

La vie sociale des images-18

Sylvain Maresca

▶ **To cite this version:**

Sylvain Maresca. La vie sociale des images-18 : Le cinéma. 2022. hal-03826548

HAL Id: hal-03826548
https://hal.science/hal-03826548

Preprint submitted on 24 Oct 2022

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.

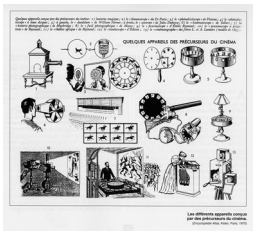
L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

LE CINÉMA

Les premières années du cinéma coïncidèrent avec le tournant du XX^{ème} siècle. Elles sont intéressantes à examiner parce qu'elles font apparaître que cette nouvelle catégorie d'images n'eut pas d'emblée sa place dans la société. Elle dut se la chercher et, plus précisément, se la faire.

Son implantation

Soulignons tout d'abord qu'il n'y eut pas à proprement parler une invention du cinéma. Le lancement de cette nouveauté prit place dans un courant foisonnant d'inventions en tous genres qui s'efforçaient de rendre plus attrayante la projection publique des images, notamment en lui conférant un tour animé. Le XIX^{ème} siècle offrit au public une série impressionnante de curiosités visuelles, depuis les panoramas, les dioramas, les tableaux vivants, les « musées » (des monstruosités, des horreurs), jusqu'aux projections proprement dites, animées ou non, qui étaient annoncées à grand renfort d'appellations savantes : « Cosmorama mouvant », « Kinétographe », « Kinétoscope », « Chronophotographe », « Silhouétoscope », « Aléthescope », etc.

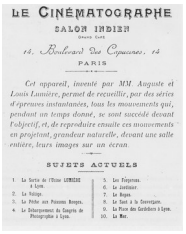


Le Cinématographe des frères Lumière apparut à l'époque comme une curiosité parmi d'autres. Elle ne fut pas immédiatement perçue comme révolutionnaire ni promise à un grand avenir. Elle s'inscrivait dans cette nouvelle forme du spectaculaire qui passait par l'illusion visuelle.

D'ailleurs, le procédé mis au point par les frères Lumière apporta une innovation dans la projection des images, mais pas dans leur conception. Il reprenait en effet la technique de restitution visuelle du mouvement du « kinétographe », mise au point par Edison. Présentée aux USA en 1891 et à Paris seulement en 1894, cette invention permettait de réaliser des films animés en exploitant le principe physique de la persistance des impressions lumineuses sur la rétine : il suffisait en effet de décomposer le mouvement en un nombre minimal d'images instantanées (12 par seconde à l'origine) pour que l'œil ait l'impression d'un mouvement continu. Évidemment, Edison se préoccupa de projeter ses films sur écran, mais – attitude tout à fait significative – il abandonna parce que, disait-il, « l'image était imparfaite et qu'il ne m'apparaissait pas y avoir de possibilités commerciales dans l'avenir d'un tel appareil » (interview dans le *New-York Sun* du 22 avril 1895). En conséquence, Edison opta plutôt pour la commercialisation de boîtes de projection, les « *kinetoscope parlors* », qui permettaient à une seule personne à la fois, après y avoir introduit une pièce de monnaie, de voir un très court film à travers un œilleton. Soucieux de réaliser des profits substantiels, Edison louait ses appareils et ses films très chers. Le résultat, auquel il ne s'attendait pas, fut que des personnes plus astucieuses achetèrent des bandes de kinétoscope et trouvèrent le moyen de les projeter

sur écran devant un public nombreux, ce qui leur permit de gagner encore plus d'argent. L'invention des frères Lumière, quant à elle, rendit définitivement possible la projection des films. Elle ouvrit ainsi la voie au succès public du cinéma.

Celui-ci ne fut pas immédiat pour autant. D'abord, à cause de lourdes limitations techniques.


LE CINÉMATOGRAPHE

SALON INDIEN

14, Boulevard des Capucines, 14

PARIS

Cet appareil, inventé par MM. Auguste et Louis Lumière, permet de recueillir, par des séries d'épreuves instantanées, tous les mouvements qui, pendant un temps donné, se sont succédé devant l'objectif, et, de reproduire ensuite ces mouvements en projetant, grandeur naturelle, devant une salle entière, leurs images sur un écran.

SUJETS ACTUELS

1. La Sortie de l'Usine LUMIÈRE à Lyon.
2. La Voltige.
3. La Pêche aux Poissons Rouges.
4. Le Débarquement du Congrès de Photographie à Lyon.
5. Les Forgerons.
6. Le Jardinier.
7. Le Repas.
8. Le Saut à la Couverture.
9. La Place des Cordeliers à Lyon.
10. La Mer.

Annonce de la première séance
du Cinématographe
et films projetés ce jour-là,
Paris, 1895

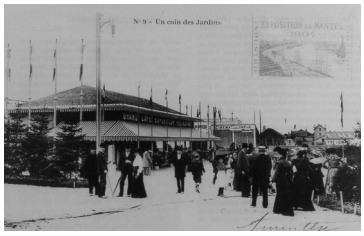
Montré pour la première fois en public à Paris en 1895, le Cinématographe des frères Lumière est un procédé de projection qui date d'avant l'électricité. Les premières sources lumineuses utilisées étaient le pétrole, l'acétylène ou le gaz de ville. Parce qu'elles éclairaient peu, de telles lampes devaient être placées près de l'écran, tout au plus à cinq-six mètres. On était obligé d'installer l'appareil de projection derrière l'écran – ce qui n'offrait au public que des images inversées. Pour obtenir une image assez nette et assez brillante, il fallait même arroser régulièrement la toile de l'écran. C'était également une précaution à prendre pour éviter les incendies : les débuts du cinéma furent marqués par des accidents meurtriers, à Paris et à Nantes en particulier, qui conférèrent à cette attraction une réputation de danger. Tout ceci pour dire que les débuts du Cinématographe n'eurent rien d'éblouissant et que le public ne vit pas d'emblée la différence entre tous les autres procédés qui fleurissaient à la même époque et celui-ci, qui allait pourtant demeurer, avec le succès de masse que l'on sait.

L'autre problème rencontré par le cinéma naissant était qu'il n'avait pas de lieu approprié. Il commença par être un **art de foire**. Dès 1896, des forains se lancèrent dans la « photographie animée ». Plus exactement, certains forains ajoutèrent à leurs attractions préexistantes la projection de films. De la sorte, un vaste public populaire découvrit l'image animée entre deux numéros de prestidigitation et les vociférations du cracheur de feu. Les films duraient tout au plus une minute. Synonyme de modernité technique, le cinéma devint l'attraction obligée des grandes expositions, comme à Paris en 1900 :



Timbre édité pour l'Exposition universelle :
avec une allégorie du cinéma
et la façade du pavillon
« Phono-Cinéma-Théâtre »

ou à Nantes en 1904 :



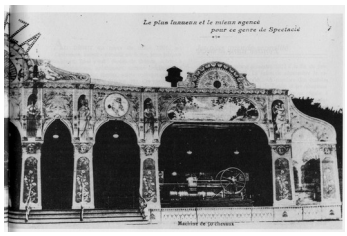
Carte postale montrant le cinéma
au fond d'une vue des jardins

Plusieurs milliers de personnes s'y pressaient, avant d'aller se faire tirer le portrait par le photographe : cinéma et photographie constituaient alors deux égales curiosités de foire.



Photographe ambulant sur une foire,
vers 1900

Jusqu'en 1900, le cinéma fut porté à bout de bras par des forains qui achetaient les films.



Le cinéma ambulant Ketorza,
Nantes, 1898

Selon un témoin de l'époque : « Ses programmes [du Ketorza] étaient toujours attrayants. Il projetait, en plusieurs époques, LES MISÉRABLES de Victor Hugo, et sut s'attirer la sympathie des Nantais en faisant filmer la sortie du personnel d'un chantier ou d'une fabrique nantaise. (...) Ce film, projeté à chaque séance, provoquait une vive effervescence dans la baraque. Les exclamations fusaient de toutes parts : Ah ! Un tel ! »

Il y avait également des projections en ville, par exemple dans des cafés ou dans des salles qui programmaient régulièrement des attractions de toutes sortes. Mais ce n'étaient là que des présentations temporaires. Par exemple, selon un article paru dans le *Phare de la Loire* en 1903 : « L'*Artistic Salon* nous montre en première partie le Royal Cinématographe Géant qui a servi à l'exposition de 1900. Avec cet appareil, on n'a pas le désagrément de la trépidation. Outre de véritables pièces (...) accompagnées par une forte machine chantante, le cinématographe représente des scènes militaires, le voyage du Tsar, des scènes très amusantes. Le directeur veut en outre représenter des scènes populaires et, aujourd'hui, il va prendre des vues de sortie d'église, de la manufacture des tabacs, de la maison Lefèvre-Utile, de la musique militaire au Jardin des Plantes. On reconnaîtra les figures et ce sera certainement très intéressant. »

Il fallut attendre le tournant des années 1910 pour commencer à voir l'installation de salles permanentes de cinéma. Elle fut encouragée directement par l'industrie naissante du film. En France, c'est la firme Pathé qui porta un coup mortel aux forains en 1907 lorsqu'elle décida que désormais, elle ne vendrait plus ses films, mais qu'elle en louerait des copies : c'était plus rentable et cela lui permettait surtout de contrôler plus étroitement la distribution. Dans la foulée, Pathé encouragea la création de salles permanentes, destinataires de l'exclusivité de ses productions. Il faut dire qu'en ces années 1907-1908, l'avenir du cinéma était incertain : il ne constituait plus véritablement une nouveauté et les mauvaises conditions techniques des projection dans les baraques de foire ou les arrière-salles de cafés nuisaient à son essor. En optant pour la qualité des bandes et pour la mise en place d'un cadre approprié, l'industrie du cinéma tenta d'extraire le cinéma de l'univers populaire de la foire pour le propulser dans l'orbite des loisirs urbains respectables. Les salles de cinéma devinrent des lieux confortables, aménagés sur le modèle des théâtres, destinés par conséquent à une clientèle plus aisée et,

surtout, plus régulière. Car, sur les foires, le cinéma n'était visible que quelques semaines par an. Dans les salles en ville, en revanche, il devint accessible en permanence et en même temps réservé au public citadin sédentaire.

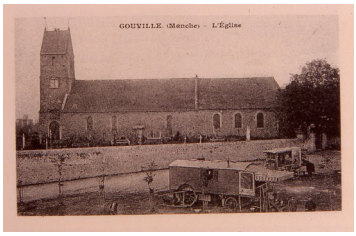


Le Gaumont Palace,
Paris, 1911 :
« Le plus grand cinéma du monde »



Affiche annonçant l'ouverture de l'Olympia,
Nantes, le 7 octobre 1931 :
fracs et haut de forme

L'essor des salles permanentes s'accompagna du déclin des baraques de projection sur les champs de foire. A l'issue de la Première Guerre mondiale, on n'en comptait quasiment plus. Le cinéma forain ne disparut pas pour autant : il se maintint dans les campagnes sous une forme plus modeste. Commença alors le temps des petits cinémas ambulants.



Gouville, 1905 (carte postale) :
roulotte de cinéma ambulant
stationnée près de l'église



Affiche de cinéma forain,
1909 :
une famille de paysans assiste au spectacle
avec son panier de volailles,
probablement le jour du marché

Il ressort de ces premières années que **l'image cinématographique s'est imposée auprès du public en imposant le cadre de sa consommation**. Le cinéma devint un spectacle, montré dans des salles de spectacle spécifiques. Cette image qui montrait la vie de tous les jours n'avait pas vocation à s'intégrer à la vie de tous les jours. Pendant très longtemps, le cinéma resta un produit de grande consommation, mais pas une pratique courante : on allait au cinéma, mais on n'en faisait pas. Même depuis qu'il est devenu accessible aux amateurs, il est resté une pratique minoritaire. La plupart des amateurs ne recourent pas à la vidéo pour faire du cinéma, mais dans la logique des rituels familiaux ou des événements de la vie privée, qui ont simplement annexé l'image animée, comme ils l'avaient fait antérieurement avec l'image fixe. Le numérique ne semble guère avoir modifié cette dépendance proprement sociale.

En définitive, le rapport au cinéma de l'immense majorité des gens reste essentiellement passif. En outre, contrairement à la photographie, pendant longtemps le cinéma s'est

consommé en public, si bien que le critère pertinent pour mesurer l'engouement du public est le taux de fréquentation des salles.

La fréquentation du cinéma

La fréquentation du cinéma a une histoire qu'il est préférable de découper en trois phases successives.

1. La phase des **origines**, dont nous venons de parler :
Elle se prolongea jusqu'à la fin des années 1930. Pendant toute cette période, le nombre des salles permanentes s'accrut sensiblement, beaucoup plus vite aux États-Unis ou en Allemagne qu'en France. A Paris, la part du cinéma dans les recettes de l'ensemble des spectacles ne fit qu'augmenter, passant de 33 % en 1921 à 72 % en 1939. Néanmoins, le cinéma demeurait un loisir citadin, auquel les populations des petits bourgs et des campagnes – alors très majoritaires – n'accédaient qu'occasionnellement, le temps d'une foire locale ou d'une projection sous le préau de l'école communale. C'était encore la période des innovations techniques : l'avènement du cinéma parlant, en 1927, relança l'audience, de même que l'essor des dessins animés à partir de la fin des années 1930 (*Blanche Neige* de Walt Disney sortit en 1937). Quant à la couleur, opérationnelle à partir des années 1935, elle ne fut vraiment découverte par la grande masse des spectateurs qu'après la Seconde Guerre mondiale.

2. L'époque du cinéma familial :
Ce conflit introduisit en Europe une rupture dans une évolution qui, sinon, se serait probablement poursuivie en continu. Il est certain, en tout cas, que l'exode rural s'accéléra nettement dès la fin des hostilités et que, par conséquent, la population des villes connut une expansion qui ne s'est pas relâchée depuis. Beaucoup de gens nouèrent une relation avec le cinéma en venant s'établir en ville. Ils avaient déjà eu, pour la plupart, l'occasion d'assister à une projection dans leur village, mais, une fois installés en ville, ils découvrirent que le cinéma pouvait constituer un loisir régulier. Les années 1950 constituèrent partout en Europe l'âge d'or du cinéma populaire, du cinéma des familles. Jamais il n'y eut autant de salles en fonctionnement, autant de spectateurs. L'Italie fut certainement le pays où ce phénomène atteignit son ampleur maximale : en 1955, on y compta 820 millions d'entrées au cinéma, contre moitié moins en France.

Le prix des places était modique, les conditions de projection souvent médiocres, pour ne pas dire pire ; les programmes puisaient sans relâche dans un fonds de vieux films d'avant-guerre, de bobines burlesques du temps du muet, sans cesse rafistolées. Dans ces conditions, le public intégra très lentement les nouveautés du genre. Selon une enquête menée à Paris en 1949, seulement un tiers des spectateurs affirmaient préférer les films en couleur ; ils n'étaient toujours pas la majorité en 1954. Fallait-il seulement qu'ils aient eu l'occasion de voir des films en couleur ! En cet âge d'or du cinéma populaire, on n'allait pas voir un film, on allait « au cinéma » : dans les salles de quartier, les programmes n'étaient pas souvent annoncés à l'avance, on s'y rendait sans savoir ce qu'on verrait, et de toute façon, il y en avait pour tous les goûts.

Il est intéressant de souligner, dès à présent, que la télévision a repris cette manière de programmer un éventail d'émissions destinées au plus grand nombre, si bien que les téléspectateurs ont adopté vis-à-vis du petit écran le même type d'attente indistincte qu'ils entretenaient antérieurement vis-à-vis du grand écran. C'est d'ailleurs le public populaire qui

se reporta le plus vite sur la télévision : ce public qui allait au cinéma en famille, sans grand souci pour le film qui se jouait, resta désormais chez lui pour regarder la télévision en famille, sans grand souci pour les émissions du soir.

3. Le cinéma depuis la télévision

Cette phase du cinéma « universel », puisque répandu dans quasiment toutes les couches de la population, dura peu. Dès le milieu des années 1950 s'amorça un reflux, qui n'est pas entièrement dû à la télévision (puisqu'il débuta avant son plein essor), mais que la télévision accéléra sans retour. Partout en Europe et aux États-Unis, le public se réduisit, on ferma des salles. Entre 1950 et 1975, les cinémas français perdirent la moitié de leurs spectateurs.

A cette hémorragie, les professionnels répondirent par une nouvelle politique de production et de distribution qui misa sur la différenciation des publics. Ils mirent en place le système des « premières exclusivités », qui consista à réserver la sortie des grands films à un petit nombre de salles concentrées uniquement dans les grandes villes et dotées de tous les moyens modernes susceptibles d'assurer au public de bonnes conditions de vision et d'écoute des films. Le prix des places fut révisé à la hausse (+ 7 % en moyenne chaque année depuis 1960). Au fond, les distributeurs ont fait le pari que la télévision leur prendrait les spectateurs « indistincts », qui emmenaient leur famille au cinéma comme ils l'auraient emmenée à la fête foraine, mais qu'elle ne leur enlèverait pas les spectateurs avertis, ceux qui se rendaient dans les salles obscures pour voir un film en particulier ou par goût pour l'actualité de la production cinématographique. C'était un bon calcul, même s'il pouvait paraître paradoxal de transformer le cinéma en loisir de luxe au moment même où le public désertait les salles. Les recettes augmentèrent.

De fait, depuis les années 1960, le cinéma a vu se constituer un triple public :

– ceux qui vont régulièrement voir les films en première exclusivité, c'est-à-dire majoritairement les grosses productions américaines et secondairement françaises projetées dans les plus grandes salles des grandes villes : c'est une population jeune, généralement aisée et instruite, prête à payer cher pour découvrir les derniers films dont on parle ;

– ceux qui fréquentent le circuit des salles d'art et d'essais, spécialisées dans la projection de films d'auteurs, qui n'intéressent pas les grands producteurs : c'est une population elle aussi très citadine, qui habite même exclusivement les plus grandes villes, plus intellectuelle que la première, plus « cinéphile » qu'attirée par les grands succès du box-office ;

– et enfin, la plus grande partie de la population qui ne va plus au cinéma qu'une à deux fois par an : c'est le cas d'à peu près la moitié des Français de plus de 15 ans. Cette proportion demeure stable au cours du temps, de même que la proportion des Français qui ne vont jamais au cinéma de toute l'année : un sur deux.

Nous sommes revenus, en quelque sorte, au temps des premières salles permanentes de cinéma. Ces salles coquettes, voire luxueuses, étaient destinées en priorité à un public aisé, citadin, le reste de la population accédant au cinéma au gré des projections foraines. Aujourd'hui, les salles de première exclusivité drainent elles aussi un public aisé et citadin, plutôt jeune, tandis que le reste de la population (hormis les assidus des salles d'art et d'essais) se contente d'attendre le passage des films à la télévision.

D'ailleurs, l'emprise croissante de la télévision n'a fait que renforcer la sélectivité de ce système. Aujourd'hui, en effet, les grosses productions cinématographiques sont réservées aux salles d'exclusivité pour un temps très court (tout au plus quelques semaines), le temps de faire le plein de ces spectateurs avides de voir les films dès leur sortie. Au besoin, le nombre

de salles mobilisées peut être accru dans des proportions considérables si le succès est au rendez-vous : des films comme *Star Wars*, *Le Seigneur des Anneaux* ou encore *Avatar* sont sortis d'emblée dans 800 à 1000 salles, soit une salle sur 5 en France. Les spectateurs se comptent très vite en millions, mais la durée d'exploitation restera courte, car il n'y a aucun intérêt à laisser ce type de films trop longtemps à l'affiche : le public n'est pas extensible et, surtout, il importe de préserver la « rareté » du film, c'est-à-dire qu'il faut qu'il reste suffisamment de gens qui ne l'ont pas vu pour que son exploitation ultérieure par la télévision soit rentable. Aujourd'hui, les recettes en salle ne représentent pas plus du tiers des recettes totales d'une grande production cinématographique. Le reste est apporté par les passages à la télévision et la vente de copies vidéos (phénomène majeur depuis les années 1980). Sans compter désormais le marché très porteur des DVD.

Nous sommes donc ici devant une économie qui vise délibérément à accroître les recettes d'exploitation des films. De cette façon, la raréfaction des spectateurs en salle est compensée par leur formidable accroissement devant le petit écran. A la manière finalement des maisons de haute couture, qui présentent leurs collections à perte pour mieux vendre par la suite leur prêt-à-porter dérivé et leurs parfums, les principaux producteurs et distributeurs de cinéma projettent désormais leurs grosses productions dans un circuit sur mesure pour gagner des succès d'audience qui servent avant tout à déterminer les conditions d'achat par les télévisions ; lesquelles, de leur côté, ont tout intérêt à assurer le succès public des films si elles veulent gagner des points d'audimat le jour où elles les diffuseront à l'antenne. Les télévisions sont d'ailleurs entrées directement dans la production cinématographique.

Bref, l'économie du cinéma est devenue inséparable de l'économie de la télévision. La combinaison des deux conduit à une concentration du succès public et financier sur un petit nombre de grosses productions qui, paradoxalement, en ces temps de baisse de la fréquentation des cinémas, atteignent des records d'affluence, comme jamais auparavant. *La Grande Vadrouille*, longtemps le plus grand succès de toute l'histoire du cinéma français, a cumulé 17 millions de spectateurs en salle (l'équivalent américain est *Autant en emporte le vent* avec 60 millions de spectateurs). Mais ce chiffre a été atteint au terme de trente ans de distribution dans des salles de tout acabit, en ville, à la campagne, devant des publics aussi variés qu'occasionnels. Alors qu'aujourd'hui, le succès d'un film se joue en deux-trois semaines. Il s'évalue en millions de spectateurs et s'obtient au prix d'un budget de promotion beaucoup plus important que le budget de production. Ainsi s'explique que *Titanic* ait attiré plus de 20 millions de spectateurs en France en 1998 – parmi lesquels probablement une part très importante n'est pas retournée au cinéma de sitôt. Et qu'en seulement six semaines au début 2008, *Bienvenue chez les Chtis* ait effacé le record de *La Grande Vadrouille*.

A la réflexion, les détours pour le moins inattendus et complexes de cette nouvelle économie du cinéma étaient, de fait, inscrits en germe, dès son invention. Car, encore une fois, le Cinématographe des frères Lumière était une nouvelle technique de projection. Elle se situait donc du côté de la reproduction des films et de leur valorisation publique. Aujourd'hui, on réalise de moins en moins de copies physiques des films, mais de plus en plus de diffusions publiques, par le biais surtout de la télévision. Le cinéma se prête particulièrement bien à ces usages en cascade parce qu'il est un art reproductible et que le spectateur ne paie pas l'accès au bien que représente un film, mais uniquement le droit d'en voir une diffusion : ce n'est pas le film qu'on lui vend, mais le droit de le regarder. Les cassettes vidéos, les DVD n'échappent pas à la règle puisqu'ils sont destinés à un usage strictement privé. La projection publique des films demeure le monopole des distributeurs spécialisés et des télévisions. A cet égard, la télévision et le cinéma ne sont pas contradictoires, mais bien plutôt complémentaires.

A ceci près que la logique de masse de la télévision s'est maintenant étendue à la production cinématographique, engendrant des effets de concentration financière et de réduction de la diversité que beaucoup dénoncent au nom de la liberté de création. Le cinéma était plus diversifié lorsqu'il était populaire dans les salles qu'aujourd'hui où il est devenu encore plus populaire sur le petit écran.



Télérama, Publicité pour son
Guide du cinéma chez soi.
Télé, Câble, Satellite, Vidéo, DVD…,
2004,
ou la cinéphilie à domicile présentée
par un magazine grand défenseur
du cinéma d'auteur en salle

°°°

Épilogue (provisoire...)

En seulement quelques décennies, dans le cinéma comme dans les autres registres d'images, le numérique a bouleversé la donne.

Il a tout d'abord provoqué une dématérialisation des supports : finis les bobines, les cassettes et les DVD. Les films sont désormais accessibles en *streaming*, payant ou plus souvent piraté. Consommé de la sorte, le cinéma a perdu toute matérialité : non seulement on ne se rend plus dans une salle dédiée, mais encore on regarde un film chez soi sans aucune autre manipulation qu'informatique. De plus en plus de films ne sortent plus en salle, mais directement sur les grandes plateformes payantes de *streaming*.

A son tour, la télévision, comme mode de consommation majoritaire des films, s'est trouvée débordée par Internet. L'immense majorité des films se trouvent en ligne. En dépit du piratage, c'est un nouveau marché investi par les producteurs pour rentabiliser leurs investissements.

La facilité d'accéder aux films sur Internet, même à ceux qui viennent tout juste de sortir, a contribué à détourner les jeunes générations des salles de cinéma, dont la politique tarifaire leur est devenue de plus en plus défavorable. Largement équipés d'ordinateurs et surtout de smartphones, ils regardent des films sur leurs écrans quand et où bon leur chante.

Mais la plus forte évolution est ailleurs : les réseaux sociaux ont suscité la production et la diffusion de contenus vidéos de toute sorte, auto-produits par les internautes, devenus à leur tour la matière première prolifique de canaux spécifiques comme Instagram ou Tik-tok. Ces contenus, qui renvoient à leur propre expérience et à travers lesquels ils se dépeignent eux-mêmes, sont largement consommés par les jeunes, dont c'est devenu le pain quotidien, loin des séries, qui ont elles-mêmes largement détrôné les films. Il est peu probable que ces nouvelles générations retrouvent le goût du cinéma, trop long, trop cher – qui devient plus que jamais un loisir de cinéphiles avertis ou de retraités. Toute l'économie de la production cinématographique est menacée par cette désertion des plus jeunes, qui signifie que son public ne se renouvelle plus. Assiste-t-on à la fin d'un siècle de cinéma conquérant ? L'avenir le dira.