

LE
GÉNÉRIQUE

LABORATOIRE
& ESPACE GRAPHIQUE

Synthèse et entretien

JOLY Estelle

Synthèse

Introduction	p.7
1.Comment entre t-on en matière ?	p.11
Genèse, origine, naissance	p.11
L'affect sonore, la musique au service de l'ouverture	p.13
Analogie au design graphique : la couverture de livre	p.16
2.Une position ambivalente : l'(in)dépendance	p.19
Générique d'ouverture, une porte	p.19
Lien entre l'architecture et le livre	p.19
Qu'est ce qu'ouvrir ?	p.20
Générique : espace à part entière ?	p.21
Analogie à l'art : un cadre ?	p.24
3.Spécificité du cinéma : des signatures	p.29
Historique de ses débuts à son autonomie	p.29
Typographie	p.32
Du point de vue juridique : la dimension contractuelle	p.35
Conclusion	p.38
Entretien	p.41
Remerciements	p.53

Ce mémoire est essentiellement basé sur le livre *Le générique de cinéma, histoire et fonctions d'un fragment hybride* d'Alexandre Tylski au vu du peu d'écrits qui existent sur cet objet cinématographique. De plus, une grande partie de ce mémoire sera consacrée au générique d'ouverture de par son plus large historique et par ses ouvrages théoriques proposés.

« Après un siècle d'existence du cinéma, [...] il reste étonnant que seuls trois livres français aient été jusqu'ici consacrés aux génériques de film, et que trop peu de livres théoriques sur le cinéma, même parmi les grands classiques, s'y soient intéressés. Lacune cruelle pour la mémoire même des films et inévitablement, manque béant pour une meilleure connaissance en compréhension du cinéma, en particulier dans les milieux pédagogiques, universitaires et même journalistiques. »¹

1. TYLSKI Alexandre, *Le générique de film, histoire et fonctions d'un fragment hybride*, Presses universitaires du Mirail (sous la dir. de Jean-Luc Nardone et Xavier Cervantès), 2008 p.8

Introduction au générique

Définition et à l'international

Le premier sens du mot générique est tiré d'un dérivé du latin *genus, generis*. Il évoque alors le général et le genre. Il s'oppose au spécifique et à l'individu. Cependant, ce terme se rapproche de noms tels que « générer », « généalogie » ou encore « genèse ».

En anglais, on désigne l'ouverture et la fermeture d'un film par les expressions suivantes « title and end sequence » ou « opening and ending credits ». Selon Alexandre Tylski, le terme générique, contrairement à l'anglais, perd sa notion de crédit, de début, de fin ou encore de titre. Il aurait cependant, une filiation avec les gènes car on parle des fondements, de la fabrication du film dans le générique (logo des maisons de production, auteurs, acteurs, techniciens ...)

Présentation

À son origine, le générique a pour but d'informer le spectateur. C'est grâce au générique que le public est averti et signalé du film. D'après Alain Arnaud c'est comme si l'on utilisait l'expression « attention récit ! »².

Depuis ces débuts, le film se trouve toujours composé et encadré par deux génériques : l'ouverture et la fermeture. Souvent délaissé au profit de l'ouverture, par manque de temps ou de budget des maisons de production et zappé par le spectateur, le générique de fermeture n'est pourtant pas à négliger. Le générique engage et ne soulève pas les mêmes enjeux entre le début et la fin.

Bien qu'au début très peu exploité, le générique a su évoluer grâce aux avancées techniques et à l'appropriation de célèbres créateurs tels Saul Bass ou Maurice Binder.

Quelques enjeux

Certaines personnes ne jugent pas important d'être à l'heure pour le début du film et partent celui-ci à peine achevé. Le début ou la fin, c'est-à-dire les génériques sont-ils dignes d'intérêt ? Cet objet cinématographique longtemps délaissé visuellement suscite depuis les années 60 et encore aujourd'hui la convoitise de certains graphistes.

Typographie, couleur, mise en forme, hiérarchie, le générique est l'application de nombreux champs du graphisme mis en mouvement. Il est donc un formidable lieu d'expérimentation pour le designer. Loin de s'arrêter au fait d'être un habillage, il est riche en questionnement. Réalisé à la fin du processus de création et de réalisation, il est paradoxalement la première chose par laquelle on commence.

Introduction, greffe, sas, antichambre, indicateur bien des dénominations sont possibles pour le qualifier. De ce fait peut-on lui attribuer un statut ? Est-il une partie intégrante de l'œuvre ? Entre réalité et fiction, il interroge les espaces intermédiaires, des non-lieux auquel nous ne prêtons pas attention mais qui ritualisent notre quotidien. Tout comme le design graphique en captant notre attention, le générique d'ouverture nous porte et nous transporte vers le récit. Informatif à l'origine, il est surtout un lieu de signature(s) où les enjeux juridiques sont déterminants.

Considérez désormais cette introduction comme un générique, un avant-goût de ce qu'est ce mémoire.

1. Comment entre-t-on en matière ?

Genèse, origine, naissance

Avant toute chose, il me paraît indispensable d'établir une distinction entre le mot commencer et débiter. Ils sont à première vue similaires. Cependant, le commencement est une quête d'origine, rien n'était avant. La nuance du mot début quant à lui, est la nécessité matérielle de commencer par quelque chose. Par conséquent, le générique est le début du film mais pas nécessairement le commencement de la narration.

Comme dit précédemment, l'origine du terme générique tend vers les gènes mais aussi vers le mot genèse. Amélie Gamet l'avance dans son mémoire universitaire, « le générique expose les gènes du film, remontant même bien avant sa conception, lorsqu'il n'était que la fameuse « idée originale » dans l'esprit de ses géniteurs, sans qui le film n'aurait jamais vu le jour ». Dans cette affirmation, elle nous décrit le générique comme la genèse, la naissance. Il comprend tous les parents principaux et secondaires du film.

Cependant, le rapprochement avec le mot genèse n'est pas juste d'ordre étymologique mais aussi au sens de Mythe de la Création. Plusieurs éléments dont la lumière et l'obscurité semblent y faire écho. Lorsque je suis dans la salle de cinéma, je suis d'abord dans un espace éclairé puis plongé dans le noir pour qu'ensuite la projection de lumière me dévoile le film.

L'enseignante-chercheuse Laurence Moinereau³ compare l'obscurité de la salle comme le chaos, les ténèbres et la lumière comme le divin au cinéma. Elle ajoute que ce sont les mots et la parole du générique qui donnent naissance au film. Les références au divin sont aussi présentes de façon récurrente dans l'une des figures visuelles imposées au générique : les logotypes des compagnies cinématographiques. Alexandre Tylski démontre cet aspect grâce au fort rapport à la lumière des logotypes. Étoiles (Disney, Paramount), constellation (Orion), torche (Columbia) ou encore figures célestes et ailées (TriStar), Alexandre Tylski y voit la volonté d'élever spirituellement et intellectuellement le public, les firmes cinématographiques remplaçant des dieux.

Hérité de diverses formes artistiques vivantes (cirque, spectacle) le cinéma traditionnellement divertissait tout en apprenant, comme le théâtre avait pu le faire auparavant. Paradoxalement, pour Alexandre Tylski le générique d'ouverture relève aussi bien de la naissance que de la mort. En effet, le film est linéaire, il part d'un point A pour aller à un point B. Une fois amorcé, le décompte est lancé irrévocablement vers son achèvement.

L'affect sonore, la musique au service de l'ouverture

De la pièce de théâtre avec ses trois coups de bâton au spectacle de cirque avec sa fanfare en passant par le générique de film et sa musique d'ouverture, il semble exister une nécessité de commencer par et avec une entrée musicale (sans exclure la parole, le bruit ou encore le silence comme dimension sonore).

« Par où commencer ? l'image acoustique métaphorique. Le son permet l'entrée initiatique du spectateur dans la fiction par un affect qui, à partir du générique, se réplique dans le film, à l'instar du signifiant auquel il se rattache. [...] par où commencer ? Par le signifiant, mais aussi le bruit qu'il fait. Le mythe, son culte et la musique de ce culte. »⁵.

Dans cette affirmation, Alain Arnaud avance que le son est une image acoustique métaphorique c'est à dire un signifiant. Le signifiant est la partie formelle, matérielle et sensible du signe. Il est accompagné d'un signifié qui est un concept, ils se répondent mutuellement. Par exemple, si je vois une chaise je sais à quoi elle sert, c'est son concept. Inversement si l'on me parle chaise, j'aurai une image de chaise en tête, c'est son signifiant. Le son permet une première approche de ce que la suite sera, de l'appréhender.

3. MOINEREAU Laurence, Le générique de film, du linguistique au figural, (sous la direc. de J. Amont, Université de Paris III, 2000 p456

4. Nicole de Mourgues propose différentes catégories sonores pour les génériques, dont le «silence», la «musique», le «bruit», la «parole», DE MOURGUES Nicole, Le générique de film, Méridiens-Klincksieck, 1994 p.135-163

5. ARNAUD Alain, op. cit. p142

En donnant des indices, la musique situe le spectateur dans le lieu (éthnie), l'époque (style «daté») ou encore le ton du récit (amour, drame, mystérieux...). L'exemple de *Psychose* célèbre film d'Alfred Hitchcock illustre parfaitement ce que peut être une ambiance angoissante, d'horreur et de suspense grâce à sa bande sonore. Créée par Bernard Herrmann, la musique d'ouverture est composée d'un orchestre de cordes offrant des sonorités froides et stridentes. Visuellement et musicalement, le générique se déroule à un rythme et un tempo soutenu, répété sans cesse créant une obsession hypnotique et de folie. L'effet escompté se traduit par un sentiment de malaise et d'inconfort chez le spectateur.

Créatrice d'émotions, la musique nous marque l'esprit et nous touche, ainsi chacun à en mémoire des musiques de films ou séries (*James Bond, La Panthère Rose ...*).

« La voix est un sens. Le sens de l'affect le plus grand qui soit, dans toutes ses variations, l'affect de dire le vivre. [...] La vie intellectuelle est incompréhensible, impossible même, sans l'affect. [...] La voix, c'est du sujet. »⁶

Des théoriciens du langage ou psychanalyste du XX^{ème} siècle tels que Henri Meschonnic ou Denis Vasse remontent au stade prénatal pour expliquer comment le son et par conséquent la musique nous touchent. Au commencement, l'enfant entend (en particulier la voix de sa mère) avant de

voir. Le cordon ombilical fait office de cordon téléphonique. Depuis le ventre de sa mère, l'enfant a déjà enregistré des bruits, des paroles qui ont généré des émotions et construit un certain affect. Cet affect désigne l'état élémentaire affectif d'un sujet face aux situations extérieures. Ces humeurs et ces émotions sont des réactions positives, négatives, agréables ou désagréables. Involontaire et inconscient, l'affect crée des pulsions dans le comportement de l'individu. L'intellect s'oppose donc à celui-ci. En admettant que la voix est « le plus grand affect qui soit » Henri Meschonnic met en évidence le caractère fondamental de la voix. Par l'interaction avec autrui, le sujet développe son affect et devient sensible.

De l'origine de cette théorie, Alexandre Tylski en fait une analogie avec le début d'un film. À l'instar du stade prénatal, bien des films commencent par une entrée sonore avant même l'image. Une des raisons principales selon lui est l'immersion physique qu'elle permet. Créée de toute pièce pour un film ou empruntée à un artiste, la musique est une excitation affective qui nous amène non seulement l'idée de la narration mais cache aussi des enjeux commerciaux comme l'achat de la bande originale.

Analogie au design graphique : la couverture de livre

Si l'on en revient au graphisme, la couverture de livre représente ce qu'est le générique au film tant son extérieur que son intérieur du récit. À l'origine, c'est d'abord son intérieur qui s'est transformé en extérieur. On entend par là que les informations intérieures tels que le titre ou le nom de l'auteur ont basculé vers l'extérieur. Il est facile de le visualiser pour un livre car son extérieur est concrètement matérialisé. Mais pour le générique de film, il faut admettre que le film est lui aussi encadré par une série d'informations le concernant en son amont et son aval.

En remontant l'histoire, la première notion de couverture sur les écrits apparaît pour faciliter le rangement et la reconnaissance de ceux-ci. Ils sont à l'époque enveloppés d'un papier pour ne pas les abîmer. L'ouvrage était nommé par son incipit, c'est-à-dire les premiers mots de sa première phrase. Du latin incipere, il signifie « ici commence ». C'est sur cette couverture de livre improvisée que l'idée de titre commence à apparaître. L'intérieur basculé à l'extérieur crée une couche supplémentaire, une enveloppe protectrice et dorénavant a un but informatif. Le livre actuel s'est développé avec les débuts de l'imprimerie. Dotée d'une grande simplicité et sobriété à ses débuts, la couverture a vite arboré une esthétique plus aboutie. Sans nous rappeler les mêmes débuts esthétiques

timides du générique de film. Désormais illustrée, la couverture du livre est plus attrayante pour le public.

Des mouvements artistiques tels que l'art nouveau ou dadaïsme lanceront la « mass book culture ». Grâce à ses évolutions, la couverture devient un objet culturel à part entière. Après guerre, les couvertures de livre sont affectées car emprunts par des enjeux marchands : la concurrence. Elles deviennent comme un teaser de cinéma soumises au marketing, et doivent déclencher l'acte d'achat chez le consommateur.

La couverture est aussi le premier lien entre le spectateur et le livre de même que le générique l'est entre le spectateur et le film. En donnant des informations clés (titre, auteur) sur l'objet narratif, ces deux types de couvertures fonctionnent comme des cartes d'identités. Ces couvertures sont des promesses de l'intérieur pour nous, spectateurs. L'utilisation d'images iconiques permet une identification immédiate du lecteur/spectateur consciente ou inconsciente. À l'inverse du générique où il suggère et effleure le récit, la couverture de livre en est une synthèse, elle est un véritable résumé illustré. Elle se rapproche sur ce point davantage de l'affiche du film.

L'image composée de ses codes visuels (typographie, formes, couleurs) est déterminante pour la perception du lecteur/spectateur. Là est tout le travail du graphiste : impacter, tout

en retenant l'attention de l'œil. L'enveloppe possède son propre aspect de paradoxe. Réalisée en dernier lieu, elle subit des contraintes budgétaires mais ne doit pourtant pas être négligée car son image doit séduire et donner l'envie de se projeter plus loin.

Alors finalement, nous entrons en matière en se laissant porter, par ce que l'on me donne à voir et entrevoir, pas nécessairement à la naissance des éléments. Un pouvoir que détient le graphiste par l'image. Parfois, l'entrée en matière est accompagnée et nourrie par des sonorités lui donnant plus d'intensité et provoquant chez le spectateur une première émotion. Nous basculons de façon naturelle et inconsciente vers et dans la fiction. Le générique d'ouverture nous fait débiter tandis que le générique de fermeture clos le film. En «Ouvrant» et «fermant», j'implique une notion spatiale. En effet, le film est un lieu, le générique fait-il partie ou non de celui-ci?

2. Une position ambivalente : l'(in)dépendance

Générique d'ouverture, une porte

Lien entre l'architecture et le livre

Le domaine architectural est un bon exemple de ce que peut être la matérialisation d'une entrée. Le monde éditorial a été façonné à son image par les humanistes. On parle d'architecture livresque ou de livre édifice. Il est construit avec une structure, ordonné et logique pour une compréhension de l'œuvre textuelle. Le décor et l'illustration ont aussi la fonction d'architecturer la pensée et le livre.

« Les livres deviennent des monuments, dont le frontispice est l'élément primordial, créant comme des architectures éphémères qui ponctuent un itinéraire sacré, balis[ant] l'espace orienté du livre en son point le plus sensible : le seuil. »⁷

Dans cette citation, l'écrivain et historien Marc Fumaroli utilise le terme frontispice pour désigner les livres. À l'origine, le frontispice vient du latin frontispicium « façade ». Il est employé en architecture au sens de « façade principale d'un bâtiment ». Les images de frontispice incarnent le texte dans

7. Marc Fumaroli, L'École du silence : le sentiment des images au XVIIe siècle, Paris, Flammarion, 1994

des représentations de façades architecturées, la forme la plus fréquente étant l'arc de triomphe. À travers cette image, le livre devient transparent, un symbole du savoir et du pouvoir. Le frontispice est le seuil d'un ouvrage matérialisé par la couverture. Esthétiquement, cette idée est d'autant plus renforcée par la représentation d'une porte sur la couverture. Le générique d'ouverture serait le frontispice du film.

Qu'est ce qu'ouvrir ?

Ouvrir c'est rendre accessible quelque chose, tendre à une vision plus large, se livrer à quelqu'un mais surtout c'est le fait de mettre en communication un espace clos vers l'extérieur ou l'intérieur.

Si nous observons notre environnement, après avoir pénétré dans un espace il existe toujours un temps de latence, de transition ou encore préparatoire pour passer d'un espace à un autre. Nos attitudes tendent systématiquement vers différentes étapes et seuils à passer et franchir. Lorsque nous nous rendons chez quelqu'un nous passons d'abord par la porte et un hall d'entrée, une antichambre pour se saluer puis se dévêtir et enfin offrir un présent à son hôte. De même, lors du repas, nous commençons par un apéritif et des hors d'œuvre. Le même schéma se reproduit dans nos comportements avec autrui, notamment dans nos relations amoureuses. Les relations intimes s'amorcent par des préliminaires.

Ce mot est issu du latin *liminaris*, proprement relatif au « seuil » et au figuré « initial, placé au début ». Préliminaire est dérivé de *limen* « un seuil » qui nous renvoie au pas et au linteau de la porte d'entrée. Plus largement, liminaire est employé au sens de « qui forme le début ».

Ce seuil convoque chez l'individu une certaine conscience de passer outre quelque chose, de franchir une étape initiatique ou encore de changer de nature. Le générique d'ouverture est une porte qui ouvre sur un espace : le film. Mais s'arrête-t-il au simple fait d'être une porte ou peut-il être un espace à lui seul ?

Générique : espace à part entière ?

Qu'il soit d'ouverture ou de fermeture, le générique est régulièrement qualifié d'un bon nombre de mots et synonymes évoquant une spatialité : sas, antichambre, salle d'attente, zone tampon ou encore espace intermédiaire. Ces lieux ont la particularité d'être entre-deux c'est-à-dire que ce sont des parties qui séparent deux choses. Ce sont des lieux de passage, l'individu ne peut y rester. Leur rôle est d'effectuer une transition entre deux choses, états ou encore situations. Cette même idée est appliquée notamment dans l'architecture islamique. On appelle cela l'introversion. S'appliquant à l'intérieur comme à l'extérieur des habitations, ce principe cherche à limiter la communication visuelle directe de la

maison avec les espaces extérieurs (rues et autres habitations) mais aussi entre les pièces au sein d'une habitation. Selon les pays et les régions, l'introversion varie. Cependant, elle est fondamentale dans l'architecture des habitations.

Étendue à l'échelle d'un quartier, elle crée des espaces semi-privés, des zones intermédiaires entre sphère familiale et publique. À l'extérieur, ils prennent la forme d'allées et de ruelles (la driba) tandis qu'à l'intérieur ce sont des sas (la skifa). La base du principe d'introversion est de préserver l'intimité. La skifa par exemple est une antichambre pour recevoir les visiteurs sans les faire entrer dans la maison même. À l'image d'une skifa, le générique peut être un espace de transition clos entre l'espace public (la rue) et l'espace privé (le film). À contrario, il est aussi un prolongement en faisant varier son degré d'ouverture vers la fiction.

Dans le premier cas, des génériques comme ceux de Woody Allen peuvent être considérés comme clos. Depuis la production d'*Annie Hall* en 1977, le réalisateur adopte une esthétique de générique simple et récurrente pour ses films. Composé d'une typographie blanche (Windsor Light Condensed) sur fond noir et accompagné d'un arrière-plan musical généralement jazz ou blues, le générique est séparé et fermé de la diégèse du film. Les répétitions visuelles et sonores des génériques de Woody Allen sont devenues par défaut sa signature. Dans un deuxième cas, le générique est un espace à part entière mais imprégné par le film. En 2006, le générique

du premier opus d'*OSS 117, Le Caire nid d'espions* est un espace graphique illustrant le film. Le graphiste Laurent Brett traduit visuellement l'ambiance des années 50-60 par des formes et des couleurs tout en dévoilant l'intrigue du film, puis le film commence. Le dernier cas et le plus fréquent est de mélanger générique et début du film en surimpression ou en intégrant la typographie au décor réel. Le générique du second opus d'*OSS 117, Rio ne répond plus* est une typographie alliée à une scène d'ouverture du film. Ce type de générique est ouvert sur l'espace film et à la limite de disparaître. Ce phénomène se produit également avec les logos des maisons de production comme Warner Bros qui tendent à se fondre dans l'univers du film par un détournement visuel. Le générique devient une partie intégrante du film. Pour autant fait-il réellement partie du film et du récit ?

André Gardies y répond en le décrivant comme un « violent conflit ». Son discours est finalement double. Le générique cherche à faire oublier au spectateur qu'il est au cinéma devant un film pourtant il présente les fondateurs et créateurs du film. Il est métadiscursif. Par sa typographie, il explicite ou commente le discours (le film). C'est le rôle principal du générique de fermeture : mettre fin à l'illusion. Pour dévoiler l'envers du décor, un making of peut y être ajouté comme récemment dans le film de Anne-Dauphine Julliand *Et les mistrals gagnants*. On peut considérer le générique comme un espace autour du film à l'image d'un cadre bordant un tableau ou à l'inverse faisant corps avec l'œuvre tout en le présentant.

Analogie avec l'art : un cadre ?

Le cadre tout comme le générique est un objet paradoxal. Il est un système clos qui comprend tout ce qui est présent dans l'image comme le champ visuel. Signe de l'achèvement d'une œuvre, fait-il pourtant partie de celle-ci ?

La fonction première de l'encadrement est de mettre en valeur, protéger et renforcer l'œuvre. Pendant longtemps, les cadres passent inaperçus et l'on regarde la peinture. Chaque période a son style d'encadrement, ses matériaux et ses ornements. Des accessoires peuvent l'accompagner à la manière d'un générique : des armoiries en haut comme le logo de maison de production et un cartel en bas pour le nom du réalisateur ?

L'esthétique du cadre ne doit cependant pas voler la vedette au tableau. En 1874, il est questionné par un tableau trompe-l'œil *Escapando de la critica* du peintre et graveur Pere Borrell del Caso. Un jeune garçon y est représenté et semble sortir du cadre, ses mains s'accrochant au cadre pour y prendre appui et s'enfuir. Visage tendu, regard apeuré, mi étonné, il a commencé à enjambrer le cadre. Cette scène intrigue et interroge l'extérieur, autrement dit le hors-champ du tableau. Le peintre prolonge son œuvre par l'imaginaire du spectateur. Que fuit-il ? De quoi a-t-il peur ?

Le cadre permet d'être un lieu de dialogue et de médiation

entre l'artiste et le public. Il est là pour signaler au spectateur qu'il n'est pas dans le réel : métadiscursif comme le générique. À l'instar de celui-ci, il est ajouté à la fin de la réalisation par son créateur ou un spécialiste (ébéniste) et appose la signature sur son travail.

Au XX^{ème} siècle, les peintres d'avant-garde expérimentent de nouvelles matières (corde, métal, miroir) tandis que certains comme Malevitch ou Mondrian banissent l'objet-cadre. Désormais, le seul cadre que possèdent les œuvres sont les limites de leurs supports. Il est invisible et omniprésent dans l'environnement. Le cadre ne se limite pas au domaine de la peinture, il s'étend de la photographie au cinéma. C'est une fenêtre qui laisse voir et entrevoir. De même que le générique de film aujourd'hui, le cadre s'expose sans tableau comme une œuvre à part entière. En admettant que le générique est un cadre, que produit la répétition de celui-ci dans une série télévisée ?

Cette œuvre de fiction télévisuelle se déroule en plusieurs parties d'une durée équivalente que l'on appelle « épisode ». L'ensemble des épisodes d'une même année de diffusion forment une saison. Chaque série possède une identité visuelle et sonore condensées dans un mini-générique. Il est un discours sur la thématique ou la présentation des héros de la série. Mais à la différence du film, sa place n'est pas toujours à l'orée de l'épisode. D'entrée un rappel de l'épisode antérieur peut être fait ou encore l'épisode peut démarrer d'emblée

puis le générique apparaît. De plus, sa durée est particulière comparée au film. Dans *Grey's Anatomy*, il se contente que du titre de la série et du nom de sa créatrice. Il arrive que le générique de série évolue selon les épisodes ou les saisons.

C'est le récent cas *Des désastreuses aventures des orphelins Baudelaire* produit par Netflix. Au fur et à mesure des épisodes, le générique s'adapte légèrement au futur épisode tant visuellement que musicalement. Sur une mélodie aussi bien entraînante qu'entêtante, le chanteur met en garde sur l'aspect tragique de la série en répétant en boucle « éteignez vos télévisions ». Les paroles de la musique du générique sont paradoxales : « Cette série va vous gâcher vos journées, vos soirées », « Vite éteignez vos télévisions, vous allez sangloter, hurler comme des bébés » sachant qu'une des fonctions du générique est de donner envie de rester. La force de ce générique est d'envoûter le spectateur par la mélodie et l'intriguer par le mystère de cette histoire. Par sa répétition, le générique de série télé ritualise notre visionnage. Bien d'autres de ces applications n'ont pas été abordées comme le générique de documentaire. Est-il neutre ? Rajoute-t-il une part de fiction au discours ?

À la fois porte et espace, le générique de film a un statut inconfortable, ambigu, d'être entre-deux. Il est un espace de prolongement et de cloisonnement avec une frontière plus ou moins visible. Il possède de nombreuses similitudes avec un cadre : il présente, donne à et où voir. Un savoir-faire que le graphiste doit mettre en place dans son travail tout en jouant avec. Cependant, le générique dévoile ce qu'il y a autour du cadre en nommant chaque personne ayant participé à la réalisation du film ou de la série contrairement à d'autres domaines où les petites mains disparaissent au profit d'une marque ou d'un nom. C'est une œuvre collective, un lieu de signatures.

3. **Spécificité du cinéma : des signatures**

Historique de ses débuts à son autonomie

C'est à la fin du XIX^{ème} siècle que naît le cinéma avec les Frères Lumières. Ils mettent au point et construisent une machine permettant d'enregistrer et de projeter en public des vues photographiques en mouvement, qu'ils baptisent Cinématographe. C'est une révolution. Les premiers films sont en noir et blanc et dépourvus de son. À l'origine, il n'existe pas à proprement parler de générique tel que nous le connaissons aujourd'hui. Très peu de mentions sont écrites, voire aucune, concernant la production du film, et rares sont les titres de films à cette époque. Ainsi, il arrive au projectionniste d'annoncer oralement le titre pour présenter le film. Une des raisons de cette absence de crédit est que le film est mal considéré, non reconnu et parfois qualifié de « film de foire ». Les interprètes n'ont finalement pas d'intérêt à voir leur nom à l'écran.

C'est d'abord le vol de film qui pousse les maisons de productions à afficher visuellement leur propriété par des emblèmes. Puis, les premiers génériques de début et de fin voient progressivement le jour avec des cartons de titres et les emblèmes placés aux extrémités du film.

Au début des années 1910, seul les noms des producteurs étaient cités. Des revendications commencent à apparaître chez les interprètes et les réalisateurs, un besoin de reconnaissance dû au succès populaire et commercial de nombreux films. Les débuts intimes du générique laissent place à plus créativité de 1920 à 1940. Le cinéma se nourrit et fait des clins d'oeil au théâtre par la tradition musicale. Les emblèmes de logos de studio s'affichent sonorisés en fanfare comme avec 20th Century Fox. Le cinéma développe un sentiment d'être un spectacle vivant par des « plans-portraits » où les interprètes saluent le public. Nombreux sont les génériques qui emploient le rideau de théâtre dans cette période. Le film *La chienne* de Jean Renoir en 1931 combine ces deux éléments en ajoutant la parole pour présenter au spectateur les interprètes et l'histoire du film. L'auteur conclut le générique en prononçant « le spectacle peut commencer ».

Le générique parlé ou chanté donne un impact plus fort étant donné que l'auteur s'adresse directement au spectateur. À l'inverse, la référence à l'écriture devient un réel enjeu de certains génériques écrits à la main comme le plus connu *La Belle et la Bête* de Jean Cocteau en 1945. S'en suit l'âge d'or des génériques de 1950 à 1960 grâce à de multiples influences de travail d'animation tel que Norman McLaren, une nouvelle dynamique se crée autour de cet objet. Les graphistes et les illustrateurs développent un intérêt particulier pour ce moyen graphique qui allie typographie, image et musique.

Cette période est marquée par deux grands noms : Saul Bass et Maurice Binder aussi appelés « les Pères Fondateurs ». À eux deux, ils explorent tout le potentiel de l'ouverture narrative du film. C'est le début du générique contemporain. Les décennies postérieures sont marquées par l'avènement des ordinateurs dans la création de générique. Une nouvelle ère qui reflète un univers de science-fiction avec des effets spéciaux dont le plus symbolique *Star Wars* en 1977. À partir de 1990, les producteurs investissent dans le générique, il gagne alors en sophistication. Il n'y a plus de limite à la créativité du designer. Les logos des maisons de production tels que Warner Bros sont même détournés visuellement.

Aujourd'hui, le générique est un espace de croisement et rencontre des arts. C'est un lieu de tous les possibles. Le duo Kuntzel et Degas invitent même de la bande dessinée dans leur générique pour *Le petit Nicolas* en 2009. Cette dynamique de recherche et d'expérimentation est loin de s'arrêter là. Actuellement, le streaming sur divers supports, l'apparition de réalité virtuelle en 360 degrés ou l'interactivité donnent de nouvelles façons de visionner au spectateur. Des expériences différentes qui permettent de penser et faire évoluer le générique.

Ce fragment cinématographique a su s'émanciper avec le temps et prendre une autonomie de son objet premier le film. Une association We Love Your names-L'art du générique de film tente de mettre en lumière cette partie de l'histoire de

l'art qui est pourtant un art populaire. Leur objectif est de susciter la curiosité et l'intérêt du grand public, célébrer le générique de film et ses créateurs (réalisateurs, compositeurs de musique, graphistes), inconnus, oubliés ou encore non crédités.

Typographie

La typographie est associée pour ainsi dire depuis le début au 7^{ème} art. Muet, le cinéma a besoin d'indiquer au spectateur le titre du film mais aussi le lieu de l'action, les coups donnés, les chocs reçus, les paroles des personnages ou le temps qui passe. Puis vinrent les génériques où la typographie sert à indiquer le nom des personnes ayant travaillé sur le long métrage, connaître la teneur de son genre ou démarrer l'expérience cinématographique dès les premières minutes. La typographie est aussi un aspect essentiel dans le travail du graphiste. Bien plus qu'un moyen de communiquer, la typographie possède différents rôles tant dans un film que dans le design graphique. L'écrit apporte notamment une solennité dans une proclamation tel que « This film is based on a true story » que ne peut faire l'image. De même que le texte peut nommer, identifier, qualifier un moment ou un lieu.

L'écrit apporte l'immortalité au discours oral mais il a aussi un nombre de connotation. Le texte est une image. La forme du texte, c'est-à-dire sa typographie, ancre l'écrit dans une histoire, une époque et un contexte social.

La typographie véhicule un sens secondaire au sens du premier texte, c'est la connotation.

« La lettre sert non seulement à la lecture, mais provoque chez le lecteur des réactions rythmiques, elle exprime une idée, contribue à créer l'ambiance, donne les nuances. »⁸

Cette affirmation du typographe suisse Jean-Claude Siegrist témoigne qu'un choix typographique spécifique annonce le contenu du film. Cette continuité esthétique est particulièrement présente dans les films à genre. Aujourd'hui, des choix typographiques sont associés à des genres. Les Westerns adoptent des caractères égyptiens aux empattements rectangulaires tandis que les films d'horreur possèdent des typographies ensanglantées. Plus que pour représenter le genre, elle peut aussi ressembler à un héros. Dans le film *Iron Man* en 2008, le titre est forgé dans le fer comme l'armure du héros.

Mais une font peut-elle correspondre à un mot et lui faire directement comprendre le sens ? Le philosophe et sémiologue Roland Barthes y répond en affirmant qu'« une police de caractère acquiert son pouvoir d'évocation par son histoire, une utilisation habituelle et ses propriétés visuelles »⁹. C'est par le travail du graphiste que ces associations et ces relations peuvent être faites en jouant avec un contexte et une typographie particulière.

8.SIEGRIST Jean-Claude, Classification des caractères, Eracom, 2008 p33

9.BARTHES Roland, Rhétorique de l'image, Communication, Volume 4, 1964 p 120

Pour autant, le texte constitue-t-il un élément parasite à l'image ? Roland Barthes déclare là encore qu'« autrefois, l'image illustre le texte (le rendait plus clair). Aujourd'hui, le texte change l'image l'encombre de culture, de morale, d'imagination »¹⁰. Qu'il soit pour un titre, un générique sur un carton, en surimpression ou dans la diégèse un choix typographique n'est pas anodin.

Au texte est ajouté du mouvement. Grâce à celui-ci, la trame du film peut être évoquée. Par le mouvement, le cinéma apporte une nouvelle dimension et enrichit la typographie. Il est également vecteur de signification. Son apparition, sa disparition ou la transformation peuvent créer une histoire au titre. En 2014, le film *The Imitation Game* induit l'idée d'un temps qui s'écoule dans le mouvement du titre, comme un chronomètre, ce qui correspond à l'impératif de décrypter au plus tôt les messages de l'ennemi nazi.

Qu'importe l'utilisation de la typographie dans le film, nous n'avons pas conscience de l'influence de la forme des caractères, de la disposition du texte et de la mise en page. Pourtant, le texte est toujours accompagné d'une forme qui s'insère dans un contexte historique et culturel. Cette forme apporte à l'esprit une signification supplémentaire, voire altère l'idée initiale.

Du point de vue juridique : la dimension contractuelle

Au delà de l'esthétique et de ses différents rôles, la typographie est régie par une dimension juridique. Elle doit faire apparaître les noms des personnes participantes dans un ordre précis et avec une taille définie. Cette responsabilité est prise par le producteur sous la pression des distributeurs et des diffuseurs. Ils souhaitent un générique attractif, qui retient l'attention du public par les noms des acteurs vedettes et du réalisateur. Sur cette demande, le générique est divisé en deux : un premier attractif avec les grands noms du film pour l'ouverture, puis un second moins esthétique avec tous les collaborateurs et les différentes mentions pour la fermeture. Un juste équilibre doit être trouvé entre protection juridique, liberté artistique et les contraintes budgétaires.

Le générique est la signature de l'œuvre filmique. Cependant au fil du temps, il est lui même devenu la signature d'un graphiste. Cet espace de création peut introduire ou conclure l'intrigue du film, instaurer une ambiance ou un univers. Le générique prépare le public à l'expérience cinématographique. De quelles manières le générique est-il protégé ? Le créateur du générique peut-il revendiquer son travail comme une œuvre à part entière ?

Le droit d'auteur est indifférent quant à la destination artistique d'une création, dès lors que le générique est dit « original » il est considéré comme une œuvre protégeable à part entière. La dimension artistique d'un générique n'a jamais été débattue. Mais quelles qualifications pour les génériques et quel statut pour les créateurs ?

Le générique peut être protégé par deux moyens de droit. Le premier est de considérer le générique de film comme une partie intégrante de l'œuvre cinématographique. Il bénéficiera du droit d'auteur. Depuis 1989, la cour d'appel de Paris a défini le générique d'ouverture « présenté en tête de film » comme « matériellement partie de l'œuvre ». C'est un élément constitutif de l'œuvre. La deuxième solution est de voir le générique comme une création à part entière. Le graphiste intervient comme prestataire soumis aux contraintes des producteurs/réalisateurs. Il peut donc prétendre à deux statuts : créateur de générique ou co-auteur du film. Si le graphiste a créé une forme originale en dépassant les attentes et les critères demandés du cahier des charges, il sera considéré comme auteur. En revanche, le générique ne peut être considéré comme original si le graphiste reprend les rushes du film sauf montage particulier, effet graphique et typographie spéciale.

Maintenant que le générique est considéré comme un espace, c'est un véritable défi pour le créateur d'être reconnu comme auteur de son œuvre.

Indispensable et indissociable pour un film, la typographie du générique est à l'origine pour signer, présenter et expliciter. Qu'elle soit fixe ou en mouvement, sa forme dévoile et annonce des aspects de la future narration. Insérée au sein même de la diégèse comme dans « Mon oncle » de Jacques Tati ou en postproduction, elle offre un large champ de possibilité pour les designers et les réalisateurs. Le générique de film est un lieu de reconnaissance. Pour autant, il est parfois malmené lorsqu'il s'agit de celui de fermeture, où il est régulièrement coupé et accéléré à la télévision.

Conclusion

Ce mémoire n'est qu'une introduction au vaste sujet qu'est le générique. Si l'on vient en tant que spectateur pour voir l'objet filmique, on ne peut cependant pas entrer brutalement dedans. Sans en avoir conscience, le spectateur vit des rituels nécessaires pour passer de la réalité à la fiction dont le générique. Pour autant fait-il partie du film ?

Il est incontestablement lié au projet de celui-ci. Le générique prend son indépendance par son esthétique tout en saisissant l'ambiance de l'œuvre première, le film. L'un sans l'autre, ils seraient une annonce sans suite ce qui serait frustrant et un film «sans-papier» non identifié. Ils sont définitivement liés.

Générique parlé, typographique, musical, captation réelle, animé, il a su devenir polymorphe et hybride dans ses formes : c'est un laboratoire d'expérimentation. Le réalisateur Zack Snyder raconte que certains cinéastes refusent de travailler avec le célèbre designer Kyle Cooper parce qu'il «crée des génériques bien meilleurs que le films lui même».¹² Cette affirmation prouve le pouvoir que peut posséder ce fragment cinématographique, le générique de film.

Générique, guerre entre enjeux juridiques et économiques

Entretien

Pour avoir un point de vue avisé, concret et professionnel sur la question du générique j'ai pu avoir la chance de m'entretenir avec Patrice Perez monteur de *Plus Belle la Vie*.

Ancrée dans le paysage télévisuel français depuis 2004, cette série française met en scène au quotidien des habitants d'un quartier imaginaire de Marseille, le Mistral. Diffusée du lundi au vendredi sur France 3, elle représente plus de trois mille épisodes. Une vraie industrie que j'ai pu comprendre à l'aide de Patrice Perez. De même que cet interview d'une heure et demie m'a permis de prendre d'avantage conscience des enjeux juridiques et économiques qui se cachaient derrière ce fragment cinématographique et plus spécifiquement appliqués à la série télé.

Quel est votre parcours et votre travail actuel ?

Après avoir effectué un BTS audiovisuel option montage et travaillé pour plusieurs entreprises dans ce domaine, j'ai intégré la série *Plus Belle la Vie* depuis la saison un, cela fait douze ans. Aujourd'hui, mon travail se compose en deux temps.

Je suis d'abord simple monteur, qui fait la narration je suis l'ordre de la narration et la logique écrite avant tournage. Le but c'est de mettre les séquences dans le bon ordre par rapport au scénario. Derrière moi, il y a un coordinateur artistique de postproduction qui récupère l'épisode le soir, qui le re-minute, qui le met au bon timing. Il le rend le plus propre possible parce que le soir, l'épisode part à la chaîne, aux différents réalisateurs et aux producteurs. Le lendemain matin, moi je récupère cet épisode (c'est mon deuxième poste qui s'appelle le finishing) où je fais toutes les modifications que les différents producteurs, réalisateurs demandent. Je fais des corrections sur l'habillage, le son ou de rythme (ré-inverser des séquences) pour que l'ensemble soit pêchu. Une fois tout cela fini l'épisode est verrouillé. Il part en étalonnage et en mixe. La postproduction dure une journée pour 26 minutes.

Mais en réalité il y a en fait quatre personnes qui vont travailler sur cet épisode, donc en effet quatre jours : une journée de montage narratif, une finishing FX, une d'étalonnage et une de mixage son. En sachant que le seul poste où cela peut flotter c'est le mien, il faut que j'arrive à finaliser cinq épisodes par semaine. Il y a des épisodes

en trucage qui vont me prendre énormément de temps et d'autres où je vais passer une demi-journée mais il faut qu'à la fin de la semaine par rapport au planning on ait bouclé cinq épisodes. Par contre, les autres travaillent à un épisode par jour calibré. La problématique de la postproduction c'est qu'en FX ce n'est pas que des effets spéciaux mais aussi du nettoyage de pubs réelles dans les lieux extérieurs où l'on tourne : les marques de voitures, affiches de magasins etc. Je dois les effacer et les masquer en postprod. Mais la plus grosse problématique de *Plus belle la Vie* reste l'étalonnage pour arriver à faire matcher l'univers plateau et extérieur réel.

Qu'est ce qu'un générique pour vous ?

Un parfum ... un parfum qui sent bon ou qui pue. Je vais être le premier où si un générique m'accroche je vais aller voir derrière. Aujourd'hui, la modernité d'un générique est de vendre un univers mais après on ne te dit pas ce qu'il y a dedans. Le générique cinéma c'est complètement différent. Entre une série et le film, la grosse différence c'est qu'une série va exister et marcher par rapport à l'histoire. Le cinéma va marcher en fonction de ses acteurs. Les spectateurs y vont par rapport à ça. C'est les mêmes codes qu'une affiche. Après, tu as les grands génériques cinématographiques qui sont des œuvres à part entière. Cependant, ils sont ne pas fabriqués par les mêmes équipes, ce sont des réalisateurs externes qui travaillent dessus. Idem pour tout ce qui est teaser, sortie ciné. Ce sont des films en soi.

A qui a été confié la tâche de réaliser le générique ? Quelles en sont les étapes ?

C'est une boîte de créatifs parisienne Gédéon qui travaille beaucoup pour France Télévision qui a donné une charte graphique. Le 1^{er} générique a été conçu par rapport à cette charte là. Il était beaucoup plus minimaliste et graphique.

Qu'entendez-vous par la charte graphique ?

C'est un tout, ça va jusqu'aux produits dérivés. Dès la saison 1, tu avais dans la charte de la communication web, aux génériques TV en passant par la presse écrite. Toute la charte était posée. Maintenant, cette charte elle a explosé au bout d'un an et demi. Mais cela a été un point de départ.

Et la musique ?

Ce sont des auteurs qui ont travaillé à part, trouvé une vraie signature musicale comme le jingle SNCF. Il faut que cela soit identifiable. On part du principe que la télé peut être regardée de dos. Donc il faut qu'il y ait des sortes d'alertes sonores. Le son est hyper important. Il passe même avant l'image. C'est vraiment une écriture sonore avant d'être une écriture d'image. C'est une sorte de réveil.

Quelle est la direction artistique actuelle du générique ?

La charte artistique du dernier générique c'est « on veut du soleil ». On vend une sorte de rêve pour tous les gens qui n'habitent pas au soleil. *Plus belle la vie* c'est un point de lumière dans leur quotidien. S'il y avait un fond artistique au générique actuellement ça serait la lumière, le sourire, la vie. Il y a des choses qui n'ont pas été pensées au départ, c'est venu en fabriquant comme la ligne de lumière qui fait un parcours dans la ville. C'est-à-dire que les plans se sont mis en place petit à petit, mais comment on pouvait relier ces choses, ces univers ? Cette ligne n'était pas écrite sur le papier dès le départ, cela s'est créé en fabriquant. Il y a aussi des choses qui ont disparu dans les génériques d'avant : les noms des personnages. Étant donné qu'il y avait un résumé en ouverture, on posait les noms des personnages. Cela a mis trois ou quatre saisons avant de disparaître, c'était ainsi beaucoup plus universel.

Pourquoi cela a disparu ?

Cela existait pour que le spectateur se rappelle et sache qui étaient les personnages principaux. C'est comme *Les Feux de l'amour*, on te repose les personnages. Mais justement la force de *Plus Belle la Vie* c'est de s'échapper de ses personnages là et d'en découvrir au fur et à mesure d'autres. Il n'y a pas de héros. Il y a une place centrale avec un hôtel où les gens arrivent, vivent leur vie jusqu'au bout ou partent. Cette série est basée sur un instant T. C'est pour cette raison qu'il faut éviter d'ancrer des personnages dans le générique. Tu es donc amené à en découvrir sans arrêt dans l'épisode mais pas dans le générique.

Y a-t-il des contraintes constantes dans les génériques ?

Oui, c'est une machine de guerre. Imagine qu'autour il y a 300 décideurs qui amènent chacun ses impératifs et ses besoins. Tu te retrouves forcément avec quelque chose qui est une sorte de compromis. Tu as l'impression que tu as révolutionné la chose avec les trois années précédentes alors que finalement tu as fait à peu près la même chose de façon différente. Les enjeux restent les mêmes à part au niveau de la cible. Dans ton générique de début, tu dois cibler un public jeune il faut donc que cette jeunesse soit déjà présente, cela accroche. Après dans le choix des typographies c'est très compliqué dans la mesure où tu as des produits dérivés. Si tu fais une bascule typographique dans tes génériques il faut que cela suive sur toute la charte graphique. Parce que c'est aussi une série qui vit grâce ses produits dérivés. Lorsqu'il faut changer le graphisme, changer la musique, il y a tout le monde qui freine des deux pieds. Tu es sur un produit qui marche au niveau média donc personne ne veut prendre le risque de dire « moi j'assume un choix de changer » parce qu'il y a trop d'enjeux. Le changement peut se faire mais sur plusieurs saisons, on peut arriver petit à petit à amener une couleur différente.

À quelle occasion sont-ils renouvelés ?

Les génériques changent pour des fins de saisons. Pour la 1000^{ème} des trucs marquants, ce n'est pas du jour au lendemain. Il y a tout un travail de presse qui est fait avec des teasers par exemple.

Quel est le public de Plus Belle la Vie ? Et quelle est la cible ?

L'âge moyen de France Télévision est de 63 ans. C'est énorme mais c'est regardé dans les maisons de retraite. Mais la cible aujourd'hui de Plus belle la vie ce n'est pas celle là. On essaie au maximum de rajeunir. C'est un des produits qui est le plus vu sur France 3. La vraie cible cherchée c'est celle qui consomme, qui à l'âge de consommer comme il y a du placement de produit dans la série. Aujourd'hui, la cible se tourne vers la femme de 50 ans. Elle est intéressante du fait qu'elle est une active et qu'elle consomme. C'est un public à prendre en compte sur le long terme.

Est ce qu'un générique peut devenir une œuvre ?

Il le devient après, avec le temps, s'il y a eu un gros travail. Il y a de grand générique comme James Bond. Il y a une véritable patte graphique. Aujourd'hui, c'est ce qui se fait même dans les génériques de série. C'est-à-dire que l'on est dans un principe atmosphérique complet. On n'essaie plus que le générique raconte quelque chose, on essaie juste de donner une couleur ou un parfum. Cela enlève pas mal de problématique plus d'ordre économique. Éviter les personnages dans un générique, c'est éviter des problèmes de droits à l'image. En sachant qu'un générique est quelque chose de diffusé et de re-diffusé qui peut coûter cher en droit à l'image. Pour éviter cela les grosses séries modernes américaines de Netflix mettent des gens de dos ou des silhouettes. Une atmosphère qui te faire sentir quelque chose et qui n'est même pas forcément dans la série par exemple avec *True Blood*. On pose un temps, un instant.

Comme *Plus Belle la Vie* finalement ?

Oui, si tu prends l'évolution des génériques (il y en a trois ou quatre) ça été la grosse problématique. Comment parler de la vie sans montrer d'humains ? On est alors que sur du clin d'œil. Sur le dernier générique, les seules personnes présentes que l'on voit de face ce sont nous les techniciens pour des raisons financières et économiques. C'est le casse-tête du générique de *Plus Belle la Vie* : arriver à faire sentir Marseille sans trop la montrer pas parce que tu n'as pas envie mais parce que tu ne peux pas. Les 3/4 des œuvres sont classées et il y a des droits d'auteurs dessus, la Porte de l'Orient par exemple. Il manque des choses mais on ne peut pas les montrer, il faut biaiser pour trouver un autre système et amener cet univers là. Après tu as les choses universelles qui vont être la mer, des atmosphères (le vent) et tu peux jouer sur ces symboles. Forcément tu peux tomber dans certaines caricatures (tags, bobo marseillais, carte postale touristique). Le générique c'est aussi une guerre entre le diffuseur qui est le service public et le producteur qui place des produits pour gagner de l'argent. Il faut trouver un compromis entre les deux. Il est hyper important parce qu'il va être vu plein, plein de fois si ça marche. Il faut savoir qu'ils ont fait le jingle de douze secondes sont milliardaires. C'est énorme le fric que ça rapporte. C'est une vraie guerre de droit. Le générique c'est une sorte de compromis entre tout ça. On peut pas parler de quelque chose de purement artistique parce qu'avant ça il y a toutes ces étapes là. Il n'y a pas de super liberté.

Quelles sont les contraintes d'un générique de série télé ?

Ce qui va faire la particularité d'un générique de série, c'est de ne pas résumer l'épisode de la veille. On s'est rendu compte qui valait mieux teaser le générique de fin de l'épisode de la veille plutôt que de résumer au début de l'épisode. De faire un teaser à la fin d'un épisode permet au spectateur de rester jusqu'au bout. L'avantage à cette heure là, c'est que la minute est chère en pubs, tu essaies de fidéliser au maximum, que les gens ne partent pas sans le générique de fin. Contrairement au générique d'ouverture, tu l'as ton spectateur. Il t'appartient. Le générique de début t'apporte un taux de pénétration supérieure sur la série. Tes spectateurs, tu les gagnes par l'épisode et le teaser mais pas grâce au résumé du générique de début. Ça n'apporte rien.

Les enjeux d'audimat et d'attention sont hyper hyper importants dans les génériques de séries tandis qu'au cinéma tu n'as pas cet enjeu. On ne parle pas du générique de fin mais il est peut être plus important que celui de début parce que la série *Plus Belle La Vie* est construite sur 3 intrigues (A : primaire, B : secondaire, C : journalière). Alors quand tu teases à la fin de l'épisode se sera sur une des intrigues. C'est la recette magique de *Plus Belle La Vie* ce sont ses arches A,B et C dans le traitement de l'épisode. Il faut trouver la bonne formule (style B,C et A) pour arriver à ce que ton public reste au moins dix minutes. On sait qu'à partir de ce temps là, tu commences à les tenir. Il ne faut pas changer d'intrigue trop vite, basculer sur une intrigue mineure ou secondaire trop vite dans la progression de l'épisode.

Pensez-vous que le cinéma et le générique peut évoluer dans les années à venir avec les évolutions technologiques telles que l'interactivité ou la réalité virtuelle ?

À mon sens pas du tout. Ce qui est intéressant dans le cinéma c'est la passivité. Tu es enfermé dans une salle, sur un fauteuil et tu subis ce que l'on te montre. Tu as le choix d'y aller et ce qui est génial au cinéma c'est de subir, d'être passif. Avec le côté interactif des choses et l'interactivité, la finalité c'est de vendre. Pour moi, c'est plus le jeu vidéo qui va aller vers ça. Il y a beaucoup de documentaires qui ont été fait avec de l'interactivité mais on a vite vu la limite des choses. C'est-à-dire que les gens cela ne leur plaît pas forcément de pouvoir choisir, c'est qu'une certaine catégorie de gens qui aime ça. Le cinéma à 360 ou à 180, je ne l'aime pas. Je n'ai pas envie d'aller choisir un cadre dans un cadre. J'ai envie que le cadre soit imposé et cela me raconte quelque chose et cela le cible. Aller chercher ce que tu dois voir de toi même dans le cadre c'est fatiguant. Idem pour la 3D, aujourd'hui on commence à voir des films en 3D qui sont vraiment pensés et réfléchis en 3D. Elle est intéressante si elle te raconte quelque chose. C'est plus adapté à l'univers du dessin animé. Est-ce que cela apporte plus d'émotions le fait que cela soit dans l'espace ? Je ne suis pas sûr, l'aplat a un bel avenir. Ce qui est intéressant c'est le cinéma 4D, sensoriel et l'olfactif. Là d'un coup, tu arrives à des produits. C'est toi le héros, tu es téléporté dans des univers où vraiment tu es en immersion. Le domaine où elle va exploser c'est dans le marché pornographique et dans les parcs d'attractions. C'est plus une recherche de sensations. Je ne pense pas que tu vas au cinéma pour des sensations, tu y vas pour avoir des émotions.

Remerciements

Luc Mattei
Anne-Catherine Ceard
Fabrice Portet
Thomas Ricordeau
Damien Muti
Christine Orsola
Partrice Perez
Urban Prod
Marie Nestour
Christine Joly
Anaëlle Couëllan
Victor Besse
Clara Delmon
Claire Eyraud
Delphine Kreis
Aygul Razyapova
Maiwenn Renault
Amandine Rossignol
Mélodie Souty
Tanguy Vnleys
Flora Wierzbicki
Camille Descombes

Mémoire d'Estelle JOLY
Réalisé dans le cadre du DSAA,
option design graphique.
Lycée Saint Exupéry , Marseille
estellejoly5@gmail.com

Imprimé en Mars 2017
À Marseille
Typographie
Roboto et Avenir Next

