



LE MUSEE DU CINEMA

LE MUSEE DU CINEMA

A CANNES

**ASSOCIATION
LES MEMOIRES CANNOISES
DU
FESTIVAL INTERNATIONAL DU FILM
ET LE
SEBORGA BUSINESS CENTRE**

PRESENTENT

**PROJET D'IMPLANTATION
DE L'ESPACE
MUSEE PRIVE DU CINEMA
A CANNES**

Cannes / Principauté de Seborga Juillet/Août 2002

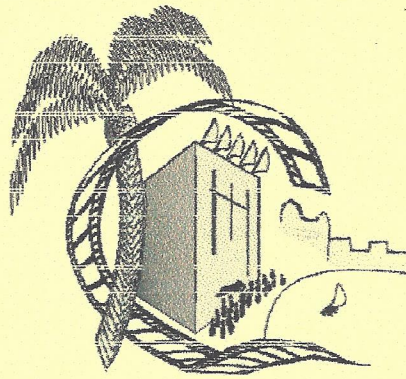
©GPS/Jaguar Enterprises Gib Ltd 2002

Reproduction Interdite

**Mémoires Cannoises du Festival International du Film
Projet de Musée Privé du Cinéma à Cannes**

I.

INTRODUCTION



I. INTRODUCTION

Ce projet a pour but de palier à ce qui manque à Cannes, ville du Cinéma : un musée vivant et interactif de l'histoire de son Festival et du cinéma.

A. Existant, Etat des lieux

1. Les Mémoires Cannoises du Festival International du Film

- Association de type loi de 1901 existant depuis 1997
- Issue d'un stage de chef de projet culturel avec l'AAFD (Agence Azuréeenne de Formation et de Développement)
- Propriétaire de la Marque « Mémoires Cannoises du Festival International du Film de Cannes® »
- A recensé les différents propriétaires de matériel « historique » du cinéma et du Festival (affiches, objets, matériel, décors, etc....)
- A effectué les premières démarches auprès de la Ville de Cannes (sans succès). Participation pendant deux années à « l'Atelier Musée du Cinéma » du député Maire.
- A constitué un projet repris dans la brochure : « Les Échos des Mémoires Cannoise du Festival International du Film du Musée du Cinéma à Cannes »

2. Les sites Internet

Sont déposés auprès de PromoWeb :

- www.ch-lafuente.com/memoires-cannoises
- www.memoirescinemainternationales.com
- www.memoriesworldmovies.com
- www.ileslerins.com

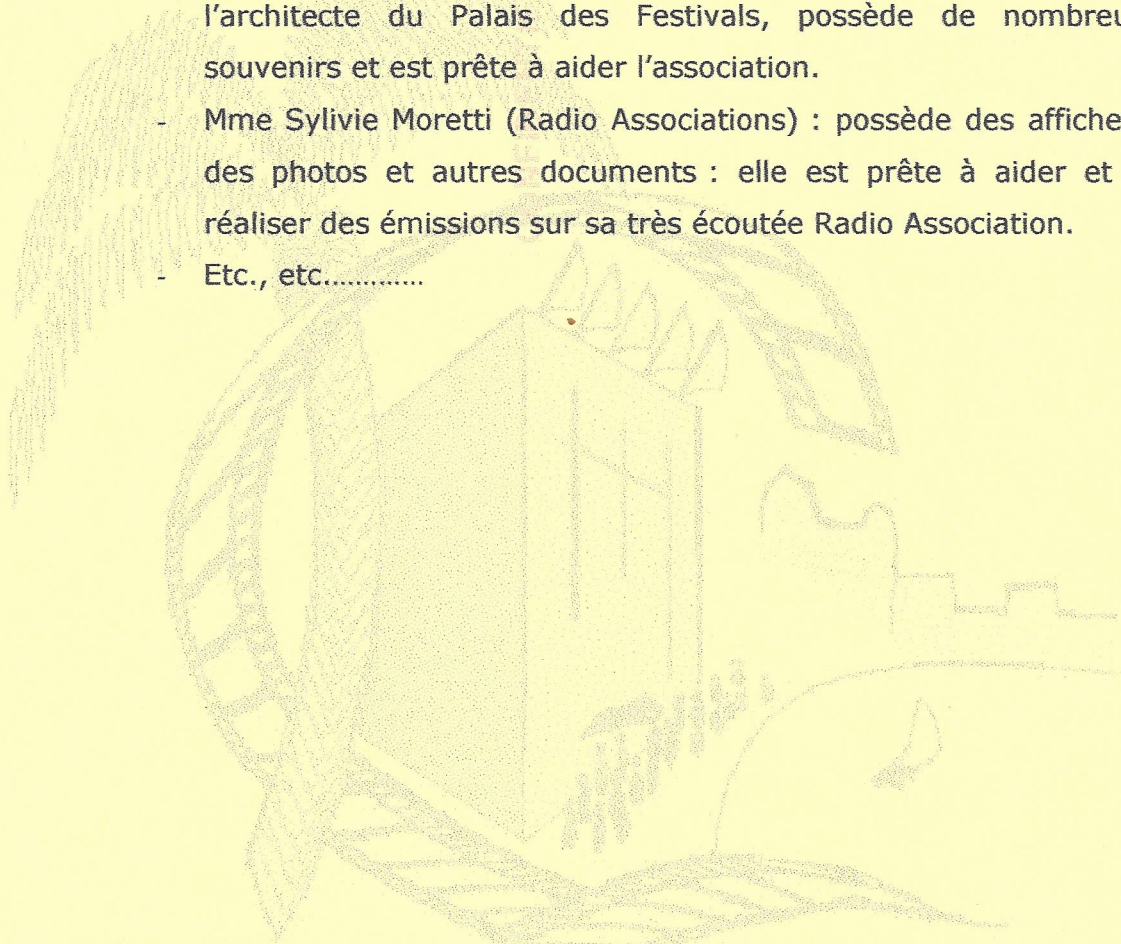
- Le premier site reprend les thèmes de la brochure et le plan du projet.
- Ce site (ou un des autres) demande à être réactivé afin de contacter des sponsors.

3. Les expositions

- A l'occasion du 50^{ème} Anniversaire du Festival les Mémoires Cannoises ont organisé dans le cadre de « Forum Cannes Festival », une exposition dans le Palais des Festivals au niveau 01. Stand B9 (cf : mémorandum les Échos des Mémoires », Guide Officiel du 50^o FIF).
- Cette exposition a également permis le visionnage de films ancien et de mettre en exergue la Collection de M. Paul Ernest (Club des Cinéastes Amateurs de Cannes).
- Un court métrage a été réalisé à cette occasion par l'ESRA : « Mémoires de Cannois ».
- Cette exposition devait également prendre une forme itinérante.
- Cette exposition a permis à de nombreux cannois de se manifester pour apporter des témoignages, des photos et des documents. « pionniers du FIF » ont été recensés
- Le « Matériel » du souvenir.
- Les nombreux contacts pris par Christophe Lafuente permettent déjà de pouvoir compter sur un « matériel » et des documents qui sont prêts à être mis à disposition du futur « musée ». (182 personnes ont déjà été recensés)
- Ces matériels vont des affiches du Festival et des photos aux décors de Jurassic Park en passant par une collection de voitures de cinéma et du matériel professionnel.
- Les personnes suivantes sont prêtes à prêter ou céder en dation leurs propres collections :
- Mme Elda Ernest : Conserve la collection de films de souvenirs et de matériels amassés par M. Paul Ernest
- M. Bruno Car (Hollywood Cars Stars in Cannes) : Possède une collection de plus de 15 voitures de cinéma (+ 23 véhicules à

San Diego USA- collection estimée à + de 4 MUSD), des décors de films, des affiches, des costumes. Il est prêt à participer.

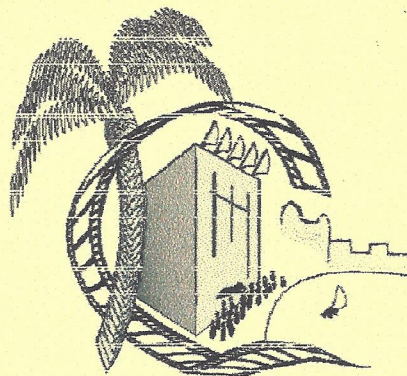
- M. Paul Pacini (fondateur de Cannes Radio) : possède plus de 50 cartons de souvenirs depuis 50 ans, il est prêt à les céder en dation.
- Mme Gridaine (Manoir de l'Etang à Mougins) : petite fille de l'architecte du Palais des Festivals, possède de nombreux souvenirs et est prête à aider l'association.
- Mme Sylvie Moretti (Radio Associations) : possède des affiches, des photos et autres documents : elle est prête à aider et à réaliser des émissions sur sa très écoutée Radio Association.
- Etc., etc.....



**Mémoires Cannoises du Festival International du Film
Projet de Musée Privé du Cinéma à Cannes**

II.

LE PROJET



II. LE PROJET

A. Concept

1. Lignes directrices

- Création d'un **Fond pour la Sauvegarde des Mémoires Cannoises** du Festival International du Film et la création d'un **Musée Interactif (Vivant) du Cinéma Cannois**.
- Création de « **L'Espace du Souvenir du FIF** » lieu d'échange de savoir et de techniques
- Sauvegarde d'une partie du patrimoine du Cinéma Mondial
- Organisation **d'expositions thématiques** permanentes et itinérantes
- Des **attractions permanentes** organisée autour des décors et voitures de cinéma
- Un **Espace de découverte des métiers du cinéma** et de perfectionnement.

2. Le Concept

Le Musée du cinéma à Cannes trouve ses racines, sa raison d'être dans un travail de réunion, de conservation, et d'exposition du patrimoine culturel cinématographique, depuis la création du Festival International du Film à nos jours.

Il s'oriente autour de 8 axes :

1. Sauvegarde de l'histoire du Festival International du Film ;
2. Valorisation du patrimoine culturel et cinématographique cannois ;
3. Espace découverte et perfectionnement aux métiers du cinéma ;
4. Pole de documentation, Cinémathèque, Bibliothèque.

5. La salle de projection et conférences
6. Centre de ressources des métiers artistiques et techniques ;
7. Zone d'attractions (enfants et touristes) ;
8. Cafétéria / Lieu de rencontre et de discussion ;
9. Un espace marketing, boutique aux souvenirs.

B. Articulation

1. Sauvegarde de l'histoire du Festival International du Film

Le **F.I.F.**, événement majeur de l'industrie cinématographique mondiale se doit d'avoir un espace dédié dans la ville qui la verra naître, relatant ses prémisses, ses protagonistes qui sont à la genèse de ce mythique festival, en reconstituant la collection des affiches de chaque festival ainsi que les films primés, etc....

En un mot son **HISTOIRE !**

2. Valorisation du patrimoine culturel et cinématographique cannois

Le Musée du Cinéma est un lieu exclusif et privilégié des passionnés du 7ème art, des pionniers du Festival, des témoins des belles années, de souches ou d'adoption.

Ils représentent le **patrimoine vivant** des Mémoires Cannoises du Festival.

Outre leurs souvenirs, anecdotes, la plupart d'entre eux détiennent de nombreux documents, photos, objets, de quoi agrémenter et étayer la **Mosaïque du souvenir**.

Placés sous les sunlights du Musée du Cinéma il sera rendu parole et hommage à ceux et celles qui ont contribué de près ou de loin à l'Histoire du F.I.F.

C'est un **espace vivant et interactif** où l'on se rencontre et raconte.

L'aura internationale de Cannes ne peut se limiter à sa valorisation géographique.

3. Espace découverte aux métiers du cinéma et de perfectionnement.

- Initier le public ou perfectionner les futurs professionnels du cinéma, sous forme de stages animés par des intervenants reconnus par la scène professionnelle, aux divers métiers inhérent au 7^{ème} Art, dans un lieux éclectique et ouvert à la création.
- Cet espace de formation est un carrefour de rencontres, d'échanges de savoir, de connaissances et de techniques ou les dialogues et les rencontres avec les professionnels et décideurs sont facilitées et ou les partenariats sont favorisés.
- Cet espace alimente le C.R.M.A.T. (Centre de Ressources de Métiers artistiques et Techniques).

4. Pole de documentation, Cinémathèque, Bibliothèque..

- La cinémathèque est un espace qui réunit l'ensemble des documents non exposés de la mosaïque du souvenirs relatif à l'histoire du Festival International du Film et des Mémoires Cannoises du Festival. Elle est formée d'une vidéothèque, bibliothèque, iconothèque, CD'theque, etc. L'ensemble de ces documents audio, vidéos, photos, CD-Rom, et autres médias, sera accessible et consultable à l'aide de moyens vidéo et de supports informatiques.

5. La Salle de projection et conférences

- La salle de projection permet de diffuser des œuvres cinématographiques déjà médiatisées ou non, et permet d'y

organiser une programmation spécifique à la découverte ou à la redécouverte de thèmes connus ou de rush inédits.

- Cette salle est équipée des équipements nécessaires à la fonction conférence, de façon à pouvoir y développer des cours, séminaires, colloques ou autres....
- Elle est intégrée de façon modulable au deuxième niveau où peuvent se développer aussi différentes activités de formation ou de promotion.

6. Centre de ressources des métiers artistiques et techniques

- Créé pour répondre à la demande émanant des maisons de productions, des réalisateurs, des directeurs de casting, le CRMAT est d'un intérêt indiscutable pour la capitale internationale du film en mettant à leur disposition acteurs, comédiens, maquilleurs, techniciens etc., boostant ainsi le cota des productions cinématographiques du bassin Azuréen.
- *Il permet de valoriser l'identité culturelle cinématographique cannoise.*

7. Les Zones d'Attractions

Ce sont deux zones interactives et ludiques destinée à la visite in-situ des décors et des objets de décors (voiture, maquettes, costumes, etc...).

Ces zones peuvent également accueillir des animations ponctuelles tels que fabrication de costumes, réalisations de maquillages, etc....

Cette zone a haute rentabilité crée un complément de valorisation financière importante du projet

8. La Cafétéria

Pour compléter la convivialité de ce lieu de découverte et de rencontres, la cafétéria installée au rez-de-chaussée, sera le lieu où les visiteurs pourront prendre un verre à la sortie d'une projection ou bénéficier d'une

restauration légère rapide lors de leur découverte du Musée. C'est un lieu de discussions et contacts.

9. L'Espace Marketing – La boutique aux Souvenirs.

Cet espace offre la possibilité aux visiteurs d'acquérir divers produits dérivés relatifs au musée du cinéma. C'est un plus incontournable de rentabilité.

C. Lieu

Différents lieux sont proposés à Cannes. Nous sommes en discussion pour l'achat d'un immeuble situé soit :

1. Centre ville à Cannes proche du Palais des Festival
2. Près marché Forville Cannes
3. Centre ville à 600 m du Palais des festival, proche de la Mairie

Tous ces locaux ont une surface d'environ 3.000 m² ou plus sur trois niveaux permettant l'installation des différentes activités du musée.

D. Configuration – Implantations.

Une première étude d'implantation a été effectuée sur un immeuble de trois niveaux reprenant le schéma suivant :

1. Niveau 1 :

Constitue le corps central de l'espace interactif avec :

a) Le pole de documentation :

- Cinémathèque, vidéothèque, Bibliothèque
- Sauvegarde des archives de l'histoire du festival
- Valorisation et visualisation du patrimoine cinématographique et culturel Cannois par consultations de supports vidéos et informatiques

b) Espace de découverte des métiers du cinéma et de perfectionnement :

- Cet espace permet, dans un décors propre aux mémoires cannoises, aux profanes ou aux futurs professionnels de découvrir ce qu'est le cinéma et ses métiers, par la mise en situation et en pratique des diverses techniques relatives au 7eme art.
- Expositions et démonstrations de matériels techniques cinématographiques,
- Démonstrations et formations par des professionnels ;
- Ateliers d'apprentissages et de démonstrations de :
 - Scénarios
 - Prise de vue
 - Éclairage
 - Décors
 - Maquillage
 - Sons
 - Costumes
 - Etc., etc.

c) Zone d'attraction n°2

Cette première zone d'attraction interactive donne la possibilité au visiteur de se mettre en situation de tournage (décors, photos, costumes, etc....)

d) Le Centre de Ressources des Metiers Artistiques et Techniques - CRMAT –

C'est un pôle qui recense et centralise sur support informatique et autonome ceux ou celles qui de près ou de loin ont un lien professionnel avec les métiers du Cinéma. Le CRMAT est donc un pourvoyeur de compétence et de technicité. Le tout administré par le serveur informatique du musée.

e) Un espace collations

Propose diverses boissons fraîches ou chaudes agrémentant le confort des visiteurs.

2. Niveau 2

C'est le niveau commercial, de loisirs et de détente du musée

a) La salle de projection et de conférences

- Salle d'environ 150 places modulable, sera consacré aux séances de visionnage de films anciens ou contemporains ayant principalement un lien avec Cannes.
- Cette salle permet aussi des projections thématiques selon un programme défini avec les partenaires et associations
- Équipée du dernier matériel de projection numérique et de traducteurs automatiques, elle permet certaines manifestations internationales, conférences et congrès.
- Elle possède un accès supplémentaire distinct permettant des séances hors cadre du musée.

b) La zone d'attractions n°1

- Cette partie du musée propose aux visiteurs une exposition permanente et interactive permettant de découvrir en situation des décors, des voitures et des personnages inhérents aux souvenirs des films présentés ou tournés ou présentés nationaux et internationaux à Cannes.

- Elle fait la joie des petits et des grands et permet dès l'accès au musée de se plonger dans l'ambiance de l'univers magique des studios et de se interprètes.

Dans cette zone des écrans géants diffusent également des extraits des films qui ont été tournés à Cannes ou qui ont été en compétition.

c) La Cafétéria :

Cet espace est prévu pour accueillir environ 80 personnes qui tout en dégustant une restauration légère ou rapide mais de qualité en sirotant une boisson rafraîchissante ou chaude, peuvent ainsi prolonger une rencontre, et poursuivre une conversation cinématographique ou autre... Elle est un centre de débat et d'échange.

- La gestion en est confiée par contrat à un traiteur renommé de la place.

d) La Boutique aux souvenirs –Espace marketing

- Divers produits dérivés, permettent aux visiteurs du Musée d'acquérir un ou plusieurs souvenirs.
- Produits marketing : tee-shirts, foulards, produits vestimentaires, accessoires, etc... à forte valeur ajoutée.

Produits culturels : CD, vidéos, ouvrages sur le cinéma, etc...

3. Niveau 3

a) Espace des Mémoires Cannoises du F.I.F

- Outre les matériels, affiches et photos relatant l'Histoire du Festival de Cannes depuis sa création, cet espace est aménagé par un immense canapé en U entourant une table transparente dans laquelle sont incorporés 33 moniteurs vidéo ou informatiques diffusant les interviews

des « Pionniers du festival » et toutes les infos sur ces « mémoires du Festival », ses potins, ses stars.

b) Espace de Sauvegarde de l'Histoire du Festival du Film

- Dans cet espace modulable est concentré sous forme de différentes expositions l'Histoire du Festival International du Film
- Reprend en particulier la collection de toutes les affiches du FIF
- Certains corners sont dédiés aux objets ou photos détenues par des témoins et les passionnés de cinéma cannois. Certains sont entièrement dédiés à quelques uns de ces « grands témoins »
- Un iconothèque permanente et renouvelable rappelle les grands moments du FIF
- Des bustes représentent les différents Présidents du FIF et ses grands animateurs.
- Des écrans ou des bornes interactives diffusent des extraits des films primés ou sélectionnés à Cannes.
- Différents souvenirs de stars sont mis en valeur pour souligner et mettre en évidence les lieux « phares » de Cannes, lieu unique du cinéma international.

c) Coin Cafétéria

- Ce coin cafétéria situé au 3^e niveau permet aux visiteurs de prendre une légère collation tout en restant au plaisir des yeux. Il sert aussi de base technique au réceptions qui peuvent être organisées dans cet espace modulable, à l'occasion de prestations gastronomiques, dansantes, présentation de films, promotions diverses.

E. Animations

Le musée du cinéma de Cannes ne peut-être réduit qu'à sa dimension physique, mais se répand dans l'ensemble de la mythique Cité du festival, de sa Croisette, de ses Palaces, de ses Restaurants et de tous ses lieux de vie et fêtes toujours intimement liés à ses célébrations démesurées.

i. Les animations internes

Les animations internes du Musée pourront se décomposer en trois grandes activités :

a) Les animations à thèmes

- reconstitutions historiques et cinématographiques et holographiques
- Démonstrations de maquillage, de créations de costumes
- Démonstrations de mise en scène
- Création de musiques de film
- Cascades
- Effets spéciaux

b) Les Colloques et réunions

- Intervenants professionnels ou passionnés
- Narrateurs
- Historiens du cinéma
- Etc,etc...

c) Les Projections

- Projections rétrospectives
- Films tournés à Cannes médiatiques ou oubliés
- Films primés à Cannes

- Projections privées
- Présentations de films- Avant premières
- Promotion des courts métrages

d) Le Circuit dans la Ville

- Créer un circuit à travers des lieux cannois mémoires du cinéma ou endroits mythiques du Festival, à la manière d'une exposition itinérante, illustrée par un guide du 7^e art cannois.
- Le cinéma « marche » dans Cannes

F. Activités connexes

En complément du musée, un contrat sera passé avec une ou plusieurs sociétés de service prenant en charge les fonctions suivantes :

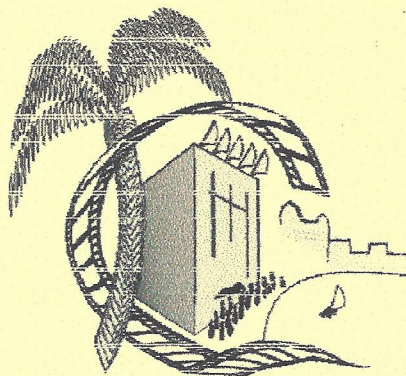
1. Post-production,
2. Pourvoyeur logistique,
3. Agent artistique,
4. Événementiel

Mémoires Cannoises du Festival International du Film
Projet de Musée Privé du Cinéma à Cannes

III.

MONTAGE JURIDIQUE

ET FINANCIER



III. LE MONTAGE JURIDIQUE ET FINANCIER

A. Concept juridique

1. L'association

- Développement de l'Association qui devient le « **promoteur** » du projet.
- L'Association a désigné par contrat la Société BASICH Gib Ltd comme « **Maître d'Œuvre** » du Musée du Cinéma Cannois.
- Pour réaliser la mise en place physique du Musée du Cinéma à Cannes, et porter la structure financière et économique du projet l'Association les Mémoire Cannoise du FIF, s'est lié par contrat avec une société spécialisée dans ce type de réalisation.

2. La Société « porteuse » :

- La Société BASICH Gib Ltd est titulaire d'un contrat de maîtrise d'ouvrage de la part de l'Association les Mémoire Cannoise du FIF pour réaliser et mettre en place physiquement le « Musée du Cinéma cannois ».
- Basich Gib Ltd est une société à « capital by shares » européenne de droit anglais, dont le siège est à Gibraltar et au capital ouvert de 250.000 £. Cette société fonctionne sous le contrôle d'une Société de gestion(cf. & 4).

3. Ouverture du Capital

- Actuellement dans une première phase de développement et pour permettre le montage financier définitif :
- nous ouvrons la société à :
 - 5 directeurs fondateurs dont le droit d'entrée est de 8.000 à 15.000 €
- et nous ouvrons le Capital de la société pour 151.000 €

- Le ticket minimum est à 10.000 €.
- La participation comme directeur fondateur ou comme actionnaire permet l'accès à *une intéressante forme de défiscalisation, légale et européenne, liée au musée.*

4. La Société de gestion

- L'Association a désigné par contrat la Société de Gestion Jaguar Ltd comme « Maître d'ouvrage » du Musée du Cinéma Cannois.

Jaguar Enterprises Gib Ltd société juridique spécialisée sous contrat avec Basich Ltd et l'Association, gère l'ensemble avec l'appui de la société financière Interfisa Gib Ltd et de son cabinet d'avocats, en prenant contrats avec les différentes sociétés pour la gestion du musée (personnel, entrées, cafétéria, activités annexes, etc...).

B. Financement

1. Basich Ltd

Basich Ltd en s'appuyant sur son capital lève des fonds

- par la créations de filiales
- en ouvrant son capital

2. Le Fonds de Soutien

Il sera créé un fond de soutien du musée

3. Les Sponsors

Participent au financement du musée :

- a) sponsors commerciaux

cf titre V/c

b) sponsors culturels

cf titre V

c) Chronologie

(1) Du 15 août 2002 au 15 novembre 2002

Ouverture du Capital de la Société « porteuse »

(2) Du 15 novembre 2002 au 15 février 2003

Mise en place de la structure finale

(3) 15 février 2003 - 15 mai 2003

Finalisation du montage financier

(4) Printemps - Été 2003

Acquisition des locaux

(5) Mai 2003 - janvier 2004

Travaux d'aménagement, infrastructures :

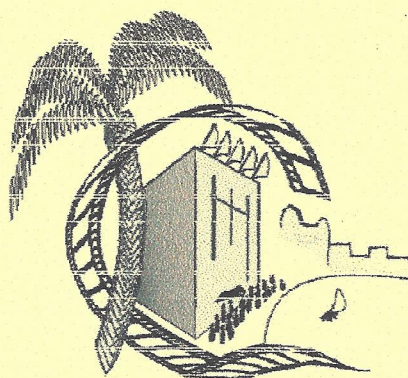
(6) Février - Mars 2004

Ouverture du Musée

Inauguration officielle pour le 57° Festival en mai 2004

**Mémoires Cannoises du Festival International du Film
Projet de Musée Privé du Cinéma à Cannes**

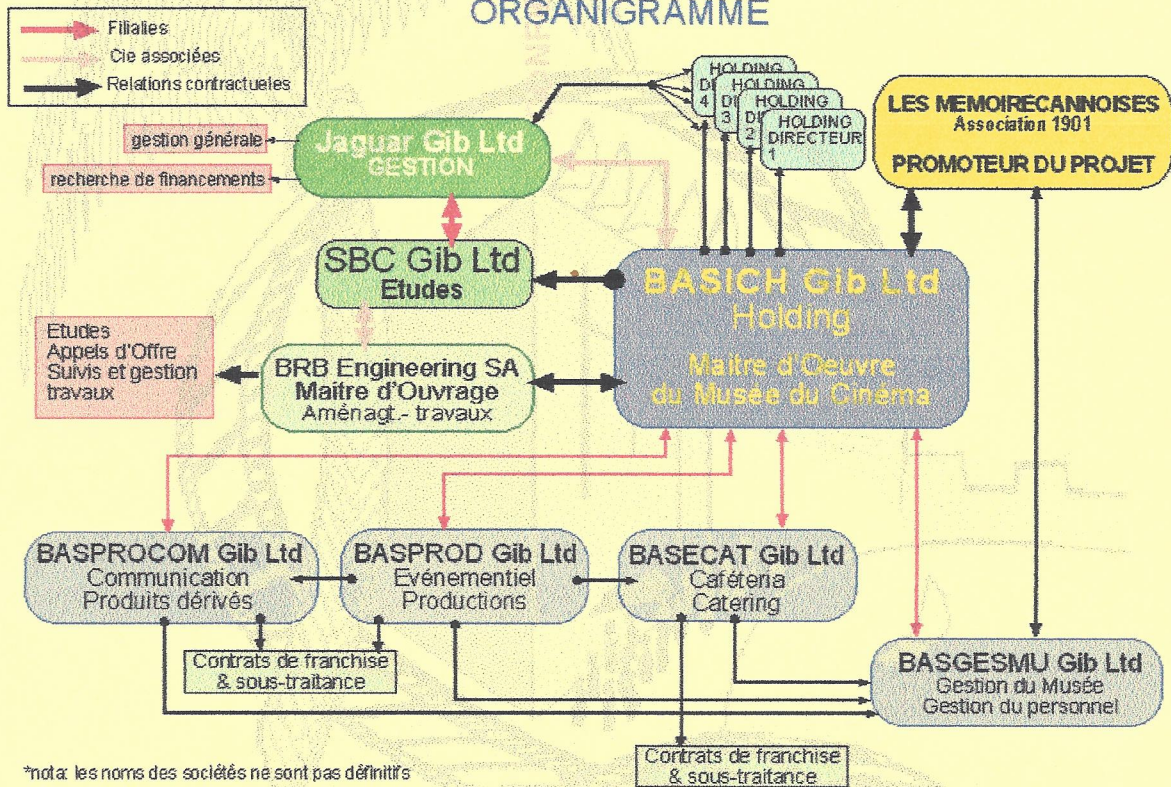
IV. ORGANIGRAMME



IV. ORGANIGRAMME

Projet Musée du Cinéma Cannois ORGANIGRAMME

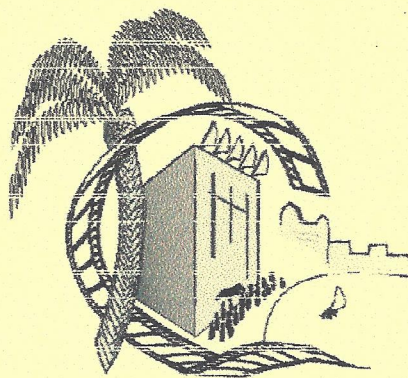
SBC/G.Parcin
17 Juillet 2002



Mémoires Cannoises du Festival International du Film
Projet de Musée Privé du Cinéma à Cannes

V.

LES SOUTIENS



V. LES SOUTIENS

A. Les collectivités

Nous œuvrons pour obtenir le soutien réel des collectivités suivantes

1. La Municipalité de Cannes
2. Le Conseil Général des Alpes Maritimes
3. Le Conseil Régional PACA
4. Le Ministère de la Culture
5. Le CNC

B. Les Associations

Certaines associations nous ont déjà apporté ou nous apporterons leur soutien et leur participation :

1. Les associations cinéphiles

- Association Ciné Croisette – M. Basilewski
- Film Club de Cannes Francis Legrand
- Cinéma Club de Cannes –M. Pidell
- Cannes Stars

2. Les Associations culturelles Cannoises

- M.Y.C.C.A. Pointe de la Croisette
- L'AFVT : Association Française pour une télévision nouvelle.
- Europe Cote d'Azur des Arts et de la Culture
- Association ABC/ Médiathèque Cannes
- Cultura
- Théâtre Passé Présent
- Papillon Vidéo-club

3. Les associations culturelles régionales ou nationales

- Ciné Costum Paris ;

4. Les Sponsors

Différents contacts sont pris ou en cours de réalisation avec les sponsors suivants :

a) Commerciaux

- *Piper Heidsick* : avec le Fond de Sauvegarde du cinéma mondial
- *Chopard* : créateur et fabricant de « La Palme d'Or », Organisateur du Trophée Chopard pour l'innovation dans le cinéma.
- *Piaggio* : Symbole de « La Dolce Vita » la Vespa est une star féminine du cinéma et apparaît dans plus de 100 longs métrages.
- *Air France* : Avion et cinéma sont intimement liés : tous deux pourvoyeurs de rêve, ils contribuent à rassembler les hommes et les cultures. cette compagnie est très attachée à la défense de l'exception culturelle française et à la promotion du 7ème art.
- *Canal +*
- *Baron Philippe de Rotchild*
- *Dauphin - Affichage* : Parrain de la « Caméra d'Or » permettant de mettre en valeur de futurs grands réalisateurs.
- *Fondation GAN* : L'un des principaux partenaires privés du Cinéma Français, pour la réalisation, la distribution et l'exploitation. Apporte également son concours pour la restauration du patrimoine cinématographique mondial et à certains festivals.
- *Kodak-Pathé* : politique d'aide au jeune cinéma.
- *L'Express* : S'intéresse aux « Secrets de Cannes, Secret de Stars ».

- **L'Oréal** : Partenaire du cinéma français et surtout premier partenaire du Festival de Cannes
- **NEC** : partenaire de haute technologie du Cinéma
- **Orange** : Partenaire des Chroniques du festival.
- **Palm Inc** : Pionnier dans les solutions mobiles d'accès Internet sans fil.
- **Renault** : Fournisseur des « Voitures à Filmer » associées à de nombreux longs métrages. Voitures officielles du FIF.
- **Sabatier SA Cote d'Azur** : Matériel de Radio Communication (Sécurité).
- **Stella Artois** : 2^{ème} brasseur au monde est appelé à devenir le 1^{er} partenaire du cinéma. Finance des festivals et des événements spéciaux.
- **Warner Home Vidéo** : documents inédits sur DVD, vaste choix couvrant toute l'histoire du cinéma.
- **X et Y** : logistique et concept de toute prestation de lumière.
- **René Château** : le Défenseur Vidéo des Films français les plus anciens et de la Mémoire du Cinéma français.

b) Particuliers

Nombre de personnes, en particulier « **les Pionniers du Festival** » détenant une grande quantité de documents de valeurs ont été contactés et ont donné leur accord pour soutenir le Musée cannois du Cinéma par leur dons, leurs donations ou leurs prêts de matériel ou de documents. (la liste sera diffusée aux futurs actionnaires)

c) Les Personnalités

Les personnalités suivantes nous ont accordé leur soutien ou sont prêtes à soutenir le projet :

- S.A.R. le Duc d'Orléans
- Monsieur Alain Delon
- M. Georges Lautner (Réalisateur)

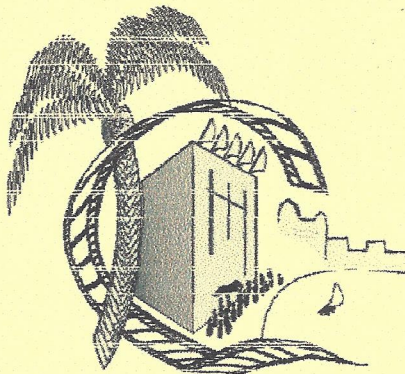
- M. Remy Julienne (Production, cascades)
- Jean Claude Romer (les Fiches de Monsieur Cinéma, Producteur)
- M. Paul Pacini : Pdt. Cannes Radio
- Mme Michèle Mercier (actrice)
- M. Bernard Nauer (réalisateur)
- Mme Paulette Breil
(Relation Publique de M. Jean-Paul Belmondo)
- Mme Nicole Liss (Relation Publique du FIF)
- Ginou Richer : RP du FIF
- Mme Elda Ernest et M. Michel Ernest (Vve et fils de M. Paul Ernest, pionnier du Festival),
- M. Alain Diot (Studio de la Victorine- French Riviera Studios)
- Monsieur le Baron d'Huart (Musée du Cinéma de Los Angeles)
- Mme La Baronne Thierry d'Höflinger
- Mme Jacob-Granier (MYCCA, Ass. Cannes-Stars, AFTV)
- M. J.P. Magnan : Sté Cinéma International
- M. Serge Basilewsky : Ass. Ciné Croisette
- M. Francis Legrand : CDCC, créateur des RIFJ
- Mme Bichet : directrice de Casting Canal+
- David Dessites : DreamLight Entertainment
- M. Jacques Gernez : Directeur Européen des Programmes audiovisuels, et du Grand Prix Intl. Vidéo-Danse ;

**Mémoires Cannoises du Festival International du Film
Projet de Musée Privé du Cinéma à Cannes**

VI.

PREVISIONNEL

D'EXPLOITATION



VI. PRÉVISIONNEL D'EXPLOITATION

A. Fréquentation

- Une étude de fréquentation se base sur celle des principaux sites touristiques des Alpes Maritimes (chiffres 2000- source CRT PACA):

Alpes-Maritimes : principaux sites touristiques en 2000

Musée Océanographique, Monaco : 719 310 visiteurs

Eglise Russe, Nice : 227 500 visiteurs

Fondation Maeght, Saint Paul : 235 640 visiteurs

Chagall, Nice : 191 354 visiteurs

Matisse, Nice : 153 429 visiteurs

Picasso Antibes : 153 429 visiteurs

Ephrussi de Rothschild, Saint Jean : 145 317 visiteurs

Mamac, Nice : 131 443 visiteurs

Parfumerie, Grasse : 370 656 visiteurs

- D'autre part le simple chiffre des « participants » attendus pour les différents salons de Cannes en 2002 donne une autre estimation :

Janvier	13 500
Février	31 500
Mars	26 000
Avril	800
Mai	78 000
Juin	12 000
Septembre	4 000
Octobre	23 500
Novembre	11 000
Décembre	3 500
Total	203 800

- On peut donc raisonnablement estimer la fréquentation à **132.000 visiteurs an**, soit **367 visiteurs / jour** en moyenne. Ce chiffre sera vraisemblablement dépassé rapidement, en regard aux expériences d'exposition déjà réalisées sur Cannes.

B. Bases comptables / Débits

1. Investissements :

Les investissements comprennent :

- L'achat de l'immeuble hébergeant le musée pour environ 2.286.000 €, prix en cours de négociation
- Les aménagement intérieurs comprenant la remise en état de l'immeuble et les aménagement spécifiques tels que escaliers, circulations, salle de projection, issues de secours, cablages etc....pour un montant d'environ 1.370.000 €
- Les aménagements de la Cafétéria pour environ 154.000 €
- Le matériel spécifique au musée et à ses activités , soit le matériel d'exposition, d'accueil, de stockage, de présentation, etc. pour un montant d'environ 230.000 €
- Le matériel informatique et vidéo pour environ 105.000 €
- Le matériel de projection pour environ 80.000 €

2. Charges

On retrouve dans les charges les postes classiques suivants :

- Les salaires des employés (il est prévu d'embaucher une vingtaine de personnes dont deux responsables)
- Les salaires des vacataires extérieurs (guides, narrateurs, conférenciers etc.)
- Les prestations de services extérieures
 - Ces trois postes représentent environ un montant de 800.000 €/an

Les charges fixes et variables telles que téléphone, énergie, assurances, entretien et réparations, etc.. pour env. 150.000 € /an.

3. Publicité, communication

Afin de faire décoller la fréquentation et les activités du musée et obtenir rapidement une notoriété médiatique suffisante, il a été programmé un budget de communication conséquent, scindé en trois parties distinctes :

- Communication (Événementiel, plan média)
- Publicité pure (affichage, journaux, radio, Tv)
- Marketing (ventes et promotions externes, offices du tourisme, tour opérateurs etc.)
- Le tout pour un budget primitif d'environ 300.000 €

C. Bases comptables / C.A.

Les différentes composantes du Chiffre d'Affaires généré par le musée se répartissent comme suit autour des différentes prestations fournies au publique et aux professionnels :

1. Ticket d'entrée

Le prix du ticket d'entrée, au regard de ce qui est pratiqué dans les différents musées du cinéma connus (tous pays confondus) a été fixé à 6.00€

Sur une base de 132.000 visiteurs annuels il génère un CA de 792.000 €

Il sera étudié ultérieurement un tarif modulable pour les enfants et scolaires

2. Les produits dérivés

Il est raisonnablement envisageable que les produits dérivés issus du « Musée du Cinéma » tels que :

- Produits vestimentaires et publicitaires : tee-shirts, casquettes, affiches, etc...

- Produits culturels : CD Rom, DVD, Cassettes vidéos, publications, livres, journaux, etc...
- Produits marketing : briquets, sacs, jouets, bustes, souvenirs, etc....

Généreront après étude, pour un panier moyen de 8,89 € par visiteur (sachant qu'environ 72% des visiteurs auront une action d'achat), un C.A. d'environ 845.000 Euros

3. Les attractions

Les attractions interactives situées au deuxième niveau (voitures de cinéma, décors en situation, etc...) visitées par 85 % des visiteurs généreront un Chiffre d'affaires d'environ 200.000 €.

4. La cafétéria

La cafétéria sera exploitée sous forme de franchise par un traiteur de qualité régional. Le chiffre d'affaire de cette cafétéria sera assuré par la fourniture de boissons, restauration légère, réception, catering associé aux différentes manifestation connexes. Il sera fourni au franchisé un outil totalement aménagé.

- La redevance de cette franchise sera basée sur un pourcentage de 35% du chiffre d'affaire de cette entité.
- Ce qui devrait apporter un chiffre supplémentaire au bilan du musée de l'ordre de 135.000 €.

5. Droits, Licences et Produits dérivés,

- Les licences d'exploitation des différentes marques déposées par le Musée concernant les produits dérivés ou les droits d'exploitation pour des intervenants externes peuvent se chiffrer pour un montant total d'environ 88.300 €.

6. Activités annexes

- Les activités annexes du Musée comprennent :
- Les stages de découverte, formations et perfectionnements

- Les projections et conférences spécialisées
- Les adhésions au CRAMT
- Les activités connexes tels que :

le Circuit dans la Ville
l'organisation d'événementiels

les activités sous traitées de logistique ou de post production

La totalité de ces activités devraient générer un C.A. de 243.500 €

7. Résultat

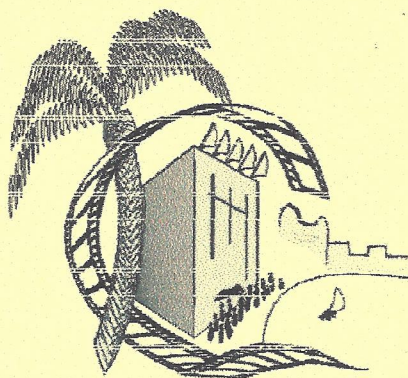
Un premier bilan d'exploitation prévisionnel dont le récapitulatif se trouve dans le tableau ci-dessous permet de dégager dès la première année

- **un résultat brut d'exploitation d'environ 243 500 Euros**

Budget Prévisionnel en \$/€	Charges Totales	Charges Debit		Prestations (CA) Crédit		Entrées visiteurs annuelles	Tarifs	Prestations	Visites Jour
		par an	par mois	par mois	par année				
Gestion Holdings		32 000							
Intervenants Holdings		35 000		66 000	792 000	132 000	6,00	Prix Entrée	367
Immobilier (amort sur 10 ans)	2 286 585	289 826	24 152		845 030	95 040	8,89	=panier moyen des	
Aménagements (am.sur 5 ans)	1 371 951	309 396	25 783					Produits dérivés (75% des visit)	
Informatique (am. sur 3 ans)	106 707	38 489	3 207						
Matériel (amm.sur 5 ans)	228 659	51 566	4 297		201 960	80 784		Attractions	
Améngt. cafét (amm.sur 5 ans)	153 846	34 695	2 891						
Matériel projection (amm 5ans)	76 923	17 347	1 446						
Communication (par an)		75 000							
Marketing (par an)		75 000							
Publicité (par an)		150 000							
					134 527			Gérance cafétéria +catering	
Consomable/Energie		91 463	7 622						
Téléphone+Médias+Internet		36 585	3 049		25 000			Droits d'exploitation	
Assurances		8 384			63 377			Licence produits dérivés	
Entretien		8 695							
Taxes & divers		6 098							
					157 500			Stages +	
Salaires (20 empl + 2 resp)		731 707			51 700			Projections/Conférences	
Services ext. (par an)		60 976			34 300			activités annexes	
Vacataires		34 299							
					15 840			Cramt	
	Total charges	2 086 526			2 321 234	total crédits			
							234 708	Résultat brut	

Mémoires Cannoises du Festival International du Film
Projet de Musée Privé du Cinéma à Cannes

VII.
DESCRIPTION
TECHNIQUE



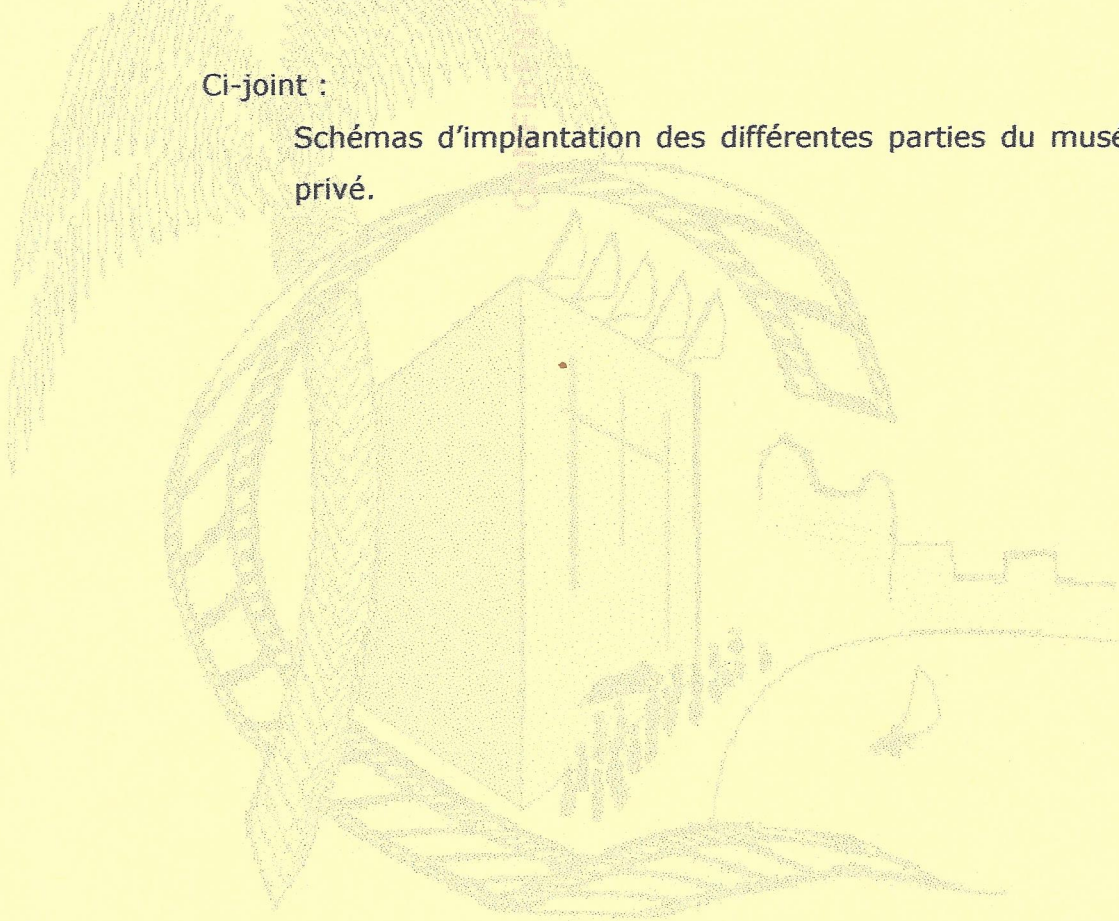
VII. DESCRIPTION TECHNIQUE

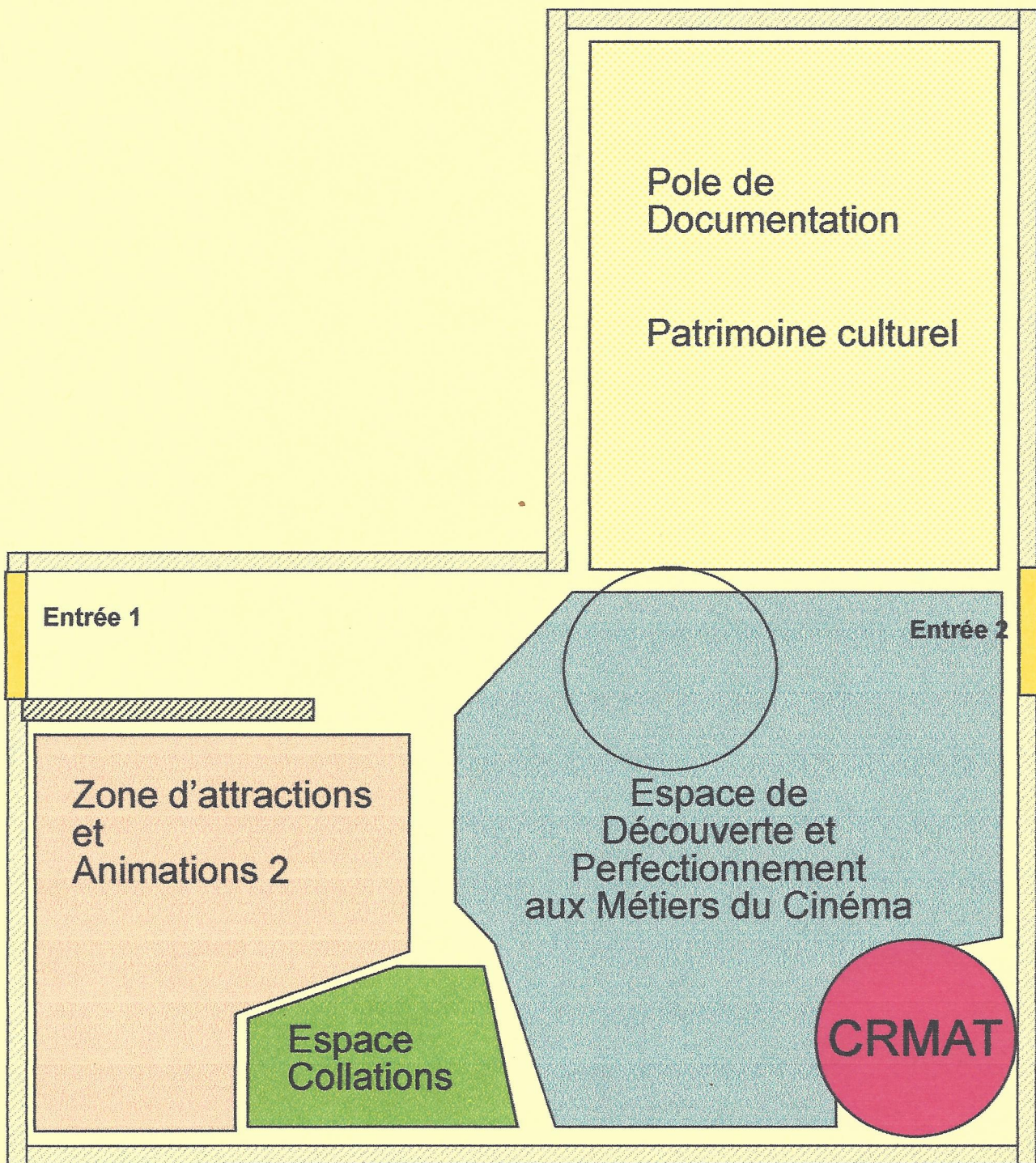
Voir pièces jointes

Une étude complète d'implantation et de structure a été commandée à une société spécialisée (SBC Gib Ltd) et est en cours d'achèvement

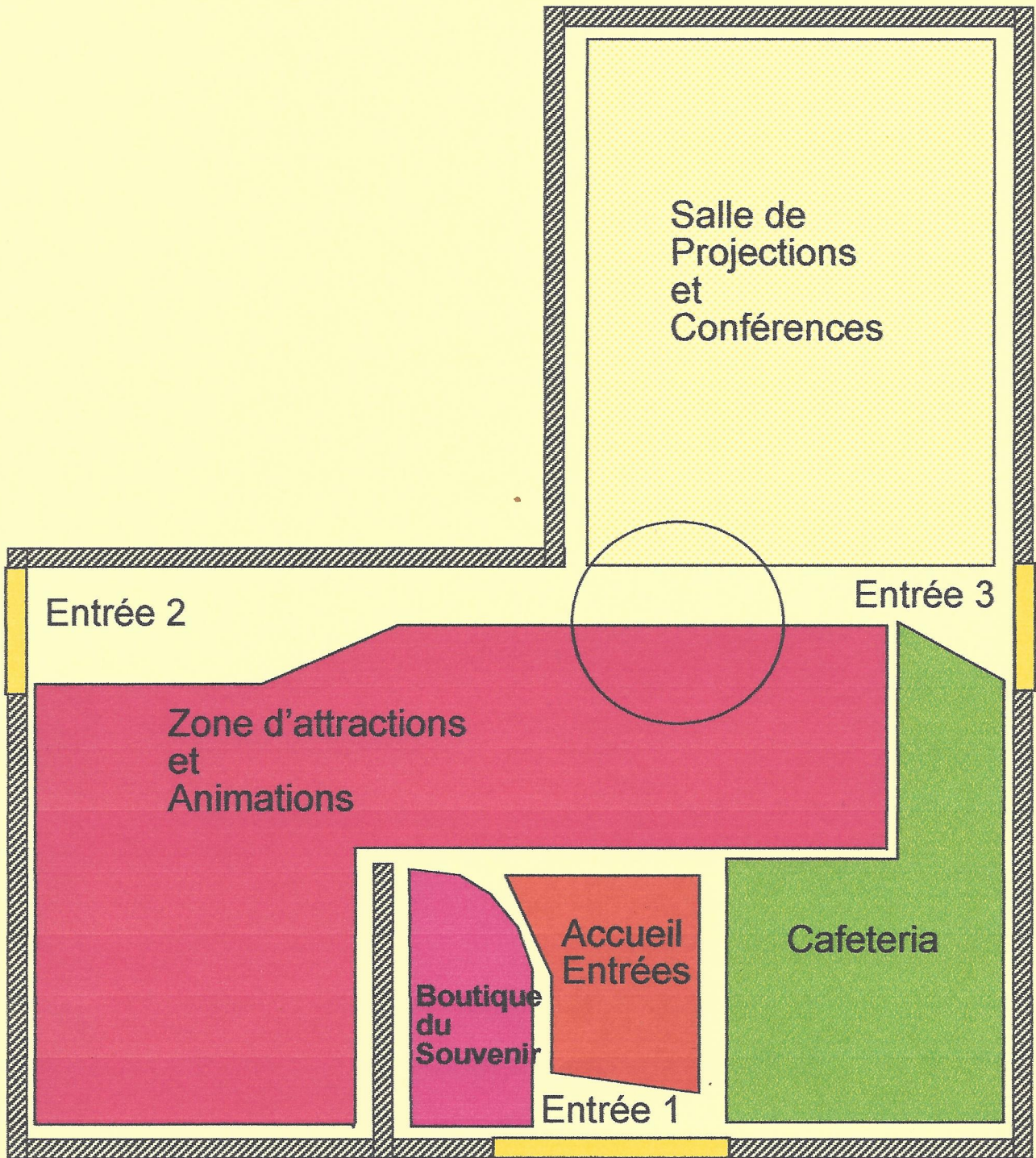
Ci-joint :

Schémas d'implantation des différentes parties du musée privé.

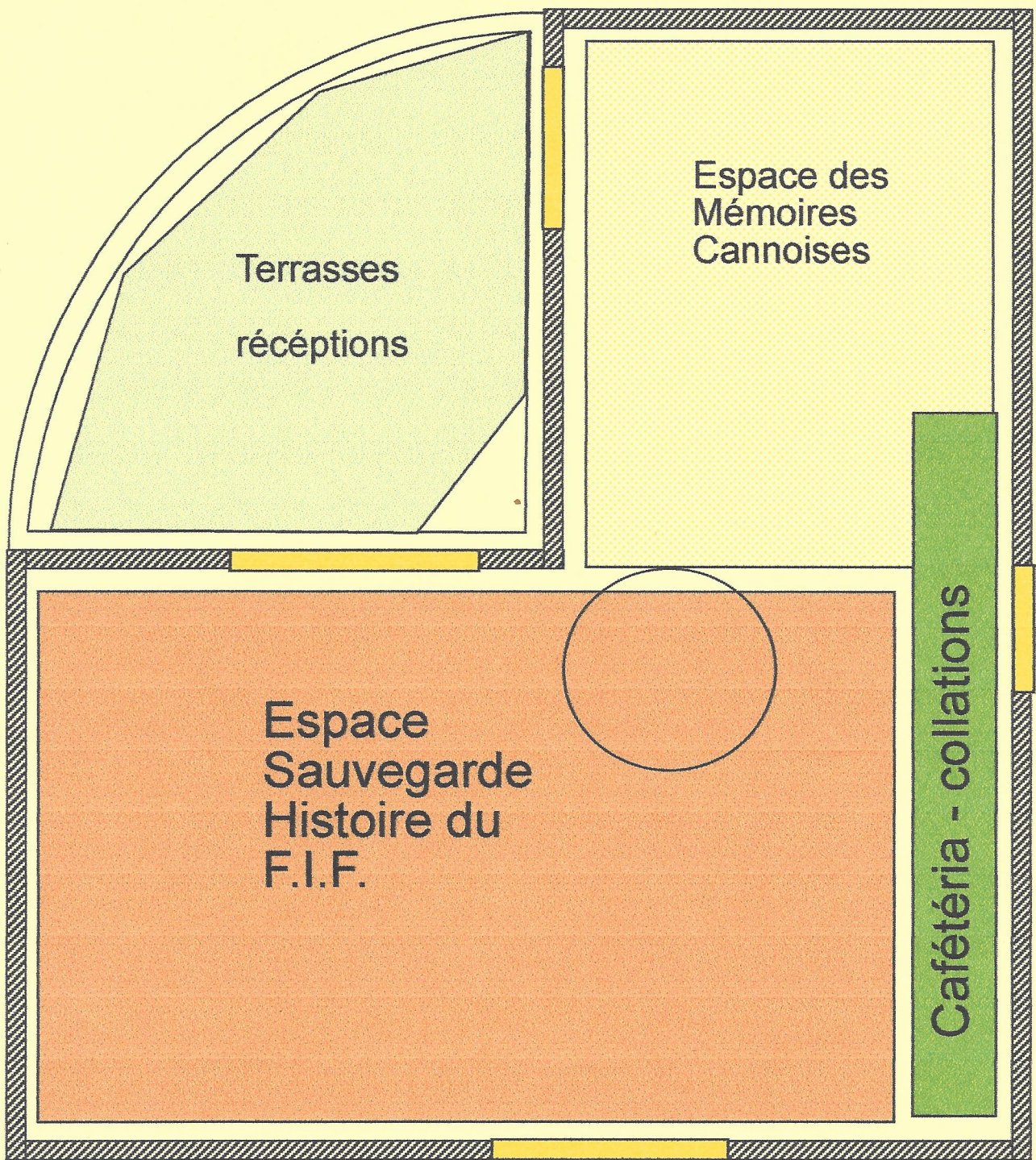




NIVEAU 1



NIVEAU 2



NIVEAU 3

DOSSIER N° 001

CONTACT

Christophe Lafuente

Mémoires Cannoises du Festival International du Film®

BP 184

F-06407 Cannes Cedex

Tél : +33 (0)666 592 148

+39 0184 22 36 44

fax : +1 2063330367

e-mail : cannes-memories@seborga.net