

## 10<sup>e</sup> Energy Film Festival, Lausanne

Energy Film Festival (Festival international du film sur l'énergie) a fêté sa 10<sup>e</sup> édition les 16 et 17 mars 2005 à Lausanne. Pour la première fois, le festival a pris ses quartiers au sein de l'École polytechnique fédérale de Lausanne et au cinéma EuroPlex Flon Lausanne. Il a récompensé publiquement les réalisations les plus remarquables utilisant l'un des trois langages audiovisuels: le court-métrage, le reportage TV et le spot publicitaire.



Plus de 300 participants ont assisté aux conférences dans la salle Polydôme de l'EPFL.

### Les conférences

La journée du 16 mars était consacrée à un cycle de conférences sur le thème «Energie, développement durable et esprit d'entreprise». C'est sous le dôme boisé de la salle Polydôme de l'EPFL que se sont exprimés des conférenciers tels que les professeurs Daniel Favrat (EPFL), Meinrad K. Eberle, de l'ETHZ, les docteurs Hans Hohl, J. Van Herle, François Maréchal, Alain Jenny, et MM. Alexandre Closset et Eric Herger. Un public diversifié a répondu présent, puisque plus de 300 personnes ont assisté à cette journée.

Durant la matinée, trois thématiques ont

été abordées à travers différentes interventions:

*Economiser l'énergie.* Les travaux menés sur les fluides ou la taille des turbines dans les pompes à chaleur ont été présentés. Hans Hohl, de la société SATAG à Arbon, a rappelé à cette occasion que les pompes à chaleur équipent 40% des nouvelles maisons individuelles en Suisse.

*Substituer les produits pétroliers.* L'exemple le plus souvent cité en Suisse romande demeure l'expérience du bio-diesel d'Eco Energie à Etoy, qui rêve de la situation en Allemagne où un million de tonnes de ce carburant est produit par an, afin

d'être distribué dans 1600 stations-service.

*Soutenir la recherche.* La discussion a notamment porté sur les différents types de piles à combustible dont la commercialisation ne devrait pas intervenir avant la fin de la décennie pour les premiers modèles (électronique portable). Il a donc aussi été question de l'importante quête des niches à occuper pour les entrepreneurs, à l'instar de HT ceramix à Yverdon, qui va mettre cette année sur le marché une pile à combustible pour utilisation fixe de 500 watts électriques qui fonctionne sur une base de gaz de camping.

L'après-midi a débuté avec un débat



La start-up HT ceramix, située à Yverdon, est active dans le domaine des piles à combustible.

autour du thème de la vulgarisation scientifique. Comment la science communique-t-elle? C'est à cette question qu'ont tenté de répondre Jamy Gourmaud, journaliste scientifique pour l'émission «C'est pas sorcier» sur France 3, Vincent Lamy, PDG de Riff International Production et Roland Goerg, producteur de l'émission de la Télévision suisse romande «Territoires 21». Les nombreuses questions du public ont alimenté le débat durant plus d'une heure.

La journée s'est terminée par une table ronde de professionnels de la communication: Anne Saint Dreux, de la Maison de la Pub à Paris, a endossé le rôle de médiatrice entre le public et deux professionnels de la communication dans le domaine énergétique: Valérie-Anne Lencznar, responsable de la communication pour EDF, et Philippe Furrer, responsable de la communication pour EOS Holding. Le débat, animé, a porté sur les questions de crédibilité entre les messages de communication et la stratégie des grandes entreprises.

En fin d'après-midi, une interview avec Jamy Gourmaud et Vincent Lamy a été organisée avec la FNAC Lausanne et TVRL. Inviter Jamy Gourmaud dans le cadre d'Energy Film Festival s'imposait, puisque son émission vise le même objectif que le

festival: rendre accessible à un large public des thèmes s'adressant généralement à des spécialistes scientifiques ou techniques. Près de 40 personnes, et plus particulièrement les jeunes, étaient au rendez-vous pour découvrir les coulisses de l'émission et participer à une discussion interactive sur le thème de la vulgarisation scientifique.

### Les projections

De la lente dégradation physique et morale des liquidateurs de Tchernobyl, ces milliers d'hommes qui ont éteint l'incendie du célèbre réacteur au lendemain de la catastrophe du 26 avril 1986, au cocon du confort absolu de la pub Dolce Vita de GDF, en passant par l'histoire de l'eau des glaciers à la haute tension d'EOS ou un reportage sur la voiture à hydrogène chère à Arnold Schwarzenegger en Californie, Energy Film Festival a souligné une fois encore l'éclectisme de l'image de l'énergie par des courts-métrages, des reportages TV et des spots publicitaires. Ceux-ci ont été présentés en compétition le 17 mars au cinéma EuroPlex Flon Lausanne.

Les films projetés, en provenance des Etats-Unis et des quatre coins de l'Europe, ont été présélectionnés par une commission de sélection et ont été soumis à un jury

international qui a décerné un prix pour chaque catégorie.

Une rétrospective sur l'histoire de la publicité a été présentée par Anne Saint Dreux, de la Maison de la Pub à Paris. Des années 1950 à aujourd'hui, l'énergie a perdu de sa naïveté. Finis les rêves d'un futur automatisé des années 1960 où l'énergie permet un «confort incomparable», où l'énergie distingue l'homme du XX<sup>e</sup> siècle de son ancêtre de la préhistoire. L'énergie dans la pub joue désormais la carte du présent, de l'individu à la fois citoyen et heureux sous la forme d'un

## Portrait

Energy Film Festival est une manifestation biennale. Depuis sa création en 1986 à l'initiative de l'Association suisse du film scientifique, dix éditions ont eu lieu. C'est le seul festival international cinématographique fédérant toute forme d'énergie (électricité, gaz, biogaz, pétrole, énergies renouvelables, biomasse, nucléaire, hydraulique, etc.). Une fondation a été constituée à Lausanne en 1991 regroupant les différents contributeurs à la manifestation. Sous la présidence du prof. Meinrad K. Eberle (Ecole polytechnique fédérale de Zurich), le Conseil de fondation gère le festival.

Energy Film Festival suit plusieurs objectifs:

- assumer la mission du festival en traitant toutes les formes d'énergies;
- communiquer sur l'énergie auprès du grand public;
- favoriser l'information, la formation et l'image de l'énergie par l'émotion et la culture;
- instaurer une plate-forme d'interactivité entre les différents milieux intéressés.



Lolita Morena a remis le grand prix du court-métrage au réalisateur hollandais Evert De Beijer.

«Donner au monde l'énergie d'être meilleur». Cette rétrospective a été illustrée de documents exceptionnels datant de l'époque des Frères Lumière à nos jours.

La Maison de la Pub a pour but de collecter, archiver et mettre à disposition du plus grand nombre les documents publicitaires (principalement audiovisuels). Elle compte actuellement plus de 400 000 films, français et étrangers, datant du début du siècle jusqu'à nos jours.

Différentes expositions ont également été présentées sur les sites de l'EPFL et au cinéma EuroPlex Flon. Parmi celles-ci se

trouvaient des photos d'EDF issues du livre «Les instantanés du groupe EDF».

### Le palmarès

Le palmarès a été présenté par M<sup>me</sup> Lolita Morena, présentatrice à la Télévision suisse romande. La remise des prix a été effectuée par M<sup>me</sup> Eliane Rey, conseillère municipale et directrice des Services industriels de la Ville de Lausanne. M. Ivo Kummer, président du jury international et directeur des Journées de Soleure, a mentionné la motivation du jury pour le palmarès des films et spots publicitaires ci-dessous:

Le grand prix du court-métrage a été attribué au film «Car Craze» du réalisateur hollandais Evert De Beijer: Une démarche originale et indépendante pour faire réfléchir à l'usage inconsidéré d'une énergie fossile, une histoire exprimée par des images dessinées, animées et un son stylisé. Une création cohérente d'un univers irréel qui renvoie crûment aux problèmes du monde réel.

Le prix du reportage TV a été décerné au film «Le Sacrifice» des réalisateurs suisse et russe Emanuela Andreoli et Wladimir

## Médiathèque

La médiathèque d'Energy Film Festival est une banque de données de films et spots publicitaire sur l'énergie unique au monde. Actuellement, plus de 300 films et spots publicitaires, sélectionnés lors des anciens festivals et provenant du monde entier, sont répertoriés sous différentes rubriques thématiques. Ces films, en format VHS, Betacam ou DVD, peuvent être loués gratuitement en Suisse pour une durée d'un mois. Il existe également la possibilité d'organiser des séances de projection thématiques à la carte. Cette médiathèque est destinée à l'usage des enseignants, des chercheurs et du public intéressé.

Tchertckoff: Un film contre l'oubli. Non pas l'oubli de la catastrophe même de Tchernobyl, mais l'oubli de ceux qui, les premiers, ont combattu l'emballement du réacteur. Les auteurs se sont engagés directement, sans commande aucune, en s'adressant à un public qu'il s'agit de rendre critique envers l'information officielle.

Le grand prix du spot publicitaire a été attribué au spot «New Pet» de l'Agence DDB Seattle, USA: l'absurdité réjouissante de cette façon de promouvoir les économies d'énergie s'imprime dans la mémoire. La narration laconique d'une anecdote incongrue agit auprès des consommateurs de tous âges et influence leur comportement.

Une mention spéciale a été attribuée à l'Union Pétrolière pour le spot publicitaire «Se chauffer au mazout». Cet encouragement s'adresse au directeur de la photographie, élément majeur de l'équipe de ce spot. Une petite anecdote en plein air, un bonhomme de neige et une fillette, soutenu par la qualité lumineuse des images.

Texte: sonia.hayoz@electricite.ch

Textes des conférenciers (dès le 8 avril 2005), palmarès, liste des films de la médiathèque et autres renseignements:

[www.fifel.ch](http://www.fifel.ch), tél. 021 310 30 90.



Dans une salle de l'EuroPlex Flon à Lausanne, Anne Saint Dreux, de la Maison de la Pub à Paris, s'est penchée sur l'histoire de la publicité liée au thème de l'énergie.