

20 MINUTES DE BONHEUR

un film d'Oren Nataf et Isabelle Friedmann



**C'EST PLUS FACILE D'ÉCRIRE SUR LE MALHEUR DES
GENS QUE SUR LE BONHEUR.** (Serge Richez, rédacteur en chef)



Oxigene associés présente

20 MINUTES DE BONHEUR

un film d'Oren Nataf et Isabelle Friedmann

sortie nationale le 17 septembre 2008

1H40 — Beta numérique — 4|3 — 2007 — France — Visa en cours
dossier de presse & photos à télécharger sur www.shellac-altern.org

DISTRIBUTION

Shellac Sud

☎ 04 91 90 10 81

edition@shellac-altern.org

PRESSE

Stanislas Baudry

☎ 06 68 60 60 16

sbaudry@madefor.fr



**VAS-Y, FAIS MOI PERDRE 700000 TÉLÉSPECTATEURS
QUAND ON VA ANNONCER QUE PHILIPPE EST AMOU-
REUX DE PATRICK...** (Laurent Fontaine, animateur, producteur)

YNOPSIS

Quatre mois dans les locaux de Pascal Bataille, Laurent Fontaine et leur équipe, les producteurs animateurs de l'émission phare « Y'a que la vérité qui compte », où des « anonymes », chaque semaine sur TF1 devant 4 millions de téléspectateurs, viennent tenter de résoudre un problème lié à leur vie privée. Chronique de la fabrication d'une émission où l'on voit les impératifs d'audience se marier à la réalité d'anonymes volontaires en détresse ou bien juste curieux de passer à l'antenne.

Un film qui tente de montrer sans *a priori*, depuis les coulisses, la fabrication d'une télévision populaire. Voyage à l'intérieur du « temps de cerveau disponible ».

L'HISTOIRE DU FILM QUI N'AURAIT JAMAIS DU SORTIR...

Le tournage du film a duré près de 5 mois, de février à juin 2005, suivi de 6 mois de montage, de juillet à décembre de la même année. Le film a alors été présenté à Bataille et Fontaine, qui n'ont donné leur accord pour sa diffusion que 6 mois plus tard, en juin 2006.

Le film a ensuite été présenté au festival *EntreVues* de Belfort fin novembre 2006, durant lequel il fût bien accueilli. En juin 2007, face notamment aux réactions de la presse sur le film depuis sa projection à Belfort, les deux protagonistes se sont opposés à une projection prévue dans le cadre des Inédits des Cahiers du Cinéma en juin 2007. Leur demande en référé visant à interdire la diffusion du film a alors été rejetée.



SI ON EST DANS L'EFFORT DE COMPRENDRE, C'EST
FOUTU. (Serge Richez)

ENTRETIEN

avec Oren Nataf

Quelles étaient vos motivations initiales ? Pourquoi faire un film sur une émission de télévision et pourquoi celle-ci en particulier ?

Les cuisines de la télévision sont un domaine assez peu connu du public, et surtout les coulisses d'une chaîne comme TF1. La seule chose qui vient à l'esprit c'est la phrase de Lelay sur le temps de cerveau disponible. Or faire de la télévision populaire de grande audience avec de vrais témoins représente un vrai travail et surtout des compétences

particulières qu'il me semblait intéressant de filmer hors de tout propos polémique. Notre intention était avant tout d'être ouverts et curieux et de passer du temps au cœur du réacteur, un peu comme on visite un cockpit d'avion. De plus, en tant que cinéaste, j'étais fasciné par cette émission, véritable machine à «fictionner» la vie des gens. L'enjeu — la réconciliation, la déclaration d'un amour, l'annonciation d'une vérité — représentait une nécessité pour les protagonistes qui croyaient à l'utilité de leur démarche pour leur propre vie et toute l'équipe arrivait à la transformer en véritable histoire avec

le bonheur et le malheur, qui mis en scène sur le plateau est capable de générer un suspense suffisant pour les téléspectateurs. Cette équation vie réelle/fiction est finalement le travail de n'importe quel cinéaste, et le point de vue d'une émission populaire, véritable usine du spectacle, me semblait pertinent à mettre en parallèle. Le rédacteur en chef nous avait expliqué que finalement le concept de l'émission était

ON NE PASSE PAS LES HOMOS UN LUNDI DE PÂQUES.

(Laurent Fontaine)

ON EST UN PEU FAIBLE EN MÉNAGÈRE

(Pascal Bataille, animateur, producteur)



une sorte d'extrapolation moderne des débats qui prenaient place sur de la place du village au Moyen-Âge, où les gens venaient régler leurs problèmes en public. Aujourd'hui, la place du village c'est 4 millions de téléspectateurs....

Comment l'équipe de l'émission a accueilli votre tournage ?

Quelles ont été les premières réactions de cette équipe lorsque vous leur avez montré le film ?

On s'est retrouvé par hasard sur le plateau pour essayer de faire un coup de pub foireux sur mon précédent film. J'attendais depuis des heures dans une loge et j'ai finalement atterri dans les coulisses au moment où une journaliste était en train de chercher du correcteur pour mettre sur les dents d'une candidate qui les avait trop noires. J'ai eu le coup de foudre pour le contraste entre le coté ultra-clean du résultat et la loufoquerie totale des coulisses. J'étais parachuté dans le film de Truffaut, *La Nuit américaine*, version télé.

On a alors tout simplement demandé à Bataille et Fontaine la permission de tourner ; ils ont immédiatement accepté. Tous les journalistes ont été très accueillants. Ils croyaient profondément à la sincérité de leur démarche avec les témoins et pensaient réellement aider les gens avec leur travail. Cette sincérité m'a intrigué, cela allait un peu à rebrousse poil de mes *a priori*. Nous n'avions pas l'intention de nous moquer car l'accueil était sincère.

Nous sommes restés quatre mois tous les jours, ou presque, dans les bureaux et sur les plateaux. Nous voulions tout savoir, tout comprendre de la télé.

Le résultat a été plus compliqué à montrer, car sans le vouloir, nous avons filmé le déclin de l'émission. Au début de notre tournage, l'émission était au top des audiences et lors de la projection du film, un an plus tard, rien n'allait plus et chacun s'interrogeait sur son avenir.

Que montre le film finalement, quelle est selon vous sa portée, au-delà de la polémique, sur la société du spectacle ?

Le film montre justement à quel point la télévision est fragile, soumise plus que jamais au jugement populaire, et doit répondre à des cahiers des charges extrêmement sévères, beaucoup plus que n'importe quel autre média.

Finalement le film se voit à deux vitesses. On peut trouver une certaine jouissance à interpréter les scènes afin de conforter nos *a priori* contre ce genre d'émission.

Pour cela, les scènes comiques/pathétiques ne manquent pas.

Ou bien, tout simplement, voir des gens faire leur travail en jonglant avec une matière humaine totalement instable et arriver à en faire une émission d'une efficacité prodigieuse.

En ce qui me concerne, j'ai fait le film que j'aurais aimé voir sur la télévision : un film qui me laisse être juge de ce que je vois ; les scènes filmées sont simplement de la matière à

réflexion. Le film ne contient aucune intention politique, nous n'avons rien voulu dénoncer. Au contraire, il laisse les gens s'animer, vivre, faire des erreurs, tenter de les corriger... Bref, la vie à la télévision.

Plus tard, les réactions ont été très fortes de la part des protagonistes.

Selon-vous, pourquoi?

En fait l'émission a été déprogrammée et le film faisait un peu tâche, d'une part pour les présentateurs qui n'avaient pas besoin de s'exposer en slip tout en cherchant un nouveau boulot ; d'autre part, les journalistes, au chômage eux aussi, ne voulaient pas voir leur image associée à cette émission si polémique, disparue du PAF. On a donc reçu une dizaine de lettres recommandées pour interdire toute diffusion.

Ça a été très dur pour nous car nous avons un vrai lien avec eux et nous avons l'impression d'être devenus des méchants « strip-teasers » qui avaient pris au piège toute une équipe.

A contrario, je me souviens que l'ACID (Agence pour le Cinéma Indépendant et sa Diffusion), dont je faisais partie, n'avait pas aimé le film trouvant qu'il n'était pas assez méchant contre TF1.

De mon point de vue, nous nous devons d'être justes. Les faits parlent d'eux-mêmes, et faire un film à charge aurait été faire preuve d'un grand manque d'imagination...

Paris, juillet 2008.



RÉFÉRENCES

« La télévision a une sorte de monopole de fait sur la formation des cerveaux d'une partie très importante de la population. »

« L'Audimat s'est imposé à tous, à quelques, rares, exceptions près, et la force de cette mesure, cette institution, a été de créer une mentalité : dans les rédactions, on pense en termes de succès commercial. Et pourtant, il y a encore une trentaine d'années, le succès commercial pour un produit culturel était suspect. On y voyait un signe de compromission, avec l'argent, avec le siècle, etc. À travers l'audimat, c'est la logique du succès commercial qui s'impose aux productions culturelles.

Or tous les accomplissements les plus hauts de l'esprit humain ont tous été produits contre la logique commerciale.

Voir se réintroduire cette notion jusque dans les milieux artistiques d'avant-garde, jusque dans les institutions savantes qui se mettent à faire du marketing, témoigne d'une mise en question des conditions de production même de ces œuvres. »

PIERRE BOURDIEU

extrait de Sur la télévision, paru aux éditions Raisons d'agir — 1996

« Dans les studios de télé-réalité, comme sur la console de jeux vidéo, sur les écrans des téléphones portables et des ordinateurs, de la chambre à coucher jusqu'à l'automobile, la vie quotidienne est en permanence enveloppée dans un filet narratif ou un voile qui filtre les perceptions, stimule les affects, organise les réponses multisensorielles ; ce que les chercheurs en management conceptualisent comme des « expériences tracées ». L'injonction à consommer se transforme de plus en plus en une incitation à se raconter. »

CHRISTIAN SALMON

extrait de Storytelling, La machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits, paru aux éditions La découverte — 2007

« Pour qu'une langue de pouvoir, destinée à être reprise ou propagée, remplisse bien cette fonction, elle doit faire trois choses :

- Interdire (qu'il s'agisse d'interdire de formuler certaines thèses, ou tout simplement, interdire de comprendre au non-initié)
- Rassembler : créer une relation de similitude ou de familiarité entre ceux qui emploient le même langage
- Classer : imposer de ranger certaines réalités ou certaines idées dans certaines catégories. »

FRANÇOIS-BERNARD HUYGUES

**extrait du texte *Langues de pouvoir — Novlangue et langues totalitaires*,
paru sur www.huygues.fr — 2006**

« Si la télévision continue de stigmatiser les travers de la société, elle sera peut-être aussi un accélérateur de conscience critique favorisant un renouveau de réflexion sur ce que doit être la télévision dans une société gavée de communication et d'images ; et notamment sur les différences qui doivent exister entre secteur public et télévision privée. Après tout, les débats qui n'ont pas eu lieu, hélas, depuis trente ans sur l'enjeu politique de la télévision — alors qu'ils avaient été importants dans les années 1960-1970 — vont peut-être reprendre, catalysés par les contradictions, notamment de la télé réalité. Aux Etats-Unis, par exemple, la télé réalité a eu le résultat inattendu de relancer l'intérêt pour les documentaires... Bref, la télé réalité révèle à la fois les mutations sociales et culturelles et le bras de fer qui existe entre l'économie et la télévision, l'image et le public. Impossible en tout cas de refuser le miroir, peut-être grimaçant, mais miroir néanmoins, qu'elle offre à notre société contemporaine. »

DOMINIQUE WOLTON

extrait de *Sauver la communication*, paru aux éditions Flammarion — 2004



QUAND ARTE FAIT UN SUJET SUR L'INCESTE C'EST
UNE SOIRÉE THEMA. QUAND TFI FAIT LA MÊME CHOSE
C'EST DU VOYEURISME. (Laurent Fontaine)

FICHE TECHNIQUE

réalisation, scénario

Oren Nataf et Isabelle Friedmann

production

Oxigene associés

montage

Jean François Elie

image, mixage

Ernesto Giolitti

f.c.s. Marseille 488 749 176

shellac

TEL + 33 4 91 31 06 38

FAX + 33 4 91 91 58 23

@altern.org

sud

1 rue François Massabo 13002 Marseille

www.shellac-altern.org

www.20minutesdebonheur-lefilm.com