Une gigantesque campagne en faveur du cinéma, groupant toutes les forces de l'industrie cinématographique est déclenchée aux Etats-Unis

Autor(en): **Autré, Pierre**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Schweizer Film = Film Suisse : offizielles Organ des Schweiz. Lichtspieltheater-Verbandes, deutsche und italienische Schweiz**

Band (Jahr): **4 (1938)**

Heft 68

PDF erstellt am: **30.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-734265

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.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Celle reçue par *René Clair* comme auteur, pour son film *Break the News* (film anglais).

Celle reçue par les techniciens de *Gens du Voyage* (film allemand) pour l'ensemble artistique.

Voici la liste complète des films médaillés:

Jezebel (Warner Bros), Etats-Unis, pour l'ensemble artistique;

Urlaub auf Ehrenwort, Allemagne, pour la technique;

Vivacious Lady (RKO-Radio), Etats-Unis, pour l'ensemble artistique;

The Rage of Paris (New Universal), Etats-Unis, pour l'interprétation;

The Goldwyn Follies (Sam. Goldwyn), Etats-Unis, pour la technique;

Hanno Rapito un Uomo (Juventus), Italie, pour l'interprétation;

Alla en el Rancho Grande (Bustamante et de Fuentes), Mexique, pour l'ensemble artistique;

Fahrendes Volk (Les Gens du Voyage) (Tobis) Allemagne, pour l'ensemble artistique;

Break the News (Jack Buchanan Ltd), Grande-Bretagne, pour l'auteur;

Quai des Brumes (Ciné-Alliance), France, pour la technique;

En Kvinnas Ansikte (Svensk Filmindustri), Suède, pour l'ensemble artistique;

Der Mustergatte (Imagoton), Allemagne, pour l'interprétation de Heinz Rühmann;

Sotto la Croce del Sud (Mediterranea), Italie, pour la technique;

Geniusz Sceni (A. T. P.), Pologne, pour l'interprétation de Ludwig Solski;

Käthe von Nagy und Georg Alexander in dem neuen Lustspiel der SEFI «*Unsere kleine Frau*» (Die Mustergattin)

Rubens (M. Fabry), France, pour la technique;

Natur und Technik (Ufa), Allemagne, pour l'ensemble artistique;

Michelangelo (Pandora), Suisse, pour la technique;

Thèmes d'inspiration (C. Dekeukeleire), Belgique, pour l'ensemble artistique;

La Chasse en Hongrie (Magyar Film), Hongrie, pour l'ensemble artistique;

Nederland (Haghefilm), Hollande, pour l'ensemble artistique.

Une gigantesque Campagne en faveur du Cinéma, groupant toutes les Forces de l'Industrie cinématographique est déclenchée aux Etats-Unis

Habile diversion? Serait-ce la raison de la gigantesque campagne de propagande en faveur du cinéma qui va être déclenchée aux Etats-Unis entre le 1er septembre et le 31 décembre.

Au moment où le Gouvernement américain poursuit les «major» compagnies appartenant à l'organisation Hays pour avoir dérogé à la loi anti-trust, et cela à la demande des exploitants indépendants, on apprend:

1⁰ que le procès est reporté en septembre pour que les avocats aient le temps d'étudier tous les dossiers de l'accusation;

2⁰ que plus de 300 représentants de toutes les branches de l'industrie — grands producteurs et distributeurs, exploitants indépendants — se sont réunis le 27 juillet dernier à l'Hôtel Astor de New-York et ont donné leur adhésion unanime à un plan de propagande pour le cinéma présenté par George J. Schaefer, directeur de la Distribution des United Artists et Président du Comité d'Organisation de cette campagne.

Celle-ci embrassera tous les films américains sortis en édition générale du 1er août au 31 octobre. Un concours doté de 250,000 dollars de prix (8 millions 750,000 fr.Fr.), sera ouvert entre tous les spectateurs qui iront dans les cinémas participant à la campagne entre les dates précitées et projetant les films en question. Un budget de un million de dollars (36 millions fr.Fr.) est prévu pour cette campagne dont le thème est: «Allez au cinéma, le cinéma est votre meilleur divertissement».

Ce budget sera alimenté de la façon suivante: 500,000 dollars par les compagnies de production et de distribution, 250,000 par les circuits affiliés à ces compagnies et 250,000 par les circuits et exploitants indépendants.

Ce million de dollars se répartira ainsi: 600,000 dollars pour la publicité dans tous les journaux quotidiens existant aux Etats-Unis, à New-York comme dans la plus petite ville. Chaque journal aura droit à 4,600 lignes de publicité pour cette campagne. Le reste 400,000 dollars sera consacré pour les prix du concours remis aux spectateurs (250,000 dollars) et pour tout le travail de préparation et d'organisation, brochures, décoration de façades, films-annonces de la campagne, etc. (150,000 dollars) M. Schaefer estime que cette campagne augmentera les recettes brutes des cinémas de 10 à 20 % pendant les 13 semaines de sa durée, soit de 20 millions de dollars environ (790 millions de fr.Fr.).

Dans les théâtres participant à la campagne, un questionnaire à remplir sera remis à chaque spectateur, et les meilleures réponses seront primées. M. Schaefer estime que cette campagne doit finalement laisser un gros bénéfice à chacun. «Elle était nécessaire à un moment de crise générale et surtout dans des circonstances où l'on a trop parlé du cinéma en mauvaise part dans la presse.»

Cette nouvelle a produit un gros effet dans l'industrie cinématographique anglaise qui serait prête à mettre sur pied une campagne analogue.

Le statisticien officiel du cinéma anglais, M. Simon Rowson, estime qu'une telle entreprise pourrait faire monter de 23 à 30 millions de personnes la fréquentation hebdomadaire des cinémas anglais.

Voici plusieurs années, nous lisons dans les journaux français «Mangez des Oranges», plus récemment «Portez des chaussures à semelle de cuir» et aujourd'hui même, «Garçon, un demi!»

Il n'y a aucun doute qu'une propagande générale bien menée en faveur du cinéma, appuyée par toute la presse, avec primes pour les spectateurs, serait une excellente chose en France. Si les Américains trouvent insuffisant le pourcentage de leur population qui fréquente le cinéma — et il est de 75 % — que dirions-nous avec nos pauvres petits 10 % ? (Réd.: soit à peu près comme chez nous!) Pierre Autré.

(Cinématographie française du 26. 8. 38.)