

Le parcours du « Sommet des Dieux » au Japon

Depuis le 8 juillet, le long métrage est distribué en salles au Pays du Soleil-Levant. Une sortie symbolique à de multiples égards.



C'était l'un des films événements de l'année 2021. Sélectionné au Festival de Cannes, [Le Sommet des Dieux](#), de Patrick Imbert, était sorti sur nos écrans le 22 septembre avec succès, dans un contexte difficile – à ce jour, il totalise plus de 234.000 entrées. Produit par Julianne Films, [Folivari](#) et le luxembourgeois Mélusine Productions, il a été distribué en salles par Wild Bunch, également son vendeur. Pour rappel, son synopsis est le suivant : « À Katmandou, le reporter japonais Fukamachi croit reconnaître Habu Jôji, cet alpiniste que l'on pensait disparu depuis des années. Il semble tenir entre ses mains un appareil photo qui pourrait changer l'histoire de l'alpinisme. Et si George Mallory et Andrew Irvine étaient les premiers hommes à avoir atteint le sommet de l'Everest, le 8 juin 1924 ? Seul le petit Kodak Vest Pocket avec lequel ils devaient se photographier sur le toit du monde pourrait livrer la vérité. Soixante-dix ans plus tard, pour tenter de résoudre ce mystère, Fukamachi se lance sur les traces de Habu... ».

Une sortie hautement symbolique

Lauréat en février du [César du meilleur film d'animation](#), *Le Sommet des Dieux* est aujourd'hui visible sur Netflix (Etats-Unis), qui a acquis les droits pour le monde, sauf pour la France, le Benelux, la Chine, la Corée du Sud, et le Japon. Dans ce dernier territoire, il est sorti en salles cet été, le 8 juillet. Cette sortie est hautement symbolique, car *Le Sommet des Dieux* est l'adaptation du manga des Japonais Jirô Taniguchi et Baku Yumemakura (édité en France par Kana). « Il était important que

le film soit distribué au Japon, car c'est là où il a trouvé ses origines », indique Jean-Charles Ostorero, qui dirige Julianne Films, et a eu l'idée d'adapter le manga pour le grand écran. Toutefois, cette sortie s'annonçait comme un défi, car il est compliqué pour les longs métrages d'animation européens de performer sur le marché japonais, où l'animation locale et américaine dominant. Un aspect dont toute l'équipe avait conscience.

Une distribution assurée par Longride

Pour autant, le film, distribué au Japon par Longride, se démarque. Lancé sur 34 copies, il est actuellement proposé sur 71, et, prochainement, le sera sur 100. A ce jour, il enregistre 26.064 entrées, ce qui équivaut, en termes de recettes, à 36,2 millions de yens soit environ 264.000 €. Alors que sa carrière n'est pas terminée, c'est donc déjà un beau succès. En effet, un film d'animation européen génère au box-office japonais, en moyenne, 10 millions (environ 73.000 €) à 15 millions de yens (environ 110.000 €), et franchit rarement la barre des 20 millions de yens (environ 146.000 €). Eva Diederix, directrice des ventes internationales chez Wild Bunch, raconte comment s'est déroulée la vente : *« Au Japon, nous rencontrons des difficultés à trouver un distributeur habitué à sortir des films d'animation et prêt à acquérir Le Sommet des Dieux. Nous nous sommes alors rapprochés de Longride, avec qui nous travaillons régulièrement [et qui a distribué très peu de films d'animation, Ndlr]. Il a sorti plusieurs de nos longs métrages, comme Sorry We Missed You, de Ken Loach, ou Titane, de Julia Ducournau. Nous avons doublé le film en langue japonaise et nous lui avons montré cette version, d'abord pour avoir son avis sur celle-ci. Après l'avoir vue, il nous a dit qu'il ne voulait pas passer à côté de cette œuvre et qu'il voulait la distribuer ».*

Excellents retours sur les réseaux sociaux

Pour accompagner la sortie, Jean-Charles Ostorero a fait le déplacement au Japon. *« Le 7 juillet a été organisée une avant-première, en présence de Baku Yumemakura, qui réunissait des invités, du public et des journalistes. A sa suite, il y a eu de nombreux articles dans la presse. Et, globalement, le film a reçu de très bonnes critiques »,* précise le producteur. Depuis sa sortie florissent sur les réseaux sociaux d'excellents retours de la part du public. De plus, le livret dédié est acheté en salles par beaucoup de spectateurs. *« Ce livret est une spécificité japonaise. En France, c'est l'équivalent du programme vendu au théâtre »,* souligne Jean-Charles Ostorero. Face à cet enthousiasme, Longride a décidé d'éditer le film en DVD.

Copyright : 2021 / Julianne Films / Folivari / Mélusine Productions / France 3 Cinéma / AuRA Cinéma