes de conduite plus souples que celles du Paramount Decree de 1948⁸, décision qui conduisit alors les autorités fédérales américaines à ne pas s'opposer à la ré-acquisition de salles de cinéma par les studios. Cela aboutit à

⁵ Kerry Segrave, *American Films Abroad*, p.197.

⁶ Par exemple le rachat de Paramount en 1966 par Gulf + Western, société qui avait commencé dans les pièces détachées pour l'automobile, ou encore le rachat de Columbia Pictures par Sony Corporation en 1987.

⁷ Motion Picture Association of America, «Theatrical Market Statistics 1991» à «Theatrical Market Statistics 2008», <<http://www.mpa.org>>, consulté en mai 2009 (lors de la rédaction de cet article, les données pour l'année 2008 n'étaient pas disponibles sur le site de la MPAA).

⁸ Décision 'anti-trust' de la Cour Suprême de justice qui obligea les grands studios à se séparer de leurs salles de cinéma.

la ré-intégration verticale de ces derniers et favorisa l'émergence de conglomérats de l'entertainment (tels Viacom, Time Warner, NBC-Universal, propriété de General Electric-, Sony, Fox et Disney) encore plus puissants qu'au début des années 1980. La puissance de ces conglomérats fut ensuite renforcée par la fin, en 1995, des réglementations qui limitaient le nombre de programmes que leurs chaînes de télévision pouvaient produire et posséder⁹.

Le contexte politique puis la mondialisation ont aussi renforcé le pouvoir de ces conglomérats en supprimant peu à peu leurs concurrents plus faibles¹⁰, limitant ainsi le nombre d'interlocuteurs possibles pour les syndicats américains. Le pouvoir de négociation de ces syndicats s'en trouva réduit et il leur fut ensuite plus difficile de s'opposer aux délocalisations de tournage. Ces dernières ont aussi été favorisées par les accords commerciaux internationaux qui facilitent les transferts de capitaux et les investissements à l'étranger¹¹.

Cette mondialisation de l'économie a également poussé de plus en plus de pays à entrer sur le marché des lieux susceptibles d'accueillir des tournages hollywoodiens. Or, pour qu'Hollywood accepte de se délocaliser sans pour autant sacrifier la qualité (technique) de ses productions, il a fallu que ces lieux-hôtes présentent des atouts indéniables. Cela s'est traduit dans ces pays par des incitations fiscales peu à peu développées, ainsi que, progressivement, par la construction de studios plus grands, plus modernes et équipés pour la post-production, l'ensemble représentant un plateau technique à même de satisfaire les besoins de base ou les exigences plus poussées des productions hollywoodiennes (qui se déplacent alors avec un nombre limité techniciens). La mondialisation a alors abouti à une compétition toujours plus intense entre ces pays-hôtes.

Le Canada a été le premier pays à avoir véritablement intéressé les studios américains pour leurs tournages¹² (notamment la région de Vancouver, relativement proche de Los Angeles¹³) en raison des avantages offerts : un dollar canadien assez faible par rapport au dollar américain, des villes et des paysages semblables à leurs équivalents américains, une proximité géographique intéressante permettant de bénéficier des mêmes fuseaux horaires, des figurants parlant anglais avec l'accent américain, une législation sur le travail intéressante (les enfants acteurs y font de plus longues journées qu'aux U.S.A.) et des techniciens anglophones capables de faire face aux exigences des productions américaines et pour un coût de main d'œuvre inférieur (en 1987, une équipe de 70 personnes coûtait 23 000 dollars par jour à Toronto contre 75 000 à Los Angeles et 135 000 à New York¹⁴). Différentes aides fiscales vinrent ensuite s'ajouter et firent du Canada pendant les années 1990 l'un des pays préférés des studios hollywoodiens pour la délocalisation de leurs tournages (au point d'y gagner le surnom d'Hollywood North, surtout pour trois régions : la Colombie Britannique, l'Ontario et Québec)¹⁵.

Afin de garder cette place de choix, le Canada a continué à proposer des aides fiscales; ainsi en 2003, les déductions fiscales nationales sur le coût du travail passaient de 11% à 16% pour les

⁹ Susan Christopherson, « Divide & Conquer », dans *Contracting Out Hollywood*, p. 27-31.

¹⁰ Souvent des indépendants apparus dans les années 1980 afin de satisfaire une demande alors importante de produits liée à l'explosion du nombre de chaînes sur le câble puis sur le satellite.

¹¹ Susan Christopherson, « Divide & Conquer », *Op. cit.*, p. 27-31.

¹² Les studios imitaient en cela ce qu'avaient commencé à faire les producteurs de séries télévisées au début des années 1980.

¹³ En 1997, sur plus de 100 films pour la télévision et le cinéma filmés à Vancouver, seuls 38 étaient des productions canadiennes, le reste était américain. Chris Carter, producteur de la série télévisée américaine *The X-Files* (1993-2002) a dit de Vancouver : *Vancouver is unique. It can give you a different look of North America all in one city, most within 30 minutes travel time. This gives us lots of flexibility.* Serra Tinic, « Constructing the Global City : Contextualizing Hollywood North », dans *Cross-Border Cultural Production*, p. 279-280.

¹⁴ Manjunath Pendakur, *Canadian Dreams & American Control*, p. 215 et « Approximately 60 percent of the direct savings come from below-the-line labor cost differences. Labor rates and fringe benefits, for example, are lower in Canada », Martha Jones, *Motion Picture Production in California*, p.48, <<http://www.library.ca.gov/crb/02/01/02-001.pdf>>, consulté en avril 2009.

¹⁵ Monitor Company, «U.S. Runaway Film and Television Production Study Report», p.9, <http://www.dga.org/news/pr_runaway.pdf>, consulté en avril 2009.

producteurs étrangers¹⁶ afin d'attirer plus de tournages pour la télévision et le cinéma. Ces aides fiscales sont aussi maintenant différentes selon les régions (Vancouver n'est plus la seule) et dès qu'une région modifie ses aides à son profit, les autres l'imitent car elles ne veulent pas perdre ce qui représente un avantage indéniable pour leurs emplois et leur économie. Cela explique qu'entre 2001 et la fin 2005, le Canada était toujours le premier lieu de délocalisation de tournage avec un total de 142 productions américaines contre 111 pour le reste du monde¹⁷.

Le Mexique, également proche de la frontière américaine, attire aussi Hollywood grâce à sa main-d'œuvre meilleur marché qu'aux U.S.A., et certaines Majors américaines y ont même construit des studios tel celui de Fox Baja qui accueillit le tournage de *Titanic* (James Cameron, 1997).

Sur le continent sud-américain, il y a l'exemple du Brésil qui a accueilli le tournage de *The Incredible Hulk* (Louis Leterrier, 2008) ou encore celui de *Creature from the Black Lagoon* (Breck Eisner, 2011). Les raisons qui ont poussé les studios américains à s'intéresser au Brésil sont simples (en fait ce sont souvent partout les mêmes) :

*What is attracting these [American] productions to Brazil is our beautiful and exotic scenery, which is hard to find anywhere else [...] local labour usually costs 40% or 50% less than in the US [...] The exchange rate is enticing[...] and hotels and restaurants are cheaper than the US and Eastern Europe*¹⁸.

En effet, les pays de l'ancien glacis soviétique se sont aussi ouverts aux films américains. L'effondrement du communisme a d'abord ouvert la porte à l'importation d'un nombre plus important de films américains qui, là aussi, figurent souvent en tête du box office. Les pays de l'Est font également partie des territoires qui attirent les productions américaines sur leur sol (certains d'entre eux, maintenant devenus membres de l'Union européenne, permettent d'ailleurs aux Majors d'avoir accès aux fonds européens). Les studios américains peuvent ainsi profiter d'une main-d'œuvre qualifiée et bon marché (certains de ces pays n'ayant pas encore d'incitations fiscales, c'est surtout le moindre coût de la main d'œuvre qui attire les producteurs américains) dans des infrastructures qui leur parurent d'abord vétustes mais ont ensuite pu se moderniser, notamment grâce à l'argent apporté par les Américains.

La République tchèque est souvent citée comme ancien pays de l'Est accueillant des tournages américains. On peut mentionner *From Hell* (Albert & Allen Hughes, 2001), un des nombreux films sur Jack l'Éventreur où les rues de Prague ont avantageusement 'doublé' celles de la capitale victorienne tandis qu'une partie des scènes d'intérieur ont été tournées aux studios Barrandov, toujours à Prague, où furent aussi accueillis les tournages de *Blade II* (Guillermo del Toro, 2002), *Casino Royale* (Martin Campbell, 2006), *Wanted* (Timur Bekmambetov, 2008), ou encore les deux premiers épisodes des *Chroniques de Narnia* (*The Chronicles of Narnia*, Andrew Adamson, 2005 & 2008).

Parmi les autres pays de l'Est, la Roumanie a accueilli son premier tournage américain important en 2003, celui de *Cold Mountain* (Anthony Minghella, 2003) ; ce pays de l'est (grâce à ses bons charpentiers capables de reproduire les bâtisses du sud des États-Unis¹⁹) a ainsi doublé la Caroline du Nord. On peut également mentionner la Hongrie, où se déroula le tournage d'*Eragorn* (Stefen Fangmeier, 2006), ou encore la Pologne et la Bulgarie qui accueillent aussi des tournages américains ou européens.

En Europe occidentale, la République d'Irlande a également attiré Hollywood en raison de ses aides fiscales, notamment grâce à l'article 481 créé en 1997 et prorogé jusqu'en 2012 qui permet de

¹⁶ Susan Christopherson, « Behind the Scenes », dans *Cross-Border Cultural Production*, p. 70.

¹⁷ Shenid Bhayroo & Eileen R. Meehan, « The other LA : Louisiana Woos Hollywood », dans *Cross-Border Cultural Production*, p. 208.

¹⁸ Diego Battle, Chiara Arroyo Cella & Elaine Guerini, « Lure of the Latin Beat », *Screen International*, n°1643, 2 mai 2008, p. 11

¹⁹ Ben Goldsmith & Tom O'Regan, « International Film Production : Interests and Motivations », dans *Cross-Border Cultural Production*, p. 32.

déduire jusqu'à 28% des dépenses faites en Irlande par un tournage. Les producteurs américains peuvent aussi bénéficier d'un impôt sur les sociétés de 12,5%, le plus bas d'Europe, auquel s'ajoute un autre avantage non-négligeable : *Visiting productions also have a 0% VAT [sale tax] rating in Ireland, and there is the possibility of Irish Film Board equity investment*²⁰. De nombreux tournages américains ont donc élu domicile en République d'Irlande, tel celui de *Braveheart* (Mel Gibson, 1995), *Saving Private Ryan* (Steven Spielberg, 1998) ou encore *King Arthur* (Antoine Fuqua, 2004). L'arrivée de ces tournages a également permis de mieux développer les infrastructures cinématographiques du pays qui fait souvent sa publicité dans les journaux professionnels tout en vantant son équipement technique.

Parmi les autres pays européens ayant accueilli des tournages américains, on peut également citer la Grande Bretagne avec notamment ses studios Pinewood, Shepperton ou Elstree (ces derniers sont la propriété municipale du Hertsmere Borough Council). L'Allemagne a attiré Hollywood grâce à ses avantages fiscaux et ses équipements techniques de qualité, notamment les studios Babelsberg, ancien quartier général de l'industrie cinématographique est-allemande, qui bénéficie d'un second souffle et reçoivent maintenant des tournages américains comme *The Bourne Supremacy* (Paul Greengrass, 2004) ou encore *Valkyrie* (Bryan Singer, 2008).

L'Italie et l'Espagne se trouvent aussi sur la carte des 'runaway productions' : l'Italie a ainsi accueilli les tournages de *Gangs of New York* (Martin Scorsese, 2002), de *Miracle at St. Anna* (Spike Lee, 2008) ou encore de *Angels and Demons* (Ron Howard, 2009), l'Espagne ceux de *Goya's Ghosts* (Milos Forman, 2006), *Vicky Cristina Barcelona* (Woody Allen, 2008), du *Che* (Steven Soderbergh, 2008) ou encore de *Green Zone* (Paul Greengrass, 2010).

Bien plus au nord, un pays comme l'Islande est intéressant, car en partenariat avec un producteur local, ce pays offre l'accès aux fonds nationaux pour la télévision et le cinéma ainsi qu'aux fonds européens d'Eurimages et du plan Média²¹. C'est ainsi qu'après avoir accueilli le tournage de *Die Another Day* (Lee Tamahori, 2002) ou de *Batman Begins* (Christopher Nolan, 2005), l'Islande vit arriver Clint Eastwood et son équipe pour cinq semaines de tournage de *Flags of Our Fathers* (2006) en 2005. Clint Eastwood y recréa les scènes de débarquement puis de combats censées se dérouler sur l'île d'Iwo Jima entre février et mars 1945.

Même la France a fini par comprendre l'avantage qu'elle pouvait tirer de la présence hollywoodienne et s'est lancée dans la compétition fin 2008 en votant une loi permettant des incitations fiscales. Cependant, elle est la dernière arrivée dans un marché qui fonctionne depuis longtemps et où on ne l'a pas attendue!

L'Europe n'est d'ailleurs pas le seul marché capable d'accueillir des tournages américains. On peut ajouter la Nouvelle Zélande, avec par exemple la trilogie *The Lord of the Rings* (Peter Jackson, 2001, 2002 & 2003), *The Last Samurai* (Edward Zwick, 2003) ou encore *The Chronicles of Narnia*. Sa voisine, l'Australie, fut notamment l'hôte de la trilogie *The Matrix* (Andy & Larry Wachowski, 1999 & 2003) ou de *Star Wars: Episod II et III* (George Lucas, 2002 & 2005).

A tous ces pays, il faut maintenant ajouter les puissances économiques montantes du 21^{ème} siècle : la Chine et l'Inde.

La Chine, au régime encore très conservateur et dirigiste, accueille pourtant des tournages américains qui sont intéressés par sa main d'œuvre bon marché. Le tournage des deux opus de *Kill Bill* (Quentin Tarantino, 2003 & 2004) ou encore celui de *The Mummy : Tomb of the Dragon Emperor* (Rob Cohen, 2008) sont ainsi passés par la Chine. En 2009, Columbia Pictures y projetait le tournage du remake de *Karate Kid* (John G. Avildsen, 1984) en co-production avec China Film Group. Des compagnies américaines plus modestes, à l'image The Weinstein Company qui avait

²⁰ « Financing your Film, Tax Incentives », *The Irish Film Board*, < <http://www.irishfilmboard.ie/financing>>, consulté le 9 juin 2009, Adam Dawtrey, « Tax Allowances give Productions a big Benefit », *Variety*, mis en ligne le 7 septembre 2007, <<http://www.variety.com/article/VR1117971612.html>>, consulté le 27 septembre 2007 et Ted Sheehy, « The View from Ireland », *Screen International*, n° 1583, 9 février 2007, p. 36.

²¹ Wendy Mitchell, « Cold Fever », *Screen International*, Nordic Special, février 2008, p. 18-19.

déjà co-financé le tournage chinois de *The Forbidden Kingdom* (Rob Minkoff, 2008), ont aussi des projets de co-production en Chine²².

L'Inde attire également Hollywood, et c'est ainsi que la région de Goa accueille le tournage des scènes d'ouverture de *The Bourne Supremacy* (Paul Greengrass, 2004) au budget de 100 millions de dollars²³. Cependant, les studios s'intéressent pour l'instant essentiellement à l'Inde comme lieu de post-production. En effet, les possibilités techniques offertes par les nouvelles technologies (tournage avec caméras numériques, puis transmission quasi-instantanée de fichiers par satellite ou internet à haut débit), alliées à la mondialisation de l'économie, ont conduit à une plus grande segmentation des différentes étapes d'un tournage entre la pré-production, la production et la post-production. Cela a alors permis à la plus grosse industrie mondiale du cinéma de travailler pour Hollywood. Les sociétés indiennes de trucages, qui se sont surtout développées à partir des années 1990²⁴, offrent à Hollywood une main d'œuvre qualifiée et meilleur marché qu'ailleurs (et donc notamment qu'aux USA²⁵), ce qui leur a permis d'obtenir des contrats sur de gros films hollywoodiens :

*Graphic studios in Bombay and Madras, as well as information technology (IT) labs in the high tech centers of Bangalore and Hyberabad, had already done post-production work for a number of Hollywood films including Gladiator, Spiderman, the Nutty Professor 2, Titanic, Independence Day, Swordfish, and Men in Black*²⁶.

La délocalisation des tournages américains, accentuée par la mondialisation de l'économie, a donc créé un vaste marché de nations pouvant accueillir les tournages américains, ce qui donnait le résultat suivant pour la période allant de 2001 à 2005 ²⁷:

Nombre de films américains accueillis par pays

Canada	142
Grande Bretagne	18
Mexique	14
Australie	13
Republique tchèque	11
Italie	8
Allemagne	8
France	7
Roumanie	7
Afrique du Sud	6
Nouvelle Zélande	5
Bulgarie	5
Brésil	3
Maroc	3
Inde	3

Différentes institutions étrangères, notamment les commissions nationales du film des pays-hôtes, démarchent maintenant les studios américains afin de les attirer sur leur territoire. A cela s'ajoutent

²² John Hazelton & Sen-Lun Yu, « Co-production : shooting in China », *Screen International*, n°1681, 6 mars 2009, p. 15.

²³ Mike Goodridge, « New Frontier », *Screen International*, n° 1521, 28 octobre 2005, p. 5-17

²⁴ Nitin Govil, « Hollywood's Effects, Bollywood FX », *Contracting out Hollywood*, Oxford : Rowman & Littlefield Publishers, Inc., 2005, p. 98.

²⁵ « A [...] Nasscomm study shows that the average cost of production for a half-hour animated television program in the United States or Canada is \$250,000 to \$400,000, while it costs in the neighbourhood of \$60,000 in India » (Le principe est le même pour le cinéma). Nitin Govil, *Op. cit.*, p. 101.

²⁶ *Ibid.*, p. 93.

²⁷ Louisiana Film & Television, « Trend in Film, Music, & Digital Media », <<http://www.lafilm.org/files/ERA%20Economic%20Impact%20Study.pdf>>, consulté le 18 avril 2009, p. 45.

les nombreuses publicités visibles dans les journaux professionnels tels *The Hollywood Reporter*, *Screen International* ou *Variety*, publicités essentiellement destinées aux producteurs hollywoodiens (en raison des gros budgets qu'ils apportent).

La compétition entre nations, voire entre différentes régions d'un même pays (comme au Canada) est en donc féroce, et dépend des avantages financiers que les producteurs américains peuvent y trouver. Certains pays n'ont pas encore instauré d'incitations fiscales mais bénéficient d'une main d'œuvre bon marché et d'un taux de change avantageux ; ce dernier les met cependant à la merci des fluctuations de ces taux de change, et ce qui était un avantage peut devenir un handicap du jour au lendemain. D'autres nations (qui ont aussi parfois une main d'œuvre bon marché) ont voté des incitations fiscales au niveau national ou régional ; cependant, ces dernières peuvent être modifiées²⁸ et ne sont pas le résultat de considérations économiques, mais plutôt politiques et budgétaires, ce qui rend aussi le marché très fluctuant.

Les nouvelles technologies, et notamment les progrès constants de vitesse de flux sur Internet, ont aussi accentué la compétition entre les différents sites de 'runaway production' en permettant, si les conditions locales ne sont pas favorables pour la post-production (qui concerne notamment le montage, l'ajout de musique ou les trucages), de transférer des fichiers en un instant d'un pays à l'autre. La course aux meilleures capacités et installations dans le domaine de la post-production figure donc maintenant à l'agenda des lieux de tournages, et pratiquement tous se sont engagés dans la construction de complexes (parfois financés par des aides gouvernementales) capables d'accueillir toutes les étapes d'un tournage. C'est probablement au niveau des capacités de post-production que va maintenant se jouer la compétition pour accueillir les tournages hollywoodiens, ouvrant alors la voie à une possible re-centralisation des tournages, à l'image de ce qui existait à Hollywood jusqu'au début des années 1960, mais avec une nette différence : cette centralisation en un lieu ne sera pas pour l'ensemble des films tournés en une année, mais sur la base d'un seul film à la fois.

Les avantages parfois 'oubliés' de la géographie mondiale hollywoodienne **Les raisons de cet 'oubli'**

Il n'est certes pas du goût de tout le monde que la géographie hollywoodienne se mondialise. La conquête des écrans mondiaux a notamment donné lieu à de nombreux échanges assez houleux entre les Etats-Unis et l'Europe où l'on a souvent critiqué 'l'impérialisme cinématographique américain' et le 'rouleau compresseur des blockbusters' qui font perdre des spectateurs aux cinémas nationaux et finiraient par annihiler toute possibilité de production nationale viable. De nos jours, avec la délocalisation accrue des tournages américains, des voix commencent aussi à s'élever contre la monopolisation d'infrastructures qui ne peuvent alors plus accueillir dans de bonnes conditions les productions nationales.

Aux Etats-Unis, certains s'élèvent aussi contre les 'runaway productions', non pour des raisons idéologiques mais avant tout pour des raisons économiques et sociales. A Hollywood même, ce sont les syndicats qui sont hostiles à ces délocalisations et ne cessent de faire pression auprès des autorités de Californie et de Washington afin qu'elles mettent en place des incitations fiscales plus à mêmes de lutter contre ces tournages délocalisés qui mettent en péril les emplois américains. Les syndicats obtinrent l'adoption en 2004 de la loi appelée American Jobs Creation Act qui favorisa l'emploi américain pour les productions télévisuelles et cinématographiques, mais la portée de cette loi est limitée car elle concerne surtout les productions modestes de moins de 15 millions de dollars (20 pour celles tournées dans les zones défavorisées) et peu d'entre elles s'expatrient. Pour le cinéma, et surtout les grosses productions, les efforts syndicalistes de lobbying n'ont pas été couronnés de réels succès tandis que les studios n'ont pas non plus obtenu les aides fiscales

²⁸ Ce fut par exemple le cas en Grande-Bretagne où ces dernières, trop avantageuses pour les productions étrangères furent modifiées par la loi de finance de 2006 afin de mieux bénéficier à l'industrie nationale.

souhaitées dans le nouveau plan de relance de l'économie américaine mis sur pied par l'administration Obama.

A l'étranger, Ces critiques visent essentiellement l'impact culturel et l'aspect financier de la présence hollywoodienne, et il est vrai que cette dernière vise avant tout le profit, à l'image de l'implication récente des studios hollywoodiens en Inde. Ce marché de plus de 3 milliards d'entrées par an représente un potentiel formidable pour les studios étrangers, mais il est assez fermé à leurs films (qui n'ont qu'environ 5% du marché), les Indiens préférant nettement leurs productions nationales bien différentes des productions occidentales. C'est donc pour prendre réellement pied sur cet important marché que depuis 1999 des studios américains (Sony Pictures Entertainment, Warner Brothers, the Walt Disney Company et 20th Century Fox par exemple) ont décidé de créer des filières indiennes afin de produire ou co-produire des films plus adaptés aux goûts locaux. Leurs tentatives n'ont pas été couronnées de réel succès jusqu'à présent, mais les studios précédemment cités ont de nouveaux projets indiens dans leurs cartons et vont se remettre au travail²⁹ tout en utilisant certaines installations modernisées pour les accueillir, telles celles de Ramoji Film City. De même, il y a en Chine plus d'1,3 milliard de spectateurs potentiels dans une économie en pleine expansion. Ils ont attiré l'attention d'Hollywood qui s'est mis à investir en Chine en dépit de conditions d'importation assez strictes liées au régime autoritaire de Pékin³⁰. Les studios hollywoodiens peuvent tourner dans le pays à condition de s'associer avec un partenaire chinois sur une base de partage des bénéfices, et uniquement si le projet a été accepté par le bureau chinois de censure et a ensuite obtenu un permis de tourner. En dépit de ces difficultés bureaucratiques importantes, Hollywood s'intéresse maintenant à la Chine et ses nombreux spectateurs en essayant d'y produire des films qui leur sont d'abord destinés. A travers sa filiale Columbia Pictures Film Production Asia, Sony Pictures (ex Columbia) a ainsi produit dès 1998 son premier film chinois *The Road Home* (Zhang Yimou). En 2004, Warner Bros, a développé un partenariat avec China Film Group et Hengdian Group pour produire et distribuer des films destinés au public chinois.³¹ L'investissement hollywoodien dans différents pays n'est donc pas dépourvu d'intentions commerciales, mais cette géographie hollywoodienne d'investissement local (tant pour des produits nationaux que pour des runaway productions) n'est pas sans aspect positif.

Les avantages liés à la présence hollywoodienne

Hollywood demeure attentif aux succès locaux et/ou nationaux, non seulement pour en faire une éventuelle adaptation aux U.S.A (à l'exemple de celle annoncée de *Bienvenue chez les ch'tis*-Dany Boon, 2008- qui deviendra *Welcome to the Sticks* -2010) mais aussi pour s'occuper d'oeuvres locales ou nationales qui pourraient devenir des succès nationaux voire mondiaux. On peut ainsi citer *La vie des Autres* (*Das Leben der Anderen*, Florian Henckel von Donnersmarck, 2006), efficacement distribué en Allemagne et dans d'autres pays européens de langue allemande par Buena Vista International, bras de Disney à l'étranger (et dont le nom figure parmi les remerciements au générique de fin). L'alliance d'un succès national et d'une distribution efficace assurèrent au film un retentissement au delà des frontières de l'Europe, le menant jusqu'à l'obtention de l'Oscar du meilleur film étranger en 2007.

Les Majors hollywoodiennes ont aussi créé de nouvelles filières en Europe, notamment en Allemagne, en Espagne, en France et en Italie, non plus afin d'y assurer la seule distribution de produits américains, mais afin d'y produire et distribuer, 'à l'américaine', des films nationaux et d'en assurer le succès. On peut ainsi citer le cas de Warner Bros. qui a co-produit *Un long Dimanche de fiançailles* avec la société française 2003 Production, *Le Boulet* (Alain Berbérian &

²⁹ Anupama Chopra, « Stumbling Toward Bollywood », *The New York Times*, 22 mars 2009, <<http://www.nytimes.com>>, consulté le 25 mars 2009, « Money talks in Hollywood, Bollywood », *Variety*, 3 octobre 2008, <<http://www.variety.com>>, consulté le 11 avril 2009.

³⁰ *In addition to the 20 Hollywood blockbusters imported into China annually on a revenue-sharing basis, China allows in another 20-25 international films including further US blockbusters.* Sen-Lun Yu, « Patriot Games », *Screen International*, n°1681, 6 mars 2009, p. 14.

³¹ Ben Goldsmith & Tom O'Regan, « International Film Production : Interests and Motivations », dans *Cross-Border Cultural Production*, p. 24.

Frédéric Forestier, 2002) avec la société française La Petite Reine³² ou encore *Coco avant Chanel* (Anne Fontaine, 2009) co-produit avec les sociétés française Haut Et Court, Cine@ et France 2 cinema.

En Grande-Bretagne, on peut citer l'exemple de Disney/Touchstone Pictures, qui co-produit *Calendar Girls* (Nigel Cole, 2003) avec Harbour Pictures, ou celui de Focus Features, qui est en fait une filiale du studio américain NBC-Universal Pictures, et qui produisit le très britannique *Atonement* (Joe Wright, 2007).

Il arrive même que ce partenariat fonctionne dans l'autre sens pour la production de films d'abord destinés au marché américain, et des compagnies nationales (essentiellement européennes) se sont associées à des studios américains qui partagent alors les risques financiers. La compagnie australienne Village Roadshow a ainsi co-produit et co-distribué avec Warner Bros. *The Matrix*, *Deep Blue Sea* (Renny Harlin, 1999) ou encore *Ocean's Twelve* (Steven Soderbergh, 2004). De même, la société française Wild Bunch a co-produit la biographie *Che* réalisée par Steve Soderbergh en 2008³³, et la société de Luc Besson, Europa Corp., a même entièrement financé le tournage de *The Three Burials of Melquiades Estrada* (Tommy Lee Jones, 2005)³⁴. Ces sociétés sont donc considérées comme des partenaires crédibles par les studios qui partagent certes les risques financiers mais aussi les retombées positives avec ces compagnies nationales (et les bénéfices de *The Matrix* ou d'*Ocean Twelve* furent importants pour elles).

De 'petites' compagnies étrangères tirent aussi avantage de leur participation à des tournages américains ; ainsi la société britannique Mill Films a profité du succès de *Gladiator* (Ridley Scott, 2000) dont elle avait assuré les trucages pour acquérir une renommée mondiale (et un Oscar en 2001).

La société australienne Animal Logic, basée aux studios Fox à Sydney (mais indépendante), a aussi acquis une visibilité mondiale grâce à sa participation à la création des effets spéciaux de *Babe* (Chris Noonan, 1995), de *The Matrix* ou encore de *300* (Zack Snyder, 2006). Cette visibilité lui a ensuite permis aussi de passer à la production avec *Happy Feet* (George Miller & Warren Coleman, 2006) ou encore *Guardians of Ga'Hoole* (Zack Snyder, 2010)³⁵.

De même, l'invention du logiciel RealFlow (pour imiter et manipuler des mouvements en 3D) par deux ingénieurs espagnols en informatique a permis à ces derniers de travailler sur la création de la créature aquatique vue dans *The Abyss* (James Cameron, 1989), puis de créer en 1998 Next Limit Technologies. Cette société basée en Espagne, mais aussi aux U.S.A., a ensuite travaillé sur la trilogie *The Lord of the Rings*, *Ice age : The Meltdown* (Carlos Saldanha, 2006), *Poseidon* (Wolfgang Petersen, 2006) ou encore *The Curious Case of Benjamin Button* (David Fincher, 2008). En janvier 2008, l'académie des Oscars reconnut l'importance de leur travail en leur remettant la récompense intitulée Academy Technical Achievement Award³⁶.

La présence de productions hollywoodiennes a donc des aspects positifs à travers les emplois, l'amélioration des structures locales, la coopération technique, les profits que représentent les taxes perçues sur les dépenses locales faites par les productions américaines et, pour les pays ayant depuis longtemps une politique d'aide à leur industrie cinématographique, l'intégration de cette dernière au réseau mondial de production à travers les différents étapes nécessaires à l'élaboration du produit fini. On peut aussi y ajouter d'autres retombées positives comme par exemple une arrivée plus importante de touristes, à l'image de ceux qui ont voulu suivre les pas des héros de *The Da Vinci Code* dans Paris où des promenades sur ce thème ont été créées. Il y a

³² Nancy Tartaglione. « How the Jeunet Case developed ». *Screen International*, n°1504, 10 juin 2005, p. 7.

³³ Ben Goldsmith & Tom O'Regan, *Op. Cit.*, p. 25.

³⁴ Europe Corp. a même vu l'un de ses films, *Taken* (Pierre Morel, 2008), dominer le box office américain de février 2009

³⁵ Nancy Tartaglione. « How the Jeunet Case developed ». *Screen International*, n°1504, 10 juin 2005, p. 39 & Sandy George, « Logic's Aniaml Cracker », *Screen International*, n°1657, 5 septembre 2008, p. 11.

³⁶ Chris Evans, « On the Crest of a Wave », *Screen International*, n° 1682, 13 mars 2009, p. 10 et <http://www.nextlimit.com/events_022508.php> consulté en mai 2009.

également ceux qui sont allés en Irlande, attirés par les paysages qu'ils avaient vu dans les films pour 12% d'entre eux en 2006 et 19% en 2007³⁷, ou encore les touristes qui sont allés dans le comté anglais du Northumberland pour visiter 'l'école d'Harry Potter', c'est-à-dire le château d'Alnwick utilisé pour les vues extérieures de l'école et pour tourner le match de Quidditch dans *Harry Potter and the Sorcerer's Stone* (le château a ainsi vu sa fréquentation augmenter de 120%³⁸ grâce au succès mondial des films *Harry Potter* produits par Warner Bros.)³⁹.

Conclusion

La géographie hollywoodienne est donc multiple : c'est depuis longtemps une géographie mondiale de distribution et d'exploitation ayant pour conséquence la domination des écrans mondiaux, et sur une carte on peut aisément mettre des drapeaux américains fixes afin de visualiser les marchés dominés par les produits hollywoodiens.

C'est maintenant une géographie de production (et de post-production) plus mouvante, voire instable ; les productions américaines vont et viennent entre les pays selon les avantages qu'elles y trouvent et on ne peut établir une carte qui définirait cette géographie des 'runaway productions', même pour quelques années. Cette instabilité a été accentuée par la mondialisation de l'économie qui a vu Hollywood s'ajouter aux industries constamment à la recherche de la diminution des coûts de production⁴⁰. Cependant, cette mondialisation de l'économie a également abouti à une interconnexion des industries du cinéma où chacun peut trouver son intérêt, et Hollywood n'est plus cette industrie uniquement concentrée sur Los Angeles où chaque studio avait ses propres locaux et 'faisait tout sur place'.

En fait, la mondialisation de l'économie a accentué la délocalisation d'Hollywood, et cette dernière a même créé une certaine dualité entre région et nation : en effet, la délocalisation des tournages hollywoodiens donne une visibilité mondiale à certaines régions qui peuvent alors développer localement leurs capacités de production. Cette visibilité et ces nouvelles capacités de production n'auraient pu être obtenues aussi efficacement si ces régions avaient compté sur la seule aide de leurs autorités nationales. Cela est particulièrement vrai pour des régions ou états à l'économie très développée comme la Colombie britannique et, dans une moindre mesure, la région du Queensland (la Gold Coast) en Australie ou encore pour la région de Wellington en Nouvelle Zélande (où il y a eu une aide de l'état, mais grâce à l'intervention du néo-zélandais Peter Jackson)⁴¹.

La globalisation d'Hollywood s'est aussi accompagnée d'une autre dualité : la production hollywoodienne s'est mondialisée à travers la délocalisation des tournages hollywoodiens dans de nombreux pays, mais le centre de décision de production et de distribution du cinéma hollywoodien est toujours situé pour l'essentiel à Los Angeles où l'on trouve également le star system hollywoodien. Le rôle central d'Hollywood est également souligné par le fait que les pays

³⁷ <<http://www.failteireland.ie/getdoc/256c4d54-50e2-42bc-a967-7e1f2f0d32a2/Main-Market-Results.aspx>> consulté le 28 septembre 2007 et <<http://www.failteireland.ie/getdoc/9ec3e923-1a66-4626-a755-4502be507edd/Main-Market-Results-2007>> consulté le 7 novembre 2008.

³⁸ <<http://www.enjoyenglandsnorthcountry.com/movies>> consulté le 3 septembre 2007 et "The week in figure", *Screen International*, n°1609, 31 août 2007, p. 7.

³⁹ Un exemple typique de l'investissement d'un pays pour tirer profit de retombées touristiques possibles est celui de l'Australie et de l'énorme campagne publicitaire de 40 millions de dollars faite par l'office de tourisme australien lors de la sortie d'*Australia* (Baz Luhrman, 2008) qui était alors le film australien le plus coûteux-près de 130 millions de dollars- à être tourné dans le pays. Sandy George, « Australia opens for Business », *Screen International*, n°1666, 7 novembre 2008, p. 12.

⁴⁰ Il s'agit de la version cinématographique de la nouvelle division du travail où les pays industriels délocalisent leur production dans des pays où la main d'œuvre est meilleur marché, mais il y a cependant une nuance : l'industrie cinématographique requiert une main d'œuvre très qualifiée.

⁴¹ Tom O'Regan & Susan Ward, « Managing Uncertainty : Defining the Location Interests of a Greenfield Location », dans *Cross-Border Cultural Production*, p. 164 et Serra Tinic, « Constructing the Global City : Contextualizing Hollywood North », *Op. cit.*, p. 251-296.

susceptibles d'accueillir des tournages américains créent des agences à Hollywood pour y vanter leurs avantages auprès des producteurs hollywoodiens⁴².

Nier cette dualité et y résister reviendrait donc à s'isoler dans un monde où la communication ne connaît plus de réelles frontières physiques puisque les nouvelles technologies sont en train de redessiner ces frontières de la communication.

⁴² A l'image de la filiale américaine créée par la commission du film irlandais en novembre 2006 à Los Angeles, inaugurée en grande pompe en février 2007 et destinée à promouvoir auprès des studios hollywoodiens La République d'Irlande comme lieu possible de délocalisation de tournages. Archie Thomas, « Irish film Org installs U.S. Topper », *Variety*, <<http://www.variety.com/article/VR1117951547.html?categoryid=1043&cs=1>> consulté le 3 octobre 2007 et <<http://www.irishfilmboard.ie>> consulté le 3 mai 2009.

Bibliographie

Diego Battle, Chiara Arroyo Cella & Elaine Guerini, « Lure of the Latin Beat », dans *Screen International*, n°1643, 2 mai 2008, p. 11.

Anupama Chopra, « Money talks in Hollywood, Bollywood », dans *Variety*, 3 octobre 2008, <<http://www.variety.com>>.

« Stumbling Toward Bollywood », dans *The New York Times*, 22 mars 2009, <<http://www.nytimes.com>>.

Adam Dawtrey, « Tax Allowances give Productions a big Benefit », dans *Variety*, mis en ligne le 7 septembre 2007, <<http://www.variety.com/article/VR1117971612.html>>.

Greg Elmer & Mike Gasher, éd., *Contracting Out Hollywood*, Oxford : Rowman & Littlefield Publishers, Inc., 2005.

Chris Evans, « On the Crest of a Wave », dans *Screen International*, n° 1682, 13 mars 2009, p. 10

Nitin Govil, John McMurria, Richard Maxwell & Toby Miller, éd., *Global Hollywood*, London : British Film Institute, 2001.

Sandy George, « Logic's Aniaml Cracker », dans *Screen International*, n°1657, 5 septembre 2008, p. 11.

« Australia opens for Business », dans *Screen International*, n°1666, 7 novembre 2008, p. 12.

Mike Goodridge, « New Frontier », dans *Screen International*, n° 1521, 28 octobre 2005, p. 5-17.

Nitin Govil, « Hollywood's Effects, Bollywood FX », *Contracting out Hollywood*, Oxford : Rowman & Littlefield Publishers, Inc., 2005.

John Hazelton & Sen-Lun Yu, « Co-production : shooting in China », dans *Screen International*, n°1681, 6 mars 2009, p. 15.

Martha Jones, *Motion Picture Production in California*, California Research Bureau, mars 2002, <<http://www.library.ca.gov/crb/02/01/02-001.pdf>>.

Wendy Mitchell, « Cold Fever », dans *Screen International*, Nordic Special, février 2008, p. 18-19.

Manjunath Pendakur, *Canadian Dreams & American Control*, Détroit : Wayne State University Press, 1991.

Monitor Company, «U.S. Runaway Film and Television Production Study Report», Santa Monica, Californie, 1999, <http://www.dga.org/news/pr_runaway.pdf>.

Kerry Segrave, *American Films Abroad*, Jefferson, North Carolina : McFarland & Co Inc., 1997.

Ted Sheehy, « The View from Ireland », dans *Screen International*, n° 1583, 9 février 2007, p. 36.

Archie Thomas, «Irish film Org installs U.S. Topper», dans *Variety*, <<http://www.variety.com/article/VR1117951547.html?categoryid=1043&cs=1>>.

Nancy Tartaglione. « How the Jeunet Case developed », dans *Screen International*, n°1504, 10 juin 2005, p. 7.

Janet Wasko & Mary Erickson, éd., *Cross-Border Cultural Production*, New York : Cambria Press, 2008.

Sen-Lun Yu, « Patriot Games », dans *Screen International*, n°1681, 6 mars 2009, p. 14.

Sites internet :

Box Office Mojo, <<http://www.boxofficemojo.com>>

Enjoy England's north Country, <<http://www.enjoyenglandsnorthcountry.com>>

Fãilte Ireland, <<http://www.failteireland.ie>>

The Irish Film Board, <<http://www.irishfilmboard.ie>>

Louisiana Film & Television, « Trend in Film, Music, & Digital Media », <<http://www.lafilm.org/files/ERA%20Economic%20Impact%20Study.pdf>>

Motion Picture Association of America, <<http://www.mpa.org>>

Next Limit Technologies, <http://www.nextlimit.com/events_022508.php>

Observatoire européen de l'audiovisuel, <<http://www.obs.coe.int>>