

# « *Bringing Broadway to Wichita* » : La télévision projetée et la distribution électronique dans les salles de cinéma américaines d'après-guerre

KIRA KITSOPANIDOU

La numérisation de la diffusion en salles, les dispositifs de retransmission en direct via satellite et la montée en puissance du web 2.0 ont redéfini la notion de programmation pour les salles de cinéma. En 2011, lors d'une table ronde sur les pratiques innovantes de l'exploitation cinématographique en matière de marketing et de relation avec les publics, Marc de Quervain, directeur des ventes et marketing du circuit Vue Entertainment en Grande-Bretagne, affirmait :

En offrant davantage de choix, d'avant-premières et de contenus alternatifs, nous désirons penser la programmation dans les cinémas de manière différente, un peu à la manière d'une chaîne de télévision. Cette idée de se comporter comme une chaîne de télévision plutôt que comme un circuit de salles traditionnel est en germe chez Vue depuis 2003<sup>1</sup>.

La nouvelle flexibilité de programmation introduite par le numérique a ouvert pour la salle de cinéma une nouvelle ère d'expérimentation, de programmation élargie et de transversalité dont témoignent, entre autres, l'irruption des contenus audiovisuels hors-film sur les écrans et l'encouragement d'une approche participative chez le spectateur grâce au web 2.0. Le programmeur est, par conséquent, tenté de penser sa programmation différemment, s'inspirant notamment des modèles qui ont fait déjà leurs preuves à la télévision. Ainsi, la programmation des contenus hors-film fonctionne sur les principes de la saisonnalité (une saison de l'Opéra Garnier), de la thématisation (ballet, opéra, danse, théâtre, sport, jeu vidéo, etc.), voire de la sérialité (la série « *The Metropolitan Opera: Live in HD* »), et se concentre sur les marques à fort potentiel en termes de recettes annexes<sup>2</sup>, telles que le Met (40 % du *box-*

---

<sup>1</sup> « Quelles pratiques innovantes en matière de marketing et de relation avec les spectateurs ? », table ronde organisée le 6 décembre 2011 dans le cadre du colloque international *les Salles de cinéma en Europe. Enjeux, défis et perspectives*, Paris, Institut national d'histoire de l'art (INHA), 6 et 7 décembre 2011.

<sup>2</sup> En termes de séances globales comme de recettes, le marché constitue encore une niche. En pourcentage du *box-office* mondial, les recettes encaissées par le hors-film dans les salles est estimé à une échelle allant de 1 à 3 % en 2018 (<https://www.eventcinemaassociation.org/event-cinema.html>). En France le hors-film représente à peine 0,4 % des entrées et 0,9 % des recettes, soit un total d'environ 12 millions d'euros de recettes en 2017. Données : Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC).

office mondial pour le hors-film entre 2008 et 2010<sup>3</sup>). Aux États-Unis, la compagnie Cinedigm, tiers investisseur historique intervenant dans le financement de la numérisation du parc de salles étatsunien se positionnant aujourd'hui comme distributeur de contenus hors-film en salles et sur l'ensemble des plateformes numériques, propose au tournant des années 2010 aux exploitants de s'abonner à un forfait. Ce bouquet de « chaînes » thématiques offre des programmes récurrents, allant des contenus d'intérêt local à des pièces de théâtre, en passant par des documentaires, des films de fiction indépendants et d'autres contenus de niche (films religieux, webisodes, courts-métrages, etc.). Les exploitants peuvent aussi s'abonner à un service de programmation à la demande livré clé en main par des sites comme *ilikecinema.com* en France ou *Demand.film* et *Theatrical-on-Demand* aux États-Unis, en phase avec les nouvelles formes de consommation délinéarisée de contenus audiovisuels et l'éclosion des pratiques de participation et de collaboration sur Internet<sup>4</sup>.

Ces évolutions peuvent être vues comme une révolution au niveau de l'offre et de l'usage de la salle de cinéma, soulevant chez de nombreux distributeurs traditionnels des inquiétudes quant au statut du film, aujourd'hui noyé dans un bain encore plus vaste de divertissements audiovisuels de tous genres. Paradoxalement, cette vision de la salle comme un espace transversal et polyvalent permet à cette dernière de retrouver aujourd'hui son caractère multiple d'avant la standardisation<sup>5</sup>. Avec le numérique, la salle émerge comme une plateforme modulable à laquelle on peut associer différents usages et demandes, jusqu'aux plus ciblés. Cette conception de la salle comme lieu de grande transversalité croisant des arts, des spectacles et des divertissements d'horizons divers revient avec une remarquable régularité dans l'histoire de l'exploitation, comme en témoignent les premières expériences de diffusion électronique de programmes qui ont eu lieu dans l'après-guerre en Europe et aux États-Unis. Le chapitre qui suit se propose de remonter aux prémices du marché de la retransmission en salle et en direct de contenus hors-film, avant l'émergence des dispositifs de retransmission par satellite et l'arrivée des équipements numériques. Ces expériences accompagnent les tentatives de développement d'une forme de télévision collective, popularisée aux États-Unis sous le nom de *large screen television* ou *theater television*.

---

<sup>3</sup> Karsten Grummitt, « Alternative Content: Four Facts and an Advertisement », *Black Dove: Observations on the Future of Cinema*, 14 novembre 2011, <http://black-dove.co.uk/192/alternative-content-four-facts-and-an-advertisement/>.

<sup>4</sup> Ce service de programmation à la demande livré clé en main permet aux exploitants de rentabiliser des séances aux jours et heures de faible fréquentation. En se rendant sur ces plateformes, les internautes peuvent créer leur propre séance de cinéma sur grand écran avec les films et dans la salle de leur choix.

<sup>5</sup> André Gaudreault et Philippe Marion, « le Cinéma est encore mort ! Un média et ses crises identitaires... », *MEI Médiation et information*, n° 34, avril 2012, pp. 29-43.

La télévision, en tant que technologie nouvelle de transmission, est d'abord considérée par les compagnies de distribution et d'exploitation cinématographiques comme l'équivalent d'un « projecteur sans fil »<sup>6</sup> permettant de libérer les établissements

des contingences dont ils souffrent dans le temps, et dans l'espace, comme dans le genre et la qualité de leurs représentations. Ainsi, un directeur [de salle] améliora-t-il singulièrement ses offres à la clientèle en lui proposant : un spectacle de variété [sic] ou transmission d'une comédie des boulevards, séance de gala à l'Opéra comme grand événement sportif, tout en continuant d'ailleurs à projeter des spectacles spécifiquement cinématographiques mais qui seraient alors fournis par la voie des ondes<sup>7</sup>.

Bien que ces expériences aient eu lieu dans un contexte technologique et médiatique très différent de l'époque contemporaine, les discours qui ont pu accompagner cette forme nouvelle de transmission de contenus dans les salles font écho à certains discours relatifs au déploiement du numérique dans les salles, en particulier en rapport avec les nouveaux usages que ces dernières peuvent développer. Nous nous intéresserons, par conséquent, à la production d'un discours sur les usages de la télédiffusion dans les salles et à la manière dont cette dernière a pu faire évoluer la programmation des exploitants aux États-Unis dans l'après-guerre. On s'autorisera enfin quelques références à la réception de ce discours dans d'autres contextes d'exploitation, en particulier le contexte français.

### **La technologie de projection : un défi pour le développement de la télévision projetée sur grand écran**

Les expériences de télévision projetée (*theatre television*) dans les années 1930 et 1940 ont principalement lieu au moyen de deux technologies de projection : les dispositifs à projection directe utilisant comme source d'image le tube cathodique (RCA, Philips)<sup>8</sup> et les dispositifs à diffraction optique utilisant une lampe à arc, identique à celle utilisée dans les projecteurs cinématographiques standards (Fernseh AG en Allemagne, Scophony et Baird en Grande-Bretagne, Paramount aux États-Unis, Fischer en Suisse, Debie en France). Les recherches initiales en matière de projection sur grand écran d'images télévisuelles se sont

---

<sup>6</sup> S.n., « les Théâtres cinématographiques devant la télévision. Rapport présenté à Turin par M. A. Trichet », *le Film français*, n° 427, 17 octobre 1952, p. 19.

<sup>7</sup> *Ibid.*

<sup>8</sup> Le système de projection directe comporte les éléments suivants : un projecteur-récepteur (composé d'un tube cathodique et d'un système optique qui projetait l'image sur l'écran par le biais d'un processus de réflexion), un écran de visionnage, une console de contrôle et un générateur d'électricité à haut voltage. L'équipement de la salle comprend également une antenne de réception et une ligne de transmission du signal de l'antenne au projecteur-récepteur.

concentrées sur l'agrandissement de l'image fluorescente formée sur l'écran d'un tube cathodique de réception. Cependant, la technologie des tubes à rayons cathodiques ne permettant pas de produire suffisamment de lumière pour une projection sur grand écran (niveau de luminosité inférieur aux lampes à incandescence ou aux arcs utilisés dans la projection cinématographique), les ingénieurs ont été amenés à étudier des solutions optiques à la projection<sup>9</sup>. En effet, en fonction de la surface de l'écran, de l'angle et de la distance de projection, une luminosité très élevée peut être requise pour la projection sur grand écran (pouvant aller jusqu'à 10 000 ou 15 000 lumens, pour les plus grands écrans de l'époque<sup>10</sup>). Malgré les améliorations apportées au système par les ingénieurs de la RCA aux États-Unis (utilisation de tubes dotés d'un écran fluorescent, puis des chambres de Schmidt et des objectifs à très grande ouverture), l'image projetée reste très inférieure à celle obtenue par un projecteur 35mm standard, tant en termes de taille (de deux mètres de large au début des années 1930 à environ sept mètres en 1947<sup>11</sup>), qu'en termes de luminosité, de contraste ou de profondeur de champ<sup>12</sup>. Enfin, l'introduction de systèmes optiques à très grande ouverture a rendu le système peu intéressant sur le plan économique. La taille, le poids et le prix du système optique étant proportionnels à l'envergure de l'écran, on a été amené à en réduire les dimensions, cherchant ainsi un compromis entre le coût du projecteur et la luminosité de la projection<sup>13</sup>. Les dispositifs à projection directe semblent, par conséquent, plus adaptés aux petites salles d'actualités, aux cafés ou aux hôtels<sup>14</sup> qu'aux salles de première exclusivité (qui se dotent dans les années 1950 de nouveaux écrans larges).

**(fig. 1)** Le projecteur RCA-PT 100 installé dans le cinéma Rossini lors de la Mostra de Venise de 1952. Source : *Atti e rassegna tecnica della società degli ingegneri e degli architetti in Torino*, vol. 7, n° 5, mai 1953, p. 180.

---

<sup>9</sup> Le modèle de projection télévisuelle de la RCA à la fin des années 1940 utilisait une optique à miroir conçue selon la méthode Schmidt, déjà appliquée aux télescopes. Voir Jean Vivié, *Projection des images animées et reproduction des enregistrements sonores*, Paris, Dujarric, 1982 [1968], pp. 213-214.

<sup>10</sup> À la fin des années 1940, la projection par tube cathodique se limite à 1 000 lumens à peine (c'est-à-dire moitié moins que la luminosité d'un vidéoprojecteur destiné de nos jours à un usage professionnel dans une salle de conférence !).

<sup>11</sup> Sur les détails techniques du projecteur RCA PT-100 voir Ralph V. Little Jr., « The RCA PT-100 Theater Television Equipment », *Journal of the SMPTE*, vol. 56, n° 3, mars 1951, p. 317. Pour plus d'informations sur la qualité des performances des premiers systèmes, voir E. L. Swedlund et W. C. Thierfelde, « Projection Kinescope 7NP4 for Theater Television », *Journal of the SMPTE*, vol. 56, n° 3, mars 1951, pp. 332-333.

<sup>12</sup> La définition de l'image projetée par le système de la RCA ne dépasse pas les 60 lignes au début des années 1930, puis se limite dans les années 1940 et 1950 à 525 lignes (à cause du standard NTSC).

<sup>13</sup> S.n., « Systèmes optiques à grande ouverture pour télévision sur grand écran », *la Technique cinématographique*, n° 117, janvier 1952, p. 117.

<sup>14</sup> Douglas Gomery, *Shared Pleasures: A History of Movie Presentation in the United States*, Madison, University of Wisconsin Press, 1992, p. 232.

Parmi les systèmes à diffraction optique utilisant une lampe à arc, celui qui a été le plus utilisé dans les années 1940 et 1950 aux États-Unis est le système à film intermédiaire. Adopté aux États-Unis par le studio Paramount, il présente l'originalité d'une hybridation entre la technologie cinématographique et la technologie télévisuelle. Dans ce système, l'image formée sur l'écran cathodique est inversée en négatif. Cette image est filmée avec une caméra argentique spéciale (sur une pellicule 16mm ou 35mm<sup>15</sup>) qui en donne une image positive. Le film qui en résulte est débité par cette caméra de manière continue, se rend dans une machine à développer automatique, puis dans une sécheuse et ensuite dans le poste de projection de la salle où il s'enroule sur la bobine réceptrice d'un projecteur conventionnel<sup>16</sup>. Les ingénieurs de la Paramount ont exclusivement utilisé la pellicule 35mm et ont réussi à réduire considérablement la durée de l'intervalle entre la réception du signal et le développement de la pellicule à environ 66 secondes (puis à une vingtaine de secondes à la fin des années 1940). Le développement et le séchage rapide de la pellicule sont obtenus notamment grâce à des révélateurs portés à une température élevée et des souffleries à air comprimé<sup>17</sup>. Malgré cette amélioration, le système présente le défaut de conserver toujours un intervalle entre réception et projection, et d'affecter la résolution de l'image pendant le transfert (la définition des images projetées est ainsi comparable à celle des actualités cinématographiques ou à celle d'un bon « kinéscopage »<sup>18</sup>). Particulièrement encombrant et peu intéressant économiquement en raison du coût élevé de la pellicule et de l'installation, et de la nécessité d'avoir recours à du personnel spécialisé<sup>19</sup>, le système présente néanmoins l'avantage d'être compatible avec la technologie qu'on retrouve dans les cabines de projection, ainsi que celui de permettre aux salles non équipées de diffuser des enregistrements sur pellicule.

---

<sup>15</sup> Par souci d'économie, les sociétés Debrie (en France) et General Precision (aux États-Unis) utilisent dans les années 1950 une caméra 16mm, alors que Paramount emploie la pellicule 35mm.

<sup>16</sup> Voir « L'évolution technique récente du cinéma américain », *la Technique cinématographique*, n° 160, décembre 1955, pp. 460-461 et « La télévision collective et les salles de cinéma », *la Technique cinématographique*, n° 164, avril 1956, p. 78. Ainsi, le système de projection à film intermédiaire est composé d'un récepteur spécial de télévision (combinant dans la même boîte équipement sonore et vidéo et générateurs d'électricité à haut voltage), d'une caméra cinéma spéciale (caméra intermédiaire) synchronisée à 24 images/seconde, d'un système d'enregistrement du son (sur pellicule), d'une développeuse ultrarapide (fonctionnant à la même vitesse que la caméra spéciale) et d'un projecteur 35mm conventionnel. Voir J. VIVIÉ, *Projection des images animées, op. cit.*, pp. 217-218 ; et Raymond Spottiswoode, *Film and Its Techniques*, Berkeley, University of California Press, 1970 [1951], pp. 368-370. Le coût du système Paramount (équipement de réception, caméra et unité de développement) était d'environ 35 000 dollars sans compter les frais d'installation.

<sup>17</sup> La réduction du délai entre émission et projection se fait grâce au recours à un traitement photographique rapide au moyen de bains concentrés à une température plus élevée que la normale.

<sup>18</sup> S.n., *Billboard*, 24 septembre 1949, p. 4. Voir également Richard Hodgson, « Theater Television System Cinema », *Journal of the SMPTE*, vol. 52, n° 5, mai 1949, pp. 540-548.

<sup>19</sup> En France, Debrie a développé dans les années 1950 une développeuse ultra-rapide moins encombrante qui se charge automatiquement sans aucune manœuvre spéciale. La société Kodak-Pathé a quant à elle développé une pellicule spécifique pour le développement ultra-rapide. Voir « Projection de télévision par film intermédiaire », document publicitaire des établissements Debrie, archives Madeleine Cinéma, Musée Gaumont.

À ces deux systèmes s'ajoute, à partir de 1939, le système Eidophor, développé par le professeur suisse Fritz Fischer (connu pour ses travaux dans le domaine de l'aviation militaire et sur les problèmes techniques du cinéma sonore) avec le soutien financier de l'École polytechnique fédérale de Zurich. Considéré comme la solution la plus évoluée au problème de la projection télévisuelle à haut niveau de lumière<sup>20</sup>, le système suisse ne sera présenté qu'après la mort de Fischer, dans le cadre du premier congrès international sur la télévision de l'après-guerre en 1948. Étudié par la Paramount et General Precision, puis abandonné en raison de sa structure complexe, l'Eidophor attire néanmoins l'intérêt de la Fox, qui en acquiert les droits exclusifs en février 1951<sup>21</sup>. Le lancement commercial de ce projecteur, maintes fois reporté, symbolise aux yeux des exploitants américains de l'après-guerre l'avenir électronique des salles.

**(fig. 2)** L'Eidophor de Fischer au début des années 1940.

Au début des années 1950, la concurrence entre équipementiers s'intensifie. Outre la RCA et Baird (dont les systèmes de télévision projetée sont présentés pour la première fois au public américain dans le cadre de l'Exposition universelle de New York de 1939), Scophony, Fernseh AG et General Electric se disputent déjà le marché américain entre 1939 et 1941. L'offre s'élargit avec l'entrée sur le marché de General Precision (système à pellicule intermédiaire 16mm nommé Videofilm), de Skiatron (système Ultrasonic utilisant un tube à trace sombre comme modulateur de lumière) et de la Fox (qui confiera à l'automne 1952 la fabrication des projecteurs Eidophor à la General Electric). Cette nouvelle concurrence poussera également les prix des différents systèmes vers le bas, la RCA annonçant, quelques jours après l'acquisition de l'exclusivité sur l'Eidophor par la Fox, une baisse de prix pour son propre projecteur (de 25 000 à 15 000 dollars<sup>22</sup>). Certains fabricants proposent même aux

---

<sup>20</sup> Au début des années 1950, l'Eidophor, dans sa version couleur, est capable d'offrir une luminosité de 5 000 lumens pour une définition de l'image projetée de l'ordre de 1 000 lignes. Voir s.n., « Swiss Eidophor Seen with Color », *New York Times*, 3 octobre 1951, p. 40 ; et s.n., « Skouras, Sponable Disclose Details of Fox Deal for Development of Eidophor », *Film Daily*, 26 février 1951, pp. 1 et 4.

<sup>21</sup> Sur la description technique du système et l'implication du studio dans son lancement en sol américain, voir Kira Kitsopanidou, « The Widescreen Revolution and 20<sup>th</sup> Century-Fox's Eidophor in the 1950s », *Film History*, vol. 5, n° 1 (« Wildscreen »), pp. 32-56 ; et Anne-Katrin Weber, « la Télévision projetée. L'Eidophor à l'École polytechnique fédérale zurichoise (1939-1948) », dans Mireille Berton et Anne-Katrin Weber (dir.), *la Télévision : du téléphonoscope à YouTube. Pour une archéologie de l'audiovision*, Lausanne, Antipodes, 2009, pp. 141-160.

<sup>22</sup> « Big Screen TV Wins Backing of Exhibitors », *Telegram Sun*, 15 février 1951, boîte n° 83, Publicity, Publications and Clippings, Sponable Collection, Columbia University. À ce stade, la RCA a déjà équipé avec ses projecteurs un certain nombre de circuits aux États-Unis (dont les salles RKO, Fabian et American Theaters Network).

exploitants américains des projecteurs à moins de 2 000 dollars, comme par exemple le système Theater-View de la société Telecoin.

### **Les années 1930 : aboutissement de la première phase de développement technique de la télévision projetée et émergence des discours prescriptifs**

Les séances de télévision projetée qui sont proposées dans les salles de cinéma aux États-Unis – mais aussi en Grande-Bretagne, en Italie et en France – entre le milieu des années 1940 et la première moitié des années 1950 sont la reprise d'expériences commencées avant-guerre. En réalité, les premiers travaux dans le domaine de la projection électronique (menés entre autres par Ernst Ruhmer et Otto von Bronk en Allemagne) datent du début du XX<sup>e</sup> siècle, mais se heurtent à des difficultés techniques insurmontables. La fin des années 1930 marque l'aboutissement d'une première phase de développement de la télévision projetée, commencée dix ans plutôt, ainsi que l'émergence des premiers débats sur les futurs usages de cette technique. La salle de cinéma sera pensée dès la fin des années 1920 comme un débouché potentiel par les pionniers de la technologie télévisuelle. Bell Telephone Laboratories, General Electric, RCA, De Forest et Ulises Armand Sanabria aux États-Unis, John Logie Baird et Marconi en Grande-Bretagne, ou encore Carolus-Telefunken en Allemagne développent simultanément des systèmes de transmission et de réception pour un usage privé et pour un usage collectif<sup>23</sup>. Au début des années 1930, la projection télévisuelle sur grand écran de cinéma fait l'objet de démonstrations publiques dans plusieurs capitales européennes<sup>24</sup> et américaines<sup>25</sup>. En 1930, la programmation du RKO Proctor Theatre de New York inclut des séances de télévision projetée pendant quelques jours. Un an plus tard, le Broadway Theater de New York propose à son tour la première retransmission en direct d'une pièce de théâtre depuis le Theatre Guild Playhouse<sup>26</sup>. Ces séances ont néanmoins un caractère ponctuel ; elles servent de vitrine d'exposition aux activités de recherche et développement des sociétés actives dans le champ de la technologie télévisuelle et se noient dans un ensemble d'attractions que proposent les salles aux États-Unis durant cette période de dépression économique.

---

<sup>23</sup> Sur la préhistoire de la *theater television* dans le monde, voir s.n., « History of Theatre Television », boîte n° 67, Theatre TV, FCC Hearing (History), fonds Sponable, Columbia University.

<sup>24</sup> Le système mécanique de projection télévisuelle sur grand écran de cinéma développé par John Logie Baird est montré au Coliseum à Londres, au Scala à Berlin, à l'Olympia à Paris et au Roda Kvarn à Stockholm. L'écran de projection (de 1,5 × 0,6 m) est composé de 2 100 petites lampes espacées de 2,5 centimètres les unes des autres et l'affichage est contrôlé par un commutateur mécanique. Voir Russel W. Burns, *John Logie Baird: Television Pioneer*, Londres, Institution of Engineering and Technology, 2000, pp. 209-213.

<sup>25</sup> Le premier équipement de *theater television* est présenté en 1929 au RKO Proctor Theater à New York (image télévisuelle de 48 lignes produite grâce à un scanner mécanique).

<sup>26</sup> Voir s.n., « History of Theatre Television », art. cit.

La seconde partie des années 1930 est une période d'intense activité dans le domaine de la télévision projetée, notamment en Europe. John Logie Baird présente entre décembre 1937 et février 1938 au Dominion Theater de Londres le premier spectacle de télévision projetée en bichromie (sur un écran de  $2,7 \times 3,6$  mètres pour une définition de 120 lignes<sup>27</sup>). En mars 1939, le cinéma Monseigneur à Londres propose les toutes premières séances régulières de télévision sur grand écran<sup>28</sup> ( $2,5 \times 2$  mètres, selon le procédé Supersonic Light Control des laboratoires Scophony<sup>29</sup>). Cette même année, la télévision projetée s'installe également au théâtre Marigny à Paris pour une soirée unique de démonstration (sur un écran de dimensions modestes de  $1,5 \times 2$  mètres) autour d'un programme composé de numéros de danse, de chant et de théâtre. Aucune salle parisienne ne sera toutefois équipée pour la télévision projetée dans les années 1930. En revanche, à la fin de la décennie, cinq salles sont déjà équipées dans le West End de Londres et proposent au public des transmissions en direct de courses de chevaux, de combats de boxe et de variétés<sup>30</sup>.

Les années 1930 voient également émerger un premier discours sur les futures applications de la nouvelle technologie dans les salles de cinéma. Voici comment Joseph Sagall, ingénieur de la société anglaise Scophony, envisage l'utilisation du « télécinéma » dans les salles de cinéma :

Je suppose [...] qu'une série de films sera transmise quotidiennement par le poste émetteur, et que les salles de cinéma pourront donner chaque jour un nouveau programme. Pour les cinémas, il en résultera un plus grand nombre de spectateurs, une simplification commerciale immense par rapport à la tâche fastidieuse et ardue de la programmation actuelle. Pour les producteurs de films, ce sera l'ère d'une activité inconnue à ce jour, car nous aurons besoin

---

<sup>27</sup> Allen Eyles, *Gaumont British Cinemas*, Burgess Hill, Cinema Theatre Association, 1996, p. 116. Baird envisage de créer un service de télédiffusion spécifiquement pour les salles de cinéma et indépendant de la BBC, en collaboration avec la Gaumont British (propriétaire de sa société depuis 1932). Voir R. W. Burns, *John Logie Baird, op. cit.*, pp. 333-360.

<sup>28</sup> « le Procédé Scophony en exploitation », *la Technique cinématographique*, n° 99, mars 1939, pp. 1388-1389.

<sup>29</sup> Fondé sur le principe de diffraction de la lumière par le biais d'une cellule liquide (cellule Kerr) soumise à un champ ultrasonore, cette méthode permet de recueillir à la sortie de la cellule une intensité lumineuse proportionnelle à l'intensité de la modulation télévisuelle des ondes ultrasonores. Le système de projection par modulation de lumière est complété par une roue à miroir tournant à grande vitesse et qui sert à immobiliser l'image de chaque ligne. Une seconde roue à miroir est également utilisée, mais cette fois tournant à faible vitesse et disposée de façon perpendiculaire à la première. Cette seconde roue sert à assurer le balayage des lignes sur l'écran. Le système de projection télévisuelle de Scophony, mis au point en Angleterre dès 1939, constitue l'un des premiers systèmes de projection de télévision en salle de cinéma. Voir J. Vivié, *Projection des images animées, op. cit.*, p. 216.

<sup>30</sup> John E. McCoy et Harry P. Warner, « Theater Television Today – Part I », *Hollywood Quarterly*, vol. 4, n° 2, hiver 1949, p. 161 ; Christopher Anderson, « Television and Hollywood in the 1940s », dans Thomas Schatz (dir.), *Boom and Bust: American Cinema in the 1940s*, Berkeley, University of California Press, 1999, p. 426.

d'une quantité incomparablement plus grande de films [...]. Le télécinéma dans les salles débutera bien entendu par des actualités quotidiennes ; ne sera-ce pas déjà un attrait énorme de plus pour le public du cinéma invité à assister aux évènements simultanément à leur déroulement, et ceci même dans les plus petits cinémas de quartiers<sup>31</sup> ?

Alors que la télévision n'est encore qu'un jouet scientifique dans les années 1930, la radio étant de loin le principal concurrent des salles de cinéma (plus de 90 % des foyers urbains et 70 % des foyers ruraux aux États-Unis possèdent au moins un poste de radio<sup>32</sup>), la télévision projetée est vue comme un moyen d'augmenter la compétitivité des salles de cinéma face à l'instantanéité de la diffusion radiophonique, de diversifier leur offre de spectacle et d'obtenir des gains de productivité. Ces derniers résultent de la suppression des frais de tirage de copies pour les films et les actualités filmées, et de la programmation d'actes de vaudeville ou de *music-hall* sur plusieurs sites en même temps.

Aux États-Unis, l'Academy of Motion Picture Arts and Sciences (AMPAS) forme en 1938 un comité pour étudier les applications de la télévision projetée pour les compagnies hollywoodiennes. Dans son rapport du 21 septembre 1945, le comité sur la télévision constitué par le Research Council de l'AMPAS remarque :

[...]The possible development of Theatre Television with the associated later possibilities of an Electronic Film Exchange is being closely watched (...) The theoretical possibilities of an Electronic Film Exchange are also within the bounds of reason, and may be expected in the future if theatre television becomes possible. It might be pointed out that an Electronic Film Exchange by which pictures might be distributed to the theatres by television rather than by physical delivery of prints will not be possible until theatre television is advanced to give an almost perfect picture<sup>33</sup>.

Un document interne de la Fox datant de mars 1944 souligne en particulier :

« The economic savings of a central projection room televising an entire film program to desired theatres in the same area was not to be underestimated.

---

<sup>31</sup> « le Procédé Scophony en exploitation », art. cit.

<sup>32</sup> Christopher H. Sterling et Michael C. Keith (dir.), *Encyclopedia of Radio*, New York, Fitzroy Dearborn, 2004, p. 180.

<sup>33</sup> Rapport du Television Committee datant du 21 septembre 1945, boîte n° 54, Sponable Fox R & D, Academy of Motion Picture Arts and Sciences (AMPAS), fonds Sponable, Columbia University (toutes les traductions sont les nôtres).

Another service which would enhance our theatres would be that of televising special events of news or sports items at the time of their occurrence »<sup>34</sup>.

La possibilité de vidéotransmission des films dans les salles est également envisagée par le Beveridge Committee en Grande-Bretagne. Suite à l'expérience du Telecinema, l'une des attractions les plus courues du Festival of Britain de 1951, son directeur technique, Raymond Spottiswoode, publie un ouvrage où il remarque que

si tous les programmes des salles de cinéma étaient composés d'actualités et de films télétransmis, les frais de copies seraient éliminés, les équipes de projectionnistes seraient considérablement réduites, de nombreuses agences locales de distribution disparaîtraient et, plus important encore, les coûts de production des films pourraient être amortis en quelques semaines, au lieu de quelques mois, par la télétransmission simultanée dans plusieurs milliers de salles<sup>35</sup>.

Au milieu des années 1950, alors que les expériences américaines en matière de télévision projetée se sont déjà essouffées, le journal corporatif *Hollywood Reporter* rapporte que

Spyros Skouras, le président de la 20<sup>th</sup> Century Fox, semble penser que l'électronisation de l'industrie cinématographique est inévitable face à la concurrence accrue de la télévision, et que la prochaine décennie verra l'obsolescence du système de projection opticomécanique actuel<sup>36</sup>.

Si finalement la « révolution électronique » tant annoncée du cinéma outre-Atlantique sera de très courte durée (de 1947 à 1953), elle trouvera un écho important en France, notamment auprès du nouveau président (depuis 1947) de la Fédération nationale des cinémas français (FNCF), Adolphe Trichet. Ce dernier défend dès 1952 l'idée de la création d'un double secteur dans les émissions de télévision, l'un réservé à la télévision familiale et à sa réception privée, l'autre réservé aux salles de cinéma, qui auraient la priorité des droits de diffusion des spectacles avant leur programmation à la télévision familiale<sup>37</sup>. La revue *la Technique*

---

<sup>34</sup> Mémo interne de la Fox, de Hansen à Scriber, 23 mars 1944, boîte n° 58, dossier « Miscellaneous », fonds Sponable, Columbia University.

<sup>35</sup> R. Spottiswoode, *Film and Its Techniques*, op. cit., p. 371.

<sup>36</sup> S.n., « 20<sup>th</sup>'s Eidophor Process May Bow Late this Year, Skouras Predicts Electronic Screen », *The Hollywood Reporter*, 13 avril 1955, p. 6.

<sup>37</sup> S.n., « les Théâtres cinématographiques devant la télévision », art. cit., p. 19. Il est intéressant de noter qu'aux États-Unis, très vite, les sociétés de production et de distribution de programmes pour les salles de cinéma ont été confrontées à l'indisponibilité des droits, très convoités par les autres médias. Les négociations avec les syndicats professionnels des salariés du théâtre et de la télévision ont souvent bloqué la réalisation de certains projets, et les distributeurs de films de cinéma n'ont pas tous vu d'un bon œil cette nouvelle concurrence sur le marché des droits, notamment pour les pièces de théâtre populaires.

*cinématographique*, dans son édition de janvier 1957, revient sur l'intérêt commercial des spectacles de télévision collective dans les salles :

[...] la retransmission par télévision supprime ainsi toutes les questions de tirage des copies et de distribution. Un film, une pièce de théâtre, un opéra, une revue de *music-hall* peuvent ainsi être représentés sans difficulté le même soir et au moment même de leur création, devant un vaste public, dans de nombreuses salles cinématographiques réparties dans des villes différentes et éloignées les unes des autres. Bien entendu, dans ces mêmes salles, il sera toujours possible de projeter les films cinématographiques classiques et la télévision collective pourrait être un moyen additionnel d'élargir, pour un public de plus en plus nombreux, l'intérêt du spectacle cinématographique, par une diversité plus grande et un renouvellement continu<sup>38</sup>.

La revue souligne la prouesse technique du dispositif, qui implique une simultanéité des présences (des milliers de spectateurs visionnant en simultané le même événement, la même pièce de théâtre, le même opéra, auxquels s'ajoutent les spectateurs qui assistent à la performance naturelle sur scène) et un sentiment d'ubiquité (faire participer les spectateurs à un ici et ailleurs) : « La télévision collective permet à un grand nombre de spectateurs de participer, en quelque sorte, à l'événement diffusé dans la même ambiance et dans la même atmosphère »<sup>39</sup>.

### **Les premières tentatives de commercialisation de la télévision projetée**

Aux États-Unis, les premières tentatives de commercialisation de la télévision projetée datent du début des années 1940. En janvier, puis en mai 1941, la RCA organise des séances de télévision projetée pour des représentants de la Federal Communications Commission (FCC), des agences de publicité et de l'industrie cinématographique. En janvier, le programme est composé de numéros de danse, d'opéra et de vaudeville, alors qu'en mai, un match de boxe est retransmis depuis le Madison Square Garden, accompagné d'une courte dramatique transmise depuis les studios de NBC. Le critique Terry Ramsaye écrit à propos de cette démonstration dans la revue corporative *Motion Picture Herald* : « [...] si la télévision projetée s'avère être un art, ça sera le premier à être né dans la disgrâce »<sup>40</sup>. La qualité de la projection

---

<sup>38</sup> S.n., « la Projection télévisée au cinéma ; un projecteur réellement industriel », *la Technique cinématographique*, n° 172, janvier 1957, pp. 27-29.

<sup>39</sup> *Ibid.*, p. 29.

<sup>40</sup> « *If theatre television proves to be an art, it was the first art to be born in the doghouse* ». Citation tirée de C. Anderson, « Television and Hollywood in the 1940s », art. cit., p. 426.

sera néanmoins suffisante pour attirer l'attention de l'industrie cinématographique. Deux studios seront particulièrement attentifs aux évolutions techniques de la télévision projetée, notamment suite aux expériences anglaises de la fin des années 1930 : Paramount et 20th Century-Fox. Au début des années 1940, ces deux studios (le second par le biais de son actionnaire majoritaire, General Precision Equipment) procèdent au financement de la filiale américaine de Scophony, souhaitant éviter un scénario de monopolisation du marché par la RCA. Des discussions ont également lieu entre la Fox, la Warner et la RCA avant la fin de la guerre.

C'est néanmoins après la guerre que l'intérêt des exploitants de salles pour la télévision projetée va se manifester. Dans l'euphorie générale provoquée par la forte reprise de la fréquentation aux États-Unis dans l'immédiat après-guerre, certains circuits de salles se pressent d'annoncer des plans de construction de petites salles de 400 à 500 places, adaptées à la double exploitation de films et de programmes télévisés<sup>41</sup>. Selon une enquête réalisée en 1945, 60 % des exploitants américains se déclarent prêts à investir dans cette nouvelle technologie qui leur permet d'enrichir leur offre globale de divertissement<sup>42</sup>. Anticipant la demande des exploitants après la fin de la guerre, la Society of Motion Picture Engineers (SMPE) négocie dès 1944 auprès de la FCC l'allocation de fréquences pour des émissions de télévision projetée. Entre 1947 et 1949, Paramount et Fox obtiennent un certain nombre d'autorisations expérimentales (quatre pour la Paramount, une pour la Fox), la Theater Owners of America (TOA), le syndicat représentant les grands exploitants aux États-Unis, incitant aussi ses membres à déposer un dossier auprès de la FCC pour la mise en place d'un service de télévision projetée<sup>43</sup>.

En janvier 1947, la RCA, à la recherche de débouchés cinématographiques, se rapproche d'Hollywood avec un projet de partenariat technologique. Un contrat de recherche et développement est proposé à trois studios : RKO, Warner et Fox. Finalement, seules la Warner et la Fox signeront ce contrat en mai 1947<sup>44</sup>. Des démonstrations de télévision projetée par le système RCA seront conjointement organisées, d'abord au Fox Theater à Philadelphie en juin

---

<sup>41</sup> Douglas Gomery, « Failed Opportunities: The Integration of the U.S. Motion Picture and Television Industries », *Quarterly Review of Film Studies*, vol. 9, n° 3, été 1984, p. 221.

<sup>42</sup> Al Steen, « Television Developments », dans Jack Alicoate (dir.), *The 1946 Film Daily Year Book of Motion Pictures*, New York, Film Daily (Wid's Films and Folk, Inc.), p. 75.

<sup>43</sup> Voir la lettre de A. M. Morton à Skouras datée du 28 octobre 1949, boîte n° 58, dossier « Miscellaneous », fonds Sponable, Columbia University.

<sup>44</sup> La *joint-venture* RCA/Warner/Fox a également étudié la technologie à film intermédiaire et a développé un système similaire à celui de la Paramount. Sur ce partenariat, voir s.n., « Theatre TV-RCA, Experimental TV contract 1947-1949 », boîte n° 68, fonds Sponable ; et R. V. Little Jr., « The RCA PT-100 Theater Television Equipment », art. cit., p. 318.

1948, avec une transmission en direct d'un combat de boxe dans le cadre du Championnat du monde (entre Joe Louis et Jersey Joe Walcott) depuis le Yankee Stadium de New York, puis en 1949, lors de la convention de la SMPE à New York et au Fabian Fox Theater à Brooklyn. En 1947, RCA présente son projecteur couleur au Franklin Institute de Philadelphie<sup>45</sup>. Le projecteur, installé ensuite dans le Colonial Theater à New York, ne sera utilisé qu'à des fins d'expérimentation. En effet, il ne sera commercialisé que huit ans plus tard<sup>46</sup>.

Toutefois, le véritable meneur de la projection télévisée aux États-Unis à la fin des années 1940 est Paramount. À partir du printemps 1947, le studio commence à installer son système de télévision projetée à film intermédiaire dans certaines salles du circuit Balaban & Katz à Chicago. Début avril 1948 (trois mois avant les démonstrations du système RCA/Warner/Fox), une première séance de télévision projetée est organisée au Paramount Theatre. Un public de 3 000 personnes assiste à la retransmission en direct d'un combat de boxe. Puis en juin, 5 000 personnes assistent au Chicago Theatre à la retransmission en direct, depuis un studio installé de l'autre côté de la rue, d'un spectacle de vaudeville<sup>47</sup>. Malgré le coût élevé (35 000 dollars sans compter les frais d'installation) et la complexité du système (responsable aussi de la faible définition des images), les installations se poursuivent, entre 1948 et 1949, dans quelques salles de New York, de Los Angeles, de Détroit, de Minneapolis et de Saint Paul où sont programmés des pièces de Broadway à succès, des événements sportifs prestigieux (combats de boxe notamment), ainsi que des séances du Sénat et des discours présidentiels en direct de la Maison-Blanche. En 1949, la Série mondiale de baseball est transmise en direct dans les salles de cinéma de quelques villes des États-Unis. À Brooklyn, Boston et Scranton, la projection avec le système RCA/Warner/Fox, alors qu'à Chicago, où le circuit dominant est Balaban & Katz (contrôlé par Paramount), on emploie le système à film intermédiaire<sup>48</sup>. En 1950, sur une dizaine de salles équipées pour la télévision projetée aux États-Unis, la moitié appartient au circuit Balaban & Katz. En trois ans (de 1949 à 1951), les salles de ce circuit ont programmé 49 transmissions en direct<sup>49</sup>. Durant l'été 1951, la Paramount abandonne le système à film intermédiaire, trop

---

<sup>45</sup> Le projecteur fonctionne de la manière suivante : trois télescopes à tubes cathodiques fournissent respectivement les informations bleue, verte et rouge, les images résultantes se superposant pour créer une seule image couleur.

<sup>46</sup> La RCA entreprendra à la fin des années 40 un travail de recherche et de développement afin d'améliorer son système. Les premiers résultats de ce travail seront présentés au public au début des années 1950, un nouveau prototype étant construit en 1951. D'autres améliorations y seront apportées par la suite afin de rendre la qualité de résolution commercialement acceptable sur un écran plus grand (passage d'un écran d'approximativement 2,7 × 3,6 mètres à un écran d'environ 4,6 × 6,1 mètres). Voir Louis L. Evans et Ralph V. Little Jr., « Large-Screen Color-Television Projection », *SMPTE Journal*, vol. 64, n° 4, avril 1955, p. 169, rapport présenté initialement en octobre 1954 au congrès de la SMPTE à Los Angeles.

<sup>47</sup> D. Gomery, *Shared Pleasures*, *op. cit.*, p. 233.

<sup>48</sup> Progress Report, *Journal of the SMPTE*, vol. 54, n° 5, Mai 1950, p. 540.

<sup>49</sup> S.n., « B&K Theatre TV Downbeat' May Hurt Trade Bids », *Variety*, 12 mars 1952, p. 15.

coûteux et encombrant pour attirer l'intérêt des exploitants américains, et commande, à l'instar de la Warner, de la Fox et de la RKO, des projecteurs PT-100 de la RCA, commercialisés en 1950. Mais en 1952, les salles du circuit Balaban & Katz à Chicago retirent leurs installations et Paramount met fin à ses investissements dans la télévision projetée<sup>50</sup>.

Le partenariat de la RCA avec la Warner sera aussi de courte durée. Le studio quitte le marché de la télévision projetée après avoir commandé un certain nombre de projecteurs RCA pour ses salles entre 1947 et 1951. Seulement treize des vingt-six salles originellement annoncées en seront effectivement équipées<sup>51</sup>. Fox, de son côté, continuera ses échanges avec la RCA tout en se concentrant, à partir de 1951, sur le développement du projecteur Eidophor. Quelques mois après l'accord avec les Suisses, le studio signe (en juillet 1951) un accord de licence (contre des redevances sur le prix de vente du projecteur) avec CBS Laboratories pour l'utilisation dans le projecteur du système de couleur à champs séquentiels<sup>52</sup>. Néanmoins, voyant sa commercialisation repoussée d'année en année, l'Eidophor ne représentera pas une concurrence réelle suffisante pour pousser la RCA à accélérer la mise sur le marché de son propre projecteur couleur<sup>53</sup>.

À la fin de l'année 1952, une centaine de salles aux États-Unis, soit moins de 1 % du parc de salles (qui compte alors 17 000 écrans) ont installé ou sont sur le point d'installer un équipement de projection télévisuelle, la RCA contrôlant l'essentiel du marché<sup>54</sup>. Mais en 1953, les installations cessent, certains fabricants déclarant des stocks de matériel invendu, et cela, malgré l'entrée sur le marché des *drive-ins* [ciné-parcs] dès l'année suivante. En effet, le marché se dirige progressivement vers des installations provisoires, au coup par coup, selon l'attractivité de l'offre proposée par les premières sociétés de distribution de programmes de télévision projetée qui voient le jour à partir de 1951. D'après Richard Haines, il n'y aurait au milieu des années 1950 plus que 65 salles équipées aux États-Unis, dont la majorité à New York et à Los Angeles<sup>55</sup>.

---

<sup>50</sup> *Ibid.*, p. 4.

<sup>51</sup> Voir s.n., « Warners Wants Out on Chi TV, But Assures FCC on Coast Aspirations », *Variety*, 11 mai 1949, p. 26 et Christopher Anderson, *Hollywood TV, The Studio System In The Fifties*, University of Texas Press, Austin, 1994, p. 41.

<sup>52</sup> Ce système, fondé sur le principe de la synthèse additive, emploie trois filtres correspondant aux trois couleurs primaires dans le faisceau de lumière avant le balayage.

<sup>53</sup> Sur ce sujet, voir Kira Kitsopanidou, « l'Innovation technologique dans l'industrie cinématographique hollywoodienne. Le cinéma-spectacle des années 50, une mise en perspective des stratégies liées à l'eidophor et au cinémascope », thèse de doctorat, Paris, Université Sorbonne Nouvelle – Paris 3, 2002.

<sup>54</sup> Michele Hilmes, *Hollywood and Broadcasting: From Radio to Cable*, Urbana, University of Illinois Press, 1999, p. 122.

<sup>55</sup> Richard W. Haines, *The Moviegoing Experience, 1968-2001*, Jefferson, McFarland & Company, 2003, p. 190.

## La télévision projetée à la recherche d'un modèle économique viable

Les dimensions des projecteurs de télévision du début des années 1950 (trop encombrants pour être installés dans les cabines de projection) et la complexité technique des installations nécessaires pour la réception et la transmission des spectacles de télévision projetée ne sont pas les seuls obstacles à l'implantation à plus grande échelle du dispositif de la télévision projetée dans les salles de cinéma aux États-Unis. Malgré les performances techniques incertaines des premiers récepteurs-projecteurs et de la transmission de l'image télévisuelle sur 525 lignes (standard NTCS), le public et les critiques semblent accueillir plutôt favorablement les séances de télévision projetée. En 1951, la fréquentation des séances de télévision projetée aux États-Unis et le nombre de salles équipées sont multipliés par quatre<sup>56</sup>, poussés notamment par la performance au *box-office* de certaines compétitions sportives à forte notoriété. L'état encore rudimentaire des projecteurs, la popularité de ces contenus (composante régulière du programme des actualités filmées avant l'arrivée de la radio et de la télévision) auprès du public et le besoin d'adapter le marché des actualités à la nouvelle forme de distribution électronique (considérée comme levier de croissance de ce marché à une époque où la moitié des états ne sont pas concernés par la diffusion télévisuelle à usage privé) expliquent l'orientation du marché de la télévision projetée vers ces programmes, alors que les droits sont souvent déjà acquis par les grands réseaux de la radio et de la télévision.

Les plus grands circuits s'efforcent, par conséquent, d'obtenir pour leurs salles équipées les droits exclusifs sur ces contenus. Ainsi, en 1951, United Paramount Theatres acquiert les droits exclusifs pour ses salles de Chicago et de Détroit sur une série de matchs de football universitaire. Cette même année, Theatre Network Television (TNT)<sup>57</sup>, une des premières sociétés de production et de distribution de contenus exclusifs pour la télévision projetée, signe avec l'International Boxing Club l'exclusivité de la transmission en direct dans les salles d'un certain nombre de combats de boxe de championnats nationaux et internationaux. Six combats seront programmés au total durant l'été 1951 dans une moyenne de douze salles affichant quasi complet<sup>58</sup>. Ces transmissions organisées par TNT connaîtront un succès considérable dans la

---

<sup>56</sup> Halpern, Nathan, « Theatre TV Passes BO Test, Scans Future », *Variety*, 2 janvier 1952, p. 48. Le nombre de salles équipées passe de 16 à environ 65. Voir Kerry Segrave, *Movies at Home: How Hollywood Came to Television*, Jefferson, McFarland & Company, 1999, p. 25 ; et R. W. Haines, *The Moviegoing Experience*, op. cit., p. 189.

<sup>57</sup> Son fondateur, Nathan Halpern, consultant en télévision auprès de la TOA et d'un certain nombre de circuits de salles, a organisé en 1949 la première transmission en direct de la Série mondiale de baseball dans le Fabian-Fox Theater à Brooklyn. Voir Sam Chase, « TV Houses, Programs Depend on Each Other », *Billboard*, 2 février 1952, p. 3.

<sup>58</sup> S.n., « Sees Big-Screen TV in All Theatres, Halpern Tells Chi Engineers Parley », *Variety*, 23 avril 1952, pp. 4 et 14.

première moitié des années 1950. Ainsi, entre le premier match du Championnat du monde des poids lourds entre Joe Louis et Lee Savold transmis en juin 1951 depuis le Madison Square Garden à New York, et celui entre Jersey Joe Walcott et Rocky Marciano transmis en octobre 1952, le nombre de salles a été multiplié par plus de six et les recettes globales par quatre<sup>59</sup>. Trois ans plus tard, le combat entre Rocky Marciano et Arch Moore, réservé par TNT aux seules salles de cinéma, réunit 133 écrans dans 92 villes des États-Unis pour une audience totale de 350 000 spectateurs et un *box-office* s'élevant à 1,2 millions de dollars (le prix du billet s'élevant à plus de 7 dollars dans certaines villes<sup>60</sup>).

Malgré le prix élevé du billet<sup>61</sup>, ces spectacles semblent avoir attiré un grand nombre de spectateurs dans les salles équipées, se déroulant souvent à guichet fermé. La réception critique est généralement favorable, soulignant la plupart du temps l'effet de participation et d'immersion du dispositif de la télévision projetée. En décembre 1952, TNT organise la toute première transmission commerciale en direct d'un opéra du Metropolitan Opera de New York (*Carmen*) dans une trentaine de salles dans 27 villes des États-Unis. Malgré les défauts techniques de la projection (images fantômes, plans larges flous)<sup>62</sup>, la critique revient sur la force immersive du dispositif. Ainsi, le critique du *New York Daily News* qualifie le spectacle comme étant « meilleur qu'un film de cinéma » et note :

Here was something I'd far rather see than a movie of « Carmen », for it was a living performance. A film version might have been slicker technically and pictorially- but not very much so and here was a great company demonstrating the fine art of the lyric theatre. At the Met I've seen several performances of this "Carmen" with its vigorous staging by Tyrone Guthrie, its fine sets by Rolf Gerard, its masterly musical direction by Fritz Reiner and its matchless playing and singing of the title role by Rise Stevens. Yet, last night in a movie house, I saw and heard new things in the performance. For instance, I saw that Miss Stevens was an even better actress than I had thought, and I heard

---

<sup>59</sup> S.n., « 2 More Boxing Bouts on Sked For Theater TV », *Billboard*, 16 juin 1951, p. 6 ; et s.n., « Record No. of Spectators See Joe-Rocky on Theatre Video », *Variety*, 1 octobre 1952, pp. 4 et 23.

<sup>60</sup> Hy Hollinger, « Closed-Circuit TV Started in London; After 16 Years, Future Still a Guess », *Variety*, 4 janvier 1956, p. 42.

<sup>61</sup> Après avoir constaté que les exploitants proposaient ces séances au prix d'une séance régulière de cinéma ou comme un bonus à la projection du film, TNT les encouragea à augmenter leurs tarifs, faute de quoi, les coûts de liaison ne pouvaient être amortis. Voir s.n., « Theater Television Progress », *Journal of the SMPTE*, vol. 59, n° 2, août 1952, pp. 141-142.

<sup>62</sup> Au niveau du *box-office* ce spectacle de trois heures ne semble pas avoir atteint ses objectifs commerciaux. Environ 67 000 personnes ont acheté un billet pour assister au spectacle, pour une recette globale d'un peu plus de 100 000 dollars. Voir *BoxOffice*, « 'Carmen' No B.O. Sensation but Stirs Hope for Future », 20 décembre 1952, p. 9.

every word of the text. I was learning as well as enjoying. There were faults in this production by Theatre Network Television, but they were of little importance in comparison to the excellencies which abounded<sup>63</sup>.

**(fig. 3)** Télédiffusion en direct de l'opéra *Carmen* dans un cinéma aux États-Unis en 1952.

Rose Heylbut, critique de musique pour *The Etude Music Magazine*, constate à son tour (en juillet 1955) que la projection n'était pas seulement fidèle aux exigences d'authenticité visuelle et musicale, mais qu'elle

prolongeait l'illusion d'être vraiment là, prêtant attention à la note sociale qui invariablement accompagne l'ouverture d'un opéra. Même avant le début de la séance, il y avait, dans la salle, cette même agitation et ce même enthousiasme d'être là qui font partie intégrante du plaisir que l'on éprouve à être au théâtre<sup>64</sup>.

Si la programmation régulière fournie par TNT a démontré l'accueil que le public peut réserver aux séances de télévision projetée au début des années 1950, un obstacle demeure toujours infranchissable : la mise en place d'un réseau de télédistribution fiable, sécurisé, pérenne et rentable. Pour la transmission dans différentes salles de la même ville, on a opté pour un circuit fermé de télévision, les liaisons se faisant en ondes courtes, par câble coaxial ou par le réseau téléphonique. À la fin des années 1940, la Fox avait imaginé un tel circuit fermé de télévision permettant de diffuser des spectacles depuis le Chinese Theatre à Hollywood et depuis ses studios de production sur la Western Avenue et à Sunset Boulevard vers une vingtaine (puis une cinquantaine) de ses salles en Californie du Sud (Los Angeles et ses environs). Ayant envisagé de demander à la FCC un permis de construire un réseau permanent de télédistribution par relais hertziens, le studio a dû se résoudre à demander à la Commission l'attribution de trois canaux hertziens de diffusion sur une base strictement expérimentale. Les relais hertziens et émetteurs de plus grande portée étant réservés aux réseaux nationaux de télévision, distributeurs et exploitants de télévision projetée n'ont d'autre choix que de passer par les compagnies de téléphone au comportement ultra-monopolistique. En 1953, *Variety*

---

<sup>63</sup> Voir John Chapman, « Big-Screen TV "Carmen" Exciting; Josephine Hull's New Play Weak », *New York Daily News*, 12 décembre 1952, Revue de presse, boîte n° 64, « Theatre Television, General, 1952-1962 », fonds Sponable, Columbia University.

<sup>64</sup> Rose Heylbut, « Telecasting the Metropolitan Opera », *The Etude Music Magazine*, vol. 73, 1955, p. 26.

estime que 87 % du coût de la transmission en direct d'un spectacle est absorbé par les liaisons intra-urbaines (par câble ou ondes courtes)<sup>65</sup>.

L'opération s'avère encore plus complexe lorsqu'il s'agit d'assurer des liaisons interurbaines pour transmettre un spectacle à des salles se situant dans différentes villes. Les liaisons par câble ou par le réseau téléphonique sont très coûteuses et peu adaptées à un service de qualité. Par exemple, le câble, malgré son expansion dans les zones rurales, est principalement utilisé pour les conversations téléphoniques et sa bande passante ne possède pas un débit suffisant pour obtenir en projection la qualité d'image souhaitée. Ces liaisons ne couvrent, par ailleurs, qu'une partie du territoire au début des années 1950 et leur disponibilité n'est pas systématiquement garantie. Ainsi, la centaine de salles équipées pour la télévision projetée en 1953-1954 n'a jamais pu être mobilisée simultanément pour un même événement en raison de l'indisponibilité des lignes téléphoniques nécessaires à la liaison<sup>66</sup>. Le rythme d'extension du réseau téléphonique ou câblé (et par conséquent, l'extension sur le territoire du circuit de salles pouvant à un moment donné diffuser le même spectacle de télévision projetée) dépend enfin des stratégies des opérateurs concernés. Quand, à la fin des années 1940, les promoteurs de la télévision projetée<sup>67</sup> demandent à la FCC, pour des raisons de programmation (importance des directs sportifs), mais aussi de qualité technique de la diffusion (accroître la largeur de la bande passante et donc la définition de l'image projetée sur l'écran), l'attribution exclusive de 10 à 12 canaux au sein de la bande des très hautes fréquences (le gouvernement étant opposé à l'usage des fréquences au sein de la bande des ultra hautes fréquences à des fins autres qu'expérimentales), celle-ci tergiverse pour finalement rejeter la demande en 1953<sup>68</sup>. La seule autre option qu'ont les circuits de salles impliqués dans le développement de la télévision

---

<sup>65</sup> S.n., « 2-5c Daily Per-Seat Theatre TV Cost Explained to FCC by Picture Industry », *Variety*, 28 janvier 1953, p. 4.

<sup>66</sup> À titre d'exemple, des 207 liaisons longue distance demandées à AT&T par TNT en prévision de son programme de neuf attractions prévues entre le 3 mars et le 13 avril 1952, 73 % ne seront pas assurées par la compagnie téléphonique. Voir s.n., « Theater Television Progress », art. cit., p. 142.

<sup>67</sup> Pratiquement toutes les branches de l'industrie cinématographique se sont mobilisées, à travers leurs associations professionnelles, pour se réserver une place dans le marché encore incertain de la télévision projetée (la Motion Picture Association of America, la Society of Independent Motion Picture Producers, la SMPE, la TOA et l'Allied States Association of Motion Pictures Exhibitors). Voir Rodney Luther, « Television and the Future of Motion Picture Exhibition », *Hollywood Quarterly*, vol. 5, n° 2, hiver 1950, pp. 164-177.

<sup>68</sup> Dès 1946, pour justifier le droit à l'allocation exclusive de fréquences, la SMPE tente en vain d'obtenir de la FCC la qualification de « transporteur public » (*common carrier*) du réseau de transmission de services Theater TV ainsi que la distinction de ce dernier des réseaux de radiodiffusion. Le but est d'éviter aux opérateurs de ces services de passer par les réseaux généralistes de communication tels qu'AT&T ou Bell pour leurs propres transmissions. Dans son rapport concluant les audiences de 1952-1953, la FCC rejette l'allocation exclusive de fréquences, obligeant ainsi les distributeurs de ces services et les salles à utiliser des lignes téléphoniques trop coûteuses, pour une diffusion de qualité moyenne. Voir s.n., « Theater Television », *Journal of the SMPTE*, vol. 61, n° 1, juillet 1953, p. 83. Voir également à ce sujet « Theater TV, FCC Hearings 1953, 1955 », boîte n° 67, fonds Sponable, Columbia University.

projetée est de financer la mise en place d'un réseau de distribution privé (liaisons inter et intra-urbaines, y compris les liaisons studio). Les patrons des plus gros circuits annoncent en janvier 1952, lors du congrès de la TOA, un plan d'investissement (resté sans suite) de l'ordre d'un demi-milliard de dollars<sup>69</sup>...

Malgré le *lobbying* de l'industrie cinématographique américaine auprès de la FCC, le problème des infrastructures techniques de transmission s'avérera économiquement insurmontable. L'innovation sera tuée dans l'œuf par le gouvernement fédéral qui cédera le contrôle de la diffusion télévisuelle aux réseaux radiophoniques. Le marché de salles équipées pour la télévision projetée n'atteindra pas la taille critique nécessaire pour faire baisser les coûts de connexion pour les salles. Ne pouvant compter sur un système de transmission rentable et fiable permettant d'associer dans leur programmation un maximum de salles en même temps, les producteurs et distributeurs de programmes pour la télévision projetée ne pourront investir dans des programmes ambitieux et exclusifs. Ainsi, malgré le contrat signé en 1954 entre TNT et le Metropolitan Opera de New York – lequel faisait suite à la diffusion de l'opéra *Carmen* en décembre 1952 et prévoyait la diffusion de cinq spectacles en trois ans –, seul le gala d'ouverture du Met en novembre 1954, pour lequel TNT va mobiliser une équipe technique de 475 personnes, sera effectivement diffusé (dans une trentaine de salles pour un *box-office* de 180 000 dollars)<sup>70</sup>. Les projets de Box-office Television, qui prévoyait offrir aux exploitants une trentaine de spectacles par an (sport, pièces de théâtre en direct depuis New York, concerts et opéras), resteront aussi sans suite, tout comme ceux de Stadium Network Television, qui proposait sur une base forfaitaire la programmation de six concerts par an aux salles n'ayant pas accès à ce type d'offre culturelle<sup>71</sup>.

Représentant un marché de niche, ces sociétés spécialisées auront peu de poids dans la compétition pour décrocher des contrats d'exclusivité. Les droits sur certaines pièces de théâtre ou comédies musicales à succès sont convoités par les producteurs de cinéma et de télévision. Ainsi, les négociations de TNT en 1953 pour avoir l'exclusivité sur l'adaptation par Mike Todd de l'opérette de Johann Strauss *Une nuit à Venise* n'aboutissent pas (malgré un accord avec les circuits Fabian et Stanley Warner). Un an plus tard, Box-office Television n'obtient pas les droits d'adaptation pour la télévision projetée de la célèbre pièce de George Axelrod, *Sept ans*

---

<sup>69</sup> S.n., *Los Angeles Evening Herald & Express*, 29 janvier 1952, p. 1.

<sup>70</sup> Hollinger, Hy, « Theatre-TV Pulls 'Em In but Metop Better Switch From Hams, Beefy Divas », *Variety*, 10 novembre 1954, p. 20 ; s.n. « Metopera's Closed-Circuit Special Grossed \$180,000; Drew Frontpage in 14 Burgs; But, Oh, that Beeftrust! », *Variety*, 17 novembre 1954, p. 3.

<sup>71</sup> S.n., « 3,500 Theatres for TV... If », *Variety*, 4 février 1953, p. 22 ; s.n. « Box Office Tele Investigating Costs of Legit Plays via Closed-Circuit », *Variety*, 16 décembre 1953, p. 4.

de réflexion<sup>72</sup>, les droits cinématographiques ayant été obtenus par la Fox pour son CinemaScope. La dépendance des producteurs hollywoodiens aux comédies musicales à succès aura atteint un tel niveau dans la décennie suivante que le *New York Times* du 2 avril 1962 note que l'« industrie cinématographique va lutter contre la transmission en circuit fermé de spectacles de Broadway » et ajoute :

[...] il est possible que les compagnies cinématographiques insistent sur des clauses spécifiques dans leurs contrats futurs avec les producteurs de Broadway interdisant la transmission en circuit fermé de spectacles dont les droits cinématographiques ont été acquis<sup>73</sup>.

Les négociations avec les syndicats professionnels des salariés du théâtre et du cinéma (notamment l'International Alliance of Theatrical Stage Employees et l'Actors' Equity Association, représentant les acteurs et les régisseurs de théâtre), de la radio (l'American Federation of Television and Radio Artists), et de la musique (l'American Federation of Musicians), s'avèrent extrêmement complexes et bloquent souvent la réalisation de certains projets<sup>74</sup>. Ainsi, les exploitants envisageront de produire leurs propres contenus, voire même de reprendre partiellement ceux des grands réseaux nationaux de télévision. Des discussions entamées entre le syndicat de la grande exploitation américaine, TOA, et la direction de NBC en 1950 conduisent un an plus tard à l'annonce par le télédiffuseur d'un programme ambitieux de spectacles de 70 minutes pour la télévision projetée avec des budgets importants et des stars prestigieuses. Le projet sera abandonné, les estimations de recettes sur la base du parc de salles équipées ne justifiant pas de tels investissements<sup>75</sup>. À noter également qu'en Angleterre, la BBC, hostile au développement de la télévision projetée, qu'elle qualifie de « cinéma pirate », réfléchit aussi en mai 1950 à la possibilité de fournir aux salles de cinéma équipées ses propres programmes de sport et d'actualités<sup>76</sup>. Quant aux projets de certains studios, comme la Fox, de produire pour la télévision projetée, ils resteront également lettre morte.

### **Broadway à Wichita et Folies Bergère à Brive-la-Gaillarde**

---

<sup>72</sup> S.n., « Theatre TV Stirs Via Todd Venice », *Variety*, 3 juin 1953, pp. 3, 18 ; « Theatre TV of B'way Hits Still Long Way Off; Effects on Pic Release Studied », *Variety*, 22 septembre 1954, p. 1.

<sup>73</sup> S.n., « Hollywood Wary of TV in Theatre: Movie Men See Broadway Closed Circuit as Threat », *New York Times*, 2 avril 1962, p. 25.

<sup>74</sup> Voir « Theatre TV Stirs Via Todd Venice », art. cit., p. 3 ; « « Theatre TV of B'way Hits Still Long Way Off », art. cit., p. 1.

<sup>75</sup> D. Gomery, « Failed Opportunities », art. cit., p. 223.

<sup>76</sup> Asa Briggs, *The History of Broadcasting in the United Kingdom, Vol. IV: Sound and Vision (1945-1955)*, Oxford, Oxford University Press, 1979, p. 310.

Lors d'un discours prononcé en avril 1950 à la convention de la Society of Motion Picture and Television Engineers (SMPTE<sup>77</sup>) Spyros Skouras, président de la Fox, évoque la possibilité de voir émerger aux États-Unis quatre ou cinq réseaux de télévision projetée concurrents réunissant chacun entre 500 et 1 000 écrans<sup>78</sup>. Concernant la région de Los Angeles, son studio travaille sur un tel projet depuis les années 1940 et prévoit même la programmation de quatre spectacles par jour d'une durée d'une heure et demie chacun<sup>79</sup>. Après l'acquisition des droits exclusifs sur l'Eidophor en février 1951, Skouras pense tenir une carte importante à jouer sur le marché de la télévision projetée. Dans une lettre adressée au chef ingénieur de la Fox en août de la même année, Raymond A. Klune, directeur exécutif en charge des activités de production, résume parfaitement les enjeux qui sous-tendent la stratégie du studio :

Bien sûr, ceci pose la question de savoir à quel degré nous, en tant que producteurs de films ne possédant plus de salles, allons profiter de ce genre d'appareil autrement qu'en accordant des licences aux salles pour son usage, à moins que, bien sûr, nous, en tant que distributeurs de films, obtenions les droits d'événements spéciaux que nous allons par la suite vendre aux salles tout comme nous vendons, aujourd'hui, nos films<sup>80</sup>.

Pour le rôle que la Fox entend jouer dans l'ère électronique qui s'annonce pour le cinéma, il lui faut un projecteur couleur capable de fournir des images sur l'écran d'une qualité au moins équivalente à celle de la projection 35mm Technicolor (le standard à l'époque). Les résultats de l'adaptation de l'Eidophor au système couleur CBS<sup>81</sup>, présentés aux États-Unis en octobre 1951 (sur un écran de 2,4 × 3 mètres<sup>82</sup>), semblent encourageants. Le *New York Times* du 3 octobre 1951 rapporte que les images projetées lors des premières démonstrations avaient des couleurs « parfaitement naturelles », aux nuances « fines et d'un réalisme exquis »<sup>83</sup>. Or,

---

<sup>77</sup> Le 3 avril 1949, le comité de direction du SMPE s'entend pour changer le nom de la société afin d'y inclure la télévision, devenue un acteur significatif du milieu.

<sup>78</sup> K. Segrave, *Movies at Home*, op. cit., p. 24.

<sup>79</sup> Voir s.n., « Los Angeles Plan of Large Screen TV Network », 1949, pp. 2-3, boîte n° 68, « Theatre TV », fonds Sponable, Columbia University.

<sup>80</sup> R. A. Klune à Earl L. Sponable, 17 août 1951, p. 3. Boîte 73, General, 1949-1951, fonds Sponable, Columbia University.

<sup>81</sup> Deux autres sociétés avaient mis au point leurs propres systèmes de couleur séquentielle : la RCA (*dot sequential system*) et Color Television Incorporated (*line sequential system*). Voir Earl L. Sponable, « Eidophor System of Theater Television », *Journal of the SMPTE*, vol. 60, n° 4, avril 1953, pp. 337-343.

<sup>82</sup> S.n., « History of Theatre Television », art. cit.

<sup>83</sup> S.n., « Swiss Eidophor Seen with Color », art. cit. Par opposition, les performances du projecteur de la RCA sont jugées très sévèrement : moins lumineux, le projecteur affiche, selon le témoignage de Peter Goldmark, une résolution insuffisante par rapport aux plans d'ensemble, alors que la reproduction des teintes de la peau est en général passable, voire médiocre. Voir le télégramme de Peter Goldmark, cité dans une lettre à Hubert Schlafly (département de recherche et développement de la Fox) datée du 18 octobre 1952, boîte n° 73, « General, 1949-1951 », fonds Sponable, Columbia University. On peut cependant douter de l'objectivité de Goldmark dont l'intérêt est la défense de son propre partenariat avec la Fox.

plusieurs années vont s'écouler entre ces premières démonstrations de télévision projetée en couleur au moyen du projecteur Eidophor adapté et la livraison du premier prototype commercial à la Fox en 1954. L'adaptation de l'Eidophor à la couleur (d'abord séquentielle, puis simultanée<sup>84</sup>) sera noyée dans une masse de complications techniques, juridiques et économiques, alimentée aussi par les divergences culturelles entre le studio américain et ses partenaires suisses<sup>85</sup>. L'arrivée des formats panoramiques et, notamment, du CinemaScope rehaussera davantage les exigences relatives aux performances techniques du projecteur. Enfin, au milieu des années 1950, la pénétration de la télévision à usage privée au sein des foyers américains a déjà grandement progressé.

Mais en 1951, le studio croit dur comme fer aux vertus de son projecteur<sup>86</sup>. Alors que le travail de développement technique pour adapter ce dernier aux besoins et aux exigences de qualité de l'exploitation cinématographique de l'époque est loin d'être une affaire résolue (il se prolongera jusqu'à la décennie suivante), c'est par la mise en récit de l'innovation, récit contribuant à donner un sens aux usages possibles de la nouvelle technologie, que la Fox fera surtout vivre l'Eidophor (en dehors du laboratoire). Ainsi, en juillet 1951, le journal *Herald Tribune*, citant un représentant du studio, rapporte que la Fox a l'intention de produire ses propres spectacles (théâtre, musique, sport), créant des centres de production à New York, à Chicago, à Hollywood et ailleurs. Parmi les autres projets du studio figure la diffusion électronique de longs métrages de cinéma<sup>87</sup>. À la même époque, *Variety*, citant le président du studio, note que « le tout dernier mariage entre médias » va

permettre de rapprocher Broadway de Wichita [...], offrant aux spectateurs des places pour les meilleurs divertissements que le théâtre, l'opéra, le ballet et la scène musicale ont à proposer<sup>88</sup>.

Le propos est repris dans *Life* en octobre 1952 :

Il [Skouras] espère équiper des centaines de salles de cinéma avec le projecteur Eidophor, puis organiser des événements sportifs spéciaux ou des spectacles musicaux extravagants – « amenant *Oklahoma!* jusqu'au

---

<sup>84</sup> Système trichrome de télévision, dans lequel les trois images élémentaires sont transmises simultanément par trois ondes porteuses différentes (contrairement au système à champs séquentiels où les trois images élémentaires sont transmises successivement par une seule onde porteuse).

<sup>85</sup> K. Kitsopanidou, « The Widescreen Revolution », art. cit.

<sup>86</sup> S.n., « Fox Films in Deal for New Swiss TV », *New York Times*, 11 février 1951, Boîte n° 83, « Publicity, Publications and Clippings », fonds Sponable, Columbia University.

<sup>87</sup> S.n., « Fox Film Buys CBS Color TV For Theatres », *Herald Tribune*, 20 juillet 1951, Revue de presse, boîte n° 75, CBS 1951, archives Sponable.

<sup>88</sup> S.n., « 20<sup>th</sup>, CBS in Color-TV Tieup, Deal Set to Pipe Color TV Into Theatres Via Ediphor; 20th to make equipment », *Daily Variety*, 20 juillet 1951, p. 1.

Kansas » – combinant le luxe et le raffinement des productions hollywoodiennes en Technicolor avec la fraîcheur de l'action en direct<sup>89</sup>.

Dans un communiqué de presse datant de la fin des années 1950, le président de la Fox dessine l'avenir électronique des salles de cinéma : point de convergence de tous les spectacles, ces dernières, grâce à l'Eidophor (mot grec signifiant littéralement « porteur d'images »), seront investies d'une mission de démocratisation culturelle, amenant l'art au plus près des spectateurs et suscitant chez eux une participation active grâce au direct :

Toute forme de performance dramatique et artistique, tous les plus grands talents du monde de la musique et des autres arts seront à la disponibilité du spectateur. [...] Même les beaux-arts, comme la peinture, peuvent être adaptés à cette nouvelle forme de divertissement et à l'Eidophor et reproduire les œuvres des grands maîtres avec la plus grande fidélité<sup>90</sup>.

Ainsi, « un divertissement de qualité supérieure réservé auparavant à quelques privilégiés sera disponible à tous – à des millions de spectateurs plutôt qu'à des milliers »<sup>91</sup>. Tout en soulignant ce projet culturel ambitieux, le président de la Fox met aussi en exergue le potentiel différenciant de la nouvelle technologie, source d'une véritable plus-value pour les spectateurs :

En général, la télévision sur grand écran va souligner le caractère spontané des performances ou des événements procurant aux spectateurs une sensation de participation à un degré jamais atteint auparavant dans une salle de cinéma<sup>92</sup>.

Il est intéressant de noter que ce genre de discours a une très grande résonance en France. Dans un pays où la télévision est encore à un état balbutiant au début des années 1950, Adolphe Trichet, président de la FNCF, voit déjà en 1952 la transformation radicale des activités de ses adhérents grâce à la création de télécinémas : « Le directeur de cinéma a vécu et devra évoluer. À sa place apparaîtra un directeur de spectacle, ou plus exactement, selon la terminologie anglaise, un “exhibitor” de spectacle »<sup>93</sup>. Dans un rapport sur les conditions et les avantages de ce nouveau moyen de distribution électronique publié dans le quotidien hebdomadaire corporatif *le Film français*, Trichet revient sur le caractère polyvalent de la salle de cinéma, renforcé par les nouvelles possibilités de la télétransmission :

---

<sup>89</sup> S.n., « 15-Foot Weapon Against TV », *Life*, 6 octobre 1952, p. 113.

<sup>90</sup> *The New Eidophor*, Boîte n° 84, « Reports », fonds Sponable, Columbia University.

<sup>91</sup> *Ibid.*

<sup>92</sup> *Ibid.*

<sup>93</sup> S.n., « les Théâtres cinématographiques devant la télévision », art. cit., p. 19.

Nos établissements deviennent à même de pouvoir recevoir et satisfaire la plus large des clientèles, clientèle cinématographique, clientèle sportive, clientèle de théâtre comme de *music-hall*, clientèle qui n'a pas pu ou voulu se déplacer sur les lieux du spectacle recherché, clientèle qui n'a pas trouvé de place dans une manifestation à guichets fermés, clientèle qui désire voir un spectacle donné sur un point lointain de sa résidence comme aussi bien à l'étranger<sup>94</sup>.

### **Du montreur de films à l'*exhibitor* de spectacles : la « nouvelle » polyvalence des salles de cinéma**

Le contexte médiatique et technologique des années 1950 est certes très éloigné de celui de la période contemporaine. D'une part, la demande sociale pour une réception collective de contenus auxquels on peut avoir accès à partir d'une grande variété d'écrans nomades (téléphone portable, tablette numérique, ordinateur, etc.) ne va guère de soi aujourd'hui. D'autre part, l'introduction des projecteurs numériques dans les salles de cinéma a connu d'abord une forte résistance de la part des exploitants, ces derniers étant, pour la plupart, peu convaincus de la plus-value réelle de cette nouvelle technologie en termes de différenciation de l'expérience du grand écran pour le spectateur. Cependant, cette conception de la salle de cinéma numérique comme « lieux de flux »<sup>95</sup> que l'on programme comme une chaîne de télévision (sorte de « super-télévision »)<sup>96</sup> n'est pas sans faire écho à l'idée, dans les années 1940-1950, de la télévision comme « un projecteur sans film » ouvrant la voie pour les salles à des nouvelles possibilités de programmation et de diffusion instantanée et simultanée d'un même spectacle.

Spyros Skouras imaginait pour son Eidophor un mode d'exploitation modelé sur les pratiques théâtrales, avec deux, trois ou quatre présentations par jour et des spectacles différents pour chaque changement de programme (même pour les petites salles dont la programmation

---

<sup>94</sup> *Ibid.* Trichet fait même le pari : « Le jour où les 30 000 salles de cinéma européennes seront équipées pour recevoir sur grand écran les transmissions exclusives de spectacles télévisés, pour lesquelles elles paieront un pourcentage normal de location, il n'y aura plus d'inquiétude sur l'avenir du cinéma » (s.n., « le Cinéma : Demain », *le Film Français*, n° 460, 1<sup>er</sup> mai 1953, p. 21). Cependant, aucune salle, hormis le Pathé Saint-Marcel, cinéma de 1 200 places entièrement rénové et transformé en télécinéma, n'a été équipée de manière permanente en France pour la télévision projetée. Des projections de télévision ont pu avoir lieu de manière très ponctuelle au Madeleine-Cinéma, au Marignan et à l'Aubert-Palace (des projections servant principalement de vitrine de promotion pour l'achat de téléviseurs).

<sup>95</sup> Didier Kiner, responsable du pôle diffusion de l'Agence du court métrage, cité par Amélie Charnay, « la Seconde vie des salles de cinéma », *01 Men*, 9 mars 2007, <https://web.archive.org/web/20070316081432/http://www.01men.com/editorial/343203/medias/la-seconde-vie-des-salles-de-cinema>.

<sup>96</sup> Cette idée est évoquée très tôt dans la presse, comme en témoigne le titre de l'article de Charles Storch sur l'irruption des contenus hors-film dans les salles aux États-Unis, paru dans le *Chicago Tribune* le 1<sup>er</sup> juillet 2003 : « Beyond Movies: Theater Chain Takes TV Model to a New Level », <http://www.chicagotribune.com/news/ct-xpm-2003-07-01-0307010270-story.html>.

se renouvelait deux à trois fois par semaine). Si le marché contemporain du hors-film ne s'est pas structuré tout à fait d'après le scénario de Skouras<sup>97</sup>, représentant en réalité une niche dont le poids économique est sans commune mesure avec celui de l'activité d'exploitation « traditionnelle », la diversité des acteurs se positionnant sur ce marché<sup>98</sup> et celle des programmations (allant des représentations prestigieuses du Royal National Theatre et de la Scala de Milan, des ballets du Bolchoï et des expositions de la National Gallery de Londres, aux spectacles de Mylène Farmer et de Florence Foresti à Bercy, et à la Coupe du monde de football) impose certains constats. D'abord, ces autres « contenus » réapparaissent avec une remarquable récurrence dans les salles au gré des évolutions techniques, leurs promoteurs s'appuyant souvent sur les mêmes discours exaltant la démocratisation de l'accès à l'art et à la culture<sup>99</sup>. Si l'on considère les exploitants comme des entrepreneurs de spectacle, comme le suggère Trichet, leurs stratégies ont souvent croisé des séries culturelles et audiovisuelles différentes afin de proposer une offre en adéquation avec l'évolution de la demande des spectateurs : des spectacles de *music-hall*, de danse ou de vaudeville à la diffusion d'émissions radiophoniques, à la télévision projetée, puis récemment à la diffusion en direct par satellite d'une grande variété de « contenus ».

En 1952, Trichet pointe prophétiquement les nouvelles convergences économiques entre le monde du spectacle vivant et le marché des salles obscures grâce au développement de la diffusion dématérialisée (à l'époque par les ondes, le câble ou le réseau téléphonique, selon les marchés) :

Prenons, par exemple, le directeur des Folies Bergère, qui monte à grands frais une revue qu'il garde, disons un an, pour un chiffre d'affaires de 300 millions. Assuré d'une diffusion beaucoup plus vaste, lui permettant par hypothèse de passer le même soir dans 100 ou 200 établissements de première classe, puis par la suite dans d'autres salles, sans négliger la possibilité des

---

<sup>97</sup> Déjà à l'époque le marché de ces « programmes alternatifs » est tiré par quelques *bestsellers*, des événements exceptionnels ou d'importance nationale, justifiant ainsi un usage occasionnel des projections télévisuelles. Aujourd'hui, le marché se concentre sur une poignée de marques internationales et sur quelques distributeurs puissants signant des ententes d'exclusivité avec les ayants droit les plus attractifs.

<sup>98</sup> Entreprises traditionnelles du cinéma et de l'audiovisuel, institutions culturelles, fédérations sportives, tiers investisseurs en recherche de nouvelles diversifications, sociétés techniques, régies publicitaires, etc.

<sup>99</sup> Depuis l'invention du Théâtrophone (bien avant le cinématographe, la radio, la télévision, Internet ou les dispositifs actuels comme les téléphones portables, les tablettes et la transmission par satellite), les nouveaux médias et les technologies de communication ont toujours été perçus au départ comme un moyen de promouvoir le projet humaniste de la démocratisation de la culture. On peut aussi rappeler que le cinématographe, en tant que forme d'industrialisation du spectacle, rendant possible la répétition du même spectacle au même moment dans un nombre de plus en plus élevé de lieux différents, apporte déjà une réponse aux problèmes de distribution de masse des spectacles vivants.

échanges internationaux, ce directeur des Folies Bergère sera intéressé de traiter avec ces salles, verra ses recettes s'accroître, pourra renouveler ses revues plus rapidement, flattant ainsi le goût du public pour la nouveauté, et pourra également consacrer plus d'argent à la qualité de ses productions, suscitant ainsi un attrait accru pour la clientèle<sup>100</sup>.

L'intérêt grandissant des grandes maisons d'opéra, de théâtre ou de danse pour la coproduction de leurs propres captations (selon le modèle inauguré par le Met<sup>101</sup>) pose, cependant, la question de l'exploitation de la salle de cinéma comme débouché prestigieux<sup>102</sup> dans le cadre de leurs nouvelles stratégies dans l'environnement numérique. La conquête de nouveaux marchés et de nouveaux publics (socialement et géographiquement diversifiés) est, en effet, essentielle pour les institutions du spectacle vivant, dont l'économie se caractérise structurellement par la progression galopante des dépenses de production et des possibilités limitées de recettes.

Enfin, l'étude des expériences de télévision projetée aux États-Unis dans l'après-guerre conduit à conclure que l'abandon du support pellicule pour la diffusion des films est le résultat d'un long cheminement, d'une idée qui a germé plusieurs décennies avant l'avènement des projecteurs numériques, dans le cadre d'une diffusion industrielle soucieuse d'améliorer ses gains de productivité<sup>103</sup>.

---

<sup>100</sup> S.n., « les Théâtres cinématographiques devant la télévision », art. cit., p. 19.

<sup>101</sup> À titre d'exemple, lors de la saison 2010-2011, les neuf productions du Metropolitan Opera de New York – montrées dans 900 salles de 42 pays différents, à un tarif moyen de 20 dollars le billet – ont généré un chiffre d'affaires de 36 millions de dollars, soit environ le tiers de la recette au guichet du Met.

<sup>102</sup> Comme l'irruption des programmes de flux (sport, émissions de plateaux, etc.) pose la question de la transformation de la salle en plateforme de lancement et de promotion. À ce titre, il est intéressant d'observer que la référence de Trichet aux Folies Bergère n'est pas anodine, comme en témoigne la production en France dans les années 1950 d'un certain nombre de fantaisies musicales au scénario souvent « prétexte » qui n'a pour vocation, à une époque où la radio est encore le média roi, que de donner à voir et à écouter des vedettes de la chanson ou du spectacle.

<sup>103</sup> On peut citer notamment des innovations technologiques telles que l'introduction des disques d'accompagnement musical au début du parlant (diminution du coût d'exploitation des spectacles de scène et du travail vivant).