1.Après avoir lu attentivement ces deux documents vous en dégagerez le tableau des idées.

DOCUMENT 1

Les raisons du retour de la consommation collaborative

***Il est commun de dire qu’internet a créé une nouvelle forme de proximité, plus numérique que physique il est vrai. Le web a aussi entrainé des nouveaux modes de consommation. Parmi ces modes, celui de la consommation collaborative. Vieille pratique oubliée durant le 20eme siècle, les internautes y reviennent pour différentes raisons.***

Alors que le 20ème siècle était placé sous le signe de l’amassement des richesses, et la consommation individuelle, le 21eme siècle s’oriente vers un autre mode de collaboration grâce au web : la consommation collaborative.

La consommation collaborative désigne «*l’ensemble des nouvelles formes de partage, d’échange ou de location permises pas des sites internet de mises en relations entre particulier*» (Adesias). Ce type de consommation porte sur une multitude de services comme l’hébergement chez l’habitant (Bedycasa, Airbn’b), le covoiturage (blablacar), le crowdfunding ou bien le prêt d’outils de bricolage.

Voici les raisons de son succès :

L**a raison écologique**

La question du développement durable se pose de nos jours. Un excellent moyen d’y répondre est l’échange de biens, la réutilisation de ceux-ci pour les utiliser pleinement ou bien leur donner une seconde vie plutôt que de les jeter. Certains sites permettent aussi de soutenir l’agriculture locale en créant des groupes d’acheteurs pour les agriculteurs de la région.

**La proximité internet**

Internet a permis de créer le « village monde ». Il est totalement logique de retrouver dans ce village monde les mêmes habitudes de consommation que dans les villages de nos ancêtres où l’entraide était de rigueur !
Le web a instauré un monde de partage, avec les sites de téléchargement illégaux comme pionniers puis avec des idées beaucoup plus conventionnelles comme le partage de vidéos, musique, opinions… Mais aussi maintenant des partages de maisons, voitures, etc. Tout cela n’est qu’une suite logique.

**La raison économique**

La raison économique n’est pas à négliger, elle est peut-être même la principale raison. Au sortir des trente glorieuses mondiales, marquées par la consommation intensive qui a perduré jusqu’au début des années 2000, le consommateur, frappé par la crise économique, se sent lésé de ne pas accéder au même niveau d’équipement que leurs ainés.  Ou bien, le consommateur n’a plus l’utilité d’acheter une voiture pour faire des trajets occasionnels. La consommation collaborative répond à toutes ces problématiques et permet donc de consommer autant, voire plus qu’auparavant en dépensant moins.

**Une question de génération**

L’essor de la consommation collaborative est à mettre en parallèle avec l’arrivé de la génération Y comme génération consommatrice et proposant des services de consommation. Cette génération, ouverte aux nouvelles technologies, a permis le lancement de nombreux sites qui profitent actuellement à l’ensemble des générations qui les entourent.

Le succès de la consommation collaborative est donc lié à la maturité d’une génération confrontée à un contexte économique et des problématiques écologiques nouvelles. Celle-ci y a fait face grâce au progrès d’internet permettant une proximité retrouvée entre les membres d’une « *communauté internet* ».

 <http://blog.economie-numerique.net/>

DOCUMENT 2

**Les Européens face à l’économie** **collaborative**

Ipsos / Sopra Steria ont interrogé, du 12 au 22 mai 2015, 7000 Européens dans 7 pays emblématiques de l’Union Européenne : la France, l’Allemagne, la Grande-Bretagne, l’Espagne, l’Italie, la  Pologne et la Suède pour comprendre notamment comment la crise économique qui touche l’Europe depuis 2008 a transformé leurs perceptions et leurs anticipations de l’avenir. si le contexte économique exacerbe les peurs et la tentation du repli, il a aussi pour conséquence la mise en place de nouvelles stratégies de la part d’individus qui tentent de contourner les institutions défaillantes. Les initiatives se multiplient, aidées par les progrès technologiques et l’ingéniosité des nouvelles générations, s’illustrant notamment dans le développement de la consommation collaborative.

**Les Européens qui ont adopté le nombre moyen le plus important de pratiques relevant de la consommation collaborative sont avant tout jeunes**(5,6 / 17 en moyenne déjà effectuées pour les moins de 35 ans contre 4,2 chez les 35 ans et plus).**Autre caractéristique : ils sont aussi plus diplômés que la moyenne** (5,1 pratiques pour les plus diplômés contre 3,8 pour les moins diplômés).

**Le profil type des adeptes de la consommation collaborative n’est pas pour autant celui du geek tel qu’il est souvent caricaturé : de sexe masculin et célibataire.**

**Les parents sont en réalité plus férus de ces nouveaux modes de consommation**(5,4 pratiques en moyenne quand il y a au moins un enfant de moins de 18 ans au sein du foyer, contre 4,3 quand il n’y en a pas). La durée d’utilisation limitée des produits pour enfants les pousse sans doute à se convertir à ce type de pratiques.

 **Pour autant la maîtrise d’internet est clairement un facilitateur, voire un préalable indispensable pour faire siennes ces nouvelles pratiques. Les Européens sont d’ailleurs très conscients du rôle joué par internet dans le développement de la consommation collaborative :** 91% d’entre eux jugent que le web joue en la matière un rôle important voire primordia**l. Si internet joue aux yeux des Européens un rôle décisif dans l’essor de ces nouveaux modes de consommation, ils ne considèrent pas pour autant les évolutions technologiques comme ce qui explique le mieux l’émergence de ces pratiques. A leurs yeux, c’est en effet avant tout le contexte économique qui provoque ce changement des comportements : avec la crise, les individus cherchent à dépenser le moins possible.
Cette raison est avancée par 52% des Européens, et plus massivement encore dans les pays qui ont le plus adopté ces nouveaux codes de la débrouillardise : la France (69% citent le contexte économique), l’Italie (66%) et l’Espagne (59%).Seuls 18% l’expliquent avant tout par une véritable transformation de nos sociétés traduisant un besoin de retrouver du lien, de se passer des intermédiaires. Interrogés sur la nature solidaire (ou non) d’un certain nombre de pratiques de consommation collaborative, les Européens considèrent globalement qu’elles relèvent de la solidarité, au moins en partie. Aux yeux d’une majorité d’Européens, pour relever pleinement de la solidarité, une action doit toujours apparaître désintéressée. Or la consommation collaborative ne répond qu’en partie à cette condition : le plus souvent, elle est la rencontre d’intérêts convergents**L’émergence de ces pratiques vient bousculer la conception traditionnelle (et plus restrictive) de la solidarité, héritée d’une conception de la charité qui suppose un acte unilatéral, pour la transformer en une multiplicité de relations où chacun peut trouver son compte.

 **Ces pratiques ont pour conséquence de conduire à une société plus solidaire** (69% le pensent dont 11% « tout à fait »). Les Espagnols (84%), Italiens (76%), Polonais (76%) et Français (74%) en sont les plus convaincus. Dans ces pays où le système étatique de protection sociale apparaît comme défaillant ou en perte de vitesse, ces nouvelles pratiques apparaissent comme une nouvelle façon d’être solidaire, et de reprendre le contrôle sur son destin. Ce n’est d’ailleurs pas un hasard si ces pratiques se développent le plus dans les pays dans lesquels on craint le plus aujourd’hui de basculer dans la précarité : la Pologne, l’Italie, l’Espagne... et la France.

 Ipsos.com

A RENDRE **AVANT LE 31 MAI A** L’ADRESSE MAIL SUIVANTE : veronique.garnier@institutfrancais.it , CETTE ACTIVITÉ CONCERNE LES ÉTUDIANTS EN CONTRÔLE CONTINU,

SUR VOTRE DOC . WORD VOUS DEVEZ INDIQUER : NOM -PRÉNOM -NUMÉRO D’ÉTUDIANT+ADRESSE MAIL. MERCI ET BON TRAVAIL.

2.Après avoir lu attentivement ces deux documents vous en dégagerez le plan de votre synthèse.

DOCUMENT 1

DOCUMENT1

 **Le rêve d'une nouvelle urbanisation**

Echangeurs, lotissements, zones commerciales, alignements de ronds-points… Depuis les années 60, la ville s’est mise à dévorer la campagne. Une fatalité ? Non : le résultat de choix politiques et économiques.

En 1983, les lois de décentralisation donnent tout pouvoir aux maires en matière de permis de construire. « L'habitat se banalise et conduit à cette France moche qui nie totalement l'esprit des lieux.»Frédéric Bonnet, architecte-conseil de l'Etat, confirme : « Dans un rayon de 40 kilomètres autour de Limoges, tous les villages ont construit dix, quinze, vingt maisons pour des habitants qui ne se rendent jamais dans le centre-bourg, puisqu'ils travaillent tous... à Limoges. » Le mécanisme est simple : pour lutter contre l'exode rural, pour éviter la fermeture de l'école, la commune fait construire un lotissement, qui amène de nouveaux arrivants. Mais les enfants scolarisés grandissent et s'en vont. Il faut créer un second lotissement pour attirer de nouvelles familles. Difficile pour le maire d'une petite commune de refuser à des voisins agriculteurs la constructibilité sachant que le prix du terrain à lotir est alors multiplié par dix ou vingt. Et voilà comment la France consomme pour son « urbanisation » deux fois plus de terres agricoles que l’Allemagne.

L'urbanisme raconte ce que nous sommes. Le Moyen Age a eu ses villes fortifiées et ses cathédrales, le XIXe siècle ses boulevards et ses lycées. Nous avons nos hangars commerciaux et nos lotissements. Cette urbanisation vorace s'opère en silence – les revues d'architecture l'ignorent. Elle a été peu visitée par le roman, le documentaire ou la fiction. « La ville n'est pas objet de débat, analyse Annie Fourcaut, historienne de la vie citadine. On débat de l'école, pas de la ville, sans voir que la seconde conditionne la première. Peut-être parce que les Français ne sont pas un peuple urbain. Il a fallu attendre 1931 pour que la population des villes égale celle des campagnes, des décennies après les Anglais et les Allemands. »

Alors, il n'y aurait pas d'autre modèle de vie que celui qui consiste à prendre sa voiture tous les matins pour faire des kilomètres jusqu'à son travail, par des routes saturées et des ronds-points engorgés, pour revenir le soir dans sa maison après être allé faire le plein chez Carrefour ? « L'inflexion, sur le plan des idées, a commencé, se réjouit Bruno Fortier. Depuis trois ou quatre ans, tout le monde dit : on arrête les bêtises, on se calme, on redensi­fie, on réurbanise intelligemment, on cesse de supprimer les terrains agricoles... Mais fabriquer un urbanisme plus évolué, avec un rapport à la nature plus riche, ça va coûter un peu plus cher ! »

L'impératif écologique pourra-t-il l’emporter ? Durant l'été 2008, quand le prix de l'essence a considérablement augmenté, le chiffre d'affaires de certaines zones commerciales s'est effondré. Affolés, les habitants des lotissements ont réclamé des lignes de bus à leur maire. « Depuis la fin des grands ensembles, la France n'avait plus de projet urbain collectif, rappelle l’historienne. Le développement durable pourrait en constituer un. »

Alors rêvons un instant à ce que pourrait être une « ville passante », une ville désintoxiquée de la voiture, oublieuse des routes, une ville de faubourgs dont les fonctions – habitat, travail, commerce, loisirs – seraient à nouveau mélangées, une ville hybride, métissée, où chacun se retrouverait... Trop tard ?

 Xavier de Jarcy et Vincent Rémy, ***Télérama,***16 février 2010

 **La révolution des « villes lentes »gagne la France.**

*S****égonzac,petite ville de l’ouest de la France , devient la vitrine d’un mouvement qui met en avant la qualité de la vie.***

La municipalité est la première de [France](http://www.lemonde.fr/europeennes-france/) à [adhérer](http://conjugaison.lemonde.fr/conjugaison/premier-groupe/adh%C3%A9rer/) à Cittaslow, le réseau [international](http://www.lemonde.fr/international/) des "[villes](http://www.lemonde.fr/villes/) lentes". Inspiré du slow food, le mouvement est né en [Italie](http://www.lemonde.fr/italie/) en 1999 et promeut une gestion municipale centrée sur la qualité de vie, l'économie de proximité, le respect des paysages..., en réaction aux zones commerciales et industrielles, à l'étalement pavillonnaire et au tout-[voiture](http://www.lemonde.fr/m-voiture/) devenus l'ordinaire d'un urbanisme débridé. Cette révolution tranquille compte de plus en plus de partisans. Cent quarante villes de 21 pays ont déjà adhéré à cette charte de 70 obligations. On trouve des villes lentes dans toute l'[Europe](http://www.lemonde.fr/europe/), mais aussi en [Australie](http://www.lemonde.fr/australie/), en [Corée du Sud](http://www.lemonde.fr/coree-du-sud/), en [Turquie](http://www.lemonde.fr/turquie/), au [Canada](http://www.lemonde.fr/canada/)...

Que va [chercher](http://conjugaison.lemonde.fr/conjugaison/premier-groupe/chercher/) dans cette aventure une commune de 2 300 âmes, qui ne court aucun risque de mégapolisation ? "Les petites communes sont les moins [arm](http://www.lemonde.fr/arm/)ées face aux pièges d'un développement anarchique. Ce qui nous intéresse, c'est moins le label que la démarche. Nous avons des choix importants à [faire](http://conjugaison.lemonde.fr/conjugaison/troisieme-groupe/faire/). Cittaslow va [donner](http://conjugaison.lemonde.fr/conjugaison/premier-groupe/donner/) un fil conducteur à notre [politique](http://www.lemonde.fr/politique/) d'aménagement", explique la jeune femme, élue atypique dans cet univers de viticulteurs.

Ouverture d'un parc public, rénovation de bâtiments viticoles en bureaux, retour du petit commerce, réhabilitation d'un réseau de ruelles piétonnes et cyclables, structuration d'un marché de producteurs locaux, investissement dans la petite enfance et la maison de retraite, création de jardins partagés, transformation de la station d'épuration en bassins filtrants naturels... les chantiers ne manquent pas.

La production vinicole est aussi l'occasion de [mettre](http://conjugaison.lemonde.fr/conjugaison/troisieme-groupe/mettre/) en valeur compétences et productions locales : plus petite cité universitaire de France, Segonzac héberge l'Institut français de la vigne et du vin. Surtout, la municipalité a voté, dès 2006, un plan local d'urbanisme qui encadre strictement les constructions, interdisant l'étalement de bâtiments de ferme sur le territoire. "On ne construira de logements que sur des terrains proches du centre et sous forme d'écoquartiers", assure une responsable municipale. Une ambition rare pour une commune de cette taille."

Paradoxalement, pour la petite commune, l'adhésion à Cittaslow a entraîné... une formidable accélération du temps. Des journalistes comme s'il en pleuvait, des appels incessants d'urbanistes, de municipalités... Il semble ainsi que le monde d’aujourd’hui se prend de passion pour la lenteur, slogan et paradigme d'un [mode](http://www.lemonde.fr/m-mode/) de vie alternatif où figure en bonne place le souci de l'écologie.

Epicentre du phénomène dans l'Hexagone, Segonzac travaille aujourd'hui avec la direction de Cittaslow pour [enrôler](http://conjugaison.lemonde.fr/conjugaison/premier-groupe/enr%C3%B4ler/) d'autres communes et [constituer](http://conjugaison.lemonde.fr/conjugaison/premier-groupe/constituer/) un réseau français de villes lentes.

 Grégoire Allix , ***Le Monde,*** 5 octobre 2010

A RENDRE **AVANT LE 31 MAI A** L’ADRESSE MAIL SUIVANTE : veronique.garnier@institutfrancais.it , CETTE ACTIVITÉ CONCERNE LES ÉTUDIANTS EN CONTRÔLE CONTINU,

SUR VOTRE DOC . WORD VOUS DEVEZ INDIQUER : NOM -PRÉNOM -NUMÉRO D’ÉTUDIANT+ADRESSE MAIL. MERCI ET BON TRAVAIL.

3.Après avoir lu attentivement ces deux documents vous en ferez la synthèse en veillant à respecter la longueur (220 mots ) et la règle d’objectivité des idées

Document nº 1 :

 **Le langage SMS est-il un danger pour l'orthographe ?**

Contrairement à ce que l'on pourrait penser, l'usage des SMS par les élèves n'impacte pas leur niveau d'orthographe.

TEXTISME. Une étude publiée mardi 18 mars par le CNRS posait la question suivante : «Les SMS représentent-ils une menace pour l'orthographe des adolescents ?» Les chercheurs concluent par la négative et affirment même que les textos sont une nouvelle occasion de pratiquer l’écrit... Pour arriver à ces conclusions, les chercheurs ont réuni 4524 SMS écrits par 19 jeunes adolescents français de 12 ans. Leurs textos ont été récupérés et les chercheurs ont analysé les fameux "textismes" (changements de l'orthographe d'un mot par rapport à l'écrit traditionnel).

Le résultat principal de cette étude : qu'ils soient bons ou mauvais en orthographe au début de l'année, le fait que les élèves utilisent les textos ne changent rien à leur niveau !

***"Écrire un texto, c'est retranscrire les sons de la façon la plus simple possible"***

APPRENTISSAGE. "La première composante qu'il faut acquérir dans l'apprentissage de l'orthographe est de savoir écrire les petits sons que l'on entend, explique Laurent Cohen, neurologue et chercheur à l'ICM (Institut du cerveau et de la moelle épinière). Quand on écrit un texto, on pratique justement de l'écriture phonétique et on cherche à retranscrire les sons de la façon la plus simple possible, poursuit le neurologue. **Le "langage texto" est un langage qui s'apprend** "

Cette étude présente un résultat intéressant, commente Laurent Cohen : le nombre de textismes mesurés augmente au cours de l'année, ce qui signifie qu'il y a une acquisition progressive qui se fait, ce n'est pas juste une solution de facilité".

 UN AUTRE REGISTRE. Les chercheurs de l’étude expliquent "qu’il existe un registre de l’écrit traditionnel et un registre de l’écrit SMS ; les deux sont indépendants l’un de l’autre." Autrement dit, le jeune "écrivain" de textos serait conscient de ne pas respecter les règles orthographiques au moment de la rédaction et obéirait à d'autres règles. Selon la chercheuse Josie Bernicot, un des auteurs de l'étude, le langage contracté des SMS est devenu "une convention d’écriture".

**Ce sont les bons élèves en orthographe qui feraient le plus de "textismes"**

**U**n résultat supplémentaire étonnant est mentionné par les chercheurs : "ce sont les bons élèves en orthographe qui font beaucoup de 'textismes' en rupture avec le code traditionnel et les moins bons qui en font le moins", expliquent les chercheurs du CNRS. Les bons élèves en orthographe s’autoriseraient davantage à violer les règles d'orthographe parce qu'ils connaissent les règles conventionnelles.

**"Une nouvelle occasion de pratiquer l’écrit"** Ces résultats devraient également rassurer les parents et les professeurs sur un autre point : puisque, selon les commentaires des chercheurs, l'écriture se restreint aujourd'hui à l'école et à quelques cartes postales, l'écriture des textos serait une nouvelle occasion de pratiquer l'écrit.

Que les jeunes "texteurs" ne se réjouissent pas trop vite car, si selon cette étude, le niveau d'orthographe n'est pas impacté par les textos, il faut pour autant que les règles de l’orthographe conventionnelle soient bien acquises pour pouvoir ensuite s'en affranchir.

 [*http://www.sciencesetavenir.fr*](http://www.sciencesetavenir.fr)

Document nº 2 :

 **Écrire «SMS» ne nuit pas à l’orthographe**

 La «novlangue SMS» va-t-elle envahir les bancs de l’école ? Va-t-on trouver, dans les copies des élèves, des «tu fé koi ?» (tu fais quoi ?) ou des «g croier que tu devè venir» (je croyais que tu devais venir) ? L’écriture SMS ne fait pas seulement hurler les défenseurs de la langue française. Elle inquiète aussi de nombreux parents et enseignants, qui y voient une menace sur le niveau d’orthographe des adolescents.

 Pour la première fois en France, une étude, publiée par le Centre national de la recherche scientifique (CNRS), a de quoi les rassurer. Non, le langage SMS ne nuit pas à l’orthographe traditionnelle. Ce n’est pas parce qu’un élève écrit «tu fé» dans un SMS qu’il ne sait pas que le verbe «faire», conjugué à la deuxième personne du singulier, s’écrit «fais». Il existe un registre de l’écrit traditionnel et un registre de l’écrit SMS ; les deux sont indépendants l’un de l’autre.

Les travaux en question, réalisés par des chercheurs du Centre de recherche sur la cognition et l’apprentissage (Cerca, université de Poitiers), ont consisté à observer pendant un an des collégiens de 6e et de 5e qui ne possédaient pas de téléphones portables avant le début de l’étude. «Nous les avons équipés d’un téléphone mobile en échange de quoi ils se sont engagés à nous livrer leurs SMS tous les mois», explique Josie Bernicot, de l’équipe du Cerca. «Au total, près de 5 000 SMS ont été recueillis auprès de 19 jeunes âgés de 11 et 12 ans.»

 **Nouvelle occasion de pratiquer l’écrit**

Les chercheurs ont scruté à la loupe les «textismes» - ces variantes dans un mot par rapport à l’orthographe traditionnelle (comme «koi» au lieu de «quoi»). Ils se sont aussi basés sur les bulletins scolaires des élèves et sur leurs résultats à une dictée standardisée. Au bout d’un an, leur conclusion est formelle : les élèves forts ou faibles en orthographe sont restés respectivement forts ou faibles, quelle que soit la densité de textismes contenus dans leurs SMS. «Les SMS n’ont pas d’influence sur l’orthographe des collégiens», résume Mme Bernicot.

En fait, c’est l’inverse qui se produit : c’est l’orthographe traditionnelle qui influe sur la pratique des SMS. Les résultats de l’étude montrent que les meilleurs élèves en orthographe déforment plus rapidement les mots ; autrement dit, ils s’emparent plus vite du langage SMS. Les élèves faibles sont plus lents à apprivoiser ce nouveau registre. Il n’y aurait donc aucune raison de se méfier des SMS. Au contraire, selon les auteurs de cette étude, ils constituent - au même titre que les mails, les messageries instantanées, les blogs, les forums et autres facebook - une nouvelle occasion de pratiquer l’écrit, «alors que celui-ci était restreint auparavant à l’école et à quelques cartes postales !», précise Josie Bernicot.

Alors que 85% des jeunes âgés de 12 à 17 ans sont utilisateurs de SMS, selon une autre étude citée par le Cerca, certains enseignants tentent même d’en faire un usage pédagogique au travers du «mobile learning» (M-learning) - sorte de formation à distance délivrée sur supports mobiles (smartphones, tablettes…). Accompagner ou combattre la novlangue SMS, c’est le moment de choisir son camp !

 *http://lemonde-educ.blog.lemonde.fr*

A RENDRE **AVANT LE 31 MAI A** L’ADRESSE MAIL SUIVANTE : veronique.garnier@institutfrancais.it , CETTE ACTIVITÉ CONCERNE LES ÉTUDIANTS EN CONTRÔLE CONTINU,

SUR VOTRE DOC . WORD VOUS DEVEZ INDIQUER : NOM -PRÉNOM -NUMÉRO D’ÉTUDIANT+ADRESSE MAIL. MERCI ET BON TRAVAIL.

4.Après avoir lu attentivement ces deux documents vous en ferez la synthèse en veillant à respecter la longueur (220 mots ) et la règle d’objectivité des idées

DOCUMENT 1

**LE DOCUMENTAIRE\* GAGNE LES SALLES**

**Chaque année, les films du genre sont plus nombreux à accéder aux cinémas, formant un marché en soi.**

 Cette semaine, quatre documentaires sortent en salles : La Fille du juge, de William Karel, les deux premiers volets d’un triptyque de Pierre Creton, Secteur 545 et Le soleil les regarde, ainsi que le film de Patrice Chagnard, Un camion rouge. En 1996, seuls 13 documentaires s’étaient frottés à une distribution en salles. Ce chiffre atteignait 76 en 2004.

Cette progression exponentielle s’accompagne d’un engouement des spectateurs : selon le Centre national de la cinématographie (CNC), le documentaire représentait 708 000 entrées en 2003 en France, soit une part de marché de 0,5 % sur les nouveaux films. Avec les succès massifs de Fahrenheit 9/11 de Michael Moore (2,3 millions d’entrées), La Planète bleue (815 000) et Genesis, ce résultat a bondi à 5,6 millions d’entrées, soit 3,2 % de parts de marché, en 2004. (…)

 « Le documentaire n’est pas un genre administrativement défini, souligne-t-on au CNC. En salles, c’est devenu un vrai marché. » Exploiter un documentaire en salles ou à la télévision répond à des objectifs différents. Les aides publiques accordées ne se cumulent pas, et un documentaire qui vise les salles est d’abord présenté dans des festivals, où ce genre est reconnu et même susceptible de décrocher une Palme d’or à Cannes, comme Fahrenheit 9/11 de Michael Moore, ce qui semblait absolument impossible il y a encore trois ans (…).

Selon Serge Lalou, producteur des « Films d’ici », « l’attrait récent pour les documentaires en salles vient aussi du fait que certains films ne se font plus pour la télévision. La salle est aussi une réponse à la normalisation des chaînes de télévision ». Celles-ci ont tout de même cofinancé 2 100 documentaires en 2004. En production comme en distribution, la prise de risque est moindre (784 000 euros en moyenne en 2004), souligne M. Lalou, pour qui une sortie en salles à 40 copies est « très importante » pour un documentaire. « Obtenir 100 000 spectateurs n’est plus un épiphénomène », ajoute-t-il. Edouard Mauriat, producteur du Cauchemar de Darwin (Mille et une productions), a démarré ce film avec 25 copies, avant d’en ajouter jusqu’à 60. (…) « Les documentaires exigent beaucoup de temps, il a fallu trois ans pour tourner Le Cauchemar. Nous avons eu la chance de sortir au moment où les thèmes de ce documentaire [l’écologie, les échanges Nord-Sud] questionnaient beaucoup de gens », souligne-t-il. (…)

 Le Monde, 4 janvier 06

\* Dans le domaine cinématographique, le film documentaire est un genre qui se fixe pour but de faire état d’une réalité, sans intervenir sur son déroulement. Il s’oppose ainsi à la fiction.

DOCUMENT2

 **Entretien avec Jean-Pierre Rehm, directeur artistique du festival international de Marseille depuis 2001** **LES MILLE ET UNE VIES DU DOCUMENTAIRE (extraits)**

**On assiste depuis quelques années à un fort regain du documentaire, dont attestent le nombre croissant et le succès, pour certains, de la sortie de ces films en salles. Confirmez-vous ce constat et comment l’expliquez-vous ?**

Je serai un peu plus nuancé. Je ne crois pas, d’abord, que le documentaire ait jamais quitté les salles, simplement il y a eu des effets médiatiques qui ont fait que, à un moment donné, sa présence est devenue plus manifeste, et que par un effet boomerang des producteurs et des distributeurs ont réalisé qu’il y avait un marché possible du genre en salles.

 Ce n’est donc pas une résurrection, s’agissant d’un genre qui a toujours été vivace, notamment dans sa capacité à résister aux formes majoritaires. Il me semble, ensuite, que le succès récent en salles de certains d’entre eux s’explique par deux facteurs. Le premier est une volonté de compréhension de ce qui nous arrive dans un monde où les pouvoirs fabriquent, de manière très ingénieuse, toujours plus d’opacité.

Le second est que la fiction ne prend plus en charge ces questions comme elle a pu le faire par le passé. La grille de lecture et d’intelligibilité de la fiction, avec des scénarios qui se copient peu ou prou les uns les autres et qui aboutissent à répéter Star Wars à des échelles variables, est devenue beaucoup trop lâche.(…)

**Beaucoup de réalisateurs et de producteurs se plaignent du formatage de plus en plus strict imposé par le principal actionnaire de fonds du genre qu’est la télévision. En êtes-vous d’accord, et de quels horizons, dans ce cas, viennent les recherches les plus novatrices ?**

C’est évidemment une question fondamentale. Même s’il ne faut pas verser dans l’accusation systématique de la télévision, qui permet toujours, même si c’est trop rarement, à certains projets singuliers d’exister, force est de constater, en effet, que les tentatives les plus fructueuses, les films qui font avancer le genre, sont très souvent, aujourd’hui, des œuvres autoproduites. Cela a été rendu possible grâce aux nouvelles technologies, qui permettent désormais une indépendance presque totale à l’égard des critères classiques de production, depuis le coût de financement jusqu’à la présence d’une équipe en passant par les contraintes de durée ou de sujets.

Le Monde, Propos recueillis par Jacques Mandelbaum, 2 juillet 06 .

A RENDRE **AVANT LE 31 MAI A** L’ADRESSE MAIL SUIVANTE : veronique.garnier@institutfrancais.it , CETTE ACTIVITÉ CONCERNE LES ÉTUDIANTS EN CONTRÔLE CONTINU,

SUR VOTRE DOC . WORD VOUS DEVEZ INDIQUER : NOM -PRÉNOM -NUMÉRO D’ÉTUDIANT+ADRESSE MAIL. MERCI ET BON TRAVAIL.