

Au fait

Pierre Gusz

11 000 euros pour une carte de visite

Pendant que le Festival de Cannes battait son plein, la Ville de Colmar s'affichait de manière plus confidentielle, la semaine dernière à La Baule, à l'occasion du festival international « Films et Compagnies », dédié à l'image corporate (et à la communication institutionnelle) en France. Une courte vidéo de deux minutes, réalisée par la Ville et la société de production GCémotions, basée à Sausheim, y a été présentée suite à sa sélection dans la catégorie « carte de visite » du festival.

On y voit le comédien David Martins présenter Colmar sous ses plus beaux atours. « *Oui, Colmar est une ville de musées, marquée par son passé et son histoire. Mais Colmar, c'est avant tout la ville de toutes vos envies* », s'exclame notre homme, avec en toile de fond des images du marché de Noël, de la Petite Venise, de la Foire aux vins...

Renseignements pris auprès de la mairie, on apprend que cette vidéo promotionnelle a coûté la bagatelle de 11 000 euros. Et que la meilleure « carte de visite » du festival, cette année, a été finalement attribuée à... la SNCF. Alstom et la communauté d'agglomération de Quimper complètent le podium. L'essentiel est de participer, diront certains, pendant que d'autres ironiseront sur le bien fondé d'une telle dépense pour promouvoir à grande échelle l'image de leur ville.

