

CANNES, BORDEAUX, BRUXELLES, ...

Par Giles Daoust

Dans le cadre de ma société de production, j'ai été amené me rendre plusieurs fois au Festival de Cannes. Même si j'éprouve une aversion profonde pour les mondanités, je suis à chaque fois frappé par la perfection du « Cannes system ».

La partie émergée de l'iceberg, c'est le Festival en lui-même : les films en compétition, le jury, la montée des marches, les stars. Mais la partie la plus importante, en nombre de personnes et en volume d'activités, c'est le Marché du Film : véritable grand-messe de la vente de films du monde entier, plus de 10.000 professionnels du cinéma y participent chaque année. Fait peu connu du grand public, la plupart de ceux qui se rendent au Festival de Cannes y vont en fait pour le Marché du Film. Si une poignée de festivals internationaux peuvent se targuer de rivaliser en notoriété avec Cannes (Sundance, Berlin, Venise, Toronto...), aucun marché du film (American Film Market à Los Angeles, European Film Market à Berlin...) ne lui arrive à la cheville.

A Cannes, tellement de pièces s'imbriquent à la perfection pour créer un événement total : le Festival et le Marché bien sûr, mais aussi les sélections parallèles (Un Certain Regard...), les projections du Marché (des dizaines chaque jour), les soirées privées, les événements sur divers bateaux, les commerces de luxe de la rue d'Antibes, les centaines de restaurants, bars et hôtels hors de prix qui affichent complet pendant la durée du Festival, j'en passe et des meilleures.

Et il n'y a pas que le Festival du Film : il y a aussi tout au long de l'année bon nombre de rencontres et de salons tels que le MIPIM (immobilier), MIPCOM (télé et digital), et bien d'autres encore. Tout, à Cannes, semble avoir été conçu pour accueillir ces grands-messes régulières de différents secteurs.

En tant qu'entrepreneur, on ne peut qu'être admiratif des forces politiques et économiques de la ville, d'avoir su pendant plusieurs décennies, tenir le cap et imbriquer petit à petit toutes les pièces de cette cité-entreprise si unique. Même si le bon goût n'est pas toujours au rendez-vous.

En quelque sorte ça me fait penser à **Bordeaux**, cité réinventée par son maire Alain Juppé. En véritable entrepreneur, il a mené pendant une vingtaine d'années un plan ambitieux pour rénover sa ville, redonner vie à son commerce, réorganiser ses transports en commun, tout réinventer. Bien entendu il ne l'a pas fait seul, mais en partenariat avec les forces économiques locales : l'effort n'en est que plus difficile – et louable.

A Cannes comme à Bordeaux, le politique n'a pas tout avalé, tout « collectivisé ». Il y a les éléments organisés par le politique (infrastructure, encadrement, aménagement...) et il y a les initiatives privées (festivals, marchés, horeca, commerces...) : l'un propulse et alimente l'autre, ce qui permet cette combinaison à succès. On reste pantois devant les décennies d'efforts menés par ces « entrepreneurs politiques et économiques » pour créer des villes-concept uniques, cohérentes, distinctives.

**On reste pantois devant les décennies d'efforts menés par ces
« entrepreneurs politiques et économiques » pour créer des villes-
concept uniques.**

On se prend même à rêver... d'un **Bruxelles** visionnaire, réinventé dans le cadre d'un grand partenariat public-privé, sans dominance de l'un ni de l'autre, avec une vision directrice claire et des enjeux alignés aux différents niveaux de pouvoir. On a encore le droit de rêver, non ?