Le commerce international des films en Grèce (1939-1954)

Relations marchandes et modes de fréquentation

Eirini Sifaki, *International film Trade in Greece (1939-1954) : Commercial Relations and Cinema-going Practices*

Eirini Sifaki

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/5700>

DOI : 10.4000/questionsdecommunication.5700

ISSN : 2259-8901

Éditeur

Presses universitaires de Lorraine

Édition imprimée

Date de publication : 1 décembre 2005

Pagination : 389-406

ISBN : 978-2-86480-868-8

ISSN : 1633-5961

Référence électronique

Eirini Sifaki, « Le commerce international des films en Grèce (1939-1954) », *Questions de communication* [En ligne], 8 | 2005, mis en ligne le 01 décembre 2005, consulté le 08 avril 2021. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/5700> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.5700>

> NOTES DE RECHERCHE

EIRINI SIFAKI

Université Aristotéleion, Thessalonique

Centre d'histoire du récit et de l'information des médias-réseaux en Europe

Université Paris 3

renaki@hotmail.com

LE COMMERCE INTERNATIONAL DES FILMS EN GRÈCE (1939-1954)

RELATIONS MARCHANDES ET MODES DE FRÉQUENTATION

Résumé. — Le cinéma et son commerce international constituent un domaine de recherche particulièrement propice pour étudier l'internationalisation de la communication, dans la mesure où il s'agit d'un médium dont le contenu est intégralement exploité à l'échelle mondiale. Ainsi mènerons-nous une micro-étude dans un espace géopolitique précis : la Grèce. L'objectif est d'examiner le paysage cinématographique grec des années 1940-55 en mettant l'accent sur le système de distribution par rapport au régime politique, et sur la consommation cinématographique. Nous centrerons notre attention sur la nationalité et la provenance des films diffusés en salles, et, plus précisément, ceux qui ont remporté le plus grand succès auprès du public. En outre, nous examinerons en quoi les modèles de fréquentation au sein de la population se modifient dans le temps.

Mots clés. — Cinéma, Grèce, public, *box-office*, pratiques cinématographiques, commerce international.

Alors que les historiens du temps présent prennent en compte les médias, ces derniers recourent de plus en plus à l'explication historique dans la construction de l'actualité. Ainsi les questions actuelles sur l'homogénéisation et l'impérialisme culturels, à l'ère d'une mondialisation accrue des systèmes et produits de communication, trouvent-elles un écho dans l'étude historique de l'industrie cinématographique. Cette contribution se réfère à l'espace géopolitique de la Grèce en identifiant le marché local du film et ses principaux acteurs pendant les années 1939-54. Au cours de cette époque particulièrement troublée, l'histoire politique du pays joua un rôle décisif car elle détermina l'organisation interne du marché et, parfois, les choix des spectateurs. Le cinéma sera donc étudié sur une période de quinze années, afin de faire ressortir tendances et évolutions, tant au niveau de l'organisation de l'industrie qu'à celui des pratiques en lien avec le contexte.

Définir des périodes suppose qu'on attribue à chacune un minimum de caractères spécifiques. Ceci explique que nous commençons cette étude en 1939, afin de présenter le marché qui précède la Seconde Guerre mondiale, et faire ensuite apparaître la dynamique des changements, ruptures et continuités, tant au niveau de l'organisation cinématographique qu'à celui des pratiques culturelles. Trois grandes périodes ont été identifiées ; elles coïncident avec des changements sociopolitiques majeurs. S'il n'est pas question d'entraîner le lecteur à envisager le monde du cinéma uniquement selon l'histoire politique du pays, cette dernière détermine néanmoins, durant la période examinée, les fonctions essentielles du marché – surtout sur le plan de la distribution –, ainsi que les choix des spectateurs. L'accent est également mis sur la nationalité et la provenance des films diffusés en salles, et, plus précisément, de ceux qui ont remporté le plus grand succès auprès du public. En outre, sera examinée la manière dont les modèles de fréquentation se modifient dans le temps. En mettant en évidence des symptômes récurrents, nous tracerons la continuité des logiques qui ressortissent à cette interaction entre le local et le global et esquisserons les permanences et ruptures de cette internationalisation dans l'espace grec.

Selon Laurent Creton (1997 : 173), « quand on entreprend une analyse du *box-office* et des recettes, il est nécessaire de ne pas réduire plus ou moins explicitement le destinataire à un simple consommateur, et de poser la question du statut du spectateur ». En effet, des problèmes assez complexes surviennent lorsqu'on essaie de définir le sujet de la *praxis* cinématographique : spectateur, consommateur, citoyen, cible, segment de marché, public... Comme le souligne Jean-Pierre Esquenazi (2003 : 3-6), « les risques sont grands quand il s'agit de dresser le portrait d'un public particulier, car l'hétérogénéité semble le trait dominant de nombreux publics, ce qui fait que la définition des "publics" résulte en grande partie

des choix théoriques du sociologue ». Or, les significations et attendus théoriques ne sont pas les mêmes.

La sociologie critique des industries culturelles semble apporter la meilleure réponse à nos questionnements, dans la mesure où elle met en place des outils d'observation stratégiques des industries culturelles, pour montrer comment des habitudes se sont créées dans le public (*ibid.* : 41). Pourtant, la composition des publics de la culture ne dépend pas seulement de la structure économique des populations concernées : si les variations de comportements sont tributaires des différences économiques, elles dépendent aussi des différences culturelles. En Grèce, le cinéma se caractérise par un parc de salles en plein air, une spécificité enracinée dans des pratiques culturelles locales, et qui est devenue inhérente à son développement. L'une des principales raisons de cette pratique correspond aux conditions géopolitiques et climatiques du pays (Sifaki, 2003 : 248). C'est d'ailleurs ce que note, durant la première année de sa parution (1924), la revue *Kinimatographikos Astir* dont un auteur précise que « en raison de la situation géographique et climatique de la Grèce, le cinéma, pendant les saisons estivales, a une tout autre portée que dans les autres pays » (Vratsanos, 1924 : 30). Une autre raison est à rechercher dans l'histoire culturelle des fêtes et des spectacles grecs qui, depuis des millénaires, se tiennent dans des lieux ouverts.

Signalons aussi que, devant la confrontation de l'offre et de la demande, la détermination de la valeur d'un film n'a pas toujours suivi la même logique : « Jusqu'à il y a encore peu de temps, le prix d'une place de cinéma était lié à son lieu d'exploitation (à sa taille, son confort, sa situation géographique...), et par là même, au type de film projeté » (Moriset, 1997 : 13). Durant toute la première moitié du XX^e siècle, un film à fort potentiel commercial était diffusé en exclusivité dans les plus belles salles et les plus beaux quartiers. Le spectateur devait alors s'acquitter du prix fort pour bénéficier de l'événement. En revanche, les films plus anciens ou de qualité moindre étaient diffusés dans un réseau de salles plus vétustes, beaucoup moins prestigieuses, qui étaient appelées « salles populaires » ou « salles de rediffusion ». Le spectateur bénéficiait alors d'un tarif réduit, et le prix d'une place pouvait varier de 1 à 10 selon le film, l'heure ou le jour de la représentation. Une troisième catégorie de salles était constituée par les salles de quartiers qui, pour la plupart, étaient en plein air.

En Grèce, le parc des salles s'est formé dans les années 30. Selon une étude statistique publiée dans *Kinimatographikos Astir*¹ et dont la source est la commission spéciale de la Société des nations, la Grèce, alors peuplée de 5 536 000 habitants, comptait 230 salles en 1930, dont 180 avaient jusqu'à 500 sièges et 50, plus de 500. L'exode rural et le

¹ *Kinimatographikos Astir*, 29 (251), 26/10/30, p. 4.

rapatriement des réfugiés d'Asie Mineure eurent pour résultat de faire passer la capitale de 130 000 habitants en 1900, à 1 000 000 en 1940, ce qui provoqua la création de nombreuses salles dans les quartiers aristocratiques aussi bien qu'ouvriers du centre d'Athènes. Par ailleurs, à cette même époque, on observe l'ouverture de plusieurs cinémas dans les quartiers populaires des immigrés d'Asie mineure, tel que Thiseion (qui compte alors quatre salles estivales), ainsi qu'à Néos Kosmos et au Pirée (Orfanoudakis, 1998 : 31). D'après Daniil Orfanoudakis, les hommes d'affaires de l'époque comprirent que la construction et l'exploitation de salles cinématographiques étaient l'un des investissements économiques les plus rentables. Ce qui se traduisit, en province, par la transformation de plusieurs locaux – théâtres, cafés, bains publics, voire entrepôts de tabac – en cinémas (*ibid.*, 1998 : 47).

En outre, dans la capitale, le centre remplissait fort bien son rôle social. Malgré une différenciation sociale de l'espace – la place Syntagma était le pôle « chic », celle d'Omonia le pôle populaire –, les ouvriers croisaient les ministres sur les trottoirs congestionnés, la bourgeoisie et le prolétariat se rencontraient et ne s'ignoraient pas (Prévelakis, 2000 : 36). De plus, la vie artistique était exceptionnelle, tant d'un point de vue quantitatif que qualitatif. Et le regroupement de tous les théâtres autour de deux ou trois rues créait une forte centralité et encourageait la concurrence. De la même manière, les grands cinémas d'exclusivités étaient eux aussi situés au cœur de la capitale. À Athènes, au croisement des rues Stadiou et Christou Lada, l'Attikon était l'un des cinémas hivernaux les plus luxueux du pays. Les premières années, le lieu accueillait une salle de théâtre et, à partir de 1918, de cinéma. Il comprenait 750 places à l'orchestre, 200 aux loges latérales, 200 aux loges de niveau (à l'orchestre) et 200 aux balcons. À partir de 1928, le cinéma devint propriété la famille Skouras et fut très souvent réaménagé.

Le cinéma Espéros est l'ancien Splendide Pathé. Il fut ouvert en 1916 – 22, rue Stadiou –, au rez-de-chaussée d'un hôtel particulier au style composite. Sa salle était spacieuse avec 550 places à l'orchestre, 100 dans les loges et 350 au balcon. Un autre cinéma central athénien, le Pallas, fut bâti en 1932 – rue Boukourestiou –, après un concours architectural panhellénique ; il fait partie du palais du « Fonds de participations de l'Armée ». Comptant parmi les représentants principaux du néo-classicisme, ses architectes situèrent au sous-sol une salle de danse qui, en 1947, fut réaménagée en cinéma, sous le nom de Maxim. Le sol des entrées était couvert de mosaïques. La salle comprenait l'orchestre – d'une capacité de 1300 spectateurs – et des balcons pouvant accueillir 700 personnes. Les premières années de fonctionnement du Pallas, le Fonds de participations de l'Armée le louait à des hommes d'affaires. Puis, en 1941, après une vente publique aux enchères, il devint propriété de

L'Union cinématographique grecque de Théofanis Damaskinos. D'autres cinémas firent leur apparition durant l'entre-deux-guerres au centre d'Athènes – généralement rue Stadiou – tels l'Astor ou l'Orpheus. Au rez-de-chaussée d'un bâtiment classé – 28, rue Stadiou –, fut construit le cinéma moderne, Astor, rebaptisé Cinenews, en 1940. En dehors de ces lieux, dans un autre édifice historique, situé entre la rue Stadiou et le 4 de la rue Korai, fonctionne aujourd'hui encore le cinéma Asty. Et c'est dans le même quartier – place Omonia – que fut bâti, en 1916, le théâtre Kotopouli qui allait être transformé en cinéma en 1937, sous le nom de Kronos.

En 1935, commence à Athènes, rue Panépistimiou, la construction du Rex, premier centre de spectacles avec effets Art Déco. Comme celle de nombreux cinémas américains et britanniques de l'époque, sa façade rappelle les gratte-ciel d'outre-Atlantique. Selon Daniil Orfanoudakis, le Rex présente de nombreuses ressemblances avec le Gaumont State londonien. À l'intérieur, ses trois salles au décor luxueux et dotées d'installations de climatisation se distribuaient sur trois niveaux. Destinée à des bals et à des banquets, la première, au sous-sol, a ensuite été réaménagée en un cinéma d'actualités de 582 places (le Cinéac). La deuxième, au rez-de-chaussée, était le Rex proprement dit, constitué d'un orchestre de 803 places, de loges de 321 places, de 9 balcons et d'une galerie de 448 places. Enfin, la troisième, à l'étage, appelée salle Kotopouli, fonctionnait comme théâtre avec un orchestre de 626 places, des loges de 222 places, 15 balcons et une galerie de 448 places.

Par ailleurs, il existait des salles appelées « Cinéthéâtres d'actualités » (*Kinimatothéatra Épikairotiton*) qui, selon *Kinimatographikos Astir*, étaient fréquentées par des cinéphiles de tous âges et classes sociales. Y étaient projetés des films d'actualité, ainsi que des films pédagogiques. La première salle construite spécialement pour les Actualités en Grèce fut probablement celle du Cinéac. Les salles d'actualités – dont Cinéac est le représentant le plus connu – furent construites entre 1935 et 1940. Né du parlant, le cinéma d'actualités correspond au besoin d'une époque, qui propose, pour un prix modique, l'histoire quotidienne de l'humanité sous une forme journalistique pure. Le cinéma Asty présentait bien, lui aussi, des actualités, mais, selon les années, il fonctionnait également en tant que salle d'exclusivités, projetant des longs métrages. En 1941, le Cinéac vit apparaître un concurrent avec l'ouverture du Ciné-News, au Mégaro Éphésiou. Et si les pronostics furent assez sombres pour cette nouvelle salle, le Cinéac, en revanche, résista à tous ses concurrents. Comme le souligne Jean-Jacques Meusy (1997 : 93), cette salle était avant tout un concept aux normes architecturales et esthétiques bien définies, qui firent son succès à travers le monde. « Le circuit Cinéac fut un concept très homogène, mûrement réfléchi, où tout – architecture, équipements, éclairages, publicité, organisation et durée des

séances, tarifs, services complémentaires – concourait à un but précis : offrir au passant, pour un prix très bas, l'opportunité de passer le temps qu'il voudrait à regarder les dernières actualités, des documentaires, des dessins animés ».

Après le succès commercial des Cinéac en France, Reginald Ford tissa son réseau de salles à travers l'Europe, choisissant avec soin leur lieu d'implantation, devenu partout un standard tant architectural qu'économique qui faisait la spécificité du groupe. Construit dans le complexe de salles de spectacles Rex, le Cinéac d'Athènes rassemblait tous les éléments nécessaires pour correspondre à l'image de ses modèles français. Situé au centre de la capitale, dans une rue très animée où se trouvaient plusieurs théâtres et cinémas, il correspondait également, par son style sobre et moderne, à une grande partie des normes architecturales et esthétiques appliquées en la matière.

Pour en revenir à la question des spectateurs, le fait qu'il y ait eu à l'époque une distinction entre les salles « aristocratiques » et les salles populaires est, probablement, un élément significatif. Pourtant, cette simple observation ne mène pas loin, car nous ne disposons pas de données exhaustives sur la constitution des publics, sur les films diffusés ou sur les entrées effectives dans chaque salle. De plus, établir une catégorisation des publics en partant de la simple « appellation » d'une salle serait extrêmement réducteur, car l'historien ne dispose pas des outils d'observation nécessaires pour pouvoir tirer des conclusions sur la constitution des publics ni sur l'expérience cinématographique, c'est-à-dire sur la manière dont les spectateurs regardaient un film. Ainsi l'objectif est-il de restituer historiquement les tendances commerciales et les modèles de fréquentation, plutôt que de fournir des assertions catégorielles sur les publics ou les groupes historiques. Quoique inévitablement assez générale, l'analyse a cependant pour point fort une méticuleuse insistance à corrélér des données provenant de sources disparates.

Pour l'heure, en l'absence de recherches concernant le marché cinématographique de cette période, le principal outil méthodologique est la revue *Kinimatographikos Astir*². À propos de l'analyse de données présentées *infra*, notons que, faute de sources pour le reste de la Grèce, le nombre des entrées mentionnées concerne seulement celles relatives à Athènes. Notons également que le fait qu'une récapitulation de données

² Il s'agit d'une publication destinée aux professionnels du cinéma (sociétés de distribution et exploitants), créée en 1924 à Athènes par un ancien journaliste, I. Ikonou. Même si cette revue avait la prétention de couvrir une vaste gamme de sujets, l'accent était mis sur l'aspect économique du cinéma.

marchandes soit publiée chaque année dans *Kinimatographikos Astir*³ témoigne de l'importance de la dimension économique pour penser le cinéma. Il n'est pas non plus inutile de préciser que, de 1930 à 1950, la durée de vie moyenne des revues et magazines cinématographiques était d'environ un an. Du reste, nombre de ces publications se sont interrompues après avoir fait paraître un ou deux numéros. Nous pouvons en déduire que le lectorat était trop limité pour couvrir les frais d'édition. En revanche, les revues à vocation économique, et qui étaient destinées aux professionnels du cinéma, ont connu une longévité bien supérieure. À part *Kinimatographikos Astir*, qui peut se prévaloir de 44 années d'existence, deux autres revues d'information professionnelle ont été créées dans les années 50 : les *Éditions statistiques cinématographiques* (*Kinimatographikès Statistikès Ekdoseis* : 1948-1974) et *Les Spectacles* (*Ta Théamata* : 1957-1990), parues respectivement pendant 26 et 33 ans. En ce qui concerne la presse quotidienne, bien qu'elle accorde généralement, dans sa rubrique « Spectacles », une petite place aux films projetés sur les écrans, elle alloue une place assez importante à la publicité. À ce sujet, Marios Ploritis, auteur et critique de théâtre et de cinéma, dévoile ceci dans un entretien sur la critique cinématographique : « Souvent, nous avons des conflits avec les importateurs de films qui étaient les deux grandes sociétés, "*Damaskinos-Mihailidis*" et "*Skouras*". Comme ils n'avaient pas apprécié qu'on critique leur marchandise, et que les spectateurs allaient au cinéma en suivant la publicité, ils nous ont attaqués, moi principalement et Éléni Vlachou. Ils ont même menacé qu'ils retireraient leurs publicités des journaux. À cette époque, la publicité pour le cinéma constituait, chaque lundi, une grosse recette, étant donné que les journaux avaient peu de pages et qu'il n'y avait pas beaucoup de réclames » (Soumas, 2001 : 11).

Par ailleurs, pendant la période examinée, le cinéma n'a jamais fait l'objet d'un enjeu culturel de la part des autorités publiques. Ainsi la politique cinématographique grecque se limite-t-elle à trois domaines : la fiscalité, la protection des mineurs et la censure des films. Malgré la fondation de plusieurs associations qui essaient inlassablement de le convaincre de s'intéresser aux vrais problèmes du cinéma, l'État évite d'amorcer une politique de soutien à l'industrie cinématographique grecque. En fait, cette augmentation de l'importation et de la distribution de films étrangers commence à accoutumer le public des grandes villes à des modèles de consommation occidentaux et surtout américains (Sifaki, 2002 : 46). Il faut souligner que, à cette époque, le public se limitait aux bourgeois de la capitale et de deux ou trois autres grandes villes. Nourris de littérature grecque et familiarisés avec la littérature européenne, ces derniers préféraient

³ Figuraient, dans la revue, le titre grec de tous les films projetés, les salles où ces films avaient été projetés et les entrées. En croisant plusieurs sources, nous avons pu retrouver le titre initial de chaque film, le pays d'origine ainsi que le producteur et le distributeur en Grèce, pour les 20 premiers films qui ont dominé les préférences du public.

spontanément les films étrangers à la production locale (la plupart des classiques et des grands succès commerciaux de l'époque étant projetés en Grèce). Le public populaire, lui, n'avait pas encore été conquis, car le nombre restreint de spectateurs de l'époque ne permettait pas les grandes dépenses de doublage (Mitropoulos, 1968 : 22). Ceci peut expliquer le retard du cinéma grec. En effet, comme dans presque tous les petits pays, le cinéma local doit affronter la production mondiale et la concurrencer, s'il veut bâtir une production cinématographique importante. Un élément à conjuguer au comportement et à la mentalité des professionnels qui, dans leur ensemble, étaient plus attirés par l'appât du gain et la gloire éphémère, que par les possibilités artistiques et culturelles de l'art cinématographique.

Le marché cinématographique des années 1940-1955

1939-1944 : le commerce cinématographique en temps de guerre

La déclaration de guerre en Europe inquiéta sérieusement les distributeurs qui redoutaient la diminution de leurs importations. Pendant la saison cinématographique 1939-1940 et 1940-1941, le *box-office* grec est envahi par les films américains. La plupart d'entre eux provenaient de grands studios comme Warner Bros, MGM ou encore Universal et RKO. Les films historiques – tels *Private lives of Elizabeth and Essex*, réalisé par Michael Curtis et qui resta en tête du *box-office* en 1939-1940, ou *The Hunchback of Notre Dame*, qui fut premier par ses entrées en 1940-1941, réalisé par William Dieterle et adapté du roman de Victor Hugo – semblèrent combler les vœux du public. Parallèlement, ce public montra sa préférence pour quelques films européens, en l'occurrence français, comme *Battement de cœur* (10^e place) et *Retour à l'aube* (11^e place), tous deux mis en scène par Henri Decoin, ou *Entente Cordiale* de Marcel L'Herbier (12^e place). Cette année-là, un seul film grec fut tourné, *Le chant du départ*, premier film parlant réalisé par Filopoulin Finos, classé parmi les 20 premiers (17^e place).

Cependant, le paysage changera radicalement après l'Occupation de la Grèce par les nazis en 1941. Notons seulement que jusqu'en 1940-1941, les films allemands projetés dans le pays atteignaient à peine 8 à 12 % du nombre total des films en salles. Parallèlement, les productions américaine et française représentaient respectivement 60-70 % et 15-25 % du marché : « Pendant les cinq années précédant l'Occupation, parmi les dix films les plus rentables, les cinq premiers étaient toujours américains, tandis que les films allemands avaient grande peine à figurer au palmarès » (Ploritis, 1944 : 5). La saison d'hiver 1940-1941 s'acheva avec l'Occupation et ses tragiques conséquences (voir tableau 1).

Tableau I : Nombre de films diffusés selon le pays d'origine en 1940-1941 et en 1941-1942.

SAISON HIVERNALE	FILMS AL- LEMANDS	FILMS ITALIENS	FILMS HONGROIS	FILMS ESPAGNOLS	FILMS FRANÇAIS	FILMS TURCS	FILMS ANGLO- AMÉRICAINS
1940-41	17	0	3	2	22	0	94
1941-42	83	28	11	3	1	1	0

Source : *Kinimatographicos Astir*, 6 (493), 07/06/42

L'une des premières mesures prises par le gouvernement du III^e Reich en matière de cinéma fut d'interdire les films américains et de réquisitionner la plupart des bureaux des filiales américaines et des sociétés de distribution grecques. Par ailleurs, comme dans tous les pays occupés, les autorités allemandes réquisitionnèrent plusieurs salles de cinéma, qui devinrent des *Soldatenkinos* et participèrent ainsi au repos du guerrier. Pendant toute la période, cette fonction unilatérale du marché cinématographique a sans doute conduit exploitants et entrepreneurs, non seulement à suivre à la lettre les ordres des autorités allemandes, mais aussi à se montrer extrêmement coopératifs avec les responsables du ministère de la Propagande du III^e Reich, afin de pouvoir poursuivre leurs activités. Ce ne fut pas le cas pour le théâtre qui, bien au contraire, servirait de moyen de résistance durant la guerre. Telle est aussi la particularité du cinéma par rapport aux autres spectacles : pour exister, il a besoin de la matière première que constitue le film, à savoir un produit industriel devant obéir aux lois du marché international, mais aussi aux déterminants intrinsèques (comme la situation politique) et extrinsèques (les préférences du public) du marché local (Sifaki 2004 : 356).

Les seuls films projetés sur les écrans grecs à partir de la saison 1941-1942 venaient d'Allemagne, d'Italie et de Hongrie. De plus, le ministère de la Propagande du III^e Reich fonda une société de distribution nommée « ironiquement » *Hellas films*, qui importait en exclusivité des films allemands, tout en exploitant parallèlement le cinéma d'exclusivités Pallas. Au cours du même mois, une deuxième société cinématographique anonyme fut fondée sous le nom d'*Espéria* Film, avec des capitaux italiens, pour distribuer des films italiens. Contrairement à l'*Espéria* qui n'avait pas le monopole des productions italiennes, *Hellas* avait le monopole des films allemands. Et tandis qu'avec les films italiens, beaucoup de distributeurs parvenaient à se tirer d'affaires, tous les films allemands furent rassemblés, c'est-à-dire saisis, par la société *Hellas*, avant même sa fondation officielle.

Pour la première fois, un gouvernement allemand mettait à l'épreuve une stratégie globale de manipulation idéologique des masses et intégrée dans les secteurs de la conduite de la guerre, en s'appuyant sur des moyens de communication technique et des mesures de temps de guerre (Kreimeier, 1992 : 455). Dans un article paru en 1944, Hans Richter, alors en exil, avait découvert une règle ahurissante dans la manière dont les « va-t-en-

guerre » allemands maniaient ce média qu'était le cinéma. Selon ce texte, début 1938, l'ambassade d'Allemagne à Vienne invita le gouvernement autrichien à une projection du *Triomphe de la volonté*. Quelques semaines plus tard, Kurt von Schuschnigg faisait en toute hâte un voyage auprès d'Hitler, et quelques jours après, l'Autriche était occupée (Richter, in : Kreimeier, 1992 : 455) : « L'Allemagne de Hitler suivit ce modèle jusque dans les années de guerre pour mener à bien la soumission de l'Europe sur la scène diplomatique. Quand, en 1941, ils décidèrent d'occuper la Grèce et la Yougoslavie, les Allemands pouvaient déjà utiliser comme instrument de menace et de chantage le film *Sieg im Westen* (*Victoire à l'Ouest*) qui racontait la guerre en France » (Kreimeier 1992 : 456). Le film en question fut projeté à Athènes pendant la saison hivernale 1940-1941, dans les cinémas d'exclusivité Titania et Pallas où il réalisa 43 187 entrées, ce qui le plaçait à la 7^e place du *box-office*.

La politique cinématographique dans les territoires conquis fut un succès, pour autant qu'elle visait l'exploitation de l'infrastructure étrangère et l'expansion du marché intérieur allemand, mais elle ne pouvait qu'échouer dans ses prétentions à constituer une politique culturelle, c'est-à-dire à exercer une influence durable sur les populations soumises (Kreimeier, 1992 : 499). En Grèce, la faible fréquentation des films allemands illustre la tendance générale à s'opposer à l'extension de l'influence allemande. Ce furent des films italiens et hongrois (*Danko Pista*, 1^{er} en 1941-1942, avec 96 605 entrées) qui remportèrent les suffrages du public.

La préférence du public pour les films italiens arrive à son apogée en 1943-1944, où treize d'entre eux figurent au *box-office*. On peut les regrouper en deux grandes catégories, selon leur forme narrative. La première concerne des aventures et drames historiques comme *Abbandono* (5^e en 1941-1942), *Marco Visconti* (14^e en 1941-1942), *Beatrice Cenci*, réalisé par Guido Brignone (15^e en 1942-1943). Par ailleurs, dans les années 40 et surtout pendant la période fasciste, on trouve une importante production de films se référant à l'époque médiévale. La plupart d'entre eux étaient produits par l'ENIC (*Ente Nazionale Industrie Cinematografiche*) qui, dès 1935, avait accompli l'infiltration fasciste de chaque aspect du royaume cinématographique et réglait, jusqu'en 1938, toutes les importations et exportations des films. Une deuxième catégorie de films italiens – qui, par ailleurs, n'a jamais cessé d'attirer les spectateurs en masse – était constituée par des adaptations d'opéra. Par exemple, c'est le cas de *Tosca* (2^e en 1942-1943), réalisée par Carlo Koch, de *Manon Lescaut*, adaptation de l'opéra de Giacomo Puccini (4^e en 1942-1943), ou de *Il re si diverte*, drame de Mario Bonnard (8^e en 1942-1943). Pour ce film, il s'agissait d'une adaptation dramatique du roman *Le roi s'amuse* de Victor Hugo, qui a servi de base pour le *Rigoletto* de Giuseppe Verdi. Dans un article de *Kinimatographicos Astir*, on lit à propos des préférences du public,

que « malgré la haine des Grecs pour tout ce qui était italien, le public a pourtant trouvé dans les films italiens moins de propagande et plus de points communs et d'éléments de ressemblance raciale. Si bien que les Allemands se sont de nouveau trouvés pitoyablement évincés pendant les deux premières années de l'Occupation » (Ploritis, 1944 : 6). Cependant, à partir d'octobre 1943, toutes les productions italiennes furent retirées des écrans, suite à une interdiction imposée par les autorités d'occupation (*Kinimatographikos Astir*, 1943).

En 1940 et 1941, aucun film grec n'est réalisé. Fin 1942, apparaît un nouveau réalisateur, Dimitris Ioannopoulos, qui tourne *La voix du cœur*. Ce film ranima la production moribonde de l'époque avec une comédie sentimentale qui fut une heureuse surprise pour le public fatigué de l'Occupation ; il réalisa 102 237 entrées à Athènes, prenant ainsi la tête du *box-office* de l'année 1942-1943. Unique film grec tourné pendant cette période, *La voix du cœur* remporta un extraordinaire succès, plébiscité par un public qui faisait la queue devant les salles où il était projeté. Selon Markos Zervas, le film parut sur les écrans pendant sept semaines et couvrit, dès la première semaine, les dépenses de production. À ce sujet, l'auteur livre quelques détails intéressants sur son impact : « À la première qui eut lieu au Rex, les spectateurs enthousiastes allumèrent des journaux et descendirent manifester vers la place Omonia. Les Allemands accoururent en armes. Ils se calmèrent lorsqu'ils eurent constaté qu'il ne s'agissait que d'une manifestation d'enthousiasme pour un film grec. Ils ne saisirent naturellement pas l'importance qu'avait ceci pour l'Athènes de l'Occupation. Que, pour les gens, il constituait une déclaration de vie, la preuve que nous continuions à exister et à créer, en dépit des conquérants » (Zervas, 2003 : 141).

1944-1949 : une période de modifications

À peine libérée du joug allemand (octobre 1944), la Grèce entra dans une longue période de guerre civile (1944-1945 et 1946-1949) qui retarda à nouveau l'industrialisation et divisa la population. Les catastrophes matérielles et humaines étaient très lourdes et la crise politique et sociale s'aggrava. Par conséquent, la Grèce dépendait entièrement des pouvoirs étrangers, tant au niveau politique qu'économique. L'intervention des Anglais et des Américains étant fonction d'intérêts économiques, chacun partit à la conquête du marché cinématographique. Au lendemain de la libération (fin novembre 1944), arriva à Athènes un représentant des sociétés américaines, M. Childhouse, qui installa sa société dans le centre-ville avec pour mission de répartir les films américains (des studios *Columbia*, *Fox*, *MGM*, *Paramount*, *RKO*, *United Artists*, *Universal*, *Warner*) entre diverses sociétés de distribution. Dès 1944, le paysage cinématographique

retrouva son niveau d'avant-guerre. Pour la saison hivernale 1944-1945, la répartition de films projetés selon le pays d'origine est la suivante : 75 sont américains, 14 français, 8 russes, et 3 grecs.

L'aide économique des Alliés donna une impulsion au commerce. Ainsi l'octroi de devises permit-elle la libre introduction de films européens et américains. D'après Thomas Guback (*in* Balio, 1985 : 473), la guerre froide vint encore renforcer la position de domination des États-Unis sur les marchés étrangers. Par exemple, le plan Marshall fournit des fonds aux économies européennes afin de stimuler la production et la reconstruction. Et parce qu'ils dépeignaient favorablement le système américain, les médias américains furent essentiels pour accompagner l'effort du gouvernement. Dans le cas de la Grèce, le département d'importations de l'AMAG (*American Mission for Aid to Greece*), dont la puissance n'est plus à démontrer, était en contact avec la *Motion Pictures Association* aux États-Unis et joua un rôle d'observatoire du marché cinématographique (Sifaki, 2004 : 278). Presque simultanément, le département cinématographique du quartier général anglais – l' AIS (*Anglohellenic Information Service*) – fut chargé de la distribution des films britanniques provenant des sociétés de production *British Lion*, *Ealing Angloamerican* et *Eagle Lion*. À la fin de la saison 1946, l' AIS fut remplacé par *Eagle Lion* qui créa une filiale en Grèce pour assurer la distribution, dans toute l'Europe, des films britanniques et de quelques films des studios américains *Universal* et *International*.

À Thessalonique, on assiste également à la fondation de la société *Sov* qui distribue des films russes. Elle provient de la corporation soviétique *Sovexportfilms*, unique exportatrice de films russes dans le monde (Slide, 1989 : 326). Ainsi ont lieu, en Grèce, pour la première fois en 1944-1945 et 1945-1946, des projections de films soviétiques qui remportent un grand succès commercial. Pour la plupart, il s'agissait de films héroïques ou de documentaires tournés pendant la guerre qui, selon Emile Breton (*in* Passek, 1981 : 75), visaient à mobiliser toutes les énergies de la jeunesse dans la lutte patriotique. Par exemple, *Stalingrad* sortit en mars 1943, moins d'un mois après la libération de la ville, et fut projeté en 1944-1945, se classant au 1^{er} rang du *box-office*. La même année, *Rantuga* (*L'arc-en-ciel*), mis en scène par Mark Donskoï, se plaça premier avec 154 998 entrées à Athènes. Au même moment, *Zoia*, de Lev Arnstam, qui puise directement son inspiration dans la guerre, parvint à la 4^e place. D'autres films, comme *Lenin v oktjabre* (*Lénine en Octobre*), produit en 1937 et mis en scène par Mihail Romm, et *À six heures du soir après la guerre*, d'Ivan Pyr'ev, produit en 1944 et projeté en 1945-1946, ont respectivement conquis la 3^e et la 15^e place. À partir de 1947, la *Sov* disparaissait du milieu cinématographique, sans doute à cause du climat anticommuniste qui régnait pendant la guerre civile.

Quant au cinéma grec, il compta petit à petit quelques films au *box-office*. Achevée après la Libération par Filopimin Finos, *La Villa aux nénuphars* remporta un tel succès (70 224 entrées en 1944-1945, 7^e place) qu'il permit à Filopimin Finos de créer son propre studio. Autre film produit par ce dernier, *Les Allemands reviennent* (*I Germani xanarchontai*) qui, placé en tête du *box-office* en 1947-1948, avec 136 033 entrées à Athènes, aborde sur le mode humoristique le thème de la Résistance.

En ce qui concerne les tendances thématiques des films grecs après l'Occupation, celles-ci sont liées aux vécus historiques et sociaux de l'époque. Ainsi les premiers films sont-ils des mélodrames (à titre d'exemple, *Ragisménés kardiés – Cœurs brisés* – d'Orestis Laskos, sur la campagne d'Albanie, 10^e en 1944-1945), des drames historiques et épiques inspirés de la Révolution de 1821 (tel *Marinos Kontaras*, mis en scène par Yorgos Tzavellas, film épique adapté d'une nouvelle de Argyris Eftaliotis, 12^e en 1947-1948), des drames de l'Occupation allemande – comme *Téléftéa apostoli* (*La Dernière Mission*) de Nikos Tsiforos, 4^e en 1948-1949, *Anna Roditi*, de Michalis Gaziadis, 5^e en 1947-48 –, des comédies – *Prends femme dans ton pays* (*Papoutsi apo ton topo sou*) de Alekos Sakellarios, 15^e en 1946-1947, *Madame Sousou*, de Takis Mouzénidis et Nikos Tsiforos, 6^e en 1947-1948 –, ainsi que des adaptations d'œuvres théâtrales et littéraires classiques – *Le Rocher rouge* (*O kokkinos vrachos*) de Grigoris Grigoriou, 4^e en 1948-1949, adapté d'une pièce de Grigoris Xénopoulos.

1949-1955 : de la réorganisation du marché à la formation d'une culture cinématographique nationale

Au début des années 50, le marché cinématographique grec commença à présenter une évolution importante. Même si la production demeurait artisanale, la popularité des films par rapport aux films étrangers augmenta, ce qui engendra l'augmentation du nombre des films réalisés. À partir de cette période, ce sont les sociétés grecques qui distribuèrent les films sur le marché, la plupart ayant des contrats exclusifs avec les studios américains. Les plus importantes d'entre elles sont *Skouras films* qui représentait *20th Century Fox*, *RKO Radio* et *Paramount* et *Damaskinos-Mihailidis* qui représentaient *Metro Goldwyn Mayer*, *Universal* et *Warner Bros*. En outre, la plupart des entreprises étaient verticalement intégrées et possédaient plusieurs salles d'exclusivités à Athènes.

Malgré le contexte sociopolitique hostile et l'absence d'une politique cinématographique, les premiers auteurs firent leur apparition. Ils abordaient la réalité avec un regard neuf, se référant aux problèmes sociopolitiques de l'époque. Le film *L'ivrogne* (*O méthystakas*), mis en scène par Giorgos Tzavellas, fut tête du *box-office* en 1949-1950 avec 303 538 entrées à

Athènes. La dimension sociale et le souci de décrire la réalité grecque de l'époque furent à la base de cet immense succès. Par ailleurs, des films néoréalistes italiens comme *Riso Amaro*, de Giuseppe De Santis (4e en 1949-1950) et *Ladri di biciclette*, de Vittorio de Sica (16e en 1950-1951) reçurent un accueil chaleureux. À cette époque, le cinéma de grande consommation se développa progressivement pour arriver à son âge d'or durant les années 60. Pour la plupart, il s'agissait de comédies légères, de farces, de sombres mélodrames et de comédies musicales. De la sorte, en 1950-1951, les quatre premiers films du *box-office* étaient grecs. Les spectateurs se reconnaissaient dans ces films, mais surtout ils en comprenaient la langue, car les films étrangers étaient toujours sous-titrés, le coût du doublage étant trop élevé. Ainsi le cinéma grec a-t-il pu conquérir un grand nombre de spectateurs à l'éducation limitée et ne pouvant voir les films étrangers.

Au début des années 50, suite à l'augmentation de la fréquentation des salles lors de la projection des films autochtones, certains producteurs commencèrent à faire doubler des films étrangers. Ainsi le premier doublage fut-il celui d'un film mexicain, ayant pour thème la Passion du Christ et la vie de Marie-Madeleine. Après le succès phénoménal de *Marie-Madeleine* (2e en 1949-1950), un film espagnol, *La Reine des Reines*, qui relate la vie de la Sainte Vierge, prend la 14e place en 1953-1954. Tous deux traitaient d'un sujet religieux, susceptible d'attirer une frange de spectateurs jusque-là inexploitée : gens d'un certain âge, public au niveau d'instruction limité et issu des couches populaires. Un article de *Kinimatographikos Astir* invite les professionnels à se tourner vers les films historiques portant sur la Grèce : « Nous croyons également qu'il serait préférable que tous les films concernant la Grèce ou la Rome antiques, ou fondés par exemple sur les *Fables* d'Ésope, soient doublés en langue grecque et en particulier en démotique. Cela serait beaucoup plus impressionnant pour les spectateurs grecs, plutôt que d'entendre Ésope de Samos ou Crésus parler anglais et, de plus, avec un fort accent américain, ou encore Ménélas, Paris et la Belle Hélène utiliser l'argot américain »⁴. Cependant, l'échec commercial de ce genre de films, doublés par la suite (i.e. le film allemand *Les femmes de Socrate*), pourrait expliquer le fait que le doublage n'a pas trouvé un terrain propice en Grèce et que, par conséquent, l'idée en a très vite été abandonnée.

Parallèlement, des coproductions européennes commencèrent à voir le jour comme : *La chartreuse de Parme* (réalisée par Christian-Jaque, produite par l'entreprise A. Paulvé en France et en Italie par *Scalera*, 14e en 1949-1950), *Singoalla*, (coproduction franco-suédoise, drame romantique réalisé lui aussi par Christian-Jaque et produit par *Terra films*, 7e en 1950-1951), *Les deux vérités* (coproduction franco-italienne mise en scène par Antonio

⁴ *Kinimatographikos Astir*, 7 (660), 15/04/50, p. 12.

Leonviola et produite par l'entreprise *Caretta*, à la 10e place en 1952-1953) et *Adorables créatures* (comédie franco-italienne mise en scène par Christian-Jaque, à la 14e place). Quant au cinéma américain, il s'efforça d'entrer dans une ère nouvelle, en raison des changements profonds que le succès de la télévision implique pour les pratiques culturelles. L'instabilité du marché domestique des États-Unis le rendit encore plus dépendant des marchés mondiaux, ce qui eut pour conséquence la standardisation des formes et du contenu des films. Ainsi Hollywood diversifia-t-il ses stratégies, favorisa les innovations technologiques et puisa dans les superproductions historiques et les chefs d'œuvre de la littérature mondiale, sachant qu'il est prouvé que ce type de films est rentable.

De fait, on retrouve ces films au *box-office* grec. La plupart sont des superproductions historiques : le *Prince of Foxes* (6e en 1949-1950) *The three musketeers* (6e en 1950-1951), *Joan of Arc* (9e en 1950-1951), *King Solomon's mines* (5e en 1951-1952), *The Great Caruso* (6e en 1951-1952), *Ivanhoe* (7e place en 1952-1953), *Quo Vadis* (2e place en 1953-1954), *Samson and Delidah* (à la 4e en 1953-1954), *The Egyptian* (à la 7e en 1954-1955). La commercialité des films et les préférences du public pendant toute cette période sont interdépendantes des influences venues de l'étranger tant au niveau politique que culturel. Dans le tableau qui suit, sont récapitulés les 20 films les plus populaires, selon leur pays d'origine, de 1939 jusqu'en 1955.

Tableau 2 : Récapitulatif du box-office grec selon le pays de production.

BOX-OFFICE (20 FILMS) SELON LE PAYS DE PRODUCTION

SAISONS	US	AL	UK	FR	IT	ES	GR	HO	RU	TU	MX	SU	AU	Coprod.*	Inc/nu
1939-40	11	2		4	1	1	1								
1940-41	11	3	1	1		1		3							
1941-42		9			5			5		1					
1942-43		4			13		1	2							
1943-44		9		2			4	1							4
1944-45	10		2		1		3		4						
1945-46	11	1	2				3		3						
1946-47	16		1				1		2						
1947-48	16						4								
1948-49	10		3	1	2		4								
1949-50	7		1	1	4		5				1			1	
1950-51	9		2		1		7							1	
1951-52	7		2	1			8					1	1		
1952-53	7		1	1	1		7							3	
1953-54	9		1		1	1	6		1					1	
1954-55	9				3		5							3	
TOTAL	131	27	16	10	32	3	59	11	9	1	1	1	1	9	4

PAYS D'ORIGINE

USA	Allemagne	France	Espagne	Russie	Italie	Grèce	Hongrie	Angleterre	Turquie
US	AL	FR	ES	RU	IT	GR	HO	UK	TU

* 7 coproductions FR/IT, 1 coproduction FR/SU et 1 coproduction FR/IT/ES.

Conclusion

L'examen de l'internationalisation du cinéma en Grèce, dans une période extrêmement troublée de l'histoire, montre que la structure politique des régimes qui se succèdent agit directement sur l'organisation du secteur cinématographique, ainsi que sur celle des autres secteurs de l'activité nationale, sur le plan idéologique comme sur le plan économique. Par ailleurs, la périodisation témoigne du passage d'une organisation artisanale au développement d'une semi-industrie laquelle, même si elle n'est pas comparable à celle des autres pays européens, a réussi à conquérir les spectateurs. La place du cinéma dans la formation d'une culture populaire est donc significative.

Bien évidemment, la Seconde Guerre mondiale présente une rupture considérable au niveau de la consommation des films, dans la mesure où ceux-ci sont imposés par les autorités allemandes. Pourtant, qu'elle s'explique par la guerre ou par un soi-disant protectionnisme, la logique qui en ressort demeure la même : ce sont toujours les industries étrangères qui tiennent les rênes et contrôlent le marché. Dans les deux premières périodes examinées, la cinématographie nationale étant presque inexistante, le *box-office* est dominé par les films étrangers. La politisation accrue de l'époque et la dépendance politique et économique se manifestent dans le classement des entrées, car les films qui remportent les suffrages du public proviennent, selon les années, des pays qui ont un fort pouvoir en Grèce et contrôlent plus ou moins le réseau de distribution.

Pendant la Seconde Guerre mondiale, les films sont devenus un outil essentiel pour favoriser la politique du gouvernement nazi, un moyen de propagande censé manipuler l'idéologie des masses. Pourtant, bien que la politique cinématographique suivie dans les territoires conquis ait été un succès, et dès lors qu'elle visait l'exploitation de l'infrastructure étrangère et l'expansion du marché intérieur allemand, elle ne pouvait qu'échouer en tant que politique culturelle, c'est-à-dire dans ses ambitions d'exercer une influence durable sur les populations soumises. En Grèce, la faible fréquentation des films allemands illustre la tendance générale à s'opposer à l'extension de l'influence allemande (Sifaki, 2004 : 360).

C'est également ce que révèlent non seulement l'accueil réservé au seul film grec réalisé pendant la guerre, *La voix du cœur* (comédie sentimentale anodine, mais vécue par le public épuisé par l'Occupation comme une déclaration de vie et de création en dépit de la présence des conquérants), mais aussi le fort symbolisme de la reprise, en 1943, du

film en fustanelles⁵ *Astéro* (tourné en 1929), qui préfigurait la Libération. Au demeurant, on ne saurait dire non plus que le cinéma allemand ait constitué une parfaite incarnation de l'ennemi, puisqu'on trouve à la première place du *box-office*, à la veille de la Libération en 1943-1944, le film allemand, *Münchhausen* (*Les aventures fantastiques du baron de Münchhausen*).

Par ailleurs, à partir de la Seconde Guerre mondiale, les pratiques culturelles commencent à se transformer. Les paramètres les plus importants doivent être recherchés dans les changements sociaux et dans les restructurations qui suivent l'Occupation et la Guerre civile, dans le climat psychologique de l'époque et dans l'apparition d'une classe sociale, assez importante, constituée de nouveaux riches. Par ailleurs, on remarque qu'à partir de la même époque se manifeste dans les principaux secteurs de la création culturelle (théâtre, musique, cinéma) un tournant caractérisé par une tendance « hellénocentrique » (Sifaki, 2004 : 188).

Le climat idéologique dans la période qui précède la guerre civile se reflète clairement dans le *box-office* : respectivement quatre et trois films russes en 1944-1945 et 1945-1946. Pourtant, l'anticommunisme qui règne pendant la guerre civile oblige la société *Sov*, distributrice de films russes, à fermer ses portes, mettant alors un terme à la projection de ces productions. Toutefois, l'anticommunisme de l'époque n'était pas spécifique à la Grèce. Il connaîtra ses moments de « gloire » à Hollywood de 1947 à 1955, avec la liste noire (à travers les enquêtes parlementaires du HUAC – *House Committee on Un-American Activities*), qui acculera cinéastes, scénaristes et acteurs à l'exil, parfois même au désespoir. En outre, dans les années 50, la réorganisation du pays coïncide avec le développement du marché cinématographique. Ainsi les films grecs font-ils leur entrée dans le *box-office*, marquant le début d'un cinéma commercial à grande consommation qui va influencer des générations de spectateurs. À noter néanmoins que, comme dans la majorité des marchés européens, la préférence du public grec pour les superproductions américaines demeure une caractéristique permanente des pratiques cinématographiques.

⁵ Il s'agit de drames bucoliques en costumes qui ont comme toile de fond la campagne grecque d'autrefois, folklore et histoire mélangés, héros de la Guerre d'Indépendance, bergers et bergères, brigands et chefs de bandes, parfois femmes, le tout dans un cadre héroïque, ou se mêlent noblesse et vilenie, amours et trahisons.

Références

- Breton E., 1981, « Années de guerre. Le pathétique et le quotidien », pp. 73-78, in : Passek J.-L., dir., *Le cinéma russe et soviétique*, Paris, Éd. de L'Équerre/Centre Georges Pompidou.
- Creton L., 1997, *Cinéma et marché*, Paris, A. Colin.
- Esquenazi J.-P., 2003, *Sociologie des publics*, Paris, Éd. La Découverte.
- Guback T., 1985, « Hollywood's International Market », pp. 463-486, in : Balio T., ed., *The American Film Industry*, Madison (Wisconsin)/London (England), University of Wisconsin Press.
- Kreimeier K., 1992, *Une histoire du cinéma allemand : la UFA*, trad. de l'allemand par O. Mannoni, Paris, Flammarion, 1994.
- Meusy J.-J., 1977, « Cinéac : un concept, une architecture », *Les actualités filmées françaises, Les cahiers de la cinémathèque*, 66, juil., pp. 93-119.
- Mitropoulos A., 1968, *Découverte du cinéma grec*, Paris, Seghers.
- Moriset C., 1997, *L'industrialisation du cinéma ou l'émergence du triple marché*, Lille, Presses universitaires du Septentrion.
- Orfanoudakis D., 1998, *Le cinéma en Grèce : un siècle d'architecture des salles de cinéma*, Le Pirée, Éd. de l'auteur (en grec).
- Ploritis M., 1944, « Bilan de trois années mortes », *Kinimatographikos Astir*, 16 (543), Athènes 30 nov., pp. 4-7 (en grec).
- Prevelakis G., 2000, *Athènes : urbanisme, culture et politique*, Paris, Éd. L'Harmattan.
- Sifaki E., 2002, « Un siècle de cinéma grec : acteurs et enjeux », pp. 43-63, in : Vovou I., dir., *Les médias en Grèce*, Paris, Mésogeios (Méditerranée), Hêrodotos.
- 2003, « Global strategies and local practices in film consumption », *Journal for Cultural research*, 7 (3), London, Routledge, jul., pp. 243-257.
- 2004, *Jalons pour une histoire du cinéma en Grèce (1939-1954) : pratiques culturelles, logiques commerciales et stratégies d'acteurs d'après la revue Kinimatographikos Astir*, thèse en sciences de l'information et de la communication, université Paris 3-Sorbonne nouvelle.
- Slide A., 1989, *The International film industry : a historical dictionary*, London, New York, Greenwood Press.
- Soumas T., 2001, *Critique cinématographique : de l'écran au texte*, Athènes, Union panhellénique des critiques de cinéma (en grec).
- Vratsanos D., 1924, « Le bilan de l'année », *Kinimatographikos Astir*, 28, 28 déc., p. 30 (en grec).
- Zervas M., 2003, *Finos Films 1939-1977. Le mythe et la réalité*, Athènes, Agira (en grec).