

Incompatibles : « Cette sortie est un aboutissement »

Andrea Noviello 14/07/2015 - <http://www.franceninfos.com/incompatibles-cette-sortie-est-un-aboutissement-113904/>

Dévoilé en avant-première à Monaco en décembre 2013, le film « Incompatibles » retrace la tumultueuse histoire d'amour entre deux adolescents aux caractères et aux styles de vie diamétralement opposés. Contraints de cohabiter ensemble, Emma et Mathieu finiront par se rapprocher, cassant tous les stéréotypes des relations hommes-femmes. Récompensée notamment par le prix du meilleur « premier film » au Festival de la Comédie de Monte-Carlo, la comédie romantique est disponible en téléchargement depuis le 7 juillet sur iTunes France. Ravi d'avoir enfin pu toucher au but après plus d'un an et demi de travail, le réalisateur et producteur, Paolo Cedolin Petrini, assure que l'arrivée de son premier long métrage constitue un réel aboutissement.



Paolo Cedolin Petrini et Arnaud Jouan lors du Festival de la Comédie de Monte-Carlo.

Paolo, un an et sept mois après sa projection en avant-première à Monaco, « Incompatibles » est enfin sorti le 7 juillet dernier. Qu'est-ce que cela signifie pour vous ?

Cette sortie est un aboutissement. On a enfin réalisé ce que l'on voulait. Le projet est né au départ en tant que simple carte de visite et n'était pas du tout destiné à une sortie. Les choses ont petit à petit fait que la magie a opéré. La participation de Roger Moore a bien évidemment dû aider. (Sourires) Les choses se sont emballées. On a eu de plus en plus de fans et atteint l'incroyable palier des un million de vues sur Youtube. On recense environ deux mille vues par jour. C'est inespéré et cet engouement général nous a poussés à sortir le film. Beaucoup de personnes s'avèrent frustrées de ne pas l'avoir vu et nous avons ainsi décidé de le diffuser le 7 juillet sur la plateforme iTunes France.



Cette longue attente entre sa projection finale et la sortie réelle du film n'a-t-elle pas été trop dure à vivre ?

Cette période s'explique par un certain nombre d'imprévus, notamment au niveau de la négociation des droits d'auteurs. C'est un projet associatif. Il est donc difficile de contenter tout le monde au niveau des droits. Nous sommes une petite équipe avec budget restreint et on n'a pas eu la chance d'avoir à nos côtés un directeur de production ou une personne qui s'occupe expressément des droits musicaux. La chanson « Histoire d'un amour » de Dalida nous a, par exemple, gracieusement été offerte par son frère Orlando. Recevoir un tel titre dans notre film fut une immense joie. Mais on a également collaboré avec des petits compositeurs sur Paris. Chaque cas s'est avéré difficile à traiter parce que personne ne s'attendait à ce que le film prenne une telle ampleur. Il a justement fallu du temps pour négocier correctement et signer ces droits sachant que l'on n'avait de budget après le film. C'est pour cette raison qu'« Incompatibles » n'est, pour l'instant, disponible uniquement en France.

De quelle manière avez-vous assuré la promotion de film pendant ce long laps de temps ?

Comme je l'ai évoqué précédemment, ce film représentait une carte de visite à la base et on s'attendait à faire une petite première dans la salle des Variétés avec 400 personnes. Compte tenu de la participation de Roger Moore et surtout de l'ampleur que le projet a pris pendant le tournage, on a décidé de frapper un grand coup lors de l'avant-première. On a ainsi choisi de le montrer à l'Auditorium Rainier III devant plus de mille personnes. Ce qu'on a réussi. La salle affichait complet ce qui nous a rendu extrêmement fiers. Suite à cela, l'engouement autour du film a augmenté et les gens nous ont demandé de le projeter à Lyon, à Montpellier, à Paris, soit de très grandes villes françaises. La demande étant très forte, nous avons du coup opté en faveur de la ville la plus facile d'accès auprès d'un large public.

Et Paris s'est tout logiquement imposée à vous ...

Oui, clairement. Paris représentait un carrefour exceptionnel avec un accès aisé en avion ou en TGV depuis toute la France. Nous avons effectué notre avant-première à la Bastille. On avait énormément de craintes avant la projection, parce qu'à Monaco on jouait un peu à la maison alors que là on évoluait à « l'extérieur ». En dépit de ces appréhensions, on a de nouveau affiché complet à Paris dans une salle de 400 personnes. Les gens ont été ravis de venir voir le film. Nous avons, par la suite, été invités au Festival de la Comédie de Monte-Carlo. Nous y avons remporté le prix du premier film. On a également participé à un Festival à Cap-D'Ail où nous avons également gagné le prix du meilleur premier film. On est super content parce qu'on a reçu deux récompenses lors de ces deux festivals. On en est très fiers.

« Les fonds apportés par les ventes serviront à combler les dettes »

Comment avez-vous géré la publicité autour du film ?

Nous l'avons principalement faite grâce à la participation de Sir Roger Moore. Il nous a offert une très importante médiatisation. On continue toujours aujourd'hui de donner des interviews, même si l'engouement en lui-même s'essouffle quelque peu. Cela fait quand même deux ans que l'on a projeté le film, mais malgré cela l'enthousiasme demeure toujours présent. Il se relance même petit à petit, car tout le monde est impatient de découvrir le film.

Vous avez choisi la plateforme iTunes France pour diffuser votre long métrage. Pourquoi ce choix ?

Nous pensons qu'il s'agit de la meilleure plateforme pouvant protéger le film sachant que nous avons peu de moyens et pas de grande firme derrière nous pour nous défendre. On s'est dit qu'il fallait absolument que le film soit sur une plateforme complètement sécurisée. Après plusieurs recherches, nous avons déterminé qu'iTunes nous offrait cette protection. Et c'est aussi pour cette raison que nous avons bien veillé à ne pas diffuser le film autre part. Le seul moyen pour voir le film est de l'acheter sur iTunes. Une fois acquis, personne ne peut se l'échanger ou effectuer de capture d'écran. On a donc une certaine protection. Même s'il s'agit d'un tout petit film, la moindre fuite, aussi minime soit-elle, pourrait gravement nous nuire, car plus personne ne l'achèterait. L'intérêt du spectateur est là parce que c'est quelque chose de rare et d'atypique.

De quelle somme les internautes devront-ils s'acquitter afin de pouvoir télécharger « Incompatibles » ?

Le film se chiffrera à 7,99 euros dont une partie est reversée à iTunes. L'intégralité des revenus générés par le film sera directement restituée à l'ACCM (Association pour la Création Cinématographique de Monaco) afin de promouvoir nos futurs projets. Personne ne gagne rien, mais tout le monde emmagasine de l'expérience et vit une fabuleuse aventure. Les fonds apportés par les ventes serviront à combler les dettes que nous avons accumulées lors de la réalisation et la promotion du film.

Avez-vous envisagé à un moment donné d'offrir votre film en téléchargement gratuit ou vous était-il indispensable de le vendre pour combler vos dépenses ?

On a énormément investi dans le film et on a notamment été contraint de s'endetter quelque peu en raison de notre budget limité. Il faut désormais que l'on rembourse ces dettes. Une fois cet objectif rempli, on ne ferme pas la porte à un téléchargement gratuit du film puisqu'il s'agit d'un projet associatif. Mais notre priorité à l'heure actuelle est de rembourser ces dettes pour pouvoir faire vivre l'association et concevoir d'autres projets. On espère également obtenir quelques bénéfices afin d'organiser de nouvelles manifestations en Principauté.

Avez-vous définitivement abandonné l'idée d'une distribution physique à travers les DVD ?

Nous allons distribuer le film physiquement en DVD, mais cette distribution physique se limitera exclusivement aux contributeurs du crowdfunding sur Ulule et aux personnes qui ont participé au film. Là encore, c'est une question de droit d'auteur qui nous coince. Nous n'avons simplement pas le droit de vendre de DVD. On a juste la permission de les donner aux personnes ayant collaboré au projet. Nous allons, dès septembre, procéder à une grande distribution. Elle s'inscrit dans la liste des frais que l'on va rencontrer prochainement. Ces dépenses additionnelles constituent une autre raison qui nous a poussés à vendre « Incompatibles » sur iTunes.

« On espère que les personnes qui ont vu la bande annonce vont le télécharger »

La bande annonce a dépassé il ya deux semaines la barre du million de vues sur Youtube. Quelles sont vos ambitions pour ce qui est de son téléchargement ? Vous êtes vous d'ores et déjà fixés un chiffre précis ?

On n'a aucun objectif chiffré à proprement dit. On est vraiment lâché dans le vide. On ne sait absolument pas ce que cela va donner, on ignore si on va complètement se rater ou au contraire connaître un gros succès. On privilégie bien évidemment la deuxième option, mais rien n'est acté à l'avance. On espère simplement que les personnes qui ont vu la bande annonce vont le télécharger.

Un million de téléchargement, comme pour la bande annonce, ça serait le rêve alors ?

Oui ! (Grand éclat de rires). Ça sera difficile sachant que l'on n'a pas de publicité, pas d'attaché de presse, on n'a rien. Et en n'ayant rien on a dépassé des films qui ont des distributeurs et qui sont sortis en salle. C'est ça qui est incroyable ! Si on compare la bande annonce, qui se trouve sur le service Films Actu, à d'autres films français ou internationaux, on les a largement dépassés.

Vous aviez évoqué à l'occasion de l'avant-première à Monaco la possibilité de donner une suite au film. Qu'en est-il aujourd'hui ?

Nous ne travaillons plus avec les auteurs du film à l'heure actuelle. D'autres projets nous sont venus en tête et nous nous focalisons actuellement sur ces projets avec Arnaud (Jouan alias Mathieu). Après, je ne sais pas si d'autres personnes souhaitent continuer « Incompatibles ». Je pense qu'« Incompatibles » était une page importante de notre vie, mais que l'on va aujourd'hui tourner. On a de nombreux projets en cours de préparation dont un court métrage que l'on va réaliser d'ici peu. On planche également sur une autre comédie romantique.

Vous aviez annoncé lors de votre passage au Festival de la Comédie de Monte-Carlo vouloir vous intéresser à internet et à son influence sur les relations hommes-femmes. Facebook, Twitter et autres réseaux sociaux seront-ils la thématique centrale de votre prochain film ?

La prochaine comédie romantique parlera très certainement de ça. Mais cela ne constitue pas notre priorité aujourd'hui. Nous nous focalisons d'avantage sur un court métrage que nous sommes en train de préparer. On espère le tourner fin novembre pour pouvoir être prêt en fin d'année prochaine et le présenter notamment lors du Festival de Cannes et du Festival Sun Dance aux États-Unis. Le thème principal de ce film se basera également autour de l'amour même si cette fois-ci on veut exposer les relations mère-fils. Quand quelqu'un donne beaucoup d'amour à une personne, elle est d'une certaine façon liée à l'autre et c'est cette relation que l'on veut explorer.

L'aspect comédie sera-t-il toujours présent ou souhaitez-vous vous inscrire dans un tout autre registre ?

Non, ce ne sera pas du tout une comédie. Ce ne sera pas non plus un film dramatique, car on ne souhaite pas se cataloguer dans le drame ou faire le cliché de drame. Le film sera toutefois plus réfléchi et véhiculera un message partagé par beaucoup de personne. Du moins, on l'espère. La relation mère-fils est un sujet assez général. Nous avons élaboré ce court métrage grâce à ma propre histoire, mais aussi grâce à celle d'Arnaud, car nous l'avons écrit ensemble. De nos histoires personnelles ont émergé de nombreuses similitudes que nous voulions explorer à travers ce nouveau défi. Ce projet nous tient vraiment à cœur et ce serait un rêve de réussir à le mettre en scène. Ce film constitue l'un des objectifs majeurs que nous nous sommes fixés pour l'année à venir.

Propos recueillis par Andrea Noviello