

Comment exporter un film ? Doublage ou sous-titrage ?

On a longtemps cru, effectivement, que le doublage était une porte d'entrée pour les films étrangers, donc, qui n'étaient pas parlés en anglais pour les Etats-Unis. Donc, on considérait que le fait que le film soit, donc, en français était un handicap énorme qui ne permettait pas au film d'atteindre un public large et important. Et il y a eu une expérience assez étonnante, c'est l'expérience des *Visiteurs*. Le film *les Visiteurs* avec Clavier et Reno était sorti en France et avait fait un énorme succès, et donc, il a été vendu dans le monde entier et, donc, on estimait qu'un tel succès pouvait aussi être possible aux Etats-Unis. Donc, le film a été doublé pour essayer de renforcer ses chances sur le territoire américain. Et ce film qui a été un succès partout dans le monde n'a pas marché aux Etats-Unis. Quelques années après, il y a eu un *remake* de ce film, donc, en anglais avec une production américaine avec un scénario qui se rapprochait plus disons des codes d'un film américain avec une actrice américaine, et donc, ce film est sorti aux Etats-Unis et il n'a pas plus marché un petit plus que la version française doublée mais ça n'a pas été non plus un énorme succès, donc, on ne savait pas trop si c'était le fait du film ou le fait du doublage. Et puis, au début des années 2000, il y a eu quelques énormes succès de films parlés en langue étrangère et qui étaient sous-titrés. Le premier ça a été *Tigres et dragons* qui était en mandarin, qui a fait près de 100 millions de dollars de recette... Il y eu aussi le film de Benigni *La vie est belle*, sous-titré en italien, et, pour les films français, il y a eu *Amélie Poulain*, donc, qui a fait donc 40 millions de dollars de recette, et donc là, on s'est aperçut qu'un film sous-titré pouvait très bien conquérir le public américain, simplement, il fallait que le distributeur s'en donne les moyens et que un film qui n'était pas américain soit distribué comme un film américain. C'est à dire qu'il ait accès au nombre de salles en première semaine auquel un film américain a accès, c'est à dire une centaine ou 200 ou 500 ou 1000 ou 3000. Un blockbuster américain sort sur 4000 salles aujourd'hui. Et aussi donner à ces films une campagne de publicité, de marketing à la hauteur de ce nombre de copies. Donc, ça veut dire pour les distributeurs américains prendre des gros risques, mais en fait, c'est prendre les mêmes risques qu'ils prennent avec des films américains.