



0 601100 881249

Hebdomadaire
T.M. : 433 294☎ : 01 53 91 11 11
L.M. : 2 142 000

L'EXPRESS

MERCREDI 2 MARS 2011

ARTS ET SPECTACLES

Modèle du Nord

Le succès mondial des polars venus du froid a donné des idées aux producteurs scandinaves : ils ont imaginé une formule pour adapter les romans noirs à l'écran. Et attaquer Hollywood.

DE NOTRE ENVOYÉ SPÉCIAL

Ole Sondberg n'a pas froid aux yeux. Danois installé à Stockholm, il est l'un des patrons de la maison de production Yellow Bird, dont il pointe le slogan affiché sur le mur de son bureau : « On transforme des best-sellers en blockbusters. » Ce qui a le mérite d'être clair. Et pas totalement faux, en plus. A son compteur de producteur, les adaptations cinéma de *Millénium*, de Stieg Larsson, de la série *Wallander*, de Henning Mankell (versions suédoise et anglaise), et, bientôt, le personnage d'Irene Huss, d'Helene Thurstén. Voyez le genre. Du polar, des succès et un grand sourire sur le visage d'Ole Sondberg. Il n'est d'ailleurs pas le seul dans son cas. En voyage dans les pays scandinaves, à quelques jours du festival Ciné Nordica et du Salon du livre, qui met à l'honneur la littérature du Nord, L'Express a même rencontré des producteurs heureux.

Comme Yellow Bird, plusieurs sociétés se sont lancées dans le business très lucratif de l'adaptation de polar « venu du froid ». C'est même devenu une véritable industrie scandinave très structurée. A moins de dix kilomètres du sourire d'Ole Sondberg, Tre Vanner est en pleine production de la trilogie *Stockholm noir*, de l'avocat sulfureux et romancier à succès Jens Lapidus, dont le premier volet, *Easy Money*, sort en France le 30 mars.

C'est également cette petite équipe, dont la moyenne d'âge ne dépasse pas la trentaine, qui produira une série télévisée et plusieurs films autour des aventures d'Erica Falck et de Patrik Hedstrom, personnages imaginés par Camilla Lackberg, nouvelle reine du polar, en tête des ventes en France. De l'autre côté de la frontière, les Norvégiens ne sont pas en reste, qui s'occupent des aventures rocambolesques du détective privé Varg Veum, inventé par Gunnar Staalesen.

Ces sociétés ont en commun d'avoir réussi à trouver un modèle qui limite, a priori, les risques d'échec commercial. Comment fonctionne-t-il ? C'est simple, il suit trois règles.

RÈGLE N° 1 S'associer avec un auteur à succès.

Lorsque, en 2003, Ole Sondberg propose à Henning Mankell et à son agent, Lars Bjorkman, de fonder Yellow Bird, les enquêtes de l'inspecteur Wallander sont déjà connues dans le monde entier. L'auteur suédois en est à son dixième roman. L'idée est simple : Henning Mankell est financièrement associé, il cède les droits cinématographiques de ses romans à sa propre société et devient partie prenante du projet d'adaptation. « Il était essentiel que Mankell soit impliqué dans le projet et continue à écrire les aventures de Wallander », explique Sondberg. Yellow Bird s'est ainsi lancé dans l'adaptation des livres, et Mankell lui-même a écrit douze scénarios originaux directement à la série télé.

Ce que les maisons de production achètent, ce sont d'ailleurs moins les intrigues des romans noirs que leurs héros. Les histoires du détective Varg Veum, de Gunnar Staalesen, sont souvent remaniées quand elles ne sont pas entièrement revues, pour le plus grand bonheur des fans des livres, surpris par des intrigues dont ils ne connaissent pas la nouvelle fin. Tout va donc bien dans le meilleur des mondes noirs : « Ce qui me tient vraiment à cœur, souligne l'auteur, pas chagriné du tout, c'est Varg, mon personnage. » Et là, pas touche. Le héros représente une marque connue, sa notoriété est acquise, ce qui assure d'emblée aux films un minimum de succès.

**RÈGLE N° 2 Créer une étroite collaboration entre les télévisions nordiques.**

Il s'agit là, sans aucun doute, de la clef de voûte du système. « Travailler avec la télévision est nécessaire pour monter un projet sérieux en Scandinavie », explique Ole Sondberg. Le montage financier de *Millénium* fut un cas d'école, bâti sur une collaboration entre plusieurs chaînes : suédoise, danoise, norvégienne, finlandaise et allemande. Avant même le début du tournage, les films disposaient donc d'un réseau de distribution important permettant de réunir facilement le budget nécessaire.

Chez Tre Vanner, la collaboration entre le cinéma et la télévision met en place de