

# Mission

## Des films basés sur la foi la niche de Saje Diffusion

Patrick Bittar, Paris  
réalisateur de films

### CINÉMA

**Il existe aux États-Unis un véritable marché pour les *faith based movies*, et les Majors du cinéma l'ont bien compris. En France, la société Saje s'est lancée dans leur diffusion, mais avec plus de difficulté, comme en témoigne dans cet entretien Hubert de Torcy, son directeur.**

Aux États-Unis, le film chrétien a montré qu'il était capable de rassembler des millions de spectateurs; du coup il est devenu intéressant pour les plus gros studios de production. Eux qui se préoccupent principalement de marketing et d'audience, et qui cherchent régulièrement de nouvelles niches, le considèrent comme un marché à part entière. Sony et Lionsgate (canadien) ont chacune créé une filiale spécialisée dans le pays pour développer ce créneau, qui progresse à la fois sur le plan quantitatif et qualitatif, même s'il fait rarement dans le film d'auteur.

Ces films, par contre, restent mal distribués en France et en Suisse, même si c'est un peu mieux depuis l'arrivée de Saje Distribution.<sup>1</sup> Cette société basée à Paris est spécialisée dans la distribution en français de films et de téléfilms d'inspiration chrétienne. À l'origine, il y a une dizaine d'années, elle faisait essentiellement du petit film promotionnel pour le compte de l'Église. Ce n'est qu'en 2014 qu'elle s'est lancée dans la distribution.

«Je travaillais depuis longtemps déjà dans les médias chrétiens. Fort de ces réseaux, je me suis lancé dans la distribution en France, avec *Criste-ros* [film historique mexicain qui relate la guerre civile déclenchée par les lois anticatholiques de la nouvelle constitution du Mexique, en 1917]. Ça a bien marché et la profession nous a encouragé à continuer», explique Hubert de Torcy, directeur de Saje Distribution.

Aujourd'hui, la société française travaille aussi avec les DOM-TOM, la Belgique francophone, la Suisse romande (avec une plus forte mobilisation protestante) et trois pays africains. Elle a développé une activité d'agence de communication pour des distributeurs qui ont des films chrétiens dans leur escarcelle mais qui maîtrisent mal le marché européen (*Le pape François*, un film de Metropolitan, *La résurrection du Christ* ou *L'étoile de Noël*, de Sony).

### Idéologie et sous

De fait, la diffusion de films chrétiens en France, où il y a une méconnaissance croissante du christianisme, voire une hostilité, ne s'accompagne pas du même engouement que sur le continent nord-américain. «La plupart des films américains sont des productions de type évangéliques, qui se déroulent dans des contextes protestants. Aux États-Unis, la profession fait appel à des gens qui con-

# Mission

## Des films basés sur la foi la niche de Saje Diffusion

naissent le sujet, qui ont la foi. En France, c'est l'inverse: si vous faites un film comme *La prière* et vous vous appelez Hubert de Torcy, tout le monde se pincera le nez et dira «c'est un épouvantable film prosélyte»; si vous vous appelez Cédric Kahn et faites profession de foi d'athéisme, tout le monde encensera votre film!» constate le directeur de Saje.

**Les exploitants de salles ont découvert qu'un public existait pour ces films véhiculant un message chrétien. Rares sont ceux qui les refusent par idéologie.**

La sortie en salle se révèle donc plus coûteuse et compliquée en France. «Avec *Forgiven*, j'ai perdu 100 000 euros, témoigne-t-il. Nous avons organisé une grosse avant-première à l'Unesco. L'acteur Forest Whitaker et le réalisateur Roland Joffé étaient présents et ont fait tous les plateaux TV. Nous avons aussi mené une campagne d'affichage de deux semaines dans le métro parisien. Malgré cela, *Forgiven* n'a fait que 20 000 entrées la première semaine de sa diffusion, ce qui est très mauvais par rapport aux autres films alors à l'affiche. Au bout de deux semaines, le film était retiré...»

«En moyenne, nous sortons une vingtaine de DVD et cinq films en salle par an. Cinq salles obscures projettent nos films à Paris, et sur l'ensemble du territoire national, nous

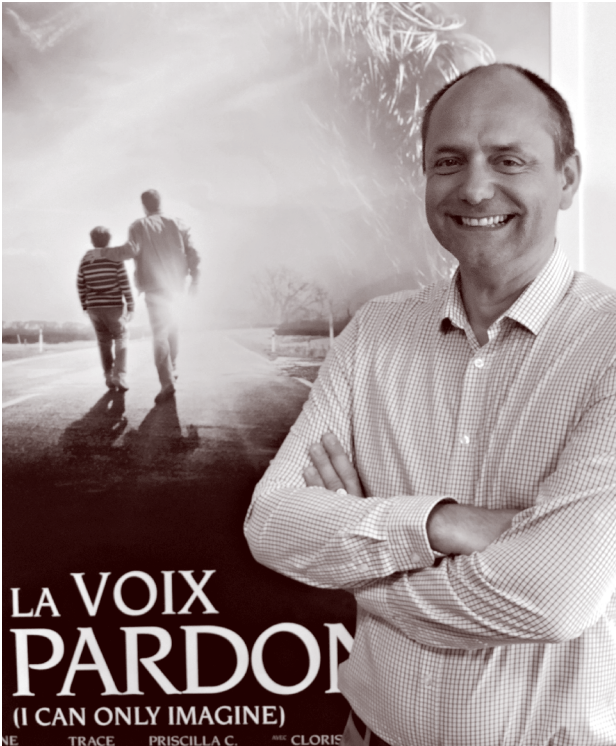
distribuons entre 50 et 100 copies par film.» Un succès honorable: les exploitants de salles ont découvert qu'un public existait pour ces films véhiculant un message chrétien. Rares sont ceux qui les refusent par idéologie. Les plus gros succès de films distribués par Saje reviennent à *Jésus, l'enquête*, avec près de 100 000 entrées en France, et *L'étoile de Noël*, avec 575 000 entrées, ce qui en a sidéré plus d'un.

Plus hermétique par contre est la porte de la télé. Pourtant elle est essentielle dans l'économie d'un distributeur! KTO, qui a peu de moyens, achète - bon marché - trois téléfilms par an de vies de saints à Saje Distribution, ce qui couvre une petite partie des frais du doublage. Ailleurs, d'autres réticences se font jour. «Notre vendeur télé a eu quelqu'un chez Canal qui lui a dit texto: «Moi je ne prendrai jamais les films de Saje!» Une de ses collègues cependant avait déjà pris *Little Boy*, mais cela reste exceptionnel. *Bakhita* est un des rares films qui a été acheté par une télé «profane», la chaîne France Ô.»

Du côté du Centre national du cinéma, les aides se font aussi attendre, probablement pour les mêmes motifs idéologiques, «même si on ne nous a jamais dit officiellement que la porte nous était fermée pour des raisons religieuses. Si vous ne parlez pas d'homosexualité, de diversité, etc., vous n'êtes pas dans les clous.»

### Un secteur à conquérir

Heureusement pour Saje, le réseau chrétien fonctionne encore, même si certains prêtres ont l'impression de faire un acte de bravoure extrême lorsqu'ils mettent une affiche de film dans leur église. D'autres curés et pasteurs ont compris que les films basés sur la foi sont un enjeu d'évangélisation majeur et ils



Hubert de Torcy  
© Patrick Bittar

organisent des séances de projections privées.

Le cinéma, en effet, à notre époque où la culture passe par le son et l'image, est un vecteur privilégié d'évangélisation populaire. « Une

**Le cinéma, en effet, à notre époque où la culture passe par le son et l'image, est un vecteur privilégié d'évangélisation populaire.**

étude a montré que dans les salles des grands réseaux (UGC, Gaumont), 75% des spectateurs décident du choix du film sur place. Souvent parce qu'ils ont un abonnement. Du coup, une part du public qu'on arrive à attraper n'est pas « dans le bocal ». De même pour les ventes en VOD (vidéo à la demande). C'est la force du cinéma par rapport aux autres produits culturels.

De manière plus générale, je regrette que l'évangélisation passe si peu via la culture. On a abandonné celle-ci à nos adversaires ! En revanche, les évangéliques américains, eux, ont compris. En France, les évangéliques sont moins nombreux, mais beaucoup plus motivés, plus militants. »

Hubert de Torcy souligne encore qu'en dehors des films à connotation chrétienne explicite, d'autres, de portée plus universelle et de bonne qualité, comme *Tu ne tueras point* de Mel Gibson qui pose la question de la non-violence en période de guerre, peuvent devenir de véritables œuvres d'évangélisation.

### Le voyage du pèlerin

À la fin de cette année, Saje Diffusion distribuera *Le voyage du pèlerin*, une adaptation en dessin animé du célèbre roman éponyme du XVI<sup>e</sup> siècle, traduit au cinéma sur un mode allégorique et de *heroic fantasy*. « C'est à mi-chemin entre *Le Seigneur des anneaux* et les ouvrages de mystiques comme Thérèse d'Avila ou Jean de la Croix », commente Hubert de Torcy. On pourra y suivre les étapes de la vie spirituelle d'un pèlerin qui, partant de la Cité de la désolation, traversera toutes sortes d'épreuves, avant de pénétrer dans la Cité céleste. ■

1 *choisir* a chroniqué dans sa revue ou sur son site de nombreux films sur lequel Saje est intervenu : *La voix du pardon*, *Forgiven*, *Paul, apôtre du Christ*, *Jésus, l'enquête*, *Little Boy*, *Le grand miracle*, *Le pape François*, *La résurrection du Christ*.