DÉBRIEF

CANNES, 78e ÉDITION

M-Cannes-2

Et à la fin, c'est mk2 qui gagne : Cannes 2025 brassait large, passant des petits bouts de lorgnette sociétaux aux grands morceaux de bravoure virtuoses, pour au final aboutir au triomphe sans partage d'une seule et même boîte de cinoche. Mk2 aurait-elle mieux compris le cinéma, le Festival de Cannes et l'époque dans laquelle on vit ? PAR GUILLAUME BONNET & GAËL GOLHEN

Un simple accident

« NOS CHOIX S'INSCRIVENT DANS LA CONTINUITÉ D'UNE DÉCENNIE DE TRAVAIL. »

NATHANAËL KARMITZ

L'éveil sexuel d'une jeune musulmane lesbienne, l'histoire politique des années plombées du Brésil, un cinéaste patriarco-toxique qui renoue avec ses filles et son art, des Iraniens lambda qui renouent avec le gardien de la révolution qui les a torturés, une ferme allemande traversée par un siècle de regard féminin… Les commentaires post-cannois ont parlé d'un palmarès « équilibré », on aurait pu dire exactement l'inverse, tout en partant du même constat : oui, le point de vue est panoramique, presque à 360°, mais il a rarement semblé aussi déséquilibré. Six prix, tous ceux qui comptent vraiment, pour une seule boîte de cinéma, qui avance ses pions comme dans une partie de Risk à sens unique. Palme (*Un simple accident* de Jafar Panahi), Grand Prix (*Valeur sentimentale* de Joachim Trier), mise en scène (*L'Agent secret* de Kleber Mendonça Filho), les deux interprétations (Wagner Moura dans *L'Agent secret* et Nadia Melliti dans *La Petite Dernière*) + jury (*Sound of Falling* de Mascha Schilinski). Aux autres de se partager les miettes de consolation. Six prix comme on boucle un set au tennis sans jamais perdre son service. Jeu, set et mat mk2.

Si personne (ou presque) ne l'a noté dans les blablas post-palmarès, c'est soit que les gens de mk2 sont très discrets, soit qu'ils sont très modestes, soit qu'ils sont très nuls pour se mettre en valeur. À moins qu'ils ne fassent exprès de ne pas trop se mettre en avant. Les deux frères Nathanaël et Elisha Karmitz, fils de Marin, ont sur cet exercice cannois su faire le tour du propriétaire du cinéma mondial, couvrir toutes les bases et avoir raison sur (à peu près) tout. *Première* leur a demandé comment ils ont fait.

PREMIÈRE : Ce n'est pas trop dur de ne rien avoir gagné avec *Romería* de Carla Simón ?

NATHANAËL KARMITZ : Ah ah… oui, on est très déçus pour elle.

Vous étiez en force sur la ligne de départ avec six films en compétition, plus l'ouverture de la Quinzaine des cinéastes. Vous écrasez tout sur la ligne d'arrivée avec six prix sur neuf, les plus gros. Quelles sont la part de chance et la part de maîtrise d'un instant T du cinéma ?

NK : Nos choix s'inscrivent dans la continuité d'une décennie de travail pour nous et d'une décennie d'évolution du secteur. Le vrai tournant date de 2012, quand on arrête la production exécutive et la distribution France pour se concentrer sur les ventes internationales, l'export des films, l'aide aux producteurs très en amont, le façonnage global de ces projets internationaux. Dès ce moment-là, on décide de se concentrer sur un maillon du métier, et de devenir les meilleurs dessus.

Le maillon cinéma de festival ?

ELISHA KARMITZ : Non, le maillon cinéma tout court, par opposition à ceux qui au même moment diversifient leur activité vers la série télé ou le streaming. On s'est dit : *« Nous, on est une maison de cinéma. »* Pas parce qu'on n'aime pas la série, mais parce que notre savoir-faire était là.

NK : On voyait que le métier allait devenir de plus en plus dur, de plus en plus technique, et qu'il faudrait des spécialistes de cet artisanat de haut niveau. On a passé cinq, six ans à répondre à ceux qui nous disaient : *« Pourquoi vous ne faites pas de télé, tout le monde s'y est mis, c'est quand même dommage. »* Notre constat était que la vieille organisation avec tous ces intermédiaires, le producteur, le vendeur, le distributeur, était en train d'être fragilisée. Le streaming arrivant, on savait aussi que la part du cinéma allait se réduire, en tout cas la part de production allouée au cinéma, et que s'y consacrer à 100 %, le faire bien, le faire mieux, ça paierait. Et que ça serait même *utile*. De fait, tout le secteur a souffert. Les produc-

Valeur sentimentale

© © QUIMSYVES_ELASTICAFILMS / JAFAR PANAHI-SCALED / KASPER TUXEN

teurs ont moins de moyens, les distributeurs ont moins de moyens, les journalistes ont moins de moyens, tous ceux qui font filtre, choix et sélection se sont nettement appauvris. Aujourd'hui, on ne se définit pas comme « vendeurs », le terme ne marche plus, mais comme partenaires de l'ensemble de la chaîne pour compenser tous ces aspects en crise du métier. On structure les financements, on intervient au scénario, au montage, on accompagne les films et les auteurs en marketing, en presse, on est agence de voyages quand ils font leurs tournées pour les Oscars…

… et quand ils sont présentés à Cannes.

NK : On a fait le choix très conscient d'un cinéma qui a besoin des festivals pour émerger. Vous parliez de *Romería* et en toute honnêteté, au-delà de la blague, non, on n'a pas été déçus. Parce que dans notre esprit, Cannes est un point de départ, la première réception, le premier moment d'un film dans une salle. Un moment clé qui façonne le destin d'une œuvre. Les prix sont les cerises sur le gâteau mais le vrai sujet, le vrai succès, c'est ça : comment se passe cette première réception ? *Romería* s'est fini tard, son montage s'est trouvé dans les tout derniers jours avant la sélection et au final, l'accueil a été fantastique. Donc c'est une belle histoire cannoise.

Les grandes sociétés de vente très axées Cannes qui vous ont précédés voyaient moins le festival comme un point de départ que comme une ligne d'arrivée.

EK : S'impliquer dans un projet en ayant Cannes comme unique objectif, c'est le meilleur moyen de se louper.

NK : L'une des particularités de mk2, c'est qu'on a des spectateurs, on les voit tous les jours à la caisse et à la sortie de nos salles. Les prix en festival, c'est bien beau mais on se félicite surtout d'avoir des films qui font des entrées, que notre line up annuel se vende dans le monde entier et de réussir à placer au moins un film parmi les cinq succès internationaux dans le box-office mondial chaque année. Il faut aller jusqu'au spectateur, sinon ça ne vaut rien. Encore une fois, Cannes a cette place pivot parce que c'est le point de départ de la vie des films. Une heure après le palmarès 2025, la presse américaine était inondée d'articles se demandant *« quelles conséquences pour la course aux Oscars »*.

Dès le lundi matin, vous êtes tournés vers ça ?

NK : Tout de suite. Ça impacte notamment le choix des distributeurs.

La Palme d'or *Un simple accident*, le distributeur américain Neon l'achète pendant le festival ?

NK : Oui.

Dès l'annonce du palmarès, ils ont publié des communiqués triomphaux, « Neon gagne sa sixième palme », etc. Vous, rien.

NK : C'est l'une des soirées de clôture où on a le moins fait la fête. Parce qu'on a bossé. On avait cinq réalisateurs, on tenait à ce qu'ils soient contents, qu'ils sentent que ce n'était que le début, qu'on n'était pas là pour célébrer mk2 mais pour les célébrer eux et leurs films. Et puis on peut être satisfait, mais tout de suite c'est : *« Comment on recommence ? »*

On a eu l'air de poser la question sur le plan de la satisfaction égotique, mais on parlait plutôt de *branding*. La manière de faire vivre la marque mk2, de lui donner un parfum spécifique. Vous vous y refusez, vous jouez profil bas, contrairement à Neon ou A24, pour rester outre-Atlantique.

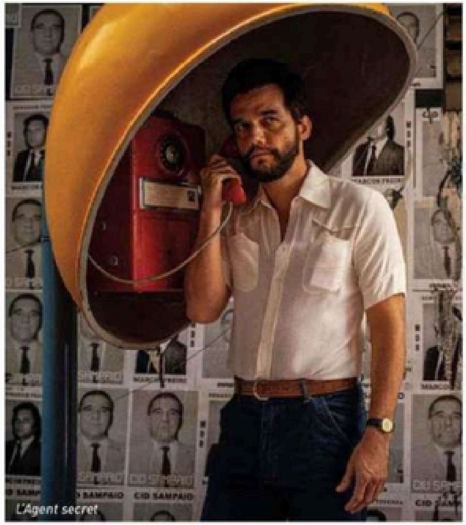
NK : On est à deux étapes différentes. Neon, leur sujet, c'est d'aller aux Oscars, d'attirer le public américain. Leur stratégie de *branding* est liée à ça. La question de *l'attribution* [du mérite] n'est pas le même pour eux et pour nous. Pour nous, il n'y a que les réalisateurs qui comptent. Notre attitude, c'est qu'on est là depuis cinquante ans et qu'on sera encore là dans cinquante ans. Donc on ne triomphe pas. Et puis on a aussi cette culture très française de préférer rester discret, la peur de se faire taper dessus si ça brille

Elisha Karmitz, Nathanaël Karmitz et Fionnuala Jamison à Cannes

> « ON A FAIT LE CHOIX TRÈS CONSCIENT D'UN CINÉMA QUI A BESOIN DES FESTIVALS POUR ÉMERGER. » NATHANAËL KARMITZ

© KCART

La Petite Dernière


L'Agent secret

trop. On s'est contenté de rigoler avec le compte Instagram Entendu ce soir qui a posté : *« À partir de maintenant, celui qui dit "mk2" prend un shot de tequila. »* Ça nous suffit : ceux qui doivent savoir savent.
EK : Et puis c'est normal. Quand un distributeur achète un film, il y a un transfert de valeur qui doit lui permettre de bénéficier de cette attribution. Ça fait partie du business. Qu'ils fassent ensuite ce type de marketing et d'annonces très visibles, tant mieux, ça sert la carrière des films.

> « LE CINÉMA, C'EST L'ENGAGEMENT MAXIMAL AVEC UNE ŒUVRE. »
> ELISHA KARMITZ

Le passage de témoin Cannes/Oscars dont vous parliez est très récent, on l'écrivait récemment dans les colonnes de *Première*. Pendant plus de soixante ans, ce n'était pas du tout le cas. Bien sûr, on peut y voir une conséquence directe de la réforme des Oscars mais…
NK : *(Il coupe.)* Non, c'est la conséquence directe de la réforme des Oscars, point.

Et rien d'autre ?
NK : Rien. Elle a ouvert la possibilité d'un cinéma *mondial*, elle a permis à des distributeurs d'émerger et de créer un secteur qui n'existait pas.
EK : Les Oscars se réforment parce qu'ils ont une vraie nécessité d'ouverture vers le cinéma mondial, et qu'ils le savent. Il y a une cinéphilie là-bas, un tissu critique, un réseau local très important, avec des salles comme le Metrograph ou d'autres, des partenaires comme Letterboxd, etc. Les volumes ne sont peut-être pas énormes mais ce public-là existe, y compris chez certaines catégories de jeunes, avec un gros appétit de films d'auteur ou de catalogue, et avec ses propres manières de s'informer ou de faire communauté pour aller au ciné.
NK : La réalité américaine est ainsi faite. Ils ont régulièrement besoin du reste du monde : parfois de notre argent, parfois de nos talents. Là, c'est un peu des deux. Ça suit aussi les évolutions du médium lui-même. Le cinéma a mis un peu de temps à se remettre du langage narratif des séries. Mais à Cannes cette année, on l'a tous constaté, au-delà de nos films, ça faisait un moment qu'il n'y avait pas eu un tel niveau de *cinéma* qui traversait l'ensemble du festival.

La différence de langage entre le cinéma, la télé, le streaming, vous pensez que c'est une analyse partagée ?
EK : Je ne sais pas si elle est partagée mais c'est une réalité factuelle. Déjà, les streamers ne sont plus dans la course pour recruter de grands auteurs au service de leur propre reconnaissance. Sans parler du fait que pour certains des auteurs en question, leur passage là-bas dans une forme de création quasiment sans contrainte, ou avec une autre forme de contrainte… on ne peut pas dire que ça ait exactement servi leur art. Le film de David Fincher sur Netflix a été un peu oublié, aussi bien par la critique que par les cinéphiles…

D'ailleurs, il y en a eu deux. CQFD.
EK : Ah ah, vous voyez ?

Bong Joon-ho dit qu'on l'arrête dans la rue tous les jours, et que le seul film dont on ne lui parle jamais…
NK : … c'est *Okja* [son film Netflix].
EK : Simplement parce que le cinéma iconise les œuvres.
NK : Des réalisateurs qui font des choses pour la télé, ça a toujours existé ! Pialat, Assayas, Chabrol, Rossellini, ils ont tous bossé pour la télé. Mais ce n'est pas le même exercice que de demander à quelqu'un de sortir de chez lui, sous la pluie, pour aller payer dix balles et rester deux heures devant un écran sans son téléphone. Pas le même boulot.
EK : Je vais faire une analogie avec une chose dont on parle beaucoup dans l'industrie de l'entertainment. Aujourd'hui, dans l'écosystème digital et la « creator

economy », la nouvelle valeur, ce n'est plus l'audience mais *l'engagement* du public. Or, le cinéma, c'est l'engagement maximal avec une œuvre.

Sound of Falling est un cas un peu spécial, vous le voyez fini, on imagine que les autres vendeurs le voient au même moment…

NK : Non, les producteurs sont venus nous voir nous…

EK : … parce qu'ils voulaient s'inscrire dans un line up, une maison, une manière de travailler.

Le film devait être présenté en compétition à Berlin mais vous le déroutez vers Cannes.

NK : Non, quand on l'a vu, Cannes l'avait déjà piqué.

OK. Mais un film comme celui-là, admettons qu'un streamer veuille l'acheter, vous êtes d'accord ?

NK : Bien sûr, pourquoi pas ? Déjà, quand ce type de choix arrive, et il est parfois cornélien sur un plan financier, la décision revient au réalisateur. Tout le monde ne ferait peut-être pas comme ça, mais nous oui. Il y a eu plusieurs cas pendant la quinzaine cannoise.

EK : Oh oui !

NK : Là, on prend vingt minutes entre deux interviews avec le réalisateur et le producteur, on met les options sur la table, avec les plus, les moins, ce que nous on préférerait, et on les laisse trancher. Parce que ce n'est pas seulement une question de pognon maintenant qui se joue mais le long terme, le développement de leur carrière, trente ans de vie. Un moment de bascule réelle. Bref, on n'a rien contre les streamers, même si on n'a jamais été éblouis par eux non plus, ni eu la moindre illusion sur la réalité du partenariat qu'ils entretenaient avec le cinéma. Et puis tout ça, c'est fini. Netflix qui s'intéresse au cinéma d'auteur, c'est terminé. Ils continueront d'acheter un film ou deux pour avoir une campagne Oscars, mais sinon, ils n'en ont plus rien à faire.

EK : Aujourd'hui, leurs enjeux sont sur le live, le sport…

NK : Leurs concurrents, c'est pas du tout le cinéma, mais la télé, YouTube. Nous, notre univers, ce sont les gens qui sortent de chez eux. Ils sont devenus une télé comme une autre.

EK : On leur a dit. Ils n'aiment pas trop qu'on le leur dise. *(Sourire.)*

The Sound of Falling

> « ON N'A RIEN CONTRE LES STREAMERS, MÊME SI ON N'A JAMAIS ÉTÉ ÉBLOUIS PAR EUX NON PLUS. »
>
> NATHANAËL KARMITZ

Les auteurs que vous accompagnez, vous les suivez quoi qu'ils fassent ou vous savez leur dire non ?

EK : En tout cas, on ne cherche pas à les séduire en les rassurant. L'accompagnement, ce n'est pas ça mais savoir garder sa cohérence en fixant les bonnes contraintes.

NK : On est au scénario, on est au montage, on ne fait pas le boulot à leur place mais on a la légitimité et l'histoire pour leur dire sans avoir peur de les perdre : *« Là, on pense que tu es en train de faire fausse route »*, leur expliquer qu'il faut encore monter un peu, couper certaines choses. Pas pour satisfaire notre goût mais parce qu'on a identifié tel ou tel manque et qu'on peut dire à un auteur : *« Tes 2 h 05 au lieu de 1 h 59, la conséquence sur ton box-office mondial, c'est tant. »* On est devenu cet endroit qui ne ment pas. Si on n'y croit pas, on ne fait pas. Et on se retrouvera plus loin sur le chemin.

C'est arrivé ?

NK : Non, pour être honnête, le cas ne s'est pas encore présenté. *(Sourire.)*.

The Sound of Falling