

Tic-tac

Autor(en): **Gallaz, Christophe**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Films : revue suisse de cinéma**

Band (Jahr): - **(2002)**

Heft 8

PDF erstellt am: **15.08.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-931249>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.



Tic-tac

Par Christophe Gallaz

Comme dit un jour l'inventeur de la draisiennne, la vie n'est que cycles. L'un d'entre eux parut atteindre son point culminant, dans la région de Locarno, en l'an de grâce 2002 après Jésus-Christ. Deux saisons après que le manager d'origine tessinoise Marco Solari se fut vu désigner à la présidence du festival éponyme, les «sponsors» privés avaient considérablement accru leur implication dans la manifestation. Cette dernière en avait obtenu de quoi doubler son budget, et Swatch, maison d'horlogerie bien connue dans la région biennoise, régnait désormais parmi les grands subventionneurs de la place avec Swisscom et l'Union de Banques Suisses.

L'existence de cette trinité séculière, qui réjouissait Marco Solari dans la mesure où son projet de muer le festival en monument financier progressait vers son accomplissement, s'avéra pourtant problématique à bref délai. Le mot «sponsor», en l'an de grâce 2002 après Jésus-Christ, ne provenait en effet plus guère du latin – langue alors totalement décadée sauf au fond des sacristies, dans laquelle ce terme évoquait «la promesse solennelle», autrement dit l'engagement sur le fond plutôt que sur les fonds. La linguistique avait basculé dans un cadre transatlantique et «sponsor» provenait désormais de l'américain, pour ne plus signifier que la notion de concurrence sur le plan de la réclame.

Dans un premier temps, l'aura transcendante du 7^e art inclina les protagonistes à la concertation. Entre Swatch,

Swisscom et l'Union de Banques Suisses, on essaierait de s'entendre. Comme tout n'était plus essentiellement à Locarno qu'une question d'affichage publicitaire, on se répartirait à cet égard les possibilités de l'endroit. L'Union de Banques Suisses distribuerait aux festivaliers des lunettes de vision cinématographique perfectionnées, dont les verres seraient frappés de son emblème. Swisscom reprendrait le procédé télévisuel de CNN en matière de cotes boursières: tandis que «Men in Black XIV» serait projeté sur la Piazza Grande, une bande passante filiforme, sorte de contre-écran incrusté dans le principal, promouvrait en continu les bienfaits du portable en mégalopole. Et Swatch, bien sûr, vanterait son secteur en ponctuant sporadiquement toutes les bandes-son d'un tic-tac allusif.

Mais l'ego respectif des intéressés triompha rapidement de leur accord, et ce fut une guerre véritable à laquelle on assista sidéré. Un jour, Swatch fit accrocher sans crier gare deux cents soixante-quatre banderoles sur la façade de tous les immeubles bordant la Piazza Grande, aveuglant leurs malheureux résidents de telle sorte que la cité de Locarno s'en trouva méconnaissable et prit l'allure d'un incertain Fouillis-les-Oies. L'Union de Banques Suisses, de son côté, frappa un grand coup: reprenant à son compte la pratique devenue traditionnelle de Frank A. Meyer, membre éminent de la direction de Ringier, donneur de leçons médiatiques devant l'Eternel et démolisseur de l'ambassadeur Thomas Borer très loin der-


rière, elle réserva pour ses amis et ses clients l'intégralité des sièges disponibles pour la durée restante du festival en cours, avec un droit de péremption pour les deux éditions suivantes.

La maison d'horlogerie Swatch, enfin, réagit plus finement. Elle manœuvra pour infléchir d'urgence la programmation longuement élaborée par la direction artistique du festival, qu'elle convainquit sans peine excessive de faire projeter en première universelle ces œuvres jusqu'alors entièrement méconnues que sont

«La grande horloge et le petit cadran» de Gustave Aiguille, «Un amour de bracelet» de Jean Seconde, «Le temps qui passe et qui revient» d'Yvette Quartz, «Eight o'clock at Meyrin», œuvre collective enracinée dans la banlieue du mouvement helvétique Dögmeli, et ce prodigieux classique du polar muet que restera toujours «Minute, coucou!» de Water Proof.

Les cinéphiles et les vrais amateurs de cinéma n'étaient pas désespérés. Réfugiés au bord des rivières tessinoises, ils barbotaient dans leur eau cristalline et bronzaient entièrement nus, augurant à leur manière un retour du festival aux origines de l'art. Comme disait l'inventeur de la draisiennne, les cycles, eh bien! ça tourne.

Le mot «sponsor», en l'an de grâce 2002 après Jésus-Christ, ne provenait en effet plus guère du latin, langue alors totalement décadée sauf au fond des sacristies

A photograph of a modern living room. In the foreground, a black leather sofa with a wooden frame is partially visible. A small black dog sits on the light-colored wooden floor, looking towards a television. The television is on a stand and displays a colorful, abstract image. To the right, a round, dark coffee table holds several glasses of water and a tray of fruit, including oranges and green apples. In the background, a long wooden console table holds a vase of flowers and a lamp. A tall, thin floor lamp with a large, glowing spherical shade stands to the right. The room is warmly lit, and a dining table with chairs is visible through a doorway in the distance.

SRG SSR idée suisse propose à sept millions de personnes, en quatre langues, pendant les 365 jours et nuits que compte l'année, une palette de sept chaînes TV et dix-sept programmes radio assortie de pages internet complémentaires – le tout pour la modique somme de 1 franc 16 centimes par jour et par foyer.