

Mickey Rooney

Autor(en): [s.n.]

Objektyp: **Article**

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

Band (Jahr): **7 (1941-1942)**

Heft 95

PDF erstellt am: **21.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-733539>

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.

Pour mieux comprendre la situation, il faut examiner de plus près le marché cinématographique américain. Comment les films furent-ils placés jusqu'ici? Chaque printemps, les représentants des maisons de production partirent des 31 «villes-clefs», sièges des centrales cinématographiques, pour faire le tour des cinémas. C'est alors que furent vendus d'avance les films pour toute une année — 208 films par théâtre, car les programmes changent en général deux fois par semaine et comportent toujours deux films de long métrage. Le vendeur offre alors «trois Gables, deux Deanna Durbin, deux Capra-Extras, deux Laughton Spéciaux, un Super-Ultra-Extra-Tracy etc.» Le pauvre directeur de cinéma n'a qu'à s'incliner; ce n'est qu'après le départ de l'agent qu'il mesure son malheur: sur 208 films, il y en a, disons, 50 qui sont passables; le reste vaut moins que rien et personne ne voudra le voir. Mais que faire? Si cet arrangement lui déplaît, il ne reçoit rien du tout. Et puisqu'il n'y a pas de concurrence pour Hollywood, ce sont les sociétés de production qui dictent leur volonté.

Il est d'usage en Amérique, que le client est le maître et que les grandes industries s'efforcent de lui livrer le plus possible pour le moins d'argent. Seule l'industrie cinématographique fait exception et trouve que le client doit être bien content de recevoir quelque chose et n'a aucun droit de se plaindre.

Jusqu'ici les exploitants indépendants ont combattu en vain ces coutumes, toujours les producteurs ont obtenu gain de cause. Le dernier de ces longs procès toutefois vient de se terminer sur un compromis. L'espoir des directeurs de théâtre d'avoir trouvé, en la personne du Procureur Général, un défenseur énergique fut cependant gravement déçu; car après avoir accusé les producteurs d'une «attitude déloyale» et d'une véritable «dictature», M. Thurman Arnold a conclu l'armistice avec les principales sociétés propriétaires de cinémas, M.-G.-M., Fox, Paramount, R.K.O. et Warner Bros. Cette convention, sous forme d'un «décret», stipule:

- 1° l'interdiction de la vente en bloc d'une production annuelle; désormais, les producteurs doivent vendre leurs films en «blocs» de cinq œuvres,
- 2° des «ventes aveugles» sont illégales — les nouveaux films doivent être montrés aux propriétaires de théâtres toutes les deux ou trois semaines,
- 3° les tribunaux d'arbitrage décideront en cas de différends; les frais seront à supporter par les producteurs.

Mais les clauses de cet «armistice», modifiant sensiblement les méthodes de distribution, ne contentent personne. Les directeurs de théâtre craignent d'avoir, dans ces blocs de cinq films, un bon contre quatre mauvais, dont deux seraient peut-

être si mauvais qu'on n'oserait les présenter. Ils veulent bien visionner les films, mais à quoi bon s'ils doivent tout de même acheter ceux dont ils ne veulent pas. Mais ils protestent surtout contre le maintien des théâtres appartenant aux grands producteurs et qui gardent la possibilité d'afficher un film de classe quand eux sont obligés de projeter une bande médiocre. C'est une bien mauvaise affaire, car le public, de plus en plus avisé, boycotte tout simplement les mauvais films. Un autre sujet de plaintes est le système de pourcentage. Pour un film moyen, on paie une somme fixe, disons 100 Dollars; mais pour les grands films (par exemple «Boom-Town» ou «Sea-Hawk») les producteurs exigent un pourcentage élevé, le plus souvent le tiers des recettes. Les deux tiers restants ne suffisent pas à couvrir tous les frais et à compenser les pertes résultant de la projection (ou non-projection) des films médiocres compris dans le contrat.

Les producteurs sont, eux aussi, mécontents. Désormais, leurs agents doivent partir en tournée non seulement une fois par

année, mais chaque semaine. Ils seront obligés de montrer plus de bons films, sous peine de risquer que certains cinémas préfèrent fermer leurs portes plutôt que de présenter de mauvais films. Et les tribunaux d'arbitrage vont leur coûter chaque année plus d'un demi-million de dollars, somme importante à une époque où les revenus baissent constamment.

Le public non plus n'est pas satisfait de cette solution. Car les spectateurs doivent toujours avaler un mauvais film avant de voir celui qui les a attirés. Il est donc à prévoir que la situation actuelle engendrera tôt ou tard une crise sensible dans l'industrie cinématographique, si toutefois Hollywood ne comprend pas à temps qu'il faut offrir au public de la bonne marchandise pour son argent.

Dès maintenant, on fait de grands efforts pour produire des films de qualité et autant que possible. Mais les bons films ne se laissent pas fabriquer à la chaîne comme les bonnes voitures et les bons frigidaires, grandes spécialités U.S.A.

J. W. (Hollywood).

Mickey Rooney

Quelle popularité que celle du jeune Mickey Rooney, qui ne peut tourner assez vite, tant le public demande ses films. Depuis des années, son succès va grandissant, et de plus en plus le public européen se rallie au jugement du public américain. C'est pourquoi nous voudrions reproduire ici quelques passages d'un article paru récemment dans la revue française «Sept Jours»:

«Dix-neuf postes de radio, deux chiens, deux pianos, un saxophone, une guitare, dix poules excellentes pondueuses, une admirable collection de pipes, six canaris, un superbe perroquet, un diplômé de champion de tennis du Pacifique sud-ouest. ...

Tels sont les biens terrestres auxquels tient le plus — pour l'instant — celui qu'une statistique américaine a proclamé «star masculine no. 1» pour l'année 1939. Entendez par là que les films dans lesquels il a paru ont battu le record de recettes: 30 millions de dollars, 1 milliard 200 millions de francs français. ...

C'est de Mickey Rooney qu'il s'agit.

Actuellement, il a dix-neuf ans. Pourtant, il a déjà une longue carrière derrière lui, puisqu'il a débuté sur l'écran à l'âge

de douze mois. Jeune fille, sa mère, qui était alors miss Carter, avait le démon du théâtre. Elle s'échappa de la maison paternelle, joua de petits rôles dans des revues et, à défaut de la gloire, trouva un mari: Jal Yule, acteur de son état. A quatorze jours, pour la première fois, Mickey Rooney passa une soirée dans les coulisses d'une revue à grand spectacle où ses parents l'avaient déposé pendant qu'ils étaient sur le plateau. ...

Le succès de Mickey cependant ne vint pas tout de suite. Mrs. Jal Yule, déjà divorcée, dut faire des démarches à Hollywood pour placer son phénomène d'enfant.

Une série de courts films comiques, les «Mickey McGuire», lança la vedette enfantine. Il joua dans les soixante-dix épisodes à raison de 200 dollars par film. Sa mère signa ensuite pour lui un contrat à long terme à la Metro-Goldwyn-Mayer. Le premier film, «Andy Hardy», coûta 170 000 dollars et en rapporta un million. La «Ville des Gosses» consacra Mickey Yule qui prit alors le nom de Mickey Rooney.

«C'est surtout le petit diable qui attire le public» déclaraient à l'envie les directeurs de cinéma.

On cherche à reprendre

Cinéma

ou échange contre immeuble.

Ecrire sous chiffre 105 R. M.,
poste restante, Vevey.

Personne expérimentée

prendrai direction ou gérance
(event. reprise) de Cinéma ou
salle de spectacle en Suisse
Romande.

Offre sous chiffre No. 314
à Schweizer Film Suisse, Rorschach.