

Sri Bhattachaya est conseillère interculturelle pour le film « One Dollar Curry », de Vijay Singh, tourné à Paris. Un métier né du succès des films destinés à la fois aux marchés indien et occidental

Traquer les détails qui clochent, en équilibre entre l'Inde et la France

LES RÉCENTS succès populaires en Europe de films comme *Le Mariage des moussons* ou *Joue-la comme Beckham* ont stimulé le développement d'un nouveau type de films,

■ TOURNAGE

Les métiers du cinéma : conseillère interculturelle

destinés à la fois aux marchés indien et occidental. *One Dollar Curry*, de Vijay Singh, est ainsi une coproduction franco-anglo-américaine qui se tournait cet été à Paris.

Pour cette comédie d'inspiration Bollywoodienne, le réalisateur s'est offert les services de Sri Bhattachaya, une conseillère interculturelle de nationalité franco-indienne. Son rôle consiste à veiller à ce qu'aucune erreur d'ordre culturel ne soit commise sur le tournage. « Aujourd'hui, les gens sont très informés », commente le réalisateur. On ne peut plus se permettre de ne pas prêter attention à ce genre de détails. »

One Dollar Curry retrace le parcours d'un réfugié indien qui se fait passer, en arrivant à Paris, pour le descendant d'une lignée de grands chefs et lance une affaire de vente de curry à domicile. Une rivalité entre deux femmes, une Indienne et une Française, l'intervention d'un producteur de télévision, le trafic d'une huile aphrodisiaque sont parmi les ingrédients qui pimentent cette comédie de mœurs gentiment loufoque.

Sri Bhattachaya intervient de manière transversale sur le tournage, à tous les niveaux : auprès du chef décorateur, qui reçoit une partie de ses accessoires d'Inde, mais achète le reste à Paris ou au marché de Saint-Denis et peut confondre des assiettes avec des moules à glace, des gamelles pour le riz avec



« *One Dollar Curry* » est une comédie qui retrace le parcours d'un réfugié Indien à Paris qui se fait passer pour un grand chef cuisinier afin de monter une affaire.

des plats à curry.

C'est finalement la même vogue bourgeoise-bohème, celle qui a popularisé les films indiens en Europe et aux États-Unis, qui risque d'induire, via les clichés qu'elle véhicule, les principales erreurs sur le tournage. Au près du directeur de production, le travail de Sri Bhattachaya consiste par exemple à l'empêcher d'engager des figurants tamouls pour une scène tournée dans le passage Brady, « parce que, justement, les Tamouls ne viennent jamais dans ce lieu ».

Elle intervient beaucoup aussi auprès de la maquilleuse et du responsable des costumes. « Il y a une infinité de détails à connaître. Le sari, par exemple, se porte uniquement avec des accessoires parfaitement assortis : de la blouse aux chaussures en passant par les bracelets, jusqu'au bindi, la petite pastille qu'on se colle sur le front. » Cedric Grenapin, le responsable des costumes, explique par exemple que, sans son intervention, il aurait commis de nombreuses erreurs qui « semblent insignifiantes mais ont beaucoup d'importance dans la culture indienne. Ainsi, dans les classes les plus favorisées,

par exemple, les hommes portent leur chemise à l'intérieur de leur pantalon, avec une ceinture, alors que dans la classe moyenne, dont le personnage principal du film est issu, la chemise se porte toujours sortie ».

Dans ce tournage à petit budget (2 millions d'euros), qui se déroule essentiellement dans le quartier indien de Paris, la maîtrise de l'hindi permet aussi à Sri Bhattachaya de négocier avec les commerçants. Ce nouveau métier qu'elle exerce après avoir travaillé huit ans dans la communication semble promis à un bel avenir. « Il y a de nombreux phénomènes concomitants, dit-elle. On trouve de plus en plus d'acteurs et de réalisateurs "cross-over", c'est-à-dire des Indiens vivant aux États-Unis ou en Europe, comme Vijay Singh. »

Gurinder Chadha et Deepak Nayyari, respectivement réalisateurs et producteurs de *Joue-la comme Beckham*, profitent déjà du succès commercial de leur film et préparent le prochain, dans la même veine, *Bride and Prejudice*. Le mouvement inverse s'amplifie également : Warner et Fox se sont récemment installés en Inde. Et de petites sociétés indiennes inves-

tissent elles aussi le créneau. C'est le cas de Cine Bella, une entreprise pour laquelle Sri Bhattachaya a déjà travaillé : « À l'époque, leur activité se limitait à repackager des films indiens pour le marché occidental, mais c'était déjà, en réalité, la même question : comment faire pour qu'un produit plaise aux deux publics à la fois ? » Aujourd'hui, la société produit son premier long-métrage, *Arranged Marriage*, dont le tournage aura lieu en septembre à New York. « Les films produits par des sociétés indiennes durent à présent une heure et demie ou deux heures, poursuit la conseillère interculturelle. Avant, les Indiens réclamaient trois heures de film pour en avoir pour leur rêve, mais là-bas aussi les choses sont en train de changer. »

À la croisée du cinéma d'auteur et du cinéma commercial, ce nouveau type de films libère le cinéma indien de la référence unique à Satyajit Ray. « C'est plutôt une bonne chose, juge Sri Bhattachaya. L'idée est de jouer sur l'immense marché que représente la communauté indienne aux États-Unis et en Europe. »

Isabelle Regnier