

Le cirque sur la plage

Martin Delisle

Number 198, September–October 1998

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/49166ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

La revue Séquences Inc.

ISSN

0037-2412 (print)

1923-5100 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Delisle, M. (1998). Le cirque sur la plage. *Séquences*, (198), 8–9.

CANNES 98



L'Éternité et un jour

« Sharon, Sharon! »
 « Merde, regarde ici, Sharon! »
 « Sharon, je t'aime! »

Ce genre de propos et d'invectives s'entend pendant les douze jours que dure le Festival International du Film de Cannes. Cela se passe généralement en début de soirée, lors de la prestigieuse montée des marches du Palais des Festivals, juste avant la projection des films invités en Sélection Officielle.

Ces cris proviennent de l'armée de photographes et de *cadreurs* de presse, obligatoirement habillés en tenue de soirée et postés de part et d'autre du grand escalier recouvert d'un grand tapis rouge, derrière un cordon de Gardes Républicains en tenue d'apparat.

Des clameurs similaires fusent du public, venu en masse de partout plusieurs heures à l'avance, et agglutiné en rangs serrés autour de cet escalier et de ses environs.

Forcément, les prénoms varient selon le film et la vedette de l'heure. (Il s'agit, bien entendu ici, de Sharon Stone.) Cette adulation frappe par son ampleur, mais aussi par son côté éphémère. On oublie vite la star qu'on a vue la veille et à laquelle on a crié la même phrase avec autant de conviction, d'émotion et d'ardeur. L'observateur se dit alors que la renommée ou, tout au moins, son apparence tient à bien peu de choses. Pendant le Festival de Cannes, des individus en mal de reconnaissance ou désireux de mousser leur publicité vont fréquemment

déambuler sur la Croisette ou entrer dans l'un des grands palaces où logent les invités de marque du Festival, escortés de quelques personnes opérant une caméra vidéo ou actionnant des appareils photo munis d'un flash. Bien qu'éculé, ce stratagème marche encore. Quelqu'un se fait toujours avoir. On se précipite, tout sourire dehors, dans l'espoir d'obtenir un autographe. Sait-on jamais, il s'agit peut-être d'une célébrité! Cela se termine d'habitude par cette exclamation du détenteur de la signature illisible : « Mais qui est-ce, donc? ». Est bien pris qui croyait prendre... Pourtant, on croise aussi à Cannes de grandes personnalités du cinéma, dont la gloire s'est un peu fanée et que personne ne dérange ni ne reconnaît...

Extraordinairement médiatisée, la montée des marches est diffusée en direct, en France, sur Canal +. La présence de vedettes américaines lui assure maintenant un reportage lors d'émissions à énorme cote d'écoute telles *Entertainment Tonight*. De plus, la montée se passe assez tôt pour que les extraits les plus marquants soient montrés aux téléjournaux du soir sur d'autres chaînes, françaises et internationales. On ne se concentre alors que sur les visages bien connus. Cela mène à des situations aberrantes, car il arrive parfois qu'on ne montre pas, ou très peu, l'équipe du film présenté ce soir-là en grande première, l'absence de célébrités ne justifiant pas ce temps d'antenne...

Si on va au Festival International du Film de Cannes, on le fait, bien sûr, pour la gloire et l'immense honneur d'y être invité – pour vingt-deux longs métrages en Compétition, combien de refusés, de créateurs déçus et d'espoirs brisés, mais aussi pour des raisons beaucoup plus pragmatiques. On espère qu'une participation à la manifestation cinématographique la plus importante au monde donnera aux principaux artisans d'un film visibilité et reconnaissance. Surtout s'il s'agit d'un premier film ou celui d'un jeune réalisateur peu connu ou totalement inconnu à l'échelle internationale. Cette visibilité et cette reconnaissance pourraient en effet leur ouvrir plus facilement les portes pour une prochaine œuvre. De surcroît, les retombées économiques que peut générer un film invité à Cannes ne peuvent être négligées, surtout quand le film figure au palmarès.

Malheureusement, le Festival de Cannes donne de plus en plus l'image d'une foire où le cinéma ne compte plus pour beaucoup. Les commanditaires se font toujours plus nombreux et se livrent des guerres de territoires, par sections interposées. Ainsi, par exemple, Renault alimente le parc de véhicules officiels du Festival et de la Quinzaine des Réalisateurs alors que Mercedes le fait pour la Semaine Internationale de la Critique. Cette année, de grands bijoutiers suisses ont pro-

posé à des actrices de porter des bijoux d'une immense valeur en échange de quelques photos, lors de leur montée sur scène, à la projection de leur film en Sélection Officielle et à la Quinzaine. L'artifice prend le dessus. Un jeune réalisateur français s'est offert même une fausse montée des marches du Palais, avec tapis rouge et le reste. Son film était présenté dans la section parallèle Cinémas en France, dont les projections ont lieu dans la salle de cinéma située au sous-sol du Noga Hilton et pour laquelle il n'existe aucune cérémonie de montée des marches! On ne recule devant rien pour s'assurer un passage à la télévision.

On ne peut nier l'importance ni l'utilité des médias électroniques lors d'un événement tel que le Festival de Cannes. Mais tout semble maintenant conçu en fonction d'eux. Certes, dès ses débuts on a accusé le Festival de faire trop de place au superficiel, à l'esbroufe, alors que sa raison d'être est de présenter de grandes œuvres, de faire découvrir de nouveaux talents. Bref, de rendre hommage au Septième Art et à ses artisans. Pourtant, on trouvait alors le temps de parler de cinéma, d'y réfléchir. Il existait réellement une Fête du cinéma. Aujourd'hui, tout se passe trop vite. Le nombre de films à voir ne cesse d'augmenter à chaque année, alors que leur qualité diminue et que l'on compte de moins en moins d'œuvres vraiment marquantes. Enfin, avec tout ce qui se passe en dehors des salles de cinéma, on se croit au cirque plus souvent qu'autrement!

Voilà ce qui explique certainement la lassitude, voire l'écœurement, de certains pour qui Cannes ne représente plus qu'un cauchemar, un énorme gaspillage d'énergie et, plus tristement surtout, une grande désillusion. Ainsi, Pierre-Henri Deleau, délégué général de la Quinzaine depuis sa création en 1969, a tiré sa révérence après le Festival cette année. Son amour pour le cinéma ne s'est pas estompé. Il n'en pouvait sans doute plus des intrigues, des guerres d'influence et des jeux politiques qui, hélas, déterminent de plus en

plus dans quelle section un film aboutira. Son départ ne peut laisser indifférent, il tire une sonnette d'alarme et donne à réfléchir sur le « phénomène Cannes ». Souhaite-t-on y montrer des films ou, tout simplement, y faire parader des vedettes? Croit-on encore à l'œuvre ou veut-on plutôt vendre des produits audiovisuels? Le Festival a trop grossi, il rappelle la fable de la grenouille qui voulait devenir aussi grosse que le bœuf. Il faut revoir sa structure, son mandat et se rappeler sa responsabilité première qui consiste à « révéler et mettre en valeur des œuvres de qualité en vue de servir l'évolution de l'art cinématographique ». (Extrait de l'Article Premier du Règlement Du Festival International du Film).

On parle de plus en plus de la disparition progressive, voire totale, du cinéma au détriment de la télévision à haute définition ou d'images diffusées par satellite. Il ne faudrait pas qu'un événement aussi prestigieux et important que Cannes y contribue, en le banalisant davantage et en le réduisant à un bien de consommation.

Beaucoup de professionnels se précipitent encore à Cannes, comme d'autres se droguent, après avoir encore juré à la fin du Festival précédent qu'on ne les y reprendrait plus. Ils reviennent par besoin, par passion aussi pour le cinéma et par peur de manquer le film du siècle. Ils possèdent une foi qu'on ne doit pas décevoir; ils ressentent encore un bonheur infini à être assis dans le noir à regarder sur un grand écran des images de partout qui les rejoignent, les touchent ou les agressent, peu importe. Le Festival International du Film de Cannes doit contribuer et voir à la survie du cinéma, un langage universel qui ne peut mourir. **S**

Martin Delisle