

"Il ne faut pas oublier qu'avant la [Grande] guerre, de toutes les industries mondiales, le cinéma était la seule dont le centre le plus important se trouvait en France. Son développement ne put trouver d'égal que dans les industries travaillant pour la défense nationale. Le monde cinématographique entier avait les yeux fixés sur nos ateliers, nos procédés, nos appareils. La France donnait le ton."

Charles Pathé, *Écrits autobiographiques*, Nouvelles éditions, L'Harmattan, Paris, 2006.

Les premiers films de Chaplin connurent un succès considérable auprès du public français et ce dès le milieu des années 1910. Le contexte particulièrement difficile au début du 20^e siècle n'est pas en reste, tant le nombre de production de films en France est faible, laissant place à la venue d'une production étrangère et plus exactement américaine.

Durant la première moitié des années 1910, la France est un pays prospère en matière de production cinématographique. Les firmes Pathé et Gaumont dominent le marché français par leurs activités de réalisation, de conception, de production de films mais également par leurs activités de fabrication d'équipement cinématographique.

La France occupe une place majeure sur le plan international grâce à l'exportation de ses films à travers le monde. Le cinéma français offre une production dynamique et des genres variés : des films comiques, des documentaires, des actualités filmées, des feuilletons, et des séries criminelles. Les films de Max Linder, d'André Deed (interprète du personnage de Boireau), de Georges Méliès, de Louis Feuillade et bien d'autres, sont alors les plus connus.

Le renouvellement perpétuel de son spectacle, ainsi qu'une production intensive et croissante permet au cinéma français d'acquérir un rayonnement international. Il est en plein développement de ses possibilités et de ses formes, visible sur les écrans du monde entier.

Quelques revues de presse spécialisées voient le jour durant cette période : le *Ciné-Journal*, le *Courrier cinématographique*, *Filma* ou encore *Le Film* ; ces parutions contribuent à cette popularité. Les grands quotidiens français s'intéressent peu à peu au cinéma par le biais d'annonces de séances de projections de certaines salles parisiennes notamment.

En août 1914, la déclaration de Guerre touche de plein fouet l'Europe, la France et le monde du cinéma français également. Les activités sont arrêtées : interruption des tournages, interruption des activités en laboratoires, interruption des parutions de la presse spécialisée pour la période comprise entre août 1914 et février 1915, les hommes sont mobilisés et certains lieux de production et de réalisation sont réquisitionnés par l'armée.

Un arrêté préfectoral contraint les salles de spectacles et de cinéma à fermer leurs portes. Elles ne pourront rouvrir qu'à partir du 17 novembre 1914, et ce de manière très progressive, les unes après les autres, uniquement après avoir reçu les autorisations nécessaires.

Les salles projettent principalement des films patriotiques, présentant des scènes de la vie des soldats en marge du combat, ou d'autres événements liés à l'actualité de la guerre. Mais également des films précédemment programmés les années précédentes.

Le milieu cinématographique est brutalement fragilisé par le manque de personnel. Les firmes françaises n'ont presque plus de nouveautés, alors qu'elles profitaient auparavant d'une production dynamique et d'un catalogue en perpétuel renouvellement.

Au cœur de ce contexte difficile, les premiers films de Chaplin sont introduits à Paris. Jacques Haïk participe à la mise en circulation des films de Chaplin en France. Il débute sa carrière dans le commerce cinématographique dès 1913, grâce à l'ouverture d'une succursale à Paris de la société « Western Import Company », dont il devient le représentant général. L'activité principale est l'importation des films américains en Europe, et plus particulièrement à Paris pour le cas de Haïk. Le phénomène prend d'ailleurs de plus en plus d'ampleur durant la période. Rapidement, les films américains arrivent en masse dans les salles parisiennes.

Plus tard la société portera le nom de « Agence Générale de Films Américains Jacques Haïk ». Il fonde enfin en 1924 sa propre société, « Les établissements Jacques Haïk ». Jacques Haïk a notamment construit plusieurs salles parisiennes dont celle du Rex (qui porte aujourd'hui le nom cinéma Grand Rex, situé Boulevard Poissonnière, non loin de la salle du comique français Max Linder). Jacques Haïk ne se contentera pas de d'importer et de diffuser. Durant l'entre-deux-guerres, il produira de nombreux films français : *La Brière* de Léon Poirier en 1925 (adaptation du roman éponyme d'Alphonse de Châteaubriant), *Le Juif polonais* de Jean Kemm en 1931, ou encore *Boudu Sauvé des eaux* de Jean Renoir en 1932, dont il assure la distribution.

La société Western Import Company possède dans son catalogue les films de la société Keystone depuis la fin de l'année 1913 et Jacques Haïk peut en proposer la location à Paris à partir de mars 1914.

D'après le témoignage de Jean-Claude Koskas, petit-neveu de Jacques Haïk, il semblerait que l'intérêt de son grand-oncle pour Chaplin soit né quelques années auparavant, lorsqu'il fit la découverte du comédien sur scène, jouant dans la troupe de Théâtre de Fred Karno. Chaplin a été recruté par Karno au début des années 1910. Le succès de la troupe dans les théâtres londoniens conduira celle-ci à se produire également aux États-Unis.

Dans un entretien publié dans le *Courrier cinématographique*, Jacques Haïk explique que les salles de cinéma refusaient de passer les films de Chaplin, sous prétexte qu'ils ne plairaient pas au public. Haïk part à la rencontre des directeurs de salles de cinéma de la capitale, et essuie plusieurs refus, avant d'obtenir l'accord d'un directeur autorisant la diffusion gratuite d'un film en supplément de programme.

Ce désintérêt des exploitants français est bien documenté. Une correspondance daté du 25 octobre 1915, entre Pierre Henri Cami (humoriste et caricaturiste français) et Charles Chaplin en fait justement mention :

« Je n'ignore pas que les exploitants ont d'abord accueilli très froidement vos films. C'était fatal, car les exploitants routiniers ne peuvent comprendre du premier coup un genre qui sort de l'ordinaire. [...] Ils ont reçu une fière leçon avec vous ! Et votre triomphe auprès du public français on dû les ahurir ! ».

Jacques Haïk explique également que le succès auprès du public a encouragé les salles à changer d'avis et à revenir vers lui huit jours plus tard. Il se charge alors de traduire les cartons et titres des films, et choisit le nom de *Charlot* pour le personnage.

Il ira jusqu'à déposer le nom de *Charlot* comme nom de marque en France, le 23 juin 1915, tout comme *Fatty* et *Mabel*, en référence à Roscoe Arbuckle et Mabel Normand, deux autres acteurs connus de la société Keystone de Mack Sennett.

Jacques Haïk joue donc un rôle majeur dans l'introduction des films de Chaplin en France. Peu d'éléments concernant la date exacte des premières présentations de films aux salles nous sont parvenu et ce point reste à détailler. La presse est une source essentielle dans cette démarche.

La plus ancienne mention connue dans la presse, témoignant d'une projection d'un film de Chaplin, date du 26 février 1915. Cette information est publiée dans les quotidiens *Le Matin* et *le Petit Parisien*, faisant part du programme du Tivoli Cinéma à Paris, l'une des salles les plus prestigieuses de la capitale à l'époque.

Cela laisse entendre donc que la projection des premiers films de Chaplin débiterait quelques mois ou semaines avant cette date.

L'un des premiers films projetés est *Mabel Marchande ambulante*, plus connu aujourd'hui sous le titre de *Charlot et les saucisses (Mabel's busy day)*, réalisé par Charles Chaplin et Mabel Normand, au sein de la société Keystone en 1914. Mabel était alors l'une des actrices phare de la production. Son nom apparaît dans le titre traduit en français. Elle commence sa carrière en 1910 et joue dans de nombreux films Keystone dès 1912, dont quelques uns aux côtés de Chaplin en 1914. Grâce à la notoriété de Mabel, le personnage interprété par Chaplin est introduit en France.

Les films de *Charlot* rencontrent par la suite un succès significatif auprès du public, sans cesse évoqué lors de parutions de programme. La salle du célèbre français Max Linder par exemple est mentionnée comme référence. La projection des films de Charlot dans cette salle, et de la Keystone en général, suffit à constituer un gage de qualité des films.

La presse spécialisée mentionne de plus en plus les films de Charlot, lui consacrant des pages entières et parfois la page couverture du numéro. Très vite, la distribution devient également un enjeu lucratif. L'Agence Générale Cinématographique acquiert rapidement la distribution des nouveaux films de *Charlot* en France, les films de la série Essanay de 1915.

A la fin de l'année 1915, Charlot est une véritable « star ». Le *Ciné-journal* du 1er décembre lui consacre une double page biographique, avec photo. La presse n'hésite plus à relater les moindres faits et gestes de l'acteur.

Ce succès a pour conséquence de susciter la convoitise, entraînant la production de « contrefaçons » si l'on peut dire, et ce de manière très rapide. Les faux Charlots font leur apparition sur les écrans dont différents types sont à distinguer : tout d'abord les *faux-Charlot*, de pâles copies, portant le même costume, copient la gestuelle et les histoires du Chaplin original. Les films sont vendus comme du « vrai Charlot » aux salles. Pour cette raison, Jacques Haïk dépose le nom de *Charlot* en tant que marque et fait ainsi valoir ses droits lors de litiges avec les salles de cinéma ou sociétés de location qui avaient profité du succès de Chaplin.

Chaplin prend conscience de ce phénomène et choisit de le mettre en scène dans le film *The floorwalker (Charlot Chef de rayon)* réalisé en 1916. *Charlot* se retrouve nez-à-nez avec un homme, habillé presque à l'identique. Le gag est produit par la réaction des deux personnages, croyant se tenir devant un miroir.

Certains autres imitateurs utilisent des noms de scène. Un certain Billie Ritchie, par exemple, fait son apparition en 1915. Il joua au sein de la troupe de Fred Karno, bien avant l'arrivée de Chaplin, et travaille à la L-KO Kompagny de Henry Lerhman, lui-même ancien employé de la Keystone, qui a réalisé quelques films avec Chaplin. Mais le succès ne durera que le temps de la découverte.

Ce phénomène révèle l'attraction que pouvait susciter le personnage auprès des foules, au-delà même de ses propres films. Mais un autre phénomène est encore plus surprenant, plus singulier et tout aussi représentatif de l'attractivité suscitée à l'époque par Charlot. Certains cinéastes ont choisi d'introduire le personnage de fiction dans leurs films. Il est représenté à la fois comme héros de cinéma et « superstar hollywoodienne », comme le présente le film intitulé *Une admiratrice de Charlot*.

Le synopsis raconte l'histoire d'une jeune femme tombant follement amoureuse de Charlot, qu'elle découvre au cinéma. Elle envoie une première lettre d'amour à Charlot et l'invite à dîner, et adresse une deuxième lettre de rupture à son prétendant. Elle se trompe malencontreusement de destinataire. Le soupirant décide de se rendre au dîner, déguisé en Charlot, et sème la zizanie dans la maison. La jeune fille excédée accourt finalement dans les bras de son prétendant en lui demandant pardon.

Charlot dépasse ici du cadre de l'écran et prend vie dans ce qui apparaît comme la vie quotidienne d'une spectatrice de cinéma. On y retrouve deux éléments qui permettent de comprendre l'effet produit sur le public de l'époque : l'admiration et l'imitation (voir l'identification). Charlot est associé à l'univers du cinéma, de la fiction. A l'inverse, la jeune fille et sa famille incarnent l'univers du spectateur, la vie ordinaire et banale. Lorsque *Charlot* entre dans l'univers du quotidien (par le biais du prétendant), il devient l'élément perturbateur (comme dans ses films), et n'est décidément pas en phase avec le monde du spectateur. La mise en scène joue avec la confusion faite par l'imaginaire de l'époque, entre *Charlot*, personnage de fiction et Chaplin, interprète et star hollywoodienne.

Il existe très peu d'éléments nous permettant de dater ce film : il est *a priori* sorti autour du 31 mars 1917; le *Courrier Cinématographique*, fait un court commentaire en page 17 à son propos :

« Voilà une bande qui va faire fureur, et pourtant tous les effets qui la composent sont connus, mais ils sont présentés d'une si drôle façon qu'ils semblent nouveaux, l'artiste chargé d'imiter le célèbre Charlot est meilleur que lui ; ce film est fou, mais il fera sensation dans le comique. Il faut avouer que ce n'est pas facile, je lui prédis un succès sans précédent et c'est aussi l'avis de tous ceux qui l'ont vu. »

Plus tard, Louis Delluc, critique de cinéma et réalisateur français, ayant notamment consacré un ouvrage à Charles Chaplin, publiera dans le journal *Paris-Midi* un commentaire à propos du film en octobre 1919. Il fera mention de l'excellente performance de l'acteur imitant *Charlot*, en précisant qu'il est « excessivement amusant ».

Curieusement, ce n'est pas un cas isolé puisqu'un autre film intitulé *Jim rêve qu'il est Charlot* est projeté en février 1916 et pourrait être du même type. Il ne reste malheureusement que très peu de traces de ce film, retrouvé dans un programme du Cirque d'Hiver à Paris.

Ces différents films illustrent la ferveur du public de ces années 1910 pour les films de Chaplin. Mais un dernier cas reste à présenter, celui des Poilus. Dans ce contexte de Guerre, les soldats eux aussi découvrent *Charlot*. Le cinéma permet de distraire ces hommes, exténués par le conflit quotidien auquel ils sont confrontés. Et ce de différentes façons : grâce aux permissions, moments durant lesquels les soldats se rendent dans les cinémas, pour se divertir et rire devant les acrobaties des vedettes à l'affiche ; mais également lors d'événements organisés par l'armée elle-même, mettant en place des « Journée du Poilu ». Elle récolte ainsi des fonds, permettant de former une équipe cinématographique pour chaque armée. Cette équipe montait un écran, plaçait le projecteur dans des lieux propices, comme des granges, et à la nuit tombée, les projections commençaient. Ainsi les soldats pouvaient se distraire lors de leur temps de repos également, sans attendre les permissions.

Et l'on projette des films de *Charlot*, de *Rigadin*, de *Max*, de *Boireau*, qui étaient des films de courte durée, faciles à transporter de casernes en casernes. Les soldats peuvent ainsi éprouver des émotions oubliées, loin de leur sinistre quotidien. Ce public affectionne tout particulièrement les films de Chaplin, et les aventures du personnage sont relayées un peu partout dans les tranchées. L'écrivain Blaise Cendrars témoigne dans son essai intitulé *Trop, c'est trop* (1957) de cet intérêt :

« Tout le front parlait de Charlot. A la roulante, au ravitaillement, à la corvée d'eau ou de pinard, le téléphoniste au bout du fil, la liaison P.C., le vaguemestre qui apportait les babillardes, et jusqu'à ces babillardes elles-mêmes, d'un copain à l'hosteau ou d'une marraine de guerre distinguée, ne nous parlait que de Charlot. »

La presse raconte de manière anecdotique la ferveur des officiers étrangers. Les salles de cinéma de la capitale voyaient arriver dans leurs établissements des soldats américains qui réclamaient des films de Chaplin, et se précipitaient uniquement dans les établissements qui programmaient des films de *Charlot*.

On retrouve ce même engouement avec les soldats anglais, qui n'hésitent pas à porter en nombre « la moustache à la Charlie », affirmant avec conviction leur admiration. Celle-ci est rapidement interdite par les directives de l'armée, qui demande de se raser ou de porter une moustache dite « naturelle ».

Les quelques cas distinctifs, présentés succinctement ici, permettent ainsi de prendre la mesure de l'ampleur du phénomène *Charlot* au moment de la découverte de ses films en France.

D'autres points importants, écartés de la présente communication, auraient pu être introduits : l'omniprésence de *Charlot* / Chaplin dans la presse au cours des années suivantes, la campagne de publicité massive qui est faite à chaque sortie de films ; la circulation des films entre les sociétés de location et l'acquisition des droits par Pathé à la fin des années 1910 ; ou encore la réalisation de dessins-animés à l'effigie de *Charlot* et *Fatty*, de Bandes Dessinées pour enfants également ; l'amitié hyper-médiatisée entre Charles Chaplin et Max Linder, largement mise en avant et mise en scène dans la presse ; mais aussi l'appropriation de la figure de *Charlot* par les avant-gardes artistiques ; enfin l'accusation de désertion de Charles Chaplin, par ses contemporains, largement commentée dans la presse française à plusieurs reprises.

Autant d'éléments incontournables pour véritablement cerner l'engouement du public français pour Chaplin, devenu l'une des figures majeures de ce 20^e siècle.