



Les **Publics** du *Festival* de **Cannes**



Objectif :

Produire une description objective, aussi large et détaillée que possible, des pratiques, des comportements, et du rôle occupé par des publics différents et différenciés du Festival de Cannes.

Principales catégories visées :

Cinéphiles, passionnés non-cinéphiles, régionaux, représentants médias, professionnels débutants, professionnels confirmés.

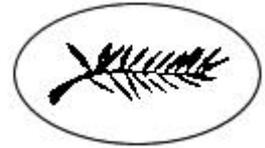
Cette enquête vise à mieux comprendre et mesurer l'influence de la participation cannoise d'un individu sur le cercle de sociabilité qui l'entoure et par ricochet sur le rôle rempli par ces premiers spectateurs sur l'opinion recueillie par un film vierge de tout regard.

Les publics du Festival de Cannes

Sociologie de la réception – Espace et Communication

PELET Jean-Eric – MENET Stéphane

07.06.2000 – MSTC 2



Cette enquête fait l'objet d'une double tâche :

1. Remplir un questionnaire nous permettant de définir les cadres sociaux et les pratiques d'où s'instruit la dilection cinématographique des publics du Festival de Cannes en vue de mettre à disposition une synthèse ethnographique globale et actualisée du Festival,

2. Etablir un entretien avec la personne interrogée à partir d'un fil conducteur reconduit à chaque nouvelle « victime ».

Ce fil conducteur regroupe une série de questions portant d'une part sur le cinéma, d'autre part sur le festival en lui-même.

Le fil conducteur

Le cinéma

Qu'est-ce que la culture cinématographique ?

Qu'est-ce qu'un film culte ?

Avez-vous un film culte ? Lequel ?

Pourquoi allez-vous au cinéma ?

Quelle est la différence entre un film culte et un bon film ?

Le festival

Comment trouvez-vous l'ambiance du festival ?

Quelle est la journée type du festivalier ?

Lieu préféré et journée type du festivalier ?

Que pensez-vous du système de barrière ?

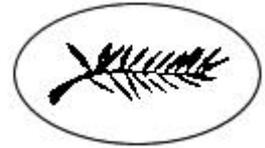
Quel est le trajet le plus souvent effectué ?

Les publics du Festival de Cannes

Sociologie de la réception – Espace et Communication

PELET Jean-Eric – MENET Stéphane

07.06.2000 – MSTC 2



D'autres questions plus spontanées apparaissaient utiles au cours de la discussion parfois.

Il semble important de donner au lecteur une carte du centre ville cannois, ou plutôt une carte des lieux empruntés le plus fréquemment par les festivaliers, des gens dotés de l'accréditation, condition nous permettant d'interroger nos « victimes ».



Tous ces entretiens menés dans des lieux tels que la plage, le MIF¹, le forum, ou à la terrasse d'un café laissent ressortir une chose : tous ont un jugement à apporter sur les publics de ce Festival particulier. Le public que nous interroignons constituait donc en soi un public du public du Festival [...] Et même si les accréditations permettaient de savoir, quand on les voyait, que la personne que nous souhaitions interroger appartenait d'une

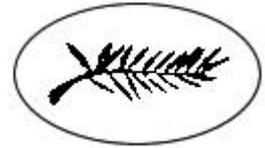
¹ Marché International du Film

Les publics du Festival de Cannes

Sociologie de la réception – Espace et Communication

PELET Jean-Eric – MENET Stéphane

07.06.2000 – MSTC 2



certaine manière à un public particulier du Festival, nous savions aussi, en tant que détenteurs de ladite accréditation, que nous pouvions nous exposer à des gens comme nous, par exemple des étudiants présents sur le Festival pour une raison plus ou moins éloignée de son objet précis - le cinéma,

L'espace

Les quelques témoignages issus de Cannois laissent clairement apparaître en tout cas combien la ville change, l'espace d'un Festival : 10 jours. Cet événement festif ô combien médiatisé s'installe dans un lieu pour le transformer, pour influencer sur son régime au demeurant paisible. Ce dernier passe alors d'un espace public à celui d'un milieu défini, confiné voire impénétrable, le cinéma.

En témoigne le marquage que l'on constate dès notre arrivée sur place.

Des zones sont ainsi définies, matérialisées par des barrières métalliques, allant pour l'une d'entre-elles du rond-point de la place Bergia à la pointe du Port le long de la Croisette, servant à refouler les autres véhicules que les officiels.

D'autres barrières pour définir une autre zone, celle réservée aux piétons, et empêchant les « non-officiels », c'est-à-dire sans accréditations, sans « pass » sans le césame d'une soirée VIP ou d'une montée des marches, d'accéder.

Une troisième zone située au sud de la gare, démarque un lieu sujet aux manifestations du Festival, telles que des projections, ou d'autres manifestations. C'est aussi un lieu de sustentation et un lieu de « décollage » avec les navettes mises à disposition par les hôtels.

Pour finir, le reste de la ville, comme le souligne Benjamin GRAJZGRUND, (Cf. entretien n°7, en annexe), bien qu'emprunté par la circulation, reste marqué par l'absence de spectacle, ne serait-ce que celui procuré par les festivaliers. Il est peut-être un de ceux qui se métamorphosent le moins à l'occasion du Festival.

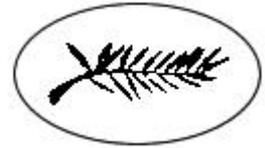
Toutes ces zones définissent elles-mêmes des catégories d'individus - pour employer les mêmes termes que plus haut - nous pourrions parler des officiels et des autres. Mais cette ségrégation n'est elle-même pas tout à fait juste, puisqu'il existe une marche peut-

Les publics du Festival de Cannes

Sociologie de la réception – Espace et Communication

PELET Jean-Eric – MENET Stéphane

07.06.2000 – MSTC 2



être aussi importante qu'entre les uns et les autres, parmi les détenteurs d'accréditations, les officiels. Tout ces accrédités n'ont en effet pas accès aux mêmes lieux, qu'ils soient compris dans le monde du cinéma (les marches, le Palais du Festival, le MIF) ou dans celui des soirées, de la fête.

Il est alors intéressant de se demander comment l'espace public se transforme en «milieu cinématographique», c'est à dire occupé par des gens dont l'élément fédérateur est d'appartenir au milieu du cinéma, et comment ce même espace se transforme en un lieu propice à l'espacement des classes sociales, à la mise en valeur de certains pouvoirs conférés le temps du Festival par la possession d'un petit badge.

Certes, les barrières métalliques filtrent, surveillent, contrôlent, et parfois même, facilitent le passage, mais lorsqu'un garde du corps, un videur ou n'importe quelle personne bloque le passage à quelqu'un qui n'a pas l'accréditation de la bonne couleur, et lui fait comprendre qu'il est vraiment temps qu'elle se retire, le rapport entre le frein et le moteur n'est plus le même. L'espace joue donc un rôle dans la construction du spectateur du Festival, et j'ajouterai aussi le temps. En effet, les multiples refoulements desdits videurs nous oblige malgré nous à ruser, à esquiver des interdictions totalement inutiles, pour qui veut « passer ».

Cette expérience de la rébellion s'acquiert après plusieurs jours, malheureusement.

Les festivaliers

Le mode de présence des festivaliers diffère du mode de présentation des festivaliers à Cannes. Leur comportement influe sur leur façon d'occuper l'espace dans lequel ils évoluent.

Le mode de présence

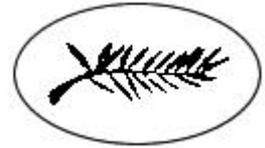
Le festivalier qui circule, ne circule pas de n'importe quelle manière. On se rend compte ici que son évolution joue un rôle actif dans la construction du statut de spectateur du

Les publics du Festival de Cannes

Sociologie de la réception – Espace et Communication

PELET Jean-Eric – MENET Stéphane

07.06.2000 – MSTC 2

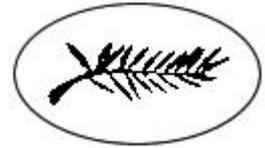


Festival, comme s'il affichait un statut particulier. La démarche adoptée pour aller d'un endroit à un autre rend compte de l'activité du festivalier. En étant pressé, il témoigne d'une activité débordante, et par conséquent, qu'il est intégré au festival en tant que personne active, en tant que privilégié si ce n'est en tant «qu'officiel», pour reprendre un terme déjà utilisé. Cette attitude est en tout cas un moyen de se différencier des autres, des personnes immobiles, spectateurs des gens pressés. Les mêmes gens pressés qui ne se sentent dès lors plus gênés de se voir conférer le statut illégitime et éphémère de star...

Ces gens qui attendent adoptent à leur tour un comportement loin d'être naturel. En effet, que l'attente ait lieu dans la file des marches rouges (celles du Palais) ou dans la file des marches bleues (celles du cinéma 'Un certain regard'), elle n'est pas la même. Alors que la première peut-être davantage composée d'invités, en plus de ceux qui travaillent, en plus des professionnels ou des médias, la deuxième file d'attente verra davantage de pures cinéphiles, loins d'être gênés du fait que le film qu'ils vont voir ne soit pas présenté en compétition.

Mais quelle que soit la file d'attente à laquelle le spectateur prend part, il se doit d'être actif, par des gestes du quotidien qui semblent plus mis en valeur durant ce Festival (utilisation massive du téléphone portable, regard ininterrompu sur sa montre, sur le programme de la journée, recherche désespérée de la personne qu'on attend et à qui on doit remettre une place pour un film qui passe dans deux heures etc.). Cette attitude témoigne d'une stratégie du spectateur qui cherche à s'intégrer à l'événement. Elle semble si naturelle au regard du nombre de personnes qui l'emploie qu'on a le sentiment que ces dernières font partie d'une mise en scène.

Ces files d'attente sont aussi l'occasion d'échanger sur le film qu'on vient de voir, d'établir des critiques sur un film donné. Critique qui ont plus de raison d'exister qu'ailleurs apparemment, un peu comme si ces gens qui attendent dans les files avaient plus d'expérience depuis leur entrée en scène, depuis leur arrivée à Cannes, et donc plus de pouvoir à juger d'une oeuvre.



Le mode de présentation

L'apparat qu'utilise le festivalier représente lui aussi sous une certaine forme un moyen de se démarquer au sein du Festival, au même titre que la qualité de l'accréditation que l'on détient par exemple. La relation entre l'espace et l'apparat, le costume, n'est pas sans interférer dans l'attitude du festivalier.

Le smoking joue à la fois le rôle d'insertion nécessaire aux soirées les plus «branchées» - en théorie (il ne m'est pas apparu autrement qu'un costume ringard voire loufoque au cours de soirées) -, il s'apparente à un uniforme indispensable à l'heure de la montée des marches, et peut prêter à sourire quand il est porté entre le lieu d'habitation et ces lieux « de spectacle ». Sa caractéristique qui est « d'habiller » quiconque le porte, décredibilise sans doute l'image qu'il véhicule, et c'est ainsi qu'il semble petit à petit délaissé.

Conclusion

Le slogan de la sécurité routière « bien voir, bien vu », correspond assez bien à l'image que les gens que nous avons interrogé ont de Cannes, qu'ils soient professionnels ou non du Festival.

Evènement du show par excellence, les publics adoptent des attitudes différentes selon l'endroit où ils se trouvent, suivant le moment de la journée, et suivant les gens avec qui ils sont.

Les lieux eux mêmes témoignent d'un bouleversement important dans leur identité avec les noms qui leur sont prêtés le temps du Festival, tellement éloignés du reste de l'année. Bien que les espaces publics tels que les restaurants, les plages, les bars, les trottoirs ou les rues soient accessibles par tout un chacun, ils n'en demeurent pas moins animés par un seul leitmotiv - le Festival de Cannes. Le même Festival qui n'existe que par la présence de lieux privés (salles de cinéma, soirées VIP, ...).

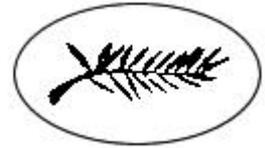
Ce paradoxe semble prédominant dans l'étude que nous avons conduite auprès des spectateurs / acteurs du Festival. A la manière d'un film, les publics accrédités du

Les publics du Festival de Cannes

Sociologie de la réception – Espace et Communication

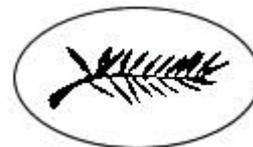
PELET Jean-Eric – MENET Stéphane

07.06.2000 – MSTC 2



Festival jouent un rôle dans lequel les autres publics tentent de s'immiscer en assistant aux mêmes projections, aux mêmes soirées, en se rendant dans les mêmes lieux que ceux que ces gens qui font rêver empruntent.

Cette présence constitue en soi une participation au Festival de Cannes. La question est de savoir si malgré les différents reproches que les personnes questionnées adressent à son encontre, le fait de participer au Festival suffit d'une part à garder une image positive de ce dernier, et d'autre part à faire perdurer cette image glamour, magique véhiculée depuis le début...



ANNEXES

Entretiens

Jean-Eric PELET	Date de passation : 11.05.2000	N° : 1
	Lieu de passation : plage	

Fotini DIAMANTIDAKI (Grèque)

Cannes apparaît pour Fotini (21 ans, Grèque) tel un endroit superficiel, en particulier pour la population jeune. La grande population « d'étrangers du Festival de Cannes » la gêne, dans la mesure où l'accès aux places de cinéma est plus dilué, voire plus délicat quand il faut se battre pour obtenir ce césame indispensable pour qui se passionne du septième art.

Le lieu n'apparaît pas comme elle l'avait rêvé. Certes, strass et paillettes sont là mais ça n'est pas si passionnant. Même avec l'accréditation, ce sont les amis et la bonne compagnie durant le festival qui comptent le plus. Tout le monde tend à s'orienter vers les endroits du cinéma (les cinémas : Les Arcades, L'Olympia, Le Star, les salles transformées pour l'occasion en salles de cinéma : MJC Ranguin, Le Raimu, Théâtre La Licorne, MJC Picaud, Studio 13, salle Miramar, Salle Alexandre 111), les marches du palais, les marches bleues d'Un certain regard, de façon à être vu. « Les gens attendent des stars toute la journée : il y a de la fausseté. » Malgré tout, la grande diversité des pays représentés enrichie la vie à Cannes et ce rassemblement permet en outre d'assister à des séances de film appartenant au passé.

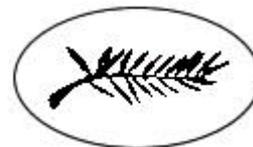
Cannes est aussi selon Fotini l'occasion de voir des films de bons réalisateurs connus ou non, et c'est aussi parfois l'occasion pour eux de se faire reconnaître. Cannes serait donc une sorte de tremplin vers la gloire, la reconnaissance et pourquoi pas le statut de star à la clé.

Les publics du Festival de Cannes

Sociologie de la réception – Espace et Communication

PELET Jean-Eric – MENET Stéphane

07.06.2000 – MSTC 2



Certains endroits du festival paraissent plus dédiés au cinéma que d'autres, comme s'il existait une séparation entre les films officiels et les autres. C'est ainsi que les choses paraissent établies, mais peut-être cette tendance va-t-elle aller en s'aggravant. De plus en plus de films à gros budgets envahissent le marché ce qui entraîne une dérive des films à plus petits budgets au profit des autres.

Jean-Eric PELET	Date de passation : 11.05.2000	N° : 2
	Lieu de passation : plage	

Laurent PERTE (Français)

Pour une première venue à Cannes, Laurent s'étonne du peu de Français qu'il rencontre ou qui constitue l'audience du Festival. Il déplore le fait que son école de commerce n'ait pas passé le temps nécessaire à lui faire découvrir davantage ce lieu magique, en lui expliquant davantage les trucs et astuces pour se procurer à la fois places de cinéma et accréditations indispensables pour qui veut faire partie intégrante de cet événement. Il éprouve même parfois le sentiment d'être perdu, tant les choses lui paraissent nouvelles et totalement en décalage par rapport au reflet qu'il avait eu de la télévision. La représentation qu'il se fait aujourd'hui de Cannes est telle qu'il se demande s'il a vraiment sa place, en dehors de la partie cinéma à proprement parler : aller voir des films à Cannes semble être désormais le principal de ses objectifs.

En fait il se pose la question suivante : comment intégrer un milieu dans lequel on se sent tellement mis à part dès le départ, dès l'arrivée à Cannes durant le Festival ? « Cannes est l'image de la société de consommation, les gens sont là pour se montrer. Cette ville est un symbole de l'ostentation, de la société de consommation version classe supérieure. »

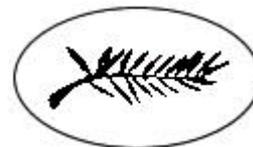
Laurent avait des idées préconçues sur le Festival de Cannes, et s'imaginait entre autre que tout était mieux organisé. Par exemple le forum apparaît comme une administration où tout prend du temps et se fait lentement...

Les publics du Festival de Cannes

Sociologie de la réception – Espace et Communication

PELET Jean-Eric – MENET Stéphane

07.06.2000 – MSTC 2



Une chose est sûre, la ville semble complètement transformée durant le Festival. En Niçois, Laurent est à même de témoigner, et affirme que Cannes correspond à un bon choix de lieu sur la côte d'azur pour vendre le cinéma.

Dans son ensemble, ce festival n'est pas sans lui rappeler la fête du cinéma, avec par exemple l'utilisation du programme permettant d'optimiser l'emploi du temps de la journée. « C'est lui qui te guide dans la journée ».

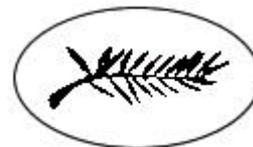
Ainsi, le programme lui indique que la sélection des films du Festival ne représente pas forcément les plus intéressants des films à voir.

Pour conclure, Laurent reconnaît qu'il y a vraiment trop de monde. Comme il n'aime pas le monde (ou du moins est-il agoraphobe), il se réaffirme à lui-même qu'il ne vient là que pour les films...

Jean-Eric PELET	Date de passation : 11.05.2000	N° : 3
	Lieu de passation : bar	

Olivier LAMOUR (Français)

Olivier est un cinéphile averti qui parle en professionnel de la branche, puisqu'il travaille en tant qu'assistant réalisateur. Selon lui, « Cannes est une sorte de façade qui permet au spectateur / public de perpétuer le rêve du cinéma ». En parlant des lieux, Olivier constate que certains d'entre-eux font parti du festival. « Cannes apparait tel un mythe réel qui fait venir le cinéma dans le monde de la réalité. Une façon pour le monde du cinéma de perpétuer son attirance ». Malheureusement, le temps d'Olivier est compté...



Jean-Eric PELET	Date de passation : 12.05.2000	N° : 4
	Lieu de passation : forum	

Anne-Françoise DUQUENNOY (Française)

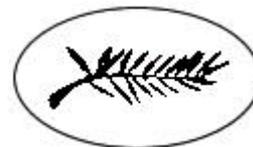
Dès le début du Festival, Anne-Françoise, enseignante, est surprise du peu d'élégance voire d'excentricité dont la population (féminine en particulier) se pare. «l'image de Cannes n'est pas le reflet du 20H à la télévision. C'est plutôt le même public qu'à l'Horset à Paris [...] ».

En revanche, et là Anne-Françoise s'écarte du sujet, les bas prix de la restauration à Cannes durant le Festival l'étonnent. C'est finalement un lieu de gens normaux. « Le public du Festival est un public de province, pas transformé ni stéréotypé, et tant mieux ! »

L'apparat de Cannes (donner un nom à des endroits par exemple) fait partie du rêve et donc du cinéma. Il existe une sorte de contradiction que la magie du cinéma opère. A la manière du cinéma, les noms prêtés aux lieux durant le Festival sont susceptibles à eux-seuls d'évoquer des titres de film.

Un aspect énèrve profondément Anne-Françoise cependant : l'aspect des «nénettes» qui se montrent est énervant, voire scandalisant. « C'est surfait et artificiel ». Les shows que Cannes fait vivre ne sont pas tous palpitants.

Pour elle, les gens sont cons de marcher vers des voitures pleines de filles à la poitrine opulente (cf. la voiture américaine couleur rose bonbon de Spray, www.spray.com, pleine de filles au corps somptueux, mais vêtues de pantalons blancs transparents et de strings noirs). Cet aspect s'apparente à une sorte d'infantilité, de vulgarité grandissante dans la société française.



Jean-Eric PELET	Date de passation : 12.05.2000	N° : 5
	Lieu de passation : forum	

Gwenaëlle JULIEN (Française)

Un peu Cannoise, Gwenaëlle a vécu deux ans à Cannes, notre actrice-débutante constate que la ville est « hyper morte » durant l'année en comparaison à ce qui se vit pendant le Festival. D'une ville de « vieux et de chiens », Cannes passe à un statut de ville de stars, ce qui n'est pas pour lui déplaire.

Un reproche à cette ville : il n'existe pas d'activité réellement culturelle poussée par la municipalité. Par exemple, René CARTIER (directeur des affaires culturelles de la ville de Cannes) veut promouvoir le théâtre de la ville, mais ça reste inexistant. Concernant le festival, le fait qu'on n'entende pas parler de Gilles JACOB, délégué général du Festival de Cannes, l'irrite.

Certes, il existe des événements d'ampleur internationale à Cannes, mais rien sur la création contemporaine.

Au niveau du cinéma, un film comme l'humanité de Luc et Jean-Pierre DARDENNE primé en 1999 n'est même pas sorti à Cannes, ce qui n'est pas sans déplaire à Gwenaëlle, cinéphile convaincue.

Non, pour elle, les festivaliers sont des parisianistes : ce ne sont pas forcément des gens très cinéphiles. « Il y a beaucoup de snobinards, des gens qui ne sont là que pour se montrer ».

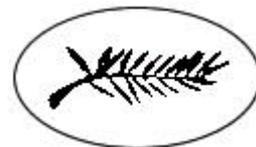
Des plus petits festivals ont beaucoup plus d'impact pour la création cinématographique. « Les écrivains ou les acteurs sont malades de venir dans le bouillon cannois ». Quand on est à Cannes, c'est vraiment chacun pour soi. Même avec des invitations, il est

Les publics du Festival de Cannes

Sociologie de la réception – Espace et Communication

PELET Jean-Eric – MENET Stéphane

07.06.2000 – MSTC 2



difficile de donner ses places aux gens qui n'en n'ont pas : la solidarité n'est pas de mise en ce lieu si sacré.

Une forme d'égoïsme existe assurément : le showbiz monte au cerveau ; c'est très malsain : « les gens sont méprisants et présomptueux ».

Jusque dans les soirées où personne n'a plus les pieds sur terre. Le Festival attire une foule qui se fiche du cinéma mais qui vient quand même pour voir si les vedettes sont dans les salles, dans les soirées, au cas où ils puissent draguer l'une d'entre-elles...

Jean-Eric PELET	Date de passation : 13.05.2000	N° : 6
	Lieu de passation : MIF	

Allessandra PIANIGIANI (Française)

Allessandra travaille au MIF² en tant qu'hôtesse pour une société américaine qui vend et achète des droits filmiques.



Le MIF

Lieu réservé aux professionnels, il est très difficile d'y entrer. Les médias y fourmillent, tout comme les professionnels (acheteurs/vendeurs) pour qui tout est mis à disposition (salles de conférences, minitel, points internet, téléphones, casiers, nourriture, boisson...)

Le palais des festivals fonctionne comme les autres palais, avec des lieux destinés au public, des lieux privés réservés aux habitants ou au personnel, des salles ayant chacune

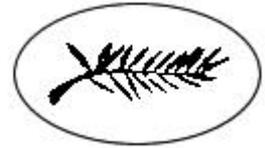
² Marché International du Film

Les publics du Festival de Cannes

Sociologie de la réception – Espace et Communication

PELET Jean-Eric – MENET Stéphane

07.06.2000 – MSTC 2



Il existe deux catégories de spectateurs selon Alessandra : «ceux qui viennent au Festival de Cannes pour le travail et ceux qui ont des invitations et qui ne viennent à Cannes que pour faire la montée des marches et avoir des boissons gratuites ».

Au MIF, beaucoup de gens en ont marre de Cannes et ne viennent plus ici que par obligation. Seulement la moitié des gens qui appartiennent au marché montent les marches, profitant ainsi du système : invitations, soirées, etc.

Les outsiders (touristes) ne voient Cannes que pour le Festival, son aspect glamour et bien sûr la possibilité de voir des stars. La plupart des touristes ne s'imaginent ainsi pas qu'il existe des soirées, n'identifiant Cannes qu'au tapis rouge de la montée des marches... Ils ne savent pas qu'il existe un marché international du film.

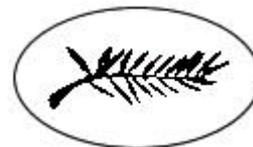
Pour la majorité d'entre-eux, le cinéma, c'est Hollywood, et c'est les stars, sans penser qu'il existe un marché, un travail et beaucoup de temps passé à la vente du film, à sa promotion etc.

Il y a beaucoup de travail avant qu'un film ne sorte en compétition. Le rôle du MIF est en partie de faire ce travail, mais c'est aussi un lieu de rencontres pour le business.

D'un point de vue des acteurs (au sens acheteurs / vendeurs de films), le Festival de Cannes n'a pas assez d'impact pour que ces derniers s'y investissent vraiment (Disney, Warner, Fox ...)

La publicité d'un film existe durant six mois aux Etats-Unis et ne servira que durant une semaine si le film paraît au Festival de Cannes.

Pour Alessandra, Cannoise, la ville est une « autre planète » durant le Festival. Alors que c'est plutôt une ville banale et sans intérêt le reste du temps. Il n'y a rien mis à part La Croisette. Selon elle, la moitié du chiffre d'affaire de l'année de la ville de Cannes doit être réalisée durant le Festival, en partie grâce aux hôtels (Le Carlton, Le Martinez, Le Majestic, Le Noga Hilton, Le Hilton International) qui donnent à Cannes ce côté « St-Tropez » pendant l'été.



Cannes n'est synonyme de fête que pour une certaine catégorie de gens. Une sorte de « fête de l'école » de l'année. En effet, pour les professionnels, Cannes représente un marché plus excitant que les autres marchés durant l'année, avec ce côté glamour, strass et paillettes qui transpire par certains aspects. Mais c'est aussi un milieu très superficiel où il n'est pas si facile d'assurer une certaine légitimité.

En tous cas, l'argent qui circule à Cannes pendant le Festival représente des sommes colossales. Ainsi, chaque participant au MIF représente une part du budget d'une société en soi, si l'on compte les coûts de voyage, transports sur place, hotels...

Jean-Eric PELET	Date de passation : 13.05.2000	N° : 7
	Lieu de passation : MIF	

Benjamin GRAJZGRUND (Français)

Benjamin pense que le Festival commence en bas du Boulevard Carnot (voir la partie hachurée de la carte ci-dessus), et que l'autre côté représente la partie «inexistante» de Cannes qui ne vit pas du commerce ou très peu. Selon lui, le Festival se résume à La Croisette. D'années en années, le Festival de Cannes s'étend sur l'eau avec l'envahisseur représenté par les organisateurs de soirées. Aujourd'hui, les plages sont devenues des bureaux. Les hotels veulent montrer ce qu'il y a de plus beau à Cannes en jouant énormément sur l'espace, et donc en investissant l'eau.

En tant que groom (rencontré au MIF lui aussi), Benjamin est au contact des stars (il les



la patience des gens qui attendent une journée durant en face du péron d'un hotel...

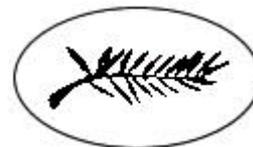
protège par mauvais temps avec des parapluies par exemple). Pour lui, la passion et elle-seule anime l'engouement pour les marches. Plus il y a de gens qui regardent vers ces marches, plus de badauds voudront faire de même. Une chose l'étonne toujours

Les publics du Festival de Cannes

Sociologie de la réception – Espace et Communication

PELET Jean-Eric – MENET Stéphane

07.06.2000 – MSTC 2



cependant, bien que ce festival soit le dixième auquel il assiste, étant Cannois, c'est la patience des gens qui attendent une journée durant en face du péron d'un hôtel prestigieux, pour voir une star, alors qu'il sait qu'elle ne va pas arriver avant une heure avancée de la journée : même s'il n'y a « personne », et même si on leur dit, les gens attendent « parcequ'on ne sait jamais... ». « C'est démesuré mais c'est bon pour l'ambiance de la ville : ça lui donne un coup de speed ! ». En dehors du Festival, Cannes n'est pas une ville morte, peut-être en partie parcequ'il y a beaucoup d'étudiants.

Le Carlton, comme les marches du palais, représente un des lieux mythiques avec un certain prestige. Le Palm Beach est lui moins connu. Il appartenait à la mairie en 1999 et c'est Lucien Barrière qui l'a racheté en 2000.

Jean-Eric PELET	Date de passation : 13.05.2000	N° : 8
	Lieu de passation : MIF	

Maggi MARIELENA (Italienne)

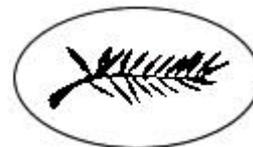
Maggi est au MIF pour faire la promotion de la nourriture d'une ville italienne.

Elle est assez déçue du Festival, l'imaginant totalement différent. Elle le trouve en fait très faux, trop superficiel. Le fait de vouloir faire de l'argent est trop présent dans les relations qu'elle interprète dans son entourage de professionnels du film, au MIF. « It's a big circle of money makers »³

Maggi ne s'attendait pas à avoir de la notoriété avec les stars et eut un sentiment étrange, se disant que Cannes était un endroit merveilleux mais peut-être trop peuplé: la claustrophobie l'emporte parfois. Les rues lui paraissent très étroites, renforçant cette idée de lieu confiné.

Les nombreuses filles qui s'habillent pour être remarquées (comme si elle prenaient part à un film) l'étonnent un peu.

³ C'est un énorme endroit d'investisseurs



Les gens sont parfois vraiment intéressés aux films, mais c'est parce que l'on est à Cannes que l'on peut interpréter combien les gens sont intéressés d'être ici.

Alors que certaines personnes regardent les gens et examinent les choses très précisément, d'autres ne sont là que pour marcher, sans se soucier de ce qu'il «faut» voir.

Pour conclure, Maggi pense « it's a schame people come here and only see without switching their brain on »[...]»⁴

Stéphane MENET	Date de passation : 12.05.2000	N° : 1
	Lieu de passation : stand de l'ADAMI	

Gladys

La culture cinématographique, c'est aller au cinéma, prendre du temps pour voir les films et savoir ce qu'ils cachent derrière les dialogues, les plans, les transitions entre chaque scène ou chaque plan.

Mais, c'est être également au goût de la tendance, être à la mode.

Un film culte, c'est un film qui sert de référence universellement. C'est un film qui percute, qui passe un message lourd de conséquences pour la société et la vie que l'on mène. Pour Gladys, le cinéma américain n'est pas une culture.

Un film culte est un film dont tout le monde se souvient. Le culte a été créé car des scènes, des dialogues ont marqué la mémoire d'une large partie de la population, car intégré dans un sentiment collectif.

« Pour moi, chaque époque a son film culte ».

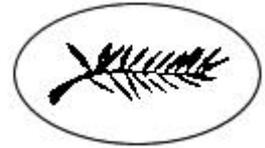
Gladys n'a pas spécialement de film culte, elle en a plusieurs. « Le sixième sens », par exemple, l'a sérieusement touchée.

Les publics du Festival de Cannes

Sociologie de la réception – Espace et Communication

PELET Jean-Eric – MENET Stéphane

07.06.2000 – MSTC 2



Plusieurs films ont attiré son attention. « Certains films ont plus ou moins d'intérêt selon les périodes que nous rencontrons dans la vie ».

Un bon film doit nous faire éprouver des sentiments forts, « il doit nous faire plonger dans un univers et nous donner les mêmes sentiments qu'éprouvent les personnages. » Ce sont des films sur lesquels on peut porter une réflexion. Ce sont des films qui nous rendent joyeux, tristes, perdus, heureux...

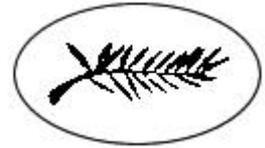
Pour les gens, en général, aller au cinéma, c'est de la distraction, c'est ne penser à rien alors qu'au contraire, si on va cinéma, c'est pour apprendre quelque chose. On doit aller au cinéma la tête vide et en ressortir la tête pleine. La plupart du temps, c'est le contraire qui se passe. Si Gladys va au cinéma, c'est pour s'enrichir.

L'ambiance du festival est évidemment assez superficielle, la recherche du spectateur est essentiellement axée sur l'espoir de voir des stars. Aller voir les films vient au second plan.

Beaucoup de gens ne viennent qu'une fois pour voir les marches et les stars. C'est très impressionnant de voir tous ces gens qui attendent devant les marches pendant des heures et des heures... L'effet de starlettes est ce qui fait Cannes, moins maintenant, mais c'est toujours présent. Finalement, les gens « moyens » sont étrangers au Palais. Le public essaie de jouer des rôles, de rentrer dans ce monde. Il n'y a pas de renseignements, d'identification des lieux, ce ne sont que des cadres. Ce qui importe, c'est ce qu'il y a à l'intérieur. « On ne fait pas attention à la beauté du paysage, des hôtels ou à l'organisation... ». Les gens ne réfléchissent pas à ce qui les entourent. Gladys trouve donc qu'on ne fait pas attention à la ville en elle-même, qui est aussi complètement transformée durant le festival.

Il y a un fort effet de masse, un effet de foule... On recherche où est l'action (les stars avec les journalistes...).

⁴ C'est dommage que les gens ne viennent ici que pour voir sans prendre le soin d'allumer leur cerveau...



Stéphane MENET	Date de passation : 12.05.2000	N° : 2
	Lieu de passation : Forum	

Marc Blanquart

La culture cinématographique, c'est comprendre pourquoi aujourd'hui on fait tel ou tel film, comprendre quel est le quota des films ou qu'est-ce qui fait un metteur en scène. La culture cinématographique c'est la culture passée. « C'est le poids du passé qui pèse sur la création d'aujourd'hui ».

Il y a deux choses dans la culture cinématographique : il y a ceux qui voient (les esthètes qui jubilent), qui voient ce qu'il se passe dans le film et ceux qui ne voient pas, qui voient juste un film pour voir un film.

Un film culte est un film qui vieillit bien, qui ne vieillit pas comme les films de la nouvelle vague. Ce sont des films qui ont marqué une étape, qui ont fait avancer. Pourquoi ? Parce que c'est l'œuvre de visionnaires. « C'est seulement aujourd'hui qu'on comprend pourquoi ces films ont foutu un tel bordel à l'époque. Par l'utilisation de la caméra à l'épaule, les dialogues... »

Les films cultes, ce sont les anciens westerns, les Chaplin ou « 2001, l'Odyssée de l'espace » ou « La Fiancée de Frankenstein ».

Pour moi, la technique seule ne rentre pas dans le cultissime.

Il y a un monde entre King Kong dont l'affiche originale coûte 10 millions de francs et qui est culte et Jurassic Park.

Il y a la même performance technique mais c'est l'histoire qui change tout.

De toutes façons, bien que le culte soit très subjectif, il y a des films qui sont internationalement incontournables, et c'est ça, le culte.

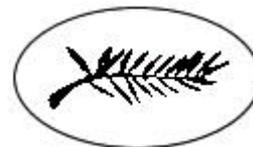
Le lieu que Marc fréquente le plus avec le Palais, les salles, c'est le forum. Pour travailler. La journée type pour lui, c'est de faire la queue, faire la queue pour avoir les places, voir les films. L'attente est quelque chose de fort à Cannes. Le temps est très important : les

Les publics du Festival de Cannes

Sociologie de la réception – Espace et Communication

PELET Jean-Eric – MENET Stéphane

07.06.2000 – MSTC 2



horaires des films, la montée des marches, l'attente devant les hôtels dans l'espoir de voir une star...

Les barrières ont quelque chose de frustrant. « Si on n'a pas le bon badge, on est comme un con » dit-il. Marc a un badge qui lui permet d'aller où il a envie donc il n'a pas à se plaindre. Mais il est sûr que les gens sont frustrés parce qu'on leur refuse plus qu'on ne leur donne.

Marc trouve qu'il n'y a pas grand chose à faire dans le forum et dans le salon professionnel. Il y va plus par curiosité. Il y a un côté élitiste, sélectif qui est plutôt antinomique avec le cinéma. Le festival lui-même est antinomique car on donne au public de voir et d'un autre côté, on restreint fortement les accès. D'autres événements comme Le MIDEM, sont strictement professionnels, c'est clair. Le festival de Cannes est entre les deux. C'est le public qui fait Cannes, c'est la caution du succès.

Stéphane MENET	Date de passation : 13.05.2000	N° : 3
	Lieu de passation : Forum	

Nelly Aurouze

« La culture cinématographique, c'est lire les magazines spécialisés, aller très souvent au cinéma...Ce n'est pas moi ! ».

Nelly n'a pas de film culte. Pour elle, cela n'exprime rien, on voit plusieurs films, on en apprécie certains et on évolue. On n'a pas besoin de références.

« On va au cinéma pour diverses raisons très variées. » Cela dépend de beaucoup de choses. Du moment où on va voir le film, pour se détendre, s'évader, voir des histoires qu'on ne voit jamais, faire des voyages. Cela dépend aussi de la façon dont on a entendu parler du film et cela joue sur l'appréciation du film. On y va pour s'évader ou pour s'enrichir.

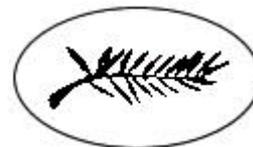
Ses motivations pour aller au cinéma, c'est l'entourage, les acteurs (Nelly me fait remarquer qu'elle adore Jean-Pierre Bacri), les critiques. Elle écoute beaucoup la radio

Les publics du Festival de Cannes

Sociologie de la réception – Espace et Communication

PELET Jean-Eric – MENET Stéphane

07.06.2000 – MSTC 2



lorsqu'elle est en atelier avec ses élèves (Nelly est professeur de couture dans un lycée de Cannes : Lycée des Coteaux section BTS costumière).

Elle ne trouve pas le temps d'aller au cinéma car elle travaille beaucoup.

Nelly est seulement là pour la journée, elle ne se déplace pas du forum puisqu'elle est là pour tenir le stand du lycée. Tandis que le proviseur est là pour drainer des contacts, pour faire la vitrine du lycée.

Nelly pense que « Cannes, c'est trop frime », réservé à un certain groupe de personnes. Les autres sont là pour essayer de voir ce qu'ils ne verront pas comme ils le veulent. Ils sont là pour rêver et quelque part on entretient ce rêve par la limitation de certains accès et les barrières.

Stéphane MENET	Date de passation : 13.05.2000	N° : 4
	Lieu de passation : Maison du cinéma (face au Palais)	

Vanessa Nony

Vanessa va au cinéma en fonction du réalisateur. Alors qu'en général, les gens vont au cinéma selon la promotion ou par le bouche à oreille.

Être cinéphile, c'est y passer une bonne partie de son temps, de sa vie même. « Pour moi, c'est une question de suivre le réalisateur ».

Le cinéma donne un plaisir et nous permet de découvrir une œuvre d'art. Les réalisateurs ont une vue, une position et une façon de filmer. Ils nous font voir comment ils s'approprient l'histoire.

Vanessa pense qu'il n'y a pas de cinéma pour se changer les idées ou s'évader. On a devant soi une proposition d'une vue du cinéma. C'est intéressant de voir comment le réalisateur, le metteur en scène enrichissent l'histoire du cinéma.

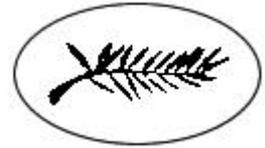
Un bon film doit avoir une bonne mise en scène, une certaine fluidité, de beaux plans, de beaux cadrages. On doit sentir un langage cinématographique et de la création.

Les publics du Festival de Cannes

Sociologie de la réception – Espace et Communication

PELET Jean-Eric – MENET Stéphane

07.06.2000 – MSTC 2



« J'adore les films d'auteurs ».

« Je trouve que TITANIC est un film d'auteur de par les personnages et les scènes intimes pendant l'action ».

« Mes films cultes, c'est « La Porte du Paradis » et « Voyage au bout de l'enfer » de Michael Cimino. »

Un film culte est un film qu'on défend corps et âme, c'est un film qui transcende la notion de cinéma. C'est un film universel de par son thème, sa fluidité, sa mise en scène et la relation des personnages.

L'ambiance est plutôt professionnel, il y a un peu un aspect « foire aux vanités ». L'ambiance se fait surtout dans le Palais qui est un lieu spécifique.

La journée type, c'est se débrouiller pour avoir des places, voir des films et les soirées.

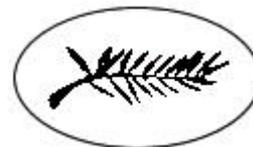
Son lieu privilégié est le marché du film, les stands de cinéma asiatique plus particulièrement.

Le lieu que Vanessa aime le moins, c'est le couloir où on retire quelquefois les places. C'est tout petit, il y a beaucoup de monde, tout le monde s'impatiente, ça se presse...

Le système de barrières ne m'occupe pas vraiment, je peux aller partout.

Il y a quelque chose que Vanessa trouve dommage, c'est que les conférences de presse se passent dans un lieu clos et privilégié. « Ce serait bien que cela se passe en extérieur ». Pour l'instant ce n'est accessible qu'à l'intérieur du Palais. C'est vraiment un lieu central, un lieu spécifique.

C'est le festival où il y a le plus de sécurité, c'est le plus médiatique. C'est un festival qui se fait à distance avec les médias, les paillettes... « On donne à voir au public. ».



Stéphane MENET	Date de passation : 14.05.2000	N° : 5
	Lieu de passation : stand de l'ADAMI	

Entretien 5 (Manuel Saez)

La culture cinématographique, c'est aller souvent au cinéma, acheter des magazines spécialisés. Par rapport aux films, c'est connaître les acteurs et les critiques. C'est aussi participer plus ou moins activement à d'autres festivals que celui de Cannes (celui de Gérardmer par exemple).

Un film culte est un film marquant, un film qui choque. Manuel l'assimile à une histoire vraie car cela met plus en condition. C'est un film dont on se rappelle mais c'est très subjectif. Le culte est intime, il n'est pas universel.

Le culte, c'est médiatique. Pour Manuel, il n'y a pas de film culte au sens universel.

Il n'a pas spécialement de films cultes. J'ai des souvenirs de bons films qui m'ont laissé une trace.

Les bons films, c'est quand on ne voit pas le temps passer et quand il y a une bonne musique, c'est très important.

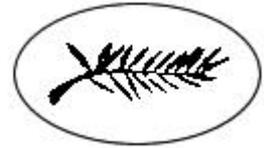
« Quand tu sors de la salle, tu en parles, tu y réfléchis. »

Manuel va au cinéma pour se détendre, pour sortir entre amis. Mais cela dépend du film, tu peux aller voir un film pour te détendre mais aussi pour réfléchir.

« J'aime souvent les films inspirés de faits réels. Cela met plus de force dans le film. »

On va voir un film suivant la publicité faite dessus, selon le thème, le sujet. Pour Manuel, c'est d'abord ça et ensuite les acteurs. C'est très aléatoire finalement car cela dépend des jours et de l'humeur, des envies que l'on a.

« En général, j'aime mieux aller au cinéma le soir. » En effet, Manuel trouve que c'est une perte de temps que d'y aller l'après-midi.



Stéphane MENET	Date de passation : 14.05.2000	N° : 6
	Lieu de passation : café	

Jean-Luc Decré

La culture cinématographique, c'est pouvoir comprendre les films, savoir ce qu'a voulu dire l'auteur. C'est comprendre les effets, ce qu'il voulait nous faire ressentir et savoir comment apprécier le film.

C'est posséder de nombreuses références, des connaissances, sur les titres, les acteurs, les réalisateurs...

Un film culte n'est pas forcément définissable pour une personne isolée. Un film est dit culte s'il marque les esprits universellement. Le film culte doit faire réfléchir et nous faire avancer et il est culte si on fait abstraction de nos préférences et si on peut reconnaître la qualité intrinsèque du film.

« Mais est-ce qu'on peut dire que ce sont les individus qui choisissent un film culte ou si ce sont les médias qui décident et nous influencent ? »

Un bon film est un film faisant passer des émotions. Le jeu des acteurs est important. Il faut savoir déchiffrer les signes, les gestes des acteurs.

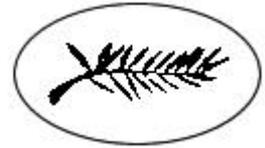
« Je vais au cinéma pour m'évader, pour réfléchir. Pour moi, un livre a plus d'impact que le cinéma. » Un film ne reste pas forcément dans les esprits alors qu'un livre, oui. Jean-Luc ne va pas au cinéma pour y aller, il faut qu'il y ait un film qui me semble bien, intéressant, qui pourrait lui plaire. Parce que l'on ne sait jamais finalement.

Les publics du Festival de Cannes

Sociologie de la réception – Espace et Communication

PELET Jean-Eric – MENET Stéphane

07.06.2000 – MSTC 2



Stéphane MENET	Date de passation : 14.05.2000	N° : 7
	Lieu de passation : parking du Martinez	

Entretien 7 (Thierry Mathieu)

La culture cinématographique, c'est connaître les films et plus particulièrement les réalisateurs, leurs genres, leurs particularités. C'est pouvoir critiquer, donner un avis sur tel ou tel film.

Un film culte est un film qui a laissé des traces, qui a marqué une partie de la population. Mais il n'est pas forcément universel étant donné que les goûts, les avis sont différents selon chacun. C'est un film hors-normes donc un film qui peut choquer.

Thierry n'a pas de film culte et trouve cette notion surfaite et très subjective.

« Le culte universel n'existe pas, ça ne veut rien dire ».

Un bon film est un film qui nous fait ressentir plusieurs émotions et qui fait que lorsqu'on sort du cinéma, on est ému voire bouleversé. C'est lorsqu'on a ce petit laps de temps après le film où on ne sait plus où l'on est. Où on est bouche-bée et qu'après on reparle de certaines scènes, du jeu des acteurs.

Thierry va au cinéma pour se détendre, pour penser à autre chose. C'est aussi l'occasion d'une sortie entre amis. Mais aussi pour voir la dernière œuvre d'un réalisateur que l'on aime bien. Certains films se doivent d'être vus au cinéma et non à la télévision.

Les critères de sélection d'un film sont assez variables : cela peut-être le thème, le réalisateur, les acteurs. Souvent, ce sont les acteurs qui jouent le rôle de publicité pour le film, les bons acteurs attirent et les acteurs, leurs dialogues, leur jeu peut faire toute la force d'un film.

Les publics du Festival de Cannes
Sociologie de la réception – Espace et Communication
PELET Jean-Eric – MENET Stéphane
07.06.2000 – MSTC 2

