

Zeitschrift: L'effort cinégraphique suisse = Schweizer Filmkurier
Herausgeber: L'effort cinégraphique suisse
Band: - (1931)
Heft: 8

Artikel: La voix des autres : et la propagande à l'étranger?
Autor: Poulin, Jacques
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-733413>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 30.03.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

EXPLOITATION

A Genève

Trop d'écrans !

Il est impossible d'admettre que le plus parfait bon sens préside aux décisions de ceux qui — inconsciemment, peut-être — prennent l'initiative de doter de nouvelles salles cer-



Don José Mojica et Mona Maris, du „Métropolitain" de New-York, dans le film Fox *Le Prix d'un Baiser*

tains centres qui en possèdent déjà trop.

A Genève, nous n'échappons malheureusement pas à cette épidémie, qui se manifeste, au contraire, avec une « violence » inouïe.

En pleine saison d'été, la Comédie se transforme en Cinéma !

Aussi les quelques fanatiques qui, en dépit de la chaleur, fréquentent quand même les salles obscures, auront-ils le loisir de « s'éparpiller » un peu plus.

En septembre, ce sera le tour de la salle Régina d'ouvrir ses portes aux amateurs de films.

Enfin, on parle beaucoup de la construction d'un « Palace UFA ».

N'en jetez plus !

Ou bien, alors, dotez chaque appartement d'une installation Western Electric.

Comme ça, au moins, ceux qui luttent depuis des années pour sau-

vent compromis, pourront alors se reposer et aller planter leurs choux en toute quiétude...

« C'est un vent de folie qui passe ! »...



Une scène du dernier film de Charlot *City lights*. (United Artists.)

La voix des autres

Et la propagande à l'étranger ?

Comme partout ailleurs, le marché du film a été entièrement bouleversé, en Suisse, par la sonorisation. La Suisse Romande ne s'approvisionne plus actuellement qu'en films français, à part quelques bandes allemandes qui ne touchent qu'une clientèle restreinte. La France a donc là un débouché des plus intéressants, et se doit d'intensifier le plus possible l'écoulement de sa production. Malheureusement, les dirigeants du cinéma français ne l'ont pas compris, et laissent inutilisée une magnifique arme de propagande. Il nous semble bon d'exposer ici cette incompréhensible inertie, et d'attirer l'attention des intéressés sur le danger qu'il y a à laisser les autres pays producteurs, l'Allemagne en particulier, envahir notre marché sans lutte.

Un exemple frappant de l'activité allemande : S'il lui manque, pour compléter son programme, quelques centaines de mètres, un exploitant peut, à Genève, s'adresser au représentant des grosses marques allemandes. Dans la journée et absolument gratuitement, il sera mis à sa disposition le métrage qu'il désire : Excursions en Allemagne, visites d'usines, documentaires, etc. Du côté français, rien ! Ne serait-il pas possible d'é-

laborer quelques bandes de ce genre, mises à la disposition des cinémas étrangers gratuitement, ou à peu de frais ? Magnifique propagande, peu coûteuse et d'un rapport énorme.

Autre chose : Pourquoi les producteurs français n'apportent-ils pas un appui plus effectif à nos directeurs ? Pour lancer un film allemand, ceux-ci recevront une aide efficace. A Zurich, par exemple, toutes les grandes vedettes de l'écran viennent elles-mêmes présenter leurs films, et ceci sans aucun frais. Rares, par contre, sont les artistes qui sont venus à Genève : Lily Damita, mais... envoyée par une firme allemande. Quelques autres encore, mais les prétentions de la plupart de ceux qui ont été pressentis sont tellement exorbitantes qu'aucun directeur genevois ne peut y songer. Pourtant, le public aime à voir ses artistes, et les firmes elles-mêmes auraient, semble-t-il, un gros intérêt à les envoyer présenter leurs productions. Qu'elles s'inspirent sur ce qui se fait outre-Rhin.

Le directeur d'une des plus importantes salles genevoises émit, voici quelque temps déjà, le désir d'entreprendre en voyage en Allemagne. Immédiatement, un représentant allemand se mit à sa disposition, fit le voyage avec lui, l'introduisant dans tous les milieux cinématographiques, retenant les chambres d'hôtel, s'occupant de tout.

Allant à Paris, le même directeur sera reçu hâtivement, sans grâce, et devra supplier qu'on veuille bien lui présenter des films. N'est-ce pas navrant ?

Mieux encore : ému de cette dangereuse inertie, le même exploitant genevois, que ses sentiments francophiles poussaient à jeter en temps utile un cri d'alarme, établit un rapport circonstancié, attirant l'attention des intéressés sur cette dangereuse inaction. Ce rapport fut envoyé à l'Ambassade de France, à Berne. Il n'y a jamais été répondu. A-t-il été transmis à qui de droit ? Mystère !

Résumons : l'Allemagne, sentant diminuer son champ d'activité en Suisse, multiplie ses efforts pour imposer ses films, accorde d'innombrables facilités à sa clientèle. La France, elle, se borne à attendre paisiblement qu'on veuille lui demander ses produits. N'est-il pas temps de réagir ? N'existe-t-il donc pas de budgets de propagande, qui permettent l'organisation rationnelle de l'exportation du film ? Ne pourrait-on pas organiser dans une ville de l'importance de Genève un bureau de distribution, établir un trait d'union permanent entre le producteur et le consommateur ?

Qui s'attaquera à cette lourde tâche ? Le résultat n'en peut être que concluant.

Jacques POULIN.

(«La Cinématographie française».)