58ème
COMITE SYNDICAL DU POLE D'EQUILIBRE TERRITORIAL ET RURAL DU PAYS DE CHALONS-EN-CHAMPAGNE

SEANCE DU 28 MAI 2019

POLE D'EQUILIBRE TERRITORIAL ET RURAL
DU PAYS DE CHALONS-EN-CHAMPAGNE

Procès-verbal du comité syndical du 28 mai 2019

ORDRE DU JOUR :

- **Bilan de la 6ème édition du festival War on Screen et présentation de la 7ème édition par M. Philippe BACHMAN**
- **Adoption du budget primitif 2019**
- **Point sur l'enquête publique du SCoT**
- **Questions diverses**

Le vingt-huit mai 2019 à 18 heures 15, le Comité syndical s'est réuni à l'Espace Roger Bertrand à Saint-Martin-sur-le-Pré sous la présidence de M. Jacques JESSON, président du Pôle d'Equilibre Territorial et Rural du Pays de Châlons-en-Champagne, en vertu d'une convocation faite le 20 mai 2019.

ETAIENT PRESENTS :

Délégués titulaires

MM. ARROUART – BONNET – BOURG-BROC – BRIGNOLI – CHAUFFERT – COLLARD – DOUCET – DUBOIS – GALICHET – GIRARDIN – JESSON – LAGUILLE – LEBAS – LEFORT P. – MANDIN – ROULOT – SCHULLER – SOUDANT – VAROQUIER. Mmes BOULOY – DROUIN – MOINEAU – PERSON – RAGETLY.

Délégué suppléant

M. GERBAUX.

ETAIENT PORTEURS D'UN POUVOIR :

Mme BOULOY pour Mme CHOCARDELLE.
M. BONNET pour M. MAINSANT.

ETAIENT ABSENTS EXCUSES :

Délégués titulaires

MM. CHAPPAT – DEVAUX – ROSSIGNON. Mmes CHOUBAT.

Déléguée suppléante

Mme MAGNIER.

ETAIENT ABSENTS :

Délégués titulaires

MM. ADAM – APPARU – APPERT – BIAUX – COLLART – EGON – ERRE – GOURNAIL – HUET – JACQUET – MAILLET – MAIZIERES – MANGEART – PILLET – VATEL. Mmes GREGOIRE – SCHULTHESS.

Délégués suppléants

MM. ADNET – ARNOULD – BATY – BOSSUS – CARBONI – COMBY – DAILLE – DEGRAMMONT – DELIEGE – DIAS – FAUCONNIER – FOURAUX – FRANÇONNET – GILLE – GODART – HERBILLON – HERMANT – JACQUIER – LAPIE – LEFORT R. – LELORRAIN – MACHET – MARCHAND – MAT – MATHIEU – MELLIER – NAMUR – PATINET – PERARDEL – PERREIN – PIERRE – POINTUD – POUPART – ROGER – ROLLET – SINNER – VOISIN. Mmes BUTIN – CHOBEAU – DJEMAI – HUVET – LELAY – MACOCHA – MENISSIER – SOUDRELLE – TRONCHET.

Nombre de délégués en exercice	**:**	**48**
Nombre de présents	**:**	**25**
Nombre de votants	**:**	**27**

M. Bernard COLLARD a été désigné secrétaire de séance.

AUTRES PARTICIPANTS
M. BARBUSSE Florent, Assistant d'Etudes (AUDC)
M. CHONÉ Jean-Marc, Directeur d'Etudes (AUDC)

M. JESSON

Mesdames et Messieurs, le respect des conditions de quorum étant vérifié, je déclare ouverte la séance de ce 58ème comité syndical.

Comme convenu lors de notre précédente réunion, l'ordre du jour sera conscaré au vote du budget primitif 2019 et à une présentation de la prochaine édition du festival "*War on Screen*" par Philippe BACHMAN, Directeur de la Comète. M. CHONÉ fera également un point sur l'enquête publique relative à notre projet de SCoT et vous aurez la possibilité de poser des questions diverses si vous le souhaitez.

Avant d'ouvrir notre ordre du jour, et conformément à l'article L. 2121-15 du Code Général des Collectivités Territoriales, je vous invite à procéder à la nomination d'un secrétaire de séance.

Le Comité syndical, à l'unanimité, désigne M. Bernard COLLARD pour remplir les fonctions de secrétaire de séance.

1. ADOPTION DU BUDGET PRIMITIF 2019

M. JESSON

Je propose maintenant de laisser la parole à M. SCHULLER afin qu'il vous présente le budget primitif pour l'année 2019. Ce dernier est sans grande surprise puisqu'il reprend exactement les éléments présentés lors du débat sur les orientations budgétaires du 24 avril dernier.

M. SCHULLER

Je vous rappelle que notre résultat global de clôture pour 2018 est de 40 054,18 €, avec un résultat de fonctionnement de 41 043,18 € et un déficit d'investissement de 989 €. Lors du précédent comité syndical, vous aviez prévu de reporter au budget 2019 la somme de 989 € en investissement et de 41 043,18 € en fonctionnement.

Comme vient de le dire M. JESSON, le budget 2019 ne comporte aucun changement par rapport aux orientations budgétaires présentées. Il s'équilibre à 672 544,07 € en recettes et en dépenses de fonctionnement.

Section de fonctionnement

- **En recettes de fonctionnement, il y a** :
  - des participations du fonds européen FEADER à hauteur de 129 982,34 € qui correspondent à l'ingéniérie Leader pour les années 2016, 2017, 2018 et 2019. J'espère que nous allons réussir à les obtenir cette année ;
  - une participation des trois EPCI du PETR pour 367 507,55 € ;
  - une subvention de l'ADEME pour 135 000 € pour le fonctionnement de la plateforme territoriale de rénovation énergétique.

Le montant de ces dotations et participations s'élève à 632 489,89 € auxquels il faut ajouter le résultat de fonctionnement reporté de 40 054,18 €, soit un total de 672 544,07 €.

- **En dépenses de fonctionnement,** il y a les charges à caractère général, les charges de personnel et frais assimilés, les autres charges de gestion courante, les charges exceptionnelles, les dépenses imprévues et les dotations aux amortissements :
  - Les charges à caractère général s'établissent à 251 597,40 € et comprennent plusieurs éléments :
    . les fournitures de petits équipements pour 300 € ;
    . les achats de fournitures administratives pour 530 € ;
    . les contrats de prestation de services pour 8 000 € (mise en page du SCoT et maintenance du site Internet) ;
    . les locations immobilières à la Communauté d'agglomération de Châlons-en-Champagne, pour l'hébergement du personnel Leader, à hauteur de 2 842,40 €, pour les exercices 2017 et 2018 ;
    . les charges locatives et de copropriété pour 242 € ;
    . les entretiens et réparations sous contrat de maintenance pour 150 €, qui correspondent à l'hébergement du site Internet ;
    . les primes d'assurance pour 1 808 € ;

. les frais d'études pour 196 475 €, dont 194 475 € pour la plateforme territoriale de rénovation énergétique et 2 000 € pour d'autres études ;
. la documentation générale et technique pour 110 €, qui correspond à l'abonnement à l'Association des Maires de la Marne (AMM) ;
. les autres frais divers pour 100 € ;
. les indemnités au comptable et au régisseur pour 400 € ;
. l'indemnité du commissaire enquêteur au titre de l'enquête publique sur le SCoT pour 6 000 € ;
. les annonces et insertions pour 8 000 € ;
. les publications pour 14 800 €, dont 10 800 € au titre de l'édition des documents du SCoT et 4 000 € au titre des bulletins "Horizons Communs" ;
. les publicités, publications, relations publiques et divers pour 500 € ;
. les voyages et déplacements pour 850 € ;
. les frais de réception pour 500 € ;
. les frais d'affranchissement pour 6 100 €, dont 154,09 € pour Leader 2017 et 2018, 1607,43 € pour le PETR 2018, 2 325 € pour le PETR 2019 au titre du SCoT et 2013,48 € pour les autres dépenses d'affranchissement au titre du PETR 2019 ;
. les cotisations pour 2 530 €, dont 1 000 € au titre des adhésions au Centre européen de prévention du risque d'inondation (CEPRI), à l'AMM pour 250 €, à l'Association Nationale des Pôles d'équilibre territoriaux et ruraux et des Pays (ANPP) pour 600 € et à l'association "Symbiose pour des payssages de biodiversité" pour 680 € ;
. les remboursements de frais à d'autres organismes pour 1 360 €, dont 1 160 € de clés USB achetées par l'AUDC pour la diffusion du dossier de SCoT et 200 € de frais de structure Leader à la Communauté d'agglomération de Châlons-en-Champagne.

- Les charges de personnel et frais assimilés s'établissent à 22 969 € et comprennent :
  . le personnel extérieur pour 2 000 €, ce qui correspond au montant versé à la Communauté d'agglomération de Châlons pour la tenue de la comptabilité ;
  . la cotisation au FNAL pour 17,10 € ;
  . les cotisations au centre de gestion de la fonction publique territoriale pour 123,55 € ;
  . les rémunérations pour 13 680 €, ce qui représente cinq mois de salaire pour la personne à recruter pour animer la démarche Leader ;
  . les cotisations à l'URSSAF pour 5 226,35 € ;
  . les cotisations aux caisses de retraite pour 930 € ;
  . les cotisations ASSEDIC pour 992 €.

- Les autres charges de gestion courante s'établissent à 381 000 € et correspondent aux subventions de fonctionnement versées aux associations et autres personnes de droit privé qui se décomposent de la manière suivante :
  . subvention de 110 000 € versée à l'AUDC pour 2019 ;
  . solde 2018 de 24 000 € pour l'AUDC ;
  . 77 000 € non perçus par l'AUDC en 2016, 2017 et 2018 ;
  . subvention de 170 000 € à La Comète pour le festival "*War on Screen*".

- Les charges exceptionnelles sur opérations de gestion s'élèvent à 15 180,56 €. Il s'agit d'annulations de recettes qui avaient été comptabilisées à tort les années précédentes et qu'il faut annuler.

- Le montant des dépenses imprévues est budgété à 403,61 €.

- Il y a également une dotation aux amortissements pour 1 393,50 €. Cela correspond aux amortissements des ordinateurs qui ont été achetés.

Section d'investissement

Les recettes de l'exercice sont budgétées à 989 €. Cela correspond au virement depuis la section de fonctionnement. Par ailleurs, les opérations d'ordre de transfert entre les sections correspondent à l'amortissement du matériel de bureau et informatique pour 1 343,50 €, ainsi qu'aux concessions et droits similaires pour 50 €.

Les dépenses de l'exercice sont budgétées à 989 €.

Conclusion

En conclusion, la section de fonctionnement est équilibrée à 672 544,07 €. La section d'investissement est en suréquilibre avec 2 382,50 € de recettes, y compris les amortissements et seulement 989 € de dépenses.

M. JESSON

Merci M. SCHULLER pour cette présentation. Avez-vous des questions à poser ou des observations à formuler sur le budget primitif 2019 ?

S'il n'y en a pas, je vous propose de passer au vote.

Rapport de Monsieur le Président :

Après avoir débattu des orientations budgétaires lors de la séance du 24 avril dernier, il importe maintenant d'examiner le budget primitif 2019. Ce budget prévoit les crédits de fonctionnement et d'investissement nécessaires dans l'année à venir :

SECTION DE FONCTIONNEMENT

- **Recettes de l'exercice ..... 672 544,07 €**

Chapitre 74 – Dotations et participations ..... 632 489,89 €

7477	Participation du FEADER (à hauteur de 80%)	129 982,34 €
	• *Remboursement des dépenses Leader 2016*	*27 129,33 €*
	• *Remboursement des dépenses Leader 2017*	*45 920,74 €*
	• *Remboursement des dépenses Leader 2018*	*40 157,07 €*
	• *Remboursement des dépenses Leader 2019*	*16 775,20 €*
7475	Participations des groupements de communes	367 507,55 €
7478	Autres organismes (ADEME)	135 000,00 €

Chapitre 002 – Résultat de fonctionnement reporté ..... 40 054,18 €

SECTION DE FONCTIONNEMENT

- **Dépenses de l'exercice ..... 672 544,07 €**

Chapitre 011 – Charges à caractère général ..... 251 597,40 €

60632	Fournitures de petits équipements	300,00 €
6064	Achats de fournitures administratives	530,00 €
611	Contrat de prestations de services (mise en page SCoT + site Internet)	8 000,00 €
6132	Locations immobilières (Leader 2017/2018)	2 842,40 €
614	Charges locatives et de copropriété	242,00 €
6156	Entretien et réparations sous contrat de maintenance (hébergement du site Internet)	150,00 €
6161	Primes d'assurances	1 808,00 €
617	Frais d'études	196 475,00 €
	• *Plateforme de rénovation énergétique*	*194 475,00 €*
	• *Autres*	*2 000,00 €*
6182	Documentation générale et technique (abonnement AMM)	110,00 €
6188	Autres frais divers	100,00 €
6225	Indemnité au comptable et au régisseur	400,00 €
6228	Commissaire enquêteur	6 000,00 €
6231	Annonces et insertions	8 000,00 €
6237	Publications	14 800,00 €
	• *Edition de documents (SCoT)*	*10 800,00 €*
	• *Bulletins Horizons communs*	*4 000,00 €*
6238	Publicité, publications, relations publiques, divers	500,00 €
6251	Voyages et déplacements	850,00 €
6257	Frais de réception	500,00 €
6261	Frais d'affranchissements	6 100,00 €
	• *Leader 2017 et 2018*	*154,09 €*
	• *PETR 2018*	*1 607,43 €*
	• *PETR 2019 (envoi SCoT approuvé colissimo)*	*2 325,00 €*
	• *PETR 2019 (autres)*	*2 013,48 €*
6281	Cotisations	2 530,00 €
	• *Cepri*	*1 000,00 €*

- *Amm* ..... *250,00 €*
- *Anpp* ..... *600,00 €*
- *Symbiose* ..... *680,00 €*

62878 Remboursement de frais à d'autres organismes ..... 1 360,00€

- *Remboursement clés usb (à l'Audc)* ..... *1 160,00 €*
- *Frais de structure Leader (à la Cac)* ..... *200,00 €*

Chapitre 012 – Charges de personnel et frais assimilés ..... 22 969,00 €

6218 Autre personnel extérieur ..... 2 000,00 €
6332 Cotisations versées au Fnal ..... 17,10 €
6336 Cotisations au centre national et aux centres de gestion de la fonction publique territoriale ..... 123,55 €
64131 Rémunérations *(pour 5 mois)* ..... 13 680,00 €
6451 Cotisations à l'Urssaf ..... 5 226,35 €
6453 Cotisations aux caisses de retraite ..... 930,00 €
6454 Cotisations aux Assedic ..... 992,00 €

Chapitre 65 – Autres charges de gestion courante ..... 381 000,00 €

6574 Subventions de fonctionnement versées aux associations et autres personnes de droit privé ..... 381 000,00 €

- *Audc (2019)* ..... *110 000,00 €*
- *Audc (solde 2018)* ..... *24 000,00 €*
- *Audc (non perçus sur 2016/2017/2018)* ..... *77 000,00 €*
- Association La Comète ..... 170 000,00 €

Chapitre 67 – Charges exceptionnelles ..... 15 180,56 €

6718 Autres charges exceptionnelles sur opération de gestion ..... 15 180,56 €

Chapitre 022 – Dépenses imprévues ..... 403,61 €

Chapitre 042 – Dotations aux amortissements ..... 1393,50 €

6811 Dotations aux amortissements incorporelles et corporelles ..... 1 393,50 €

SECTION D'INVESTISSEMENT

- **Recettes de l'exercice ..... 2 382,50 €**

Chapitre 10 – Dotations, fonds divers et réserves ..... 989,00 €

1068 Excédents de fonctionnement capitalisés ..... 989,00 €

Chapitre 040 – Opérations d'ordre de transfert entre section ..... 1 393,50 €

28051 Concessions et droits similaires ..... 50,00 €
28183 Matériels de bureau et informatique ..... 1 343,50 €

SECTION D'INVESTISSEMENT

- **Dépenses de l'exercice ..... 989,00 €**

Chapitre 001 – Résultat antérieur reporté ..... 989,00 €

Tel est le budget primitif 2019 proposé au Comité syndical du Pôle d'Equilibre Territorial et Rural du Pays de Châlons-en-Champagne.

DECIDE :

- *de fixer la participation par habitant à 3,65 € pour l'année 2019.*
- *de solliciter l'aide à l'ingénierie de la Région Grand Est au titre de l'exercice 2019 et antérieurs pour les prestations d'animation et de communication liées à la démarche de pays,*
- *de solliciter les services de l'ADEME pour l'attribution d'une subvention au titre de la plateforme de rénovation énergétique.*
- *d'approuver le budget primitif 2019 du Pôle d'Equilibre Territorial et Rural du Pays de Châlons à hauteur de :*

. Section de fonctionnement

Recettes ..... 672 544,07 €
Dépenses ..... 672 544,07 €

. Section d'investissement

Recettes ..... 2 382,50 €
Dépenses ..... 989,00 €

Le Comité syndical, à l'unanimité, adopte le budget primitif 2019.

2. BILAN DE LA 6EME EDITION DU FESTIVAL WAR ON SCREEN ET PRESENTATION DE LA 7EME EDITION

M. JESSON

Lors du comité syndical du 24 avril dernier, nous avions convenu de faire intervenir Philippe BACHMAN, Directeur de La Comète, afin de dresser le bilan de l'édition 2018 du festival international de cinéma "*War on Screen*" et d'échanger avec lui sur les évolutions à venir de cette manifestation exceptionnelle qui figure certainement parmi les plus belles actions mises en œuvre grâce au Pays de Châlons-en-Champagne.

Je passe la parole à Philippe BACHMAN qui est venu avec des plaquettes de présentation du festival qui sont à votre disposition.

M. BACHMAN

Merci de m'accueillir et de me consacrer une partie de votre temps. Comme l'a mentionné le président, je vais m'attacher à vous expliquer ce qu'il faut retenir de la 6ème édition de "*War on Screen*", à vous présenter, dans ses grandes lignes, le contenu de l'édition 2019 et surtout à répondre à vos questions qui sont sans doute nombreuses.

La 6ème édition du festival a été importante à bien des égards. Le Président du jury était Bertrand BLIER, qui est à la fois populaire et reconnu internationalement. Ce très grand réalisateur fait partie du club des très rares réalisateurs français ayant obtenu un Oscar aux Etats-Unis.
C'était aussi la première fois que le jury du festival était présidé par un réalisateur qui n'avait jamais fait de films de guerre. C'était important, car notre souhait est que "*War On Screen"* soit perçu avant tout comme un festival de cinéma dont la thématique est la représentation des conflits et non pas comme un "festival de guerre".
Bertrand BLIER a vraiment joué le jeu. Nous avons organisé une rencontre qui a duré 1 heure et demie dans l'auditorium du lycée Pierre BAYEN. Bertrand BLIER a raconté de nombreuses anecdotes et a parcouru l'histoire du cinéma français et des acteurs du tout début jusqu'à ceux d'aujourd'hui.

Un autre élément important est que le jury de la dernière édition était très international. En effet, il faut que le festival existe dans le milieu du cinéma, tout en restant en phase avec le territoire. Ce défi d'ancrer le festival dans le territoire a toujours été réussi. Maintenant, il s'agit de poursuivre cet ancrage tout en attirant des professionnels du cinéma qui ne sont pas d'ici. Je dis cela car de nombreux festivals, qui sont beaucoup plus anciens, sont tombés dans un travers que nous essayons d'éviter depuis le départ et qui consiste à se couper du territoire.
Le Centre National du Cinéma (CNC) recense entre 200 et 300 festivals chaque année qui ne sont pas tous de la même envergure que "*War On Screen*", qui est monté en gamme. Beaucoup de ces festivals sont gérés depuis Paris et c'est très exactement l'inverse de ce que nous défendons. "*War on Screen*" doit continuer à se développer sur ses deux piliers avec une entrée territoriale en direction de la population locale, et une entrée destinée aux professionnels qui ne sont pas d'ici. La priorité est de faire venir un public le plus large possible, de faire rayonner Châlons-en-Champagne et son Pays, et de renforcer la visibilité et la notoriété du territoire.

Le bilan de cette 6ème édition montre que nous avons fortement consolidé le public local qui a représenté 95 % des 18 500 entrées comptabilisées. L'année dernière, par rapport à l'année précédente, nous avions perdu 1 000 scolaires pour des raisons logistiques (les lycées avaient reçu une réponse trop tardive de la région sur la prise en charge des frais de déplacement). Nous allons normalement récupérer ce public dans la prochaine édition.
Le festival a donc connu une progression en termes d'audience, hors public scolaire. Cette année, nous aimerions atteindre les 20 000 entrées.

Parmi les nouveautés de la 6ème édition, nous avons commencé à accueillir des étudiants étrangers. Un partenariat a démarré avec l'Université de BABELSBERG, qui est transfrontalière par rapport à notre région. La Champagne-Ardenne était un peu transfrontalière, et désormais nous sommes dans une grande région qui est frontalière avec quatre pays. C'est la seule région de France qui soit dans ce cas.
Quand on est à Châlons, il n'est pas évident que cela change beaucoup de choses dans notre quotidien, mais en ce qui nous concerne, nous jouons le jeu. De toute manière, nous aurions travaillé avec l'Allemagne. Pour l'occasion, un nouveau jury étudiant a donc été créé.

En conclusion du bilan de la 6ème édition de "*War on Screen*", je dirai que nous avons lancé plusieurs projets qui ont bien fonctionné.

La 7ème édition du festival va intégrer un certain nombre de modifications significatives.
Premièrement, vous allez découvrir un nouveau slogan qui sera de plus en plus mis en avant : "*Faites des films, pas la guerre*". Quand nous avons lancé le festival, nous nous sommes interrogés au sein de l'équipe, et nous avons partagé cette interrogation avec les élus, sur ce que serait un beau titre pour un festival comme celui-ci.
Je vous avais dit, il y a 6 ou 7 ans, que nous ne voulions pas être dans la démagogie et utiliser le mot "paix". J'avais alors en tête la stratégie de la Ville de Berlin qui consistait à dire que Berlin était la capitale de la paix, alors que les gens pensent à la guerre quand on leur parle de cette ville. Il y a aussi un certain nombre d'initiatives dans le monde du cinéma, comme une fondation qui s'appelle "*Le cinéma pour la paix*" ou un festival en Italie qui s'appelle "*Un film pour la paix*". Ce dernier diffuse un film de guerre, car un film de paix, cela n'a pas de sens.
Donc, comment faire pour identifier le sujet du festival sans pour autant rebuter les gens ? Cela a fonctionné avec le public local, même si nous savons qu'il y a encore des réticences. Hier, nous avions une réunion avec les abonnés-mécènes à La Comète. Ils fréquentent La Comète toute l'année et certains d'entre eux viennent au festival, mais d'autres non, car ils ne sont pas à l'aise avec les films de guerre. Il y a donc encore du travail à faire sur l'image du festival.

Le slogan "*Faites des films, pas la guerre*", sur lequel j'aimerais avoir votre avis, nous semble plus efficace qu'un slogan du type "*Festival du film pour la paix*" ou autre. Ce slogan inclut le mot "guerre", qui définit ce qu'est le festival en lien avec les spécificités du territoire qui a créé ce festival. Il traduit aussi le fait que les films sur la guerre sont rarement des films qui promeuvent la guerre.
Petit à petit, nous mettrons ce slogan en avant. Outre le fait que nous souhaitons vraiment élargir le public, nous cherchons aussi des partenaires et des mécènes qui ne soient pas de notre territoire. Ceux qui ne connaissent ni le territoire ni le festival sont bien évidemment réticents à s'engager sur la thématique du festival. Vous savez peut-être que nous avons un partenariat avec le cinéma de Bobo-Dioulasso, ville jumelée à Châlons. J'ai rencontré la personne qui s'en occupe à Cannes et je lui ai donné notre brochure. Il a trouvé le slogan formidable car, là où il est, cela parle davantage que "*War On Screen*". Je me suis donc dit que nous étions sur la bonne voie.
Je pense que cela va permettre d'élargir le public. Le nom "*War On Screen*" ne disparaîtra pas, mais il sera moins mis en avant que ce nouveau slogan qui sera écrit en anglais, car le festival a une vocation internationale et parce que même ceux qui ne parlent pas anglais comprennent le slogan "*Make films not war*".

Deuxièmement, nous ouvrons un nouveau dispositif dénommé "*WOS Fabrique*" car nous sommes condamnés à renforcer le festival de manière permanente compte tenu du contexte national extrêmement concurrentiel que j'ai souligné. Notre sujet est au cœur de la société d'aujourd'hui. Quand nous nous rendons à Berlin et à Cannes, essentiellement pour y faire "notre marché", nous voyons des centaines de films sur le sujet.
Il y a plusieurs raisons à cette évolution du festival. La première est que nous avons apprivoisé le sujet différemment par rapport à la manière dont nous le concevions au début du festival. Les films que nous proposons aujourd'hui ne l'auraient peut-être pas été au début, car nous avions sans doute une vision plus restreinte de la thématique.
La deuxième raison est que de plus en plus de réalisateurs et de productions traitent de ces sujets-là. Or, depuis six ans nous avons constaté qu'il y avait très peu de films français consacrés à la question des conflits. Ceux qui fréquentent le festival depuis l'origine ont pu se rendre compte que peu de films français ont été projetés. Il y a beaucoup de très bons documentaires, mais très peu de fictions.
Il y a peu de films français comparativement à la production de certains pays, y compris des pays voisins qui produisent moins de films que la France au global, mais davantage sur ces thématiques. C'est le cas des Pays Baltes, de la Pologne, de l'Allemagne et de l'Angleterre notamment, sans parler des Etats-Unis où il y a beaucoup de films avec des entrées différentes qui traitent de la question des conflits de façon proche ou éloignée. Personne n'a d'ailleurs su nous dire pourquoi il y avait ce manque du côté du cinéma français.

Pour renforcer l'identité du festival, nous allons donc essayer, avec plusieurs partenaires, de créer un programme qui permettra de stimuler l'écriture de films et d'accompagner la production sur cette thématique des conflits. C'est un nouveau pari car il n'y a pas d'industrie du cinéma ici.

Elle est concentrée à Paris avec quelques embryons à Lyon, à Marseille et à Strasbourg. Globalement, 90 % de la profession est basée à Paris et en Ile-de-France.
La Ville de Châlons, la Communauté d'agglomération de Châlons, le Département de la Marne et la Région Grand Est ont souhaité relever le défi et se sont associés pour créer un fonds de 100 000 € cette année. Ce fonds va nous permettre de commencer à travailler sur ce nouveau projet. Cela permettra aussi au festival d'exister de manière plus forte encore dans les réseaux nationaux et internationaux. Nous avons la chance d'avoir un festival et donc de pouvoir présenter ces films alors qu'en France les choses sont souvent déconnectées.
Nous avons aussi la chance de bénéficier du soutien du Centre National du Cinéma (CNC). Au moment de sa création, "*War On Screen*" était le seul festival de cinéma soutenu par le CNC en Champagne-Ardenne. Ce soutien continue dans le contexte de la région Grand Est et il est important de garder cela à l'esprit. Ce n'est évidemment pas négligeable en termes budgétaires avec 46 000 €, alors que le CNC, comme tout opérateur d'Etat et toute collectivité, est très contraint sur le plan budgétaire. "*War On Screen"* est le seul festival qui a bénéficié d'une petite augmentation du CNC alors que les autres ont subi un coup de rabot de 5 %. C'est aussi, et surtout, très important par rapport au message de soutien que nous envoie le CNC.

En conclusion de ce tour d'horizon de nos projets pour 2019 et les années à venir, nous essayons d'être innovants, en proposant quelque chose qui combine l'existence d'un festival qui grandit chaque année, et la volonté d'accompagner l'écriture et la production cinématographiques.
J'ai conscience du fait que le soutien apporté par le Pays de Châlons-en-Champagne au festival est déjà considérable. L'idée est donc que le financement du festival par le Pays n'augmente pas, mais que cette participation perdure à son niveau actuel, car c'est un élément de stabilité dans le développement du festival. La faire diminuer serait le meilleur moyen de tuer le festival.

M. SCHULLER
Ne serait-il pas possible de trouver d'autres apports dans ce cas ?

M. BACHMAN
Stratégiquement, une diminution de la participation du Pays aurait un effet dévastateur car les autres acteurs se demanderaient pourquoi aller là où d'autres diminuent leur participation.

M. GALICHET
C'est pourtant ce qui était prévu au départ.

M. BACHMAN
Si vous voulez que l'on arrête le festival, c'est le meilleur moyen. Il faut avoir en tête que nous sommes à Châlons-en-Champagne. Si vous regardez le paysage des festivals les plus connus, vous trouverez des villes comme Cannes, Deauville, Biarritz, Bordeaux, Annecy, Les Arcs, Avoriaz, Gérardmer, Saint-Jean-de-Luz, etc...
Je ne vous cache pas que Châlons-en-Champagne et son Pays ne sont pas l'endroit de villégiature le plus privilégié par le milieu du cinéma. Cela signifie que si le festival n'est pas porté localement, il ne sera jamais porté. C'est aussi basique que cela. Il ne faut pas se mentir à soi-même. Si l'on se ment à soi-même, on est mort.
En revanche, nous avons une force collective avec cet ancrage territorial dans le Pays de Châlons comparativement aux autres festivals qui sont pour la plupart d'entre eux gérés depuis Paris. Beaucoup de festivals fonctionnent ainsi avec au mieux un petit bureau local.

Créer un festival comme nous l'avons fait relève d'une vraie gageure. C'est un vrai défi que nous avons relevé collectivement et je ne cesserai de vous remercier pour cet engagement remarquable. Je sais que le festival est un coût important pour le budget du Pays de Châlons, mais cet investissement doit être stable. Cette subvention du Pays correspond aujourd'hui à 170 000 € sur un budget global du festival de 600 000 €. Au commencement, c'était 170 000 € sur un budget global de 350 000 €.

Il est essentiel d'avoir à l'esprit que l'apport du Pays de Châlons-en-Champagne fait levier de manière importante vis-à-vis de l'extérieur. Au commencement, la participation du CNC était de 20 000 €, contre 46 000 € aujourd'hui. C'est vous qui avez attiré ces gens-là. Si vous retirez quelque chose, ils vont tous en faire de même, car ce n'est pas un enjeu pour eux.

Avec un budget de 600 000 €, qui couvre "*War On Screen*" et "*WOS Fabrique*", nous ne sommes même pas au niveau du festival de Gérardmer et il faut savoir que solliciter les différents

financements demande énormément de travail quand on est à Châlons-en-Champagne. Un autre enjeu du festival est de prouver au monde du cinéma que ce n'est pas parce que nous sommes à Châlons-en-Champagne que nous ne sommes pas à la hauteur. Nous allons continuer à prouver qu'avec cet investissement local, nous arrivons à faire en sorte que ce soit eux, depuis Paris, qui investissent ici.
C'est tout aussi difficile au niveau régional et le fait qu'il y ait cette unité de l'ensemble des collectivités locales, avec la Ville, l'Agglomération, le Département et le Pays, est fondamental vis-à-vis de Strasbourg. Avant la fusion des régions, la Champagne-Ardenne allouait 45 000 € au projet. Aujourd'hui, la région Grand Est alloue 135 000 €. Nous avons pu obtenir cette progression parce que nous sommes unis. Quand nous organisons une réunion et que, face à la Région, il y a la Ville, l'Agglo et le Département, tandis que le Pays s'affiche en force stable sur le festival, la Région ne peut faire autrement que de trouver que c'est intéressant. C'est aussi une force territoriale d'ici. Sans cela, je n'y arriverais pas tout seul.

Je m'engage à ne jamais demander un centime de plus au Pays de Châlons, mais il faut qu'en retour, nous ayons un engagement de stabilité. Car c'est cette stabilité qui génère les possibilités de financement venues d'ailleurs. Encore une fois, je vous remercie, car je sais que c'est un effort considérable et atypique. Le festival est atypique, le positionnement du Pays est atypique, tout est atypique. Nous prouvons qu'ici, nous inventons des choses qui n'existent pas ailleurs. Voilà ce que je voulais vous dire.

Les dates de la prochaine édition se trouvent dans la brochure qui vous a été remise. J'espère qu'il y aura le plus de monde possible en provenance de l'ensemble du Pays de Châlons, pendant tout le festival, et pas seulement à l'inauguration et à la clôture.

Je suis à votre disposition si vous avez des questions.

Mme PERSON
Aurons-nous la programmation assez tôt, afin de pouvoir la diffuser ?

M. BACHMAN
Aujourd'hui, la programmation est quasiment prête, hors compétition et séances spéciales. Nous avons toujours un dilemme quant au fait de proposer seulement une partie de la programmation, c'est-à-dire tout ce qui est hors compétition et séances spéciales.
Un document vous sera envoyé, mais les noms des films en compétition ne seront pas indiqués. Cela ne changera pas grand-chose puisque ces films en compétition sont des films inédits et que le public vient principalement pour découvrir ces films.

Mme DROUIN
Nous avons toujours eu le programme un peu tardivement, ce qui ne permet pas de bien le diffuser. Je trouve cela un peu dommage.

M. BACHMAN
Nous sommes contraints par le calendrier du festival avec la trêve d'été qui nous bloque. De plus, il y a aussi le côté atypique du festival qui tient au fait qu'il n'a pas été créé par le monde du cinéma, mais par La Comète. Or, entre la production et la distribution d'un film, il y a un vendeur international. Ce maillon supplémentaire achète le film et va essayer de le vendre à un distributeur.
Il y a sept festivals de catégorie 1 : Cannes, Berlin, Venise, Locarno, Toronto, Karlovy Vary en Tchéquie et Sundance aux Etats-Unis. Tous ces festivals sont l'occasion pour les vendeurs de trouver des acheteurs. Quand un film n'a pas de distributeur, le vendeur attend de le passer dans l'un de ces grands festivals pour trouver un acheteur. Les vendeurs attendent donc ces festivals et s'ils ne trouvent pas d'acheteurs lors d'un festival donné, ils attendent le suivant. Or, le dernier de ces grands festivals, celui de Toronto, a lieu un mois avant "*War On Screen*".
Nous sommes donc extrêmement contraints par ce fonctionnement. Les festivals de moindre catégorie comme le nôtre doivent attendre que les films aient été vendus lors ces grands festivals. Ce n'est qu'ensuite qu'il est possible de discuter. Un vendeur international peut refuser de nous montrer un film tant qu'il n'a pas de distributeur en France. Le film est fini, mais il ne nous le montre pas car il attend le festival de Toronto.

C'est aussi pour cela que nous sommes contraints de « grossir » afin que notre festival compte davantage. Petit à petit, cela se fait et "*War On Screen"* est monté en catégorie et peut encore progresser. Il ne deviendra jamais un festival de catégorie 1, mais nous espérons nous retrouver

en catégorie 2. La catégorie 2, c'est celle des festivals qui comptent pour différentes raisons qui ne sont pas forcément liées à leur budget. Ces festivals ont une existence parce qu'ils ont été repérés. Notre festival est encore jeune, mais je pense que compte tenu de notre thématique et de ce que nous mettons en œuvre, nous pouvons y arriver.
Cette année, nous allons commencer à travailler avec les écoles de cinéma. C'est important car c'est dans les grandes écoles de cinéma se trouvent les grands réalisateurs de demain. Les principales écoles en France sont la FEMIS et INA SUP, qui dépendent de l'INA. En Allemagne, il y a les écoles de Babelsberg et Ludwigsburg. Le fait de travailler avec ces écoles génère de la crédibilité et permettra de faire repérer notre territoire comme un lieu de cinéma potentiel tout en prenant des précautions sur l'aspect financier. Car c'est aussi une de nos forces d'arriver à organiser un festival de qualité pour un coût bien moindre qu'ailleurs. Par exemple, le festival d'Annecy a un budget de 5 millions d'euros et celui de Deauville un budget de 3,5 millions d'euros. Nous, avec une participation du Pays à l'identique, nous devrions pouvoir tout monter avec 800 000 à 900 000 €. C'est pourquoi il est important que le Pays reste présent sur le plan financier, mais aussi qu'il soit le premier porteur du projet.
Maintenant, charge à vous, collectivement, de faire venir toujours plus de public du territoire.

Mme DROUIN
Je trouve que la publicité, chez nous, est vraiment trop faible.

M. BACHMAN
S'agissant des éléments de communication, nous aurons bientôt des cartes postales qui vont mettre en avant le nouveau slogan "*Faites des films pas la guerre*". En ce qui concerne la diffusion de la programmation, nous avons recruté un deuxième permanent pour le festival, en la personne de Sophie RAYNAUD. Cela va nous permettre d'être plus actifs en termes de communication.
Ce sera l'une des principales fonctions de cette personne, à la fois localement et auprès des professionnels. Evidemment, la communication sur le territoire n'est pas la même que celle qui est nécessaire pour faire venir un distributeur ou un producteur.
Je reste à votre écoute pour définir la meilleure solution possible.

De la salle
La distribution de programmes dans les boîtes aux lettres ne semble pas faire venir davantage de monde.

M. BACHMAN
Non effectivement. C'est pour cela que je suis à votre disposition pour vous rencontrer, ainsi que Sophie RAYNAUD, afin que vous puissiez nous indiquer ce qui serait intéressant de mettre en place en termes de communication sur votre commune.

De la salle
Il faudrait peut-être repenser la communication par les affiches, la radio et la télévision.

M. BACHMAN
La communication par la télévision dure très peu de temps.

De la salle
Mais si on y est très en amont ?

M. BACHMAN
La fenêtre de tir du festival est très limitée dans le temps. Si nous demandons à communiquer 3 mois avant, ils accepteront, mais nous ne pourrons pas communiquer deux fois.

De la salle
Qu'en est-il du côté des scolaires ?

M. BACHMAN
Du côté des scolaires, je suis assez confiant. Normalement, nous ne devrions pas rencontrer les mêmes problèmes de logistique que l'année dernière.

De la salle

Avez-vous déjà réalisé des vidéos sur le festival qui pourraient constituer un préprogramme ? Nous avons une salle de cinéma dans notre commune. Il est tout à fait possible de passer des vidéos sur le festival avant la projection des films.

M. BACHMAN
Nous avons effectivement cela.

De la salle
N'est-il pas non plus possible de communiquer à la Foire de Châlons ?

M. BACHMAN
Nous y serons présents.

De la salle
Et sur les réseaux sociaux, par rapport aux jeunes ?

M. BACHMAN
Le développement des réseaux sociaux fait partie des missions qui incombent à notre nouvelle recrue. Quant aux plus jeunes, nous les touchons via le scolaire.

De la salle
Il n'y a pas que des jeunes sur les réseaux sociaux.

M. BACHMAN
Non, mais ce sont majoritairement des jeunes qui les utilisent. D'ailleurs, nous sommes toujours confrontés au même problème. Notre public est composé de deux catégories de personnes : les jeunes de 6 à 22 ans qui viennent dans le cadre scolaire, et les personnes âgées de plus de 50 ans. La classe d'âge qui se situe entre les deux est compliquée à toucher.

M. BOURG-BROC
Beaucoup s'imaginent que la foire-exposition est un bon vecteur de communication. C'est en partie vrai. Chaque année depuis que le festival existe, vous venez sur le stand de la Ville et de l'Agglomération de Châlons pour présenter le programme de "*War on Screen*" devant 30 personnes, ainsi que devant les personnes de passage qui s'arrêtent une ou deux minutes. Il ne faut donc pas surestimer l'impact des actions de communication faites durant la Foire de Châlons.

M. BACHMAN
Je suis d'accord avec vous sur ce constat paradoxal. Il faut être présent à la Foire de Châlons mais en même temps on se demande à chaque fois pourquoi on y est.

De la salle
Il faudrait être plus visible, notamment en vous signalant par de grandes affiches.

M. BACHMAN
Nous n'avons pas encore trouvé la solution, mais être vu au moyen de grandes affiches est sans doute une bonne idée.

De la salle
La solution est peut-être aussi de communiquer avant les concerts.

M. BACHMAN
Nous avons un petit film qui est censé passer avant les concerts, mais je ne sais pas s'il est vraiment passé. Cela dit, les gens sont là pour un concert et si le film passe, on ne sait pas trop s'ils écoutent. Les gens viennent à la Foire de Châlons pour deux raisons : pour voir des professionnels ou bien simplement pour le plaisir d'une balade en famille ou avec des amis.

De la salle
Si vous allez à la Fête des Filets Bleus à Concarneau, vous verrez que toutes les vitrines des magasins ont une affiche de cette fête. C'est pareil à Bayonne, pour les Fêtes de Bayonne. Il n'y a pas un magasin qui n'ait pas son affiche. Il faudrait que tous les magasins de Châlons aient une affiche et que les galeries commerciales soient couvertes d'affiches.

M. BACHMAN
Vous prêchez un convaincu, mais là-aussi, les choses ne sont pas aussi simples. Si vous allez à Avignon, le festival est partout. Si vous allez à Cannes, au-delà d'un tout petit secteur, il n'y a plus rien ailleurs. Si vous allez au festival d'Aix-en-Provence, dont le budget s'élève à 18 millions d'euros, vous ne verrez aucune trace du festival dans la rue. Il y a juste des endroits avec des concerts et sinon rien d'autre. Cela me rassure, tout en m'inquiétant un peu, de voir que nous ne sommes pas les seuls dans ce cas.
En revanche, il y a des villes comme celles dont vous avez parlé ou encore comme Angoulême, qui s'approprient les ressources culturelles. Angoulême, qui fait à peu près la taille de Châlons, est l'un des meilleurs exemples. Cette ville s'est approprié le Festival de la BD, puis celui du cinéma qui a grandi très vite parce que c'est un festival très parisien sur le créneau imbattable des grands films français de la rentrée.

A Châlons-en-Champagne, pendant le festival, La Comète est une ruche, mais en sortant de nos locaux, il y a déjà moins d'effervescence et 100 mètres plus loin, il n'y a presque plus rien. Mais je reste positif et optimiste. Le processus est lent, mais il avance. Je rappelle que le festival est encore tout jeune dans ce milieu des festivals et il est probable que la thématique traitée par "*War on Screen*" n'a pas aidé.
Enfin, nous n'avons pas non plus les moyens de dépenser une énergie folle à organiser des fêtes. Nous avons au sein de l'équipe une discussion à propos de la fête du festival qui prend parfois des proportions excessives. A un moment donné, j'ai rappelé que notre objectif était qu'il y ait des gens dans les salles. Un festival de cinéma se passe dans des salles obscures, et comparé à un festival de rue, il n'est par définition pas très visible. Le défi est donc de faire en sorte que les salles soient pleines, mais qu'il y ait aussi une traduction à l'extérieur.

M. SCHULLER
Venir à Châlons pour voir un film dans le cadre du festival et ne trouver aucun restaurant ouvert en sortant ne fera pas revenir les gens l'année suivante.

M. BACHMAN
Nous sommes bien conscients de cette difficulté, mais nous ne sommes pas commerçants. Je vais vous donner un exemple sur la manière dont les commerçants s'approprient ou non le festival. Dès le début du festival, le poissonnier est venu nous voir et nous a demandé s'il pouvait s'installer avec une tente, à proximité du festival. Il a lui-même investi et depuis, il augmente son chiffre d'affaires pendant la semaine du festival. Le chocolatier juste à côté propose chaque année un coffret avec l'image du festival, mais il ne le met pas en vitrine. Je lui ai suggéré de faire une vitrine, mais il refuse, pour toutes sortes de raisons.
D'autres attendent que La Comète prenne l'initiative et d'autres sont prêts à soulever toute une série de questions et notamment celle de la concurrence. Nous ne pouvons pas nous permettre de soulever un tollé contre nous. Cela peut coincer à certains endroits, mais il ne faut pas que cela coince partout.

De la salle
Il faudrait peut-être arrêter de critiquer tous les commerçants parce qu'il y en a qui jouent le jeu quand même. On voit maintenant énormément d'affiches du festival dans les magasins de Châlons.

M. BACHMAN
Encore une fois, l'exemple du chocolatier est symptomatique. Il fait des efforts, mais il n'en fait pas la publicité. Il y a deux ans, une Australienne est venue. Comme nous sommes à Châlons-en-Champagne, elle a acheté du champagne. Comme elle voulait aussi acheter autre chose, nous l'avons envoyée chez le chocolatier et elle lui a acheté 10 boîtes.

M. ROULOT
Je reviens sur la question du thème du festival. La colonne vertébrale du festival, c'est la guerre. Nous arrivons au terme du Centenaire 14-18 qui a permis de donner un gros coup de projecteur sur notre région. Des australiens, des américains et des canadiens sont venus parce qu'il y avait cette thématique.
Maintenant, il faut faire évoluer la perception du public pour qu'elle ne soit pas limitée et pour que les gens comprennent qu'il y a une très grande variété dans la programmation.

Avez-vous fait des enquêtes à ce sujet ? Les gens pensent-ils que ce festival est consacré uniquement à la guerre ?

M. BACHMAN
Comme je vous le disais au début de mon intervention, nous savons qu'il y a un public qui peut être rebuté par la thématique du festival et c'est pourquoi nous travaillons sur l'image. Le slogan "*Faites des films pas la guerre*" doit permettre de sortir de cette image d'un festival traitant de la guerre.

M. ROULOT
Il faut appâter, peut-être avec de l'humour.

M. BACHMAN
Nous avons passé des comédies à toutes les éditions du festival.

M. ROULOT
Quels objectifs veut-on se donner ? Dans ce festival, les trois-quarts des films sont sous-titrés et beaucoup de films passent l'après-midi quand les gens travaillent. Si une personne vient une seule fois au hasard et qu'elle tombe sur un film qui l'ennuie, elle ne reviendra jamais.
Il faut donc se rappeler les objectifs et ne pas se dire qu'il faut avant tout avoir beaucoup de monde. Il faut que le festival soit reconnu par la profession et recherché par les cinéphiles. Ensuite, il faut essayer d'attirer les gens de temps en temps, mais il ne faut pas se tromper.

M. BACHMAN
S'agissant du centenaire 14-18, il a représenté à la fois une superbe opportunité et une énorme contrainte. Pendant cinq éditions du festival, nous avons proposé un parcours "Centenaire" et sincèrement nous avons été saturés.
A chaque édition du festival, il nous a fallu trouver une nouveauté sur le centenaire et nous y sommes parvenus à chaque fois. Nous avons même fait de la production en travaillant sur des films d'archives. Maintenant, nous ne sommes plus liés au "Centenaire" et c'est très bien.
Je me rappelle qu'au tout début, quand le festival a été monté, le Président de région était très hostile à la thématique. Il ne voulait pas que l'on revienne encore sur la guerre, estimant qu'elle était finie et que le territoire n'en pouvait plus. Cependant, il a très vite compris qu'il ne s'agirait pas d'un festival d'histoire, mais d'un festival de cinéma qui utiliserait notamment l'histoire du territoire, mais pas uniquement, et il est devenu très enthousiaste.
Sortir du Centenaire, c'est aussi dire que Châlons et la Marne ne se résument pas à la Première Guerre Mondiale. C'est donc une opportunité et même un soulagement. Toutes éditions confondues, je pense que nous avons projeté environ 40 films sur le "Centenaire", sans compter tout ce qu'il y a eu autour, comme les deux ciné-concerts. Nous avons donc payé notre tribut et d'ailleurs, nous avons été bien traités par la mission "Centenaire".

Le fait que le festival soit en semaine, c'est le cas de tous les festivals et nous assumons ce fait. Sur la quantité de films présentés, il y en a évidemment qui ne sont pas susceptibles d'attirer les foules. Nous le savons très bien, mais nous conservons une programmation variée parce que nous savons que certains souhaitent des rétrospectives et voir ou revoir de grands films sur grand écran.
Il y a aussi l'ouverture et la clôture. Il y a deux ans, nous avons été confrontés au problème du succès de l'ouverture. L'année dernière, nous avons donc décidé de faire l'ouverture dans deux salles. Les deux salles ont été remplies et nous allons refaire la même chose cette année avec des films grand-public. C'est pour ce genre de film qu'il faut essayer de faire venir les gens qui ne vont jamais au cinéma ou presque. Il ne faut pas les faire venir pour un film hongrois sous-titré sur un sujet pointu, sinon ils ne reviendraient pas.
Il doit y en avoir pour tout le monde dans le festival, afin que les gens puissent choisir ce qu'ils vont voir. Nous avons également une programmation "jeune public" destinée aux enfants. C'est important, car cela permet aux gens de venir en famille.

Cette année, l'une des rétrospectives sera consacrée à l'entre-deux guerres. Cela nous permettra d'aborder des sujets variés. Cependant, pour vous montrer la difficulté qui se présente, sachez que nous sommes en discussion avec le Ministère des armées, afin d'obtenir un financement de sa part. Mais c'est très compliqué car ce ministère a trois points d'entrée. Par ailleurs, nous passons notre temps à chercher le moyen de sortir du film de guerre. Quel impact une aide du Ministère des armées aurait-elle sur l'image de notre festival, sachant que nous

cherchons à sortir du film de guerre ? Est-ce finalement une bonne idée de solliciter un financement auprès du Ministère des armées ?

De la salle
Les salles seront remplies avec les "bidasses" !

M. BACHMAN
Nous avons organisé il y a quelques années une séance au ciné-garnison de Suippes avec la présentation du film "Das Boot". Nous étions 180, dont 150 châlonnais, 30 suippas et aucun militaire.
Albert DUPONTEL était là et les hauts-gradés ne sont pas venus voir le film, mais ils sont venus le chercher pour l'emmener dîner pendant le film. Albert et moi étions interloqués. Nous avons demandé pourquoi les militaires ne venaient pas. On nous a répondu qu'il fallait les comprendre : ils étaient fatigués et préféraient rester derrière leurs tablettes de jeux vidéo. Nous avons été sympas et n'avons rien dit, mais c'était quand même osé. Nous avions organisé quelque chose chez eux, dans ce cinéma de garnison qui était fermé et ne servait à rien. Nous avions fait fonctionner les machines et amené Albert DUPONTEL, mais pas un seul militaire n'était venu.

De la salle
Est-ce que le président du jury de la 7ème édition est connu ?

M. BACHMAN
Nous avons une liste de personnes que nous essayons de convaincre. C'est compliqué. L'an dernier, nous n'avons réussi à avoir Bertrand BLIER que 15 jours avant l'ouverture du festival.
Il faut aussi trouver des membres du jury qui puissent venir pendant le festival. Cependant, si je les obligeais à rester 6 jours, nous n'aurions personne. Leur présence est de 3,5 jours, voire 4 jours, les jeudi, vendredi, samedi et dimanche. Pour nous rassurer collectivement, il faut savoir que cela a pris 15 ans au Festival de Cannes pour avoir Spielberg.

Je vous remercie de cet échange et je reste à votre disposition. N'hésitez pas à me contacter ou à contacter Sophie RAYNAUD, assistante à la coordination du festival. Elle a travaillé précédemment au Festival de Clermont-Ferrand. Je suis très optimiste quant au fait qu'elle puisse développer "*War on Screen*", car elle a très envie de faire des choses. C'est important d'avoir quelqu'un qui n'est pas là depuis le début.
Nous avons aussi une équipe assez internationale à La Comète, avec notamment deux polonais qui sont très efficaces. Ils travaillent énormément et avec une compréhension du territoire que n'aurait sans doute pas quelqu'un de Paris. C'est important pour moi de rester connecté à Paris pour toutes les raisons que j'ai évoquées, mais je vois à quel point les gens qui viennent de Paris n'ont pas de compréhension du territoire.
C'est la fameuse fracture territoriale dont il est question depuis des mois. Il est plus facile d'intégrer des gens qui viennent de plus loin que des gens qui viennent de Paris ou de Strasbourg.

Notez enfin que le festival se déroulera du 1er au 6 octobre. La présentation de la saison de La Comète aura lieu les 10 et 11 septembre.

Merci à vous et à très bientôt.

M. JESSON
Merci M. BACHMAN. Vous êtes arrivé quelques minutes après que nous ayons voté à l'unanimité le budget primitif 2019. Les 170 000 € de La Comète sont confirmés pour cette année. Vous pouvez être rassuré.

M. BACHMAN
Je vous remercie.

3. POINT SUR L'ENQUÊTE PUBLIQUE RELATIVE AU SCOT DU PAYS DE CHÂLONS

M. JESSON

Je vais demander à M. CHONÉ de nous faire un retour très rapide sur l'enquête publique sur notre projet de SCoT qui s'est achevée il y a une quinzaine de jours.

M. CHONÉ
Par arrêté du 15 mars 2019, le président du PETR a organisé la mise à l'enquête publique du projet de schéma de cohérence territoriale. Cette enquête s'est déroulée sur une période de 33 jours du lundi 15 avril au vendredi 17 mai 2019.
Le dossier d'enquête a pu être consulté aux sièges du PETR, de la Communauté d'agglomération de Châlons-en-Champagne et des communautés de communes de la Moivre à la Coole et de la région de Suippes, sur le site Internet du PETR et dans les sept lieux d'enquête publique.
Le commissaire enquêteur a tenu huit permanences pendant le déroulement de l'enquête publique afin d'informer le public et de recevoir ses observations orales ou écrites. Dans ce cadre, huit personnes ou familles sont venues rencontrer le commissaire enquêteur mais aucune observation n'a été formulée sur les registres d'enquête et quatre courriers ont été reçus.
Globalement, l'enquête s'est déroulée dans de bonnes conditions, et en parfaite conformité avec les textes applicables en matière d'information des citoyens. Il nous reste maintenant à attendre la remise du rapport et des conclusions motivées du commissaire enquêteur après une rencontre qui doit avoir lieu avec le président du PETR.

M. JESSON
Merci M. CHONÉ pour cet exposé concis. Nous avons eu plusieurs contacts avec le commissaire enquêteur et nous avons essayé de répondre à ses différentes interrogations. J'espère que son rapport et ses conclusions nous seront favorables.

4. QUESTIONS DIVERSES

M. JESSON
Nous arrivons au terme de notre réunion et si vous n'avez pas d'autre question ou point à soulever, il me reste à vous remercier de votre présence.

Le secrétaire de séance :

Bernard COLLARD