



DEMAIN, LE FILM

Les marchands d'espoir

— Steve BOTTACIN | 2017 —

BARRICADE

CULTURE D'ALTERNATIVES

Cette analyse inaugure une série de questionnements à propos du film *Demain* de Cyril Dion et Mélanie Laurent (2015). Ce documentaire n'a pas seulement rencontré un grand succès dans les salles de cinéma. Il a aussi été largement plébiscité par le monde politique, médiatique, entrepreneurial, universitaire ou associatif. Cette unanimité a de quoi surprendre. Pourquoi *Demain* est-il perçu comme un événement par un public aussi large? Un élément de réponse est que le film se présente (et est habituellement reçu) comme un « documentaire citoyen ». La présente analyse s'interroge sur la pertinence de ce label élogieux, en s'intéressant à la genèse du film.

Demain, c'est d'abord un film, apparu sur les écrans de cinéma français le 2 décembre 2015 (et dans les salles belges un mois plus tard). Son audience se révélera tout à fait exceptionnelle pour un documentaire : 1,1 million d'entrées en France, 180 000 en Belgique pour la seule année 2016¹, et ce alors que le cinéma francophone reste globalement à la peine. Cet étonnant succès de foule se double d'une reconnaissance rapide de la profession avec entre autres le César du film documentaire en février 2016².

Demain, c'est aussi une série de produits culturels dérivés : DVD (100 000 exemplaires vendus en France en 2016³), livre, livre en anglais (*Tomorrow*), livre-CD pour enfant, livre-DVD en édition limitée, etc.⁴ C'est également un nombre incalculable d'interviews, de commentaires et de réactions dans la presse, sur les plateaux de radio et de télévision, sur internet et les réseaux sociaux, avec aussi le site demain-lefilm.com⁵. Cyril Dion, co-réalisateur et acteur du film, a par ailleurs mené des conférences ou des interventions lors d'événements multiples.

Demain, ce sont enfin de nombreux échos enthousiastes dans les sphères politique, médiatique, académique ou associative, notamment en Belgique francophone. Ainsi, dès février 2016, la ministre bruxelloise de l'environnement Céline Frémault organise des projections gratuites du film à l'intention d'élèves de 5^e et 6^e secondaire⁶. En octobre, le ministre wallon de l'économie Jean-Claude Marcourt accueille Cyril Dion dans le cadre d'un premier « Forum des Coopératives ⁷ ».

Toujours en octobre 2016, la RTBF mobilise cinq journalistes pour une

1 Cyril DION, « L'après *Demain* est en marche », *Imagine*, n°18, novembre-décembre 2016, p. 30.

2 > https://fr.wikipedia.org/wiki/41e_c%C3%A9sar%20du_film_documentaire

3 Cyril DION, « L'après *Demain* est en marche », *loc. cit.*

4 > www.actes-sud.fr/domaine-du-possible-une-collection-pour-agir

5 > www.demain-lefilm.com

6 > www.lalibre.be/actu/planete/demain-outil-de-reflexion-56cb6443357013d19597a886

7 > www.infos-entreprises.be/fr/news/le-1er-forum-des-cooperatives-un-premier-succes-qui-donne-du-sens-3310/include.xml

Nuit des Idées « inspirée du film *Demain* », en direct et en public⁸. Plus inattendu encore, à la même époque, Cyril Dion et Mélanie Laurent sont faits docteurs *Honoris Causa* de l'Université de Namur, de même que Rob Hopkins (pape des *Villes en Transition*, intervenant clé dans le film)⁹.

Enfin, un certain milieu associatif n'est pas en reste. Dès mai 2016, le *Réseau Transition.be* surfe sur la vague : « Depuis quelques mois et la sortie du film *Demain*, les initiatives de Transition se sont multipliées. [...] Pour pouvoir remplir ses missions de support [...] dans un mouvement qui grandit, le *Réseau Transition* lance aujourd'hui une ambitieuse campagne de financement participatif¹⁰. »

« UNE BELLE HISTOIRE »

L'unanimité est telle que beaucoup n'hésiteront pas à voir en *Demain* un véritable phénomène de société. Le film s'aurole par ailleurs très rapidement d'une légende, reprise et colportée par celles et ceux qui s'en réclament. Selon cette légende, *Demain* est un film miraculeux par sa conception même : il aurait pu ne pas exister ou passer complètement inaperçu. Partie de rien (ou presque), la petite équipe du film n'a connu le succès que grâce à la ferveur du public, — ferveur aussi extraordinaire qu'inattendue.

Ainsi, à la question : « Ce film n'est pas seulement le vôtre, c'est aussi celui de milliers de personnes... », Mélanie Laurent répond : « La grande force de *Demain*, c'est que c'est aussi le film de milliers de citoyens qui ont aidé à le financer [...] Non seulement, ils ont cofinancé le film mais en plus, ils n'ont rien voulu en retour. [...] L'opération a été un tel succès que tout est allé très vite ensuite¹¹. »

Cyril Dion évoque quant à lui un autre miracle : « C'est mon voisin et

8 > www.rtb.be/info/dossier/demain-et-apres/detail_reinventer-demain-avec-la-nuit-des-idees?id=9434013

9 > www.unamur.be/universite/dhc/dion-laurent

10 > www.reseautransition.be/articles/et-si-vous-souteniez-notre-campagne-de-crowdfunding

11 *Demain*, dossier de presse, p. 7.

> www.demain-lefilm.com/sites/default/files/assets/demain_dossier_de_presse.pdf

ami, Christophe Massot qui nous a donné les 10 000 premiers euros qui ont permis de filmer les images du teaser et nous ont ensuite permis de rallier [le producteur-distributeur] *Mars Films*. C'était un tiers de ses économies! C'était le début d'une belle histoire¹². »

Ces deux souvenirs sont extraits d'un même entretien, inséré dans le dossier de presse de *Demain*. L'anonymat de l'interviewer et l'absence de références donnent à penser qu'il s'agit d'un support créé pour l'occasion. Même si ce n'est pas le cas, il est clair qu'à travers ce passage l'équipe du film entend bien communiquer sur son mode de production, en soulignant le caractère atypique et aventureux de l'entreprise.

UN « DOCUMENTAIRE CITOYEN »

Retenons que Mélanie Laurent comme Cyril Dion mettent en avant le rôle *déclencheur* de contributions désintéressées : « C'était le début d'une belle histoire » et « Tout est allé très vite ensuite ». Mélanie Laurent encore : « Au démarrage, les gens que nous rencontrions étaient emballés par l'idée générale du film mais pas par celle de le financer!¹³ »

Autrement dit, sans quelques soutiens providentiels au départ, rien ne serait arrivé, le film n'attirant pas les producteurs. Ainsi, alors que les budgets de la plupart des films se négocient âprement, entre des partenaires faisant valoir leurs appétits financiers, *Demain* serait né sous une meilleure étoile : celle du public, guidé par une générosité intuitive.

Cette « belle histoire » contribue à doter le film d'une étiquette, ou plutôt d'un label enviable : celui de « documentaire citoyen ». Ce serait d'abord cela la clé de son succès miraculeux. C'est en cela que résiderait sa singularité profonde.

Concrètement, le mot « citoyen » traduit ici deux postulats (ou deux idées reçues). D'une part, *Demain* « interpelle » la société (comme le ferait un « col-

12 *Ibidem*.

13 *Ibid.*, p. 9.

lectif citoyen » adressant un communiqué ou posant un acte). D'autre part, le film est porté par les citoyens, le public, les gens, — et non par l'industrie du cinéma ou le gratin de la culture.

Le premier point (« *Demain* interpelle la société ») ne sera pas examiné dans cette analyse. On ne cherchera pas ici à établir ce que le documentaire remet en question, comment il le fait et jusqu'où. Ce n'est pas que la question soit inintéressante : au contraire, il y a beaucoup à dire (même si beaucoup a déjà été dit¹⁴).

C'est clairement le second point qu'on interrogera dans ces pages, afin d'établir un terrain solide pour toute analyse ultérieure, en cherchant les réponses à des demandes très simples... Qu'est-ce qui fait que ce film existe, qu'il a été tourné, qu'il a été montré en salle? Quelle est la véritable part de l'engouement « citoyen » dans tout ce processus? D'où vient *Demain*, au-delà de la légende qui a fait sa fortune?

UNE « FORMIDABLE MOBILISATION »

Commençons par le commencement. La toute première projection de *Demain* a lieu le mercredi 2 décembre 2015, dans un cinéma parisien, devant... neuf spectateurs. Un vrai flop peu encourageant mais provisoire... En quelques jours, une « formidable mobilisation » va permettre au film de se hisser « à la 9^e place du *box office* [français] avec 82 144 entrées pour sa première semaine¹⁵ ».

Suite à ce « très bon score pour un documentaire », le distributeur *Mars Films* peut aussitôt « augmenter le nombre de copies » disponibles en France,

.....

14 Voir par exemple :

> www.lemonde.fr/idees/article/2016/04/22/demain-et-merci-patron-meme-combat_4906760_3232.html

> <https://reporterre.net/Les-solutions-sont-necessaires-mais-elles-n-empacheront-pas-l-efondrement>

> www.kairospresse.be/article/le-spectacle-de-demain ;

ainsi que Caroline LAMARCHE, « De l'actualité de la bataille de l'eau noire », *Revue Dérivations*, n°2, mars 2016, p. 242-243.

15 *KissKissBankBank*, 9 décembre 2015, #*Demain*lefilm a de bonnes nouvelles pour vous :

> www.kisskissbankbank.com/fr/projects/demain-le-film/wall

de manière à pouvoir projeter le film « sur 167 écrans », dès la deuxième semaine d'exploitation. À nouveau, « la réaction des spectateurs est formidable »... et *Demain* bénéficie dès le 9 décembre « d'une note record sur le site *Allô Ciné* de 4,7 sur 5¹⁶ ».

Ces quelques phrases sont publiées par « toute l'équipe de *Demain* » sur la plateforme de financement participatif *KissKissBankBank*. Elles s'adressent aux généreux donateurs et donatrices qui ont cofinancé la production du film via cette plateforme, de mai à juillet 2014 : soit pas moins de 10 266 personnes, qui ont chacune versé de 5 € à 10 000 €, pour un montant total de 444 390 €¹⁷.

Le message, débordant d'enthousiasme, donne le ton de la communication qui, par la suite, sera diffusée vers (et adoptée par) les nombreux acteurs séduits par le « phénomène *Demain* ». Un mot y retient particulièrement l'attention : celui de « mobilisation ».

Ce recours à un vocabulaire emprunté à l'action politique ou militante est révélateur. En saluant la « formidable mobilisation » à l'origine de ce premier succès, l'équipe du film assimile d'emblée le fait d'acheter sa place à un acte citoyen. Aller voir *Demain*, ce n'est pas consommer un produit, c'est manifester sa solidarité avec un engagement collectif.

« SUCCESS STORY »

Le message adressé aux *Kissbankers* se termine d'ailleurs sur le même ton, par une invitation à rester actif et à passer le message, pour « mobiliser » d'autres personnes : « Si vous croyez dans *Demain*, aidez-nous à faire que cette seconde semaine soit aussi bonne que la première et que le film puisse être vu par un maximum de personnes. Nous vous embrassons et vous remercions [...] d'être avec nous dans cette formidable aventure¹⁸. »

Entre injonction douce, militantisme fraternel et clientélisme affectueux,

16 *Ibidem.*

17 *Ibid.*

18 *Ib.*

cet appel manie parfaitement les codes ambigus du *crowdfunding*. Adressé personnellement à plus de 10 000 personnes engagées dans le financement du film, il donne la mesure du travail de communication mené bien avant la sortie du film, puis parallèlement à celle-ci. En particulier, la légende d'un « documentaire de tous les records » porté par une lame de fond citoyenne est promue dès les premiers jours de l'exploitation en salle, par l'équipe du film elle-même.

C'est là une première chose importante à relever si l'on veut comprendre le phénomène médiatique dont nous parlons : la sortie de *Demain* en salle (le 2 décembre 2015 en France, le 6 janvier 2016 en Belgique) ne constitue pas le début de l'histoire. La « *success story* » du film ne commence pas à ce moment, par la grâce d'un engouement spontané. Elle s'appuie au contraire sur un vaste travail préalable, mené largement en amont de la sortie en salles, et qui a consisté à « mobiliser » une masse critique de spectateurs.

« RÉINVENTER LE MONDE »

Pour y voir clair, remontons donc un peu plus loin dans le temps, jusqu'à l'apparition du projet #*Demain* le film sur la plateforme *KissKissBankBank*, le 27 mai 2014, environ un an et demi avant la première projection. Un slogan engageant sollicite alors l'internaute : « Financez le premier film qui réinvente le monde de demain à partir des solutions d'aujourd'hui¹⁹. »

Au fil d'une série de rubriques (« Le projet en 2 mn », « Comment tout a commencé », « L'histoire du film », « Fil narratif »), le descriptif du projet fournit aux contributeurs potentiels toutes les caractéristiques d'un dispositif très professionnel, soigneusement conçu et mûri : on y découvre les réalisateurs et leur équipe, l'intention générale qui sous-tend le film, un synopsis en cinq actes (les cinq chapitres du film), ainsi que le nom d'une série d'intervenants et de lieux qui apparaîtront effectivement à l'écran.

Le dossier publié détaille encore le coût estimé du film (voyages, matériel,
.....

19 *KissKissBankBank*, Présentation du projet :
> www.kisskissbankbank.com/demain-le-film?ref=search

droits, salaires, « charges sociales », ...) et répond de manière directe à une série de questions simples : « Pourquoi ce prix-là? », « Pourquoi recourir au *crowdfunding*? » ou même « Pensez-vous compenser la pollution de votre voyage?²⁰ »

Ce descriptif de mai 2014 est déjà extrêmement clair, précis et documenté. Il est évident que *Demain* ne tient ni de l'improvisation, ni de la création collective. Dès les premières étapes de la production, tout indique que l'équipe du film sait exactement où elle va, quelles personnes elle doit rencontrer, et ce qu'elle veut ramener de ses tournages. L'équipe — ou plus précisément Cyril Dion...

« CYRIL NOUS EXPLIQUAIT... »

C'est évidemment celui-ci qui, dans la narration du film, mène le jeu. Sa partenaire (et interlocutrice) campe une femme candide, qui cherche à comprendre. Elle est l'élève, voire parfois l'enfant. La distribution des rôles est installée dès le départ, à travers la voix *off* de l'actrice (« Il y a trois ans, Cyril est venu me parler [d'une] étude...²¹ »). Le duo fonctionne très bien sur ce mode, très fréquent en littérature comme au cinéma, et de plus en plus utilisé dans les médias (on pense aux émissions ou bulletins d'informations présentés en tandem).

Mais cette distribution des rôles n'est pas seulement cosmétique ou stratégique... Elle reflète un fonctionnement réel. En décrivant plus tard le tournage, Mélanie Laurent confirmera le rôle central de son co-réalisateur : « Chaque soir, Cyril nous expliquait ce que nous allions filmer le lendemain, les personnes que nous allions rencontrer, ce qu'il voulait que cela raconte. Ensuite, [...] nous découpons les séquences et nous réfléchissions à la meilleure façon de mettre en image chaque initiative, dans sa spécificité²². »

20 *Ibidem*.

21 Début du film.

22 *Demain*, dossier de presse, p. 6.

Cyril Dion confie lui-même avoir « commencé à écrire [le film] en décembre 2010²³ » — soit bien avant l'appel au financement participatif de mai 2014... et environ six ans avant sa sortie en salles. À l'époque, il dirige déjà le mouvement *Colibris*, qu'il a fondé dès 2007 avec Pierre Rabhi et qui vient de co-produire le film de Coline Serreau *Solutions locales pour un désordre global* (avec un beau succès : 250 000 entrées).

Colibris ne se contente pas de co-produire, de financer et de distribuer ce film : l'association apporte une série de « conseils sur les différentes thématiques abordées (choix des intervenants, organisation des tournages, expertise)²⁴ ». Aux côtés de Pierre Rabhi, Cyril Dion est évidemment aux premières loges pour non seulement découvrir mais aussi approcher une série d'acteurs « innovants » et nouer avec eux des liens durables. C'est évidemment ce réseau-là, largement étendu entretemps, qui fournira la première matière de *Demain*, dont le film de Coline Serreau constitue un prélude.

C'est ce qui explique qu'en mai 2014, quand est lancée l'opération de *crowdfunding* sur la plateforme *KissKissBankBank*, Cyril Dion sait déjà parfaitement ce qu'il veut tourner. Il peut l'expliquer en détails : tout le film est virtuellement déjà là. C'est pourquoi on ne peut voir dans *Demain* un « documentaire citoyen », au sens où il s'appuierait sur une « consultation citoyenne » préalable pour élaborer sa structure et son contenu. La part citoyenne se réduira ici à co-financer le film, sans intervenir dans sa conception.

En d'autres termes, à travers *Demain*, Cyril Dion et Mélanie Laurent ne transmettent pas une parole, une réflexion ou des idées qu'ils auraient recueillies auparavant auprès des spectateurs-citoyens qui soutiennent leur entreprise. Seul le financement est participatif. Le design, le dessein intelligent revient à Cyril Dion (et à *Colibris*, dont il n'est plus directeur mais reste porte-parole).

C'est ici un deuxième élément important à retenir : loin d'émerger d'un processus créateur qui ferait la part belle à l'intelligence collective, *Demain* s'est construit et a mûri et dans la tête d'un homme, ou plutôt dans l'esprit d'un réseau constitué de longue date. Si donc *Demain* peut effectivement être

23 *Ibidem*, p. 4.

24 *Colibris*, « Rapport annuel 2010 », p. 4.

> www.colibris-lemouvement.org/sites/default/files/content/111_colibris-rapport_2010.pdf

une aventure ou une « belle histoire », c'est avant tout celle portée par une communauté de personnes clairement identifiables.

« DIFFUSER LE PLUS LARGEMENT POSSIBLE »

La jeunesse et le charisme de Cyril Dion et de Mélanie Laurent en font évidemment des ambassadeurs de charme. On leur prête volontiers, par ailleurs, une forme d'ingénuité, liée au rôle qu'ils s'attribuent dans le film : celui de deux aventuriers partis à la recherche d'authentiques savants ou visionnaires. On finit par oublier que l'un et l'autre sont, chacun à leur manière, des experts.

S'agissant de Cyril Dion, divers communiqués, documents ou interviews (dont le dossier *KissKissBankBank*) rappellent qu'il a « une formation d'art dramatique et de médecine naturelle (réflexologie plantaire) » et plus sérieusement — comme on l'a vu — qu'il a « co-fondé l'ONG *Colibris* avec Pierre Rabhi » et l'a dirigée « entre janvier 2007 et août 2013. » Dans la foulée, c'est encore lui qui, en 2011-2012, « co-fonde le magazine *Kaizen* [...] et la collection *Domaine du Possible* chez *Actes Sud*²⁵ ».

Au moment d'écrire ces lignes (mars 2017), Cyril Dion dirige toujours la rédaction de *Kaizen* ainsi que la collection *Domaine du Possible*. Il vient par ailleurs de créer une nouvelle collection chez *Actes Sud* (*Je passe à l'acte*). Celle-ci propose une série de manuels pratiques dans différentes disciplines mises en valeur dans *Demain* (la permaculture, l'éducation)... ou nouvelles venues (la méditation)²⁶.

À bien y regarder, un certain entre-soi règne au sein de chacune de ces opérations qu'il faut bien appeler commerciales (même si l'argent n'est pas forcément leur seule raison d'être). Par exemple, depuis la création de *Domaine du Possible* avec *Actes Sud* en 2011, *Colibris* a « co-dirigé la ligne éditoriale [...] et co-édite certains titres de la collection²⁷ ». Parmi les tout premiers livres

25 > www.kisskissbankbank.com/demain-le-film?ref=successful – Cyril et Mélanie»

26 > www.actes-sud.fr/nouvelle-collection-je-passe-lacte

27 > [rapport_activite-colibris_20111.pdf](#) et www.actes-sud.fr/collection/domaine-du-possible

de la collection (publiés en 2011), se trouvent d'ailleurs un ouvrage de Pierre Rabhi et un autre de Sophie Rabhi, sa fille.

En 2012, c'est encore *Colibris* qui co-fonde la revue *Kaizen*, « afin de diffuser le plus largement possible les initiatives qui participent à construire une nouvelle société²⁸ ». En 2017, c'est au tour de *Kaizen* de co-fonder avec *Actes Sud* la nouvelle collection *Je passe à l'acte*, « conçue comme un prolongement concret et pratique au film *Demain*²⁹ ».

En somme, tout se passe comme si les trois acteurs *Colibris*, *Actes Sud* et *Kaizen* étaient chacun idéalement placés pour promouvoir les productions des deux autres et en tirer profit. Par exemple, un livre de Pierre Rabhi ou d'un de ses proches au sein du mouvement *Colibris* trouve en *Actes Sud* et sa collection *Domaine du Possible* un éditeur prestigieux (avec un prix de vente parfois très élevé). La revue *Kaizen* contribue à élargir la diffusion, ce qui multiplie par exemple les possibilités de conférences... tout en préparant le terrain pour un petit volume de la nouvelle série *Je passe à l'acte*, alimentée en collaboration avec *Actes Sud*... et *Colibris*³⁰.

Au sein de ce dispositif (que rien n'interdit, cela va de soi), le film *Demain* va agir, dès 2016, comme un formidable accélérateur et amplificateur... D'une part, de manière générale, le documentaire élargit considérablement l'audience des initiatives portées par *Colibris*, diffusées par *Actes Sud* et valorisées par *Kaizen*. D'autre part, plus précisément et plus subtilement, *Demain* promeut une série d'intervenants et d'intervenantes... qui sont eux-mêmes au catalogue d'*Actes Sud* dans la collection *Domaine du Possible*.

28 *Colibris*, « Rapport d'activités 2012 », p. 15.

> www.colibris-lemouvement.org/sites/default/files/content/rapport_d_activite_2012.pdf

29 > www.actes-sud.fr/nouvelle-collection-je-passe-lacte

30 > www.kaizen-magazine.com/kaizen-passe-a-l-acte-avec-actes-sud

« DES PERSONNES QUI S'ENGAGENT »

Ainsi, magnifiés à l'écran par Cyril-Dion-le-réalisateur, Rob Hopkins, Vandana Shiva, Emmanuel Druon, David Van Reybrouck, Charles et Perrine Hervé-Gruyer, *Les Incroyables Comestibles*, Pierre Rabhi et Cyril Dion lui-même se retrouvent auteurs ou sujets d'un ou de plusieurs livres (ou produit dérivé dans le cas de *Demain*)... publiés par Cyril-Dion-le-directeur-de-collection.

À nouveau, rien de répréhensible, évidemment. Mais en être informé permet de comprendre que le « casting » de *Demain* ne doit décidément pas grand chose au hasard, à la providence ou à la concertation citoyenne. Par exemple, on ne regarde pas de la même manière la séquence du film consacrée à l'entrepreneur lillois Emmanuel Druon (filmé en contre-plongée, en majesté, au centre de son personnel) quand on sait qu'il est par ailleurs auteur ou co-auteur d'ouvrages alors déjà publiés dans *Domaine du possible*³¹.

Au risque de dépoétiser l'atmosphère, il faut encore souligner que cette collection, à l'avant-garde de la construction d'une société nouvelle, n'est pas accessible à toutes les bourses. Le prix des livres dépasse le plus souvent les 20 €. Du reste, au-delà du prix de vente, ce sont aussi les droits d'auteur qui constituent un enjeu (pour les auteurs choisis). Appartenir au catalogue de *Domaine du possible*, c'est en effet bénéficier de l'appui concret d'un créateur de contenus, d'un éditeur, d'une revue spécialisée et, depuis 2016, d'une vitrine idéale sous la forme d'un film à succès : de quoi engranger d'appréciables rentrées, tout en capitalisant sur une visibilité enviable.

C'est là une troisième chose importante à retenir pour comprendre le « phénomène *Demain* » : Plus qu'une « création citoyenne », ce documentaire est le film d'un réseau : un film conçu *avec, par* et en partie *pour* des personnages extrêmement proches les uns des autres, qui, d'une certaine manière, s'interrogent, se publient, se filment eux-mêmes ou les uns les autres.

Comme tel, loin d'être un « phénomène sans précédent », *Demain* s'inscrit en réalité dans la continuité d'autres films (et plus globalement d'autres « produits ») issus de la même source : *Solutions locales pour un désordre global*

.....
31 > www.actes-sud.fr/catalogue/societe/economie (janvier 2016).

(2011), déjà cité, mais aussi *En quête de sens* (2015) dont *Colibris* est le « partenaire principal » et qui, en moins d'un an d'exploitation en salle, « a réuni plus de 100 000 spectateurs³² ».

« PLUSIEURS MILLIONS DE PERSONNES »

On peut à présent, pour terminer, remettre en perspective l'exceptionnel financement participatif dont *Demain* a bénéficié sur la plateforme *KissKiss-BankBank*, en mai 2014, et qui lui vaut depuis le début — comme on l'a vu — la réputation ou le label de « film citoyen ».

Il faut ainsi rappeler que deux ans plus tôt, en 2011 et 2012, à l'occasion des élections présidentielles françaises, Pierre Rabhi et *Colibris* avaient déjà lancé une vaste campagne de « mobilisation ». Intitulée *Tous candidats*, elle visait à rassembler un nombre significatifs de « citoyen.ne.s » se présentant comme « candidats à l'élection présidentielle » : une manière (bienvenue) de réaffirmer des priorités peu prises en compte par les principaux présidentiables.

Cette campagne, coordonnée par Cyril Dion, alors directeur de *Colibris*, a rencontré un vif succès. « Le lancement du site internet www.touscandidats2012.fr [...] a recueilli près de 27 000 candidatures (portraits de candidats et soutiens). » Concrètement, ce site « a généré un trafic de 300 000 visiteurs uniques (VU). Le nombre de visiteurs a également augmenté dans un même temps sur le site www.colibris-lemouvement.org, avec plus de 237 000 VU³³. » Conséquence : lors d'une mobilisation nationale le 31 mars 2012, « 5 000 personnes se sont réunies dans toute la France pour afficher leur portrait de candidats dans les rues de 42 villes et ainsi annoncer leur volonté de changement³⁴ ».

On voit bien qu'alors déjà, le futur co-réalisateur du film *Demain* est au

32 *Colibris*, « Rapport d'activité 2015 », p. 6.

> www.colibris-lemouvement.org/sites/default/files/content/ra_colibris_062016.pdf

33 *Colibris*, « Rapport d'activités 2012 », *op. cit.*, p. 5-6.

34 *Ibidem*.

centre d'un réseau qui, d'une part, a fidélisé un nombre de sympathisants très étendu et, d'autre part, maîtrise parfaitement les codes et les outils contemporains de mobilisation « virale » (via internet et les réseaux sociaux). Sans aucun doute, l'opération *Tous Candidats* donne à Cyril Dion et à son équipe une expérience, une expertise et une base précieuse au moment de concevoir et d'orchestrer la campagne de *crowdfunding* autour de *Demain*.

Dans le dossier du film présenté sur la plateforme *KissKissBankBank*, une biographie précise que « [sous la direction de Cyril Dion], entre janvier 2007 et août 2013, [...] *Colibris* a initié plusieurs centaines de projets et sensibilisé plusieurs millions de personnes ». On ne saurait mieux souligner l'audience du mouvement, et son efficacité opérationnelle.

« APPEL À LA GÉNÉROSITÉ »

Les rapports d'activité de *Colibris*³⁵ témoignent d'ailleurs d'un très haut niveau d'attention et de compétence en termes de stratégie. En matière de budget aussi : les sommes brassées sont importantes et connaissent une forte croissance. Les recettes avoisinent puis dépassent les 700 000 € en 2012 et 2013, frôlent les 800 000 € en 2014 et dépassent le million d'euros en 2015.

Parmi ces recettes, les « dons de donateurs individuels » ou « ressources collectées auprès du public » atteignent des montants plus que significatifs : de 2012 à 2015, ce sont au total plus de 2 000 000 € qui sont collectés par *Colibris* auprès de sympathisants récurrents ou ponctuels (sans compter les dons institutionnels de telle ou telle année).

Si l'on souligne l'ampleur de ces sommes, ce n'est pas pour dénoncer leur origine ou leur affectation, mais pour observer à quel point le mouvement *Colibris* est une structure extraordinairement rompue à la collecte de dons. Parmi ses dépenses, d'ailleurs, le budget de l'association intègre un poste spécifique intitulé « Frais d'appel à la générosité du public » (37 000 € en

35 > www.colibris-lemouvement.org/mouvement/notre-mission/rapport-dactivite
ainsi que
> www.colibris-lemouvement.org/sites/default/files/content/ra_colibris_062016.pdf

2012), « frais de recherche de fonds (40 000 € en 2013) ou « frais d'appel à la générosité privée » (33 000 € en 2014).

Sachant cela, peut-on encore trouver « miraculeux » le fait qu'en 2014, l'opération de *crowdfunding* menée au profit de *Demain* sur *KissKissBankBank* ait permis de récolter la somme prévue (200 000 €) au bout de trois jours, et même plus du double au bout de deux mois?³⁶ Plutôt que d'y voir un engouement citoyen imprévisible et providentiel, ne peut-on simplement dire qu'une fois de plus, le large et généreux réseau de donateurs et de sympathisants de *Colibris* et de son porte-parole Cyril Dion a répondu présent ?

« UN MONDE PLUS JUSTE ET SOLIDAIRE »

D'autant qu'entretemps, il s'est produit un fait crucial : Mélanie Laurent a accepté de collaborer et de partager la tête d'affiche avec Cyril Dion, apportant à celui-ci (s'il en était besoin) de nouvelles ressources considérables en terme de réseau, de notoriété et d'« appel à la générosité ». En effet, même si elle apparaît dans *Demain* comme une simple citoyenne candide, il faut se rappeler que l'actrice-réalisatrice n'est pas n'importe qui, elle non plus.

Bien des choses se sont passées dans sa carrière depuis *Astérix et Obélix contre César* (1998) ou même depuis *Je vais bien, ne t'en fais pas* (2007 – César du meilleur espoir féminin). Mélanie Laurent va notamment tourner *Inglorious Basterds* (2009) avec Quentin Tarantino, être maîtresse de cérémonie au *Festival de Cannes* (2011), s'essayer à la chanson et à la réalisation (trois films)... et devenir l'« égérie » de la maison *Dior*³⁷. Ses activités principales et parallèles font d'elle la deuxième actrice française la mieux payée en 2011³⁸.

C'est à peu près à cette époque que Mélanie Laurent rencontre Pierre Rabhi

36 > www.kisskissbankbank.com/demain-le-film

37 > https://fr.wikipedia.org/wiki/M%C3%A9lanie_Laurent et <http://www.ladepeche.fr/article/2011/05/27/1092409-melanie-laurent-confirme-qu-elle-sera-l-egerie-de-dior.html>

38 > www.lalibre.be/culture/cinema/quels-sont-les-acteurs-et-actrices-les-mieux-payes-51b8e869e4b0de6db9c618d6

lors d'un dîner avec Danielle Mitterrand³⁹. Le courant passe, au point que l'actrice participe à l'opération *Tous candidats*, déjà évoquée. Précisons que la *Fondation Danielle Mitterrand-France Libertés* qui œuvre « pour un monde plus juste et solidaire » est soutenue dans cette tâche par le milliardaire Pierre Bergé et bénéficie alors d'une ambassadrice de luxe : Valérie Trierweiler⁴⁰.

On évolue ici, on le voit, dans des sphères assez éloignées de ce qu'on entend habituellement par « les citoyens ». Naturellement, la richesse et la célébrité ne rendent pas forcément suspect ou indésirable. Il serait absurde de reprocher à Mélanie Laurent ou à Cyril Dion le succès qu'ils rencontrent dans leurs entreprises respectives ou communes. Ce ne sont pas seulement les activistes désargentés qui mènent des activités qui ont de la valeur et du sens.

Mais ce qu'on a voulu montrer ici, c'est que les deux acteurs, co-réalisateurs et têtes d'affiche de *Demain* bénéficient tous deux d'une position extrêmement privilégiée, l'une dans le monde du spectacle, l'autre dans celui du lobbying. Cette position leur permet d'être en contact avec un nombre considérable de personnes et d'institutions à même de les soutenir, de répondre favorablement à leur recherche de fonds. C'est le quatrième élément à prendre en compte si l'on veut analyser le « phénomène *Demain* ».

UNE « OCCASION FORMIDABLE »

Dans l'appel au financement publié le 27 mai 2014 sur *KissKissBankBank*, « Cyril et Mélanie » expliquent : « Nous passons par le *crowdfunding* [parce que] ce film est un film citoyen. Il montrera des centaines de personnes à travers le monde qui s'engagent à transformer la société, par leur seule énergie. » Il s'agit alors de « démarrer le tournage et compléter les fonds [espérés] des partenaires cinéma et télévision⁴¹ ».

39 *Demain*, dossier de presse, p. 4.

40 > https://fr.wikipedia.org/wiki/Fondation_Danielle-Mitterrand_-_France_Libert%C3%A9s

41 > www.kisskissbankbank.com/demain-le-film

Pourquoi maintenant? Parce que « quelques semaines » avant de lancer cet appel, l'équipe du film a rencontré le ministre français de l'Écologie de l'époque, Philippe Martin (PS – prédécesseur de Ségolène Royal). Celui-ci « a adoré le *teaser* et [...] a proposé de projeter le film lors du prochain *Sommet Mondial sur le Climat* à Paris en décembre 2015 [la fameuse "COP 21"]». C'est pour nous une occasion formidable de montrer des solutions à tous les chefs d'État de la planète [...]. Nous devons avoir fini d'ici là⁴² ».

Voilà donc l'explication officielle, qui plonge le tournage dans l'urgence (et le *crowdfunding* dans le suspense), par la grâce d'un ministre de l'Écologie visionnaire. Le sort du film est entre les mains des internautes... Va-t-on passer à côté de cette occasion unique d'infléchir le destin du monde?

Le dossier se veut encourageant : « Nous avons déjà trouvé 100 000 € auprès de mécènes privés, d'associations (*Colibris*), d'entreprises engagées (*Biocoop*), ce qui nous permet d'assurer les premiers tournages au mois de juin [2014]⁴³. » Par ailleurs, les principaux producteurs et distributeurs du film sont déjà connus : *Move Movie* (Bruno Lévy, producteur des trois précédents films de Mélanie Laurent) et *Mars Film* (*StudioCanal*, bientôt *Vivendi*). Restent environ 220 000 € à trouver en sollicitant les citoyens, soit un quart du budget... mais est-ce vraiment un défi?

Regardons-y de plus près : l'équipe de *Demain* lance son opération de *crowdfunding* sur *KissKissBankBank* le 27 Mai 2014... quelques heures avant de s'envoler pour les premières semaines de tournage grâce aux fonds de *Colibris* et de *Biocoop*. À ce moment, l'équipe du film est constituée; trois-quart de son budget bouclé; le synopsis est achevé, scène par scène ou presque; les lieux de tournages sont identifiés (dans neuf pays différents); la liste des intervenants est établie... L'entreprise *Demain* a déjà derrière elle un producteur, un distributeur national et international, des partenaires privés... et les extraordinaires réseaux tissés par Mélanie Laurent et Cyril Dion.

Dans ces conditions et à la lumière des différents éléments passés en revue dans cette analyse, peut-on raisonnablement croire que l'appel lancé sur

42 *Ibidem*.

43 > www.kisskissbankbank.com/demain-le-film

KissKissBankBank est un élément crucial, qui va décider de l'existence ou de la non existence du film? Évidemment non. Contrairement à ce qu'une communication et une esthétique soigneusement calculées laissent croire, *Demain* n'est pas un film improvisé au gré d'une aventure hasardeuse...

PSEUDO-PURETÉ

Contrairement au récit officiel, ce n'est donc pas à la providence que le film doit sa sortie juste à temps pour la COP 21, après un tournage qui aurait été réalisé dans l'urgence, avec des moyens de fortune, complétés grâce à la générosité d'une poignée de donateurs venus à la rescousse. Ce récit est seulement, comme le dit Cyril Dion lui-même, une « belle histoire », destinée à des réseaux sociaux (et à des médias) qui ne s'animent que sous l'action de récits palpitants.

Cette « belle histoire » a une fonction précise : doter le film d'une image particulière qui va lui permettre de trouver et d'élargir son public en exploitant un capital sympathie hors norme... En effet, s'il avait été porté exclusivement par des capitaux privés et/ou par des opérateurs immédiatement identifiables, *Demain* serait apparu comme un documentaire parmi d'autres : réussi, certes, mais conçu et réalisé comme d'autres produits culturels. En s'appuyant sur une base financière « citoyenne » présentée comme « spontanée », il conquiert un tout autre statut, une forme de légitimité inattaquable, voire une pseudo-pureté profondément problématique.

C'est cette pseudo-pureté, attachée au label de « film citoyen », que nous avons voulu déconstruire dans cette analyse. Pour y parvenir, nous avons identifié quatre éléments volontiers ignorés, oubliés ou passés sous silence.

Premièrement, la « *success story* » du film ne commence pas au moment de sa sortie en salle, mais s'appuie sur la mobilisation préalable d'une masse critique de spectateurs.

Deuxièmement, loin d'émerger d'un processus citoyen d'intelligence collective, *Demain* est avant tout le film d'un homme ou d'un groupe de personnes clairement identifiables.

Troisièmement, *Demain* est le film-phare d'un réseau solide et structuré, il est conçu avec, par et en partie pour des personnes habituées à se promouvoir les unes les autres.

Enfin, quatrièmement, *Demain* est l'oeuvre de « citoyens » extrêmement privilégiés, en contact avec des personnes et des institutions haut placées, largement à même de les soutenir.

CONCLUSION

Faire observer cela, ce n'est en rien diminuer l'intérêt du film *Demain*, ou suggérer qu'il est uniquement une opération de com' ou de marketing, conçue pour servir ou pour enrichir les animateurs d'un réseau de privilégiés. Mais c'est faire la part des choses entre une légende largement diffusée... et une réalité rarement décrite.

Il est évident qu'on ne peut pas comprendre le « phénomène *Demain* » sans mettre en évidence les enjeux idéologiques et commerciaux qui ont largement déterminé son existence, sa forme et son contenu. On se trompe ou on (se) raconte des histoires en présentant *Demain* comme un « film citoyen », voire comme un geste philanthropique désintéressé, au service de la survie de l'espèce humaine.

Sans doute, (se) raconter des histoires peut être un puissant levier de changement. Il faut le reconnaître : la légende fonctionne. De l'avis de plusieurs animateurs de terrain, *Demain* a provoqué un « élan citoyen » considérable, en particulier un engouement nouveau pour les initiatives dites « de Transition ». Les réalisateurs et les producteurs de *Demain* ont donc extrêmement bien joué... Et finalement, pourquoi s'en plaindre?

Après tout, que gagne-t-on à démontrer que ce film est ou n'est pas un « film citoyen »? Pourquoi ne pas se contenter de prendre acte de son succès, de son retentissement et des conséquences concrètes sur l'engagement d'un grand nombre de citoyens dans des initiatives « alternatives »? Quel est le problème, en fait?

Le problème est tout simplement de savoir ce que l'on entend aujourd'hui

par « participation citoyenne », au-delà d'une simple « participation financière » lors d'un *crowdfunding*. Le problème est de comprendre comment un film conçu, produit, promu et exploité par un réseau de personnalités privilégiées peut passer pour l'émanation de la société toute entière. Le problème est de mesurer à quel point le monde politique, médiatique, universitaire et associatif est prêt à célébrer ce tour de passe-passe, la bouche en cœur.

L'unanimité suscitée par le film *Demain*, la facilité avec laquelle le plus grand nombre s'est satisfait de son label de « film citoyen » posent une question toute simple mais cruciale : sommes-nous à ce point perdus, démunis et déboussolés que nous sommes prêts à croire à n'importe quelle belle histoire — pourvu qu'elle soit bien racontée — sans plus s'interroger sur ceux qui la racontent ? En d'autres termes : avons-nous à ce point besoin de marchands d'espoir ?

Steve BOTTACIN

POUR ALLER PLUS LOIN

Il est possible d'aller plus loin dans l'analyse en examinant en détail la liste des producteurs du film, mentionnés dans le générique ou dans le dossier de presse.

Par ailleurs, on ne peut qu'inviter les lectrices et lecteurs à s'autoriser un regard dépassionné sur *Demain* en tant qu'objet cinématographique (procédés utilisés, choix techniques, ...)

A ce sujet, voir par exemple le dossier pédagogique consacré au film en 2016 par l'asbl *Les Grignoux* dans le cadre de son programme *Écran Large sur tableau noir* (auteurs : M. CONDÉ & F. LEONE).

Sur le nouvel art contemporain de (se) raconter des histoires, on peut lire ou relire Christian SALMON, *Storytelling*, éd. La Découverte, 2007.

Enfin, cette analyse ne prétend pas décourager de s'investir pleinement dans d'authentiques initiatives citoyennes.

BARRICADE

CULTURE D'ALTERNATIVES

Lieu d'émancipation collective et de création d'alternatives, *Barricade* expérimente dans les domaines culturels, sociaux et économiques depuis 1996.

Barricade est engagée dans différents mouvements sociaux et citoyens ainsi que dans le développement de projets économiques alternatifs dont la visée commune est de promouvoir l'égalité et la justice sociale. Depuis 2010, nos publications s'inscrivent dans ce contexte et sont le

fruit d'une démarche de recherche-action. *Barricade* est également un espace public de débat permettant la rencontre des paroles citoyennes, militantes, syndicales, associatives, académiques & politiques. Enfin *Barricade* constitue un lieu d'accueil pour de nombreux collectifs et associations, et tout simplement un lieu d'échanges et de convivialité. C'est tout ça *Barricade*.

ANALYSES ET ÉTUDES

Toutes nos analyses sont disponibles sur notre site **www.barricade.be** et gratuitement en imprimés, rue Pierreuse 15 - 4000 Liège via la librairie Entre-Temps, la librairie de Barricade.

AGENDA DE NOS ACTIVITÉS

Rejoignez-nous sur **Facebook** ou inscrivez-vous à notre newsletter sur **www.barricade.be**
Recevez gratuitement le PDLM, notre revue bimestrielle, en nous contactant par mail à **info@barricade.be** ou par téléphone au **04 222 06 22**



Avec le soutien de la Fédération Wallonie-Bruxelles



Wallonie

éditeur responsable et composition /
jérôme becuwe, asbl barricade
rue pierreuse 21 - 4000 liège - 2017