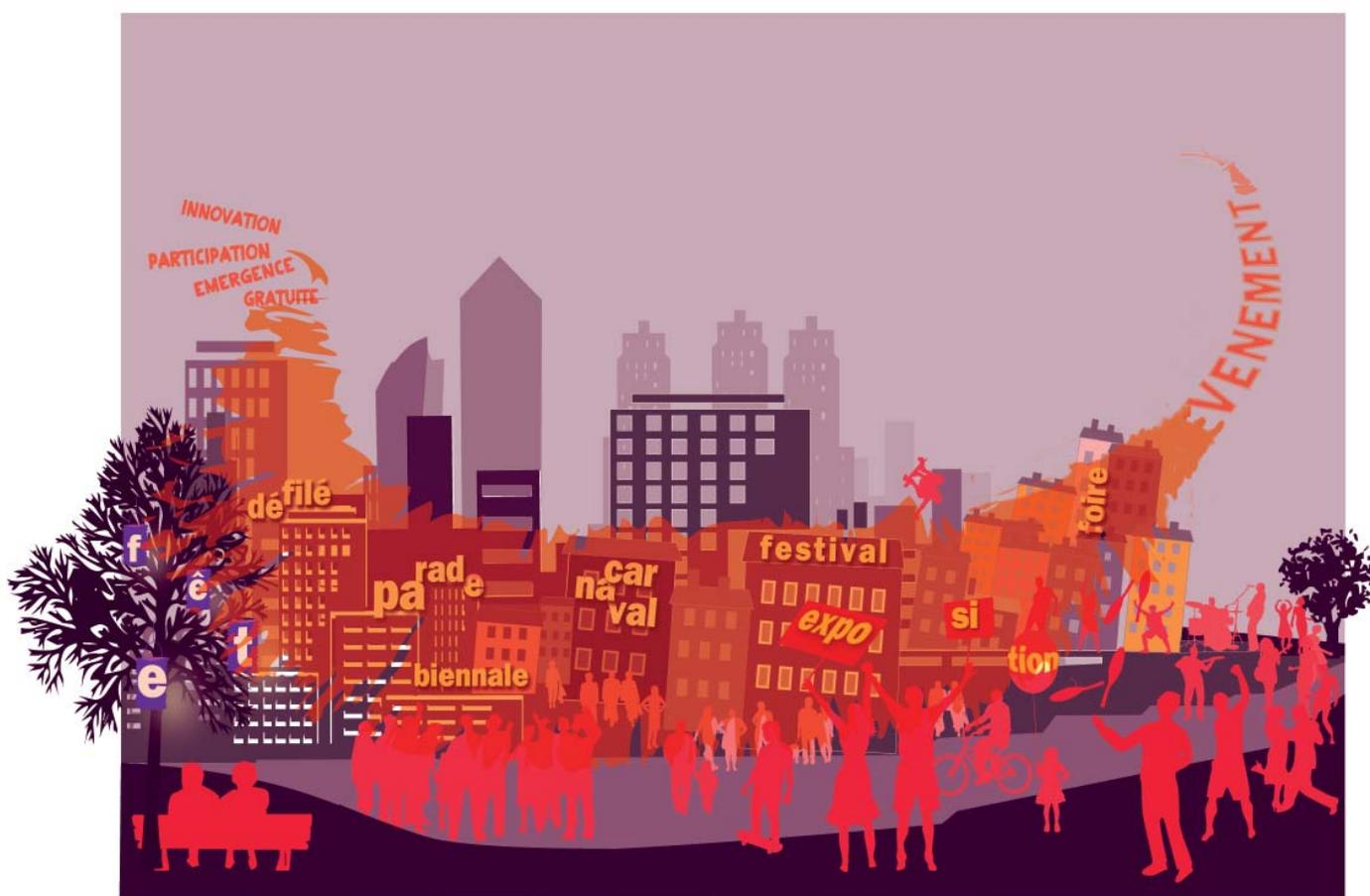


L'événement, la fête, le festival :

repenser les politiques culturelles et territoriales

Document de cadrage pour la 8^{ème} rencontre, 11 février 2011



La démarche GRAND LYON VISION CULTURE vise à accompagner la Communauté urbaine de Lyon dans sa réflexion culturelle, à savoir :

- construire et partager une approche commune de la culture ; alors que celle-ci est de plus en plus présente dans tous les compartiments de la vie sociale ;
- enrichir les projets actuels et futurs du Grand Lyon, notamment en matière d'événements d'agglomération ;
- imaginer des modes de relation innovants du Grand Lyon avec les artistes dans le cadre de différentes politiques : urbanisme, participation citoyenne, développement économique, etc.

Dans quelle mesure les artistes peuvent-ils contribuer à une société de la connaissance et à la vitalité de la vie urbaine ? Comment les repérer et les solliciter ? Comment les associer à des dispositifs de politiques publiques ?

Cette démarche est scandée par des rencontres élus-experts-professionnels. Chaque rencontre est introduite par un document de cadrage semblable à celui-ci ●

Avertissement

Ce document, comme les précédents, est le résultat d'un grand nombre de lectures d'ouvrages et d'articles de statuts divers. Le parti pris consistant à ne pas citer les auteurs dans le corps du texte a parfois ses limites, et malgré une bibliographie précise, il me faut ici mentionner les noms d'Edith Fagnoni, de Maria Gravari-Barbas, de Sébastien Jacquot, de Florence Smits, de Jean-René Morice et de Philippe Violier et remercier ces auteurs pour la contribution qu'ils ont apporté à la rédaction de la seconde partie de ce document notamment.

SOMMAIRE	Partie 1 – De la mise en scène du pouvoir à la régénération des politiques culturelles	p.4
	Ancien Régime : l'événement comme média politique	p.6
	La laïcisation de l'événement	p.8
	Comment les événements sont devenus le moteur des politiques culturelles	p.10
	Partie 2 – L'événement comme mode de management des territoires	p.14
	Contribuer à la régénération urbaine	p.16
	Stimuler l'urbanité en s'appuyant sur la tradition	p.19
	Participer à l'identification d'un territoire	p.21
	Partie 3 – La matrice événementielle « reloaded »	p.24
	Les bailleurs face au choix : intuition versus audit	p.26
Événements et médias en mutation	p.30	
Événements polydirectionnels pour consommateurs omnivores	p.33	
Repères bibliographiques	p.38	

L'événement, la fête, le festival : repenser les politiques culturelles et territoriales

Les événements – festivals et fêtes – ont permis de repenser, voire de bousculer la politique culturelle. Ils ont été un moyen de développer l'intervention publique dans ce domaine, qui bien que sujet à de fréquents renouvellements, génère aussi de fortes résistances professionnelles. De plus, les dispositions très opérationnelles des événements, leur ont permis d'aller bien au-delà du champ culturel : ils sont devenus un mode de renouvellement des politiques publiques, et en particulier des politiques des collectivités locales. Car, à partir du moment où les territoires – villes, agglomérations, départements, régions –, commencent à être envisagés d'un point de vue décentralisé, ils acquièrent des fonctions nouvelles. Ils doivent notamment mettre en place des politiques économiques, des politiques de développement, des politiques sociales aussi.

Les territoires ont alors trouvé des ressources pertinentes et spécifiques dans le domaine de l'intervention culturelle, qui est, depuis la création du Ministère de la culture au moins, un espace d'innovation administrative. De nombreux exemples en attestent : le recrutement de ses personnels – faisant appel à des personnalités qualifiées qui ont ensuite été intégrées à la fonction publique – ou ses dispositifs partenariaux qui impliquent des opérateurs nombreux – les Maisons de la culture ont été co-financées par les villes, pour l'investissement et plus encore pour le fonctionnement. La politique culturelle est, depuis une cinquantaine d'années, un laboratoire pour les politiques publiques. Et, pour les territoires, elles vont s'avérer une source féconde d'inspiration. « L'usage » ou le recours aux événements le démontre clairement.

On peut dès lors émettre l'hypothèse que les événements ont été et sont toujours un puissant moteur dans un système politico-administratif français plutôt figé. Ils ont tout d'abord contribué à renouveler les politiques culturelles (I). Ils ont alors connu un succès exponentiel, dû sans doute à leur extrême plasticité qui leur a permis de s'adapter à des situations très diverses. Investis de fonctions toujours plus nombreuses, ils ont notamment participé à l'aménagement du territoire et en particulier à la régénération urbaine (II). Aujourd'hui, ils sont sans doute à la recherche d'un nouveau souffle, parce que leur propagation a tendance à annuler leurs effets. Mais des exemples récents tendent à prouver qu'ils demeurent efficaces : soit dans des projets d'envergure, initiés par des collectivités publiques audacieuses, soit dans des projets plus modestes, émanant d'initiatives privées (III) ●

Pierre-Alain FOUR

Quel est l'enjeu de cette séance ?

Les événements n'ont-ils pas des dispositions exceptionnelles, d'autant plus précieuses qu'on a affaire à un paysage public qui peine à se réformer ? En effet, contrairement à une image courante, les événements ne sont pas uniquement un « moment » : ils peuvent au contraire structurer une politique publique. Ils sont cependant des outils de plus en plus complexes, qui demandent à ce que se développe une ingénierie spécifique, à même de combiner les objectifs d'un territoire avec un « concept » d'événement intéressant, utile, etc. Efficaces pour innover ou tester un projet, ils ne doivent pas non plus se substituer à des missions au long cours telles que l'éducation, la conservation et la préservation du répertoire, la sauvegarde du patrimoine, etc. Autrement dit, s'ils sont utiles pour réformer, il faut prendre la mesure de ce qui se produirait s'ils remplaçaient la politique culturelle, et plus largement l'ensemble de l'intervention publique.

PARTIE 1

De la mise en scène du pouvoir à la régénération des politiques culturelles

L'organisation et la publicisation d'événements est depuis longtemps un attribut du politique comme du religieux. Le pouvoir fait l'objet d'une mise en public, qu'il s'agisse d'événements relevant de la sphère de l'intime (mariage, décès, etc.) comme d'événements relatifs à l'actualité du régime (célébration d'une bataille, signature d'un traité, etc.). Quant au culte, un calendrier liturgique constitué de fêtes et de célébrations religieuses, ponctue l'écoulement du temps. Au tournant du XIX^e siècle, les activités événementielles connaissent un déplacement dans le champ « public » et sont mises à contribution pour célébrer le fonctionnement nouveau de la société, et mettre en évidence son « progrès ». La démocratisation et la laïcisation progressive de la société n'ont donc pas entraîné la fin des événements, au contraire. Les grandes expositions universelles, premières manifestations très grand public, à vocation mondiale, avaient pour fonction de magnifier la « civilisation » du pays organisateur et par-delà, ses instances dirigeantes. Dans le champ particulier des arts, de grands événements se sont notamment développés avec les arts visuels – des salons jusqu'aux biennales d'art – et avec des festivals de musique – Bayreuth, fondé en 1876. Mais il faut attendre la prospérité économique retrouvée des années 60, au moment où se met en place une politique culturelle d'État, pour assister à la véritable montée en puissance de l'événementiel culturel ●

Ancien Régime : l'événement comme média politique

Avant l'avènement des mass media, les pouvoirs disposent d'assez peu de moyens de communication. C'est pourquoi ils mettent en scène leur actualité. Ce procédé leur permet de rendre publics des faits relevant de la sphère privée (mariage, décès), du politique (traités, batailles victorieuses) ou du religieux (liturgie traduisant la geste religieuse). Ce sont les prémises d'une activité événementielle qui ira croissant. ●●● p. 6

La laïcisation de l'événement

La sécularisation des instances dirigeantes n'entraîne pas la cessation de la nécessité de « faire savoir ». Aussi, on assiste à un phénomène de laïcisation de l'événement qui transite notamment par la mise en place de très grands événements à vocation mondiale que sont les expositions internationales et universelles. En parallèle, émergent des événements à proprement parler culturels et artistiques qui permettent à la fois de rendre visible l'actualité de l'art, tout en favorisant la sociabilité de la bourgeoisie et la mise en scène de sa place nouvelle. ●●● p. 8

Comment les événements sont devenus le moteur des politiques culturelles

Le développement très institutionnel des politiques culturelles, avec un découpage d'intervention calqué sur une hiérarchie des arts, ne permet pas de refléter le mouvement qui caractérise le milieu artistique et la création. Aussi, l'événement culturel est-il apparu, en France en particulier, comme un excellent moyen pour valoriser par exemple une discipline émergente (bande dessinée, hip-hop, etc.). Les événements sont aussi pertinents pour expérimenter un concept (mixer art et science, soutenir le design, etc.) et sont sollicités, avec des fortunes diverses, pour élargir le public. ●●● p. 10



Sacre de Napoléon 1er

Le spectacle du quotidien

→ 02. 12. 1804

ANCIEN RÉGIME : L'ÉVÉNEMENT COMME MÉDIA POLITIQUE

Les événements, qui semblent avoir pris une telle place dans le fonctionnement de nos sociétés, sont un dispositif dont les prémisses remontent à l'Antiquité. Sans entrer dans une approche historique, mais en concentrant notre regard sur leur signification, on constatera qu'ils sont utilisés pour rendre publique la vie politique. Ils sont aussi mis à contribution dans le champ des croyances, pour célébrer et mettre en scène l'histoire religieuse.

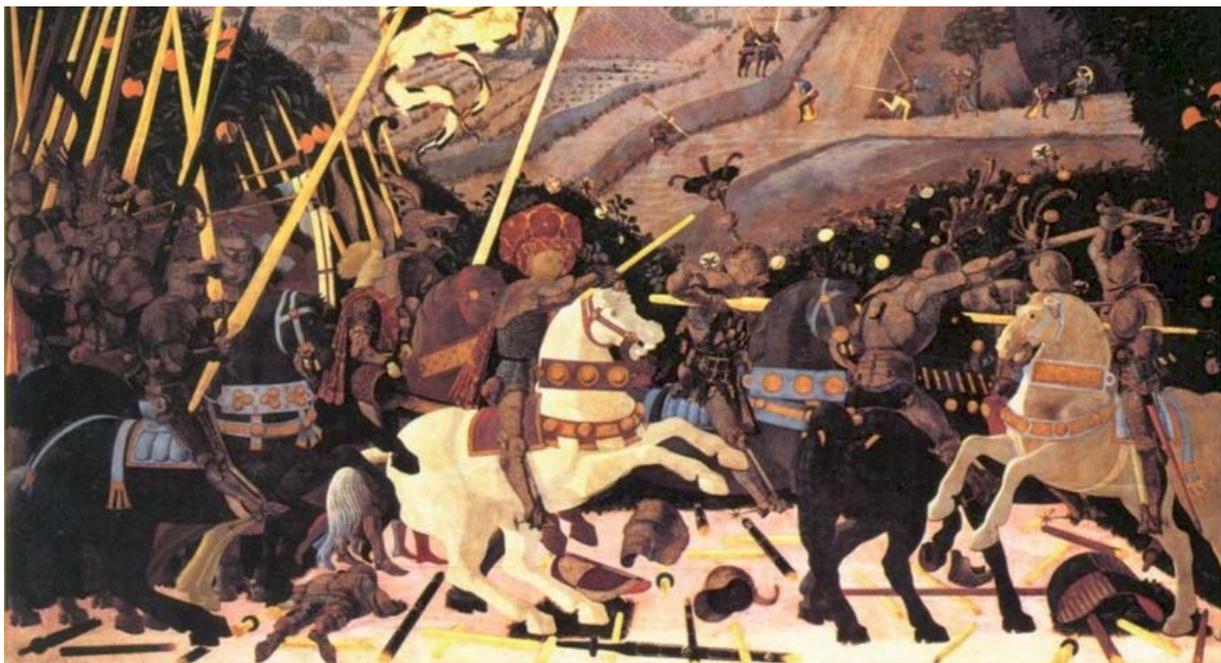


Couronnement de Philippe Auguste nov.1179, Jean Fouquet, 1455-1460

Rendre publique la vie politique

Avant que les médias ne prennent l'importance qu'on leur connaît aujourd'hui, le pouvoir ne pouvait guère s'appuyer dans sa « communication » destinée au peuple que sur la statuaire et sur la publicisation de son « actualité ». Un fait – mariage, naissance, victoire militaire – est converti en une manifestation publique qui cherche à le faire connaître, tout en « magnifiant » le pouvoir qui en est à l'origine. L'événement est alors bien différent de celui que nous connaissons. Et d'une manière générale, il n'est pas destiné à faire participer le public à un spectacle, mais à l'informer, via la mise en public d'un événement particulier, de l'actualité, de préférence heureuse

ou glorieuse, du pouvoir. Ainsi, les mariages royaux sont-ils l'occasion de réjouissances qui s'étirent sur plusieurs jours, qui donnent lieu à des décorations dans la ville, à des déplacements somptueux, à des fêtes grandioses... De même un défilé militaire peut-il être l'occasion de constructions éphémères, de pavoisements, d'un « spectacle » impressionnant constitué d'hommes en uniformes, de chevaux et de musique... Cette mise en public de la vie politique est faite par le truchement de l'événement, dont on commence à cerner les dispositions : il permet de communiquer et il marque les esprits.



La bataille de San Romano Contre-attaque de Micheletto da Cotignola, Paolo Ucello, 1435-1440

Avec la centralisation du pouvoir, dont l'expression la plus marquante est le règne de Louis XIV, la notion d'événementialisation de la vie publique prend un développement nouveau. Progressivement, les fêtes royales se sophistiquent et font appel à des corps de métiers de plus en plus nombreux. Artistes et architectes en particulier sont sollicités pour des réalisations éphémères allant de la construction de décors jusqu'à des tables de repas somptueuses, certes faites pour nourrir, mais aussi

et probablement surtout, pour impressionner et susciter éloges et admiration... Dès cette époque, on constate que l'occasion d'une fête peut être celle de réalisations de circonstance – écrire une pièce de théâtre, composer un opéra, construire une scène – qui perdureront bien au-delà du moment, structurant progressivement le paysage artistique d'œuvres «de commande» et pourtant résistantes au temps.

Liturgie et prémisses de la mise en scène

L'autre grand producteur d'événements est sans conteste le pouvoir religieux, qui à la différence du politique, organise des événements à dates fixes et récurrentes. En donnant des repères dans un calendrier annuel par un surgissement spécifique et attendu, ils ponctuent un *continuum* temporel qui était alors fortement marqué par l'uniformité. Ces célébrations, conçues pour rappeler tout au long de l'année, les aspects

marquants d'une histoire religieuse, sont aussi des événements au sens où ils «grandissent» par le rite, un aspect de cette histoire. Le fait à célébrer peut n'être qu'un prétexte, mais la pompe qui va l'entourer, le déploiement d'une mécanique extraordinaire, va lui donner une dimension nouvelle. Ce travail de symbolisation, qui permet, par exemple de faire vivre et revivre le Christ, constitue un espace où la notion de mise en scène acquiert de l'importance.

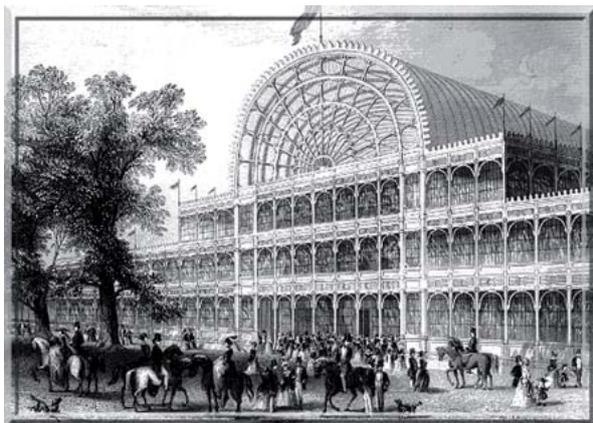
Ainsi se développent toutes sortes d'événements. La messe dominicale, en elle-même souvent modeste – un prêtre et ses fidèles rassemblés dans une église – puise son sens et son ampleur dans le fait qu'elle est célébrée simultanément dans toutes les églises. Et sans revenir sur l'alliance entre artistes et religieux, on constatera que les premiers ont été largement employés, et tout particulière-

ment les compositeurs, pour donner une dimension nouvelle à la foi. Leurs productions permettent d'incarner, de rendre tangible, palpable presque, le sentiment d'appartenance à une communauté qui partage des valeurs communes. Les compositions de Jean-Sébastien Bach, qui suivent le calendrier liturgique (une cantate par dimanche), célèbrent une histoire religieuse. Elles auront permis, et permettent sans doute encore, d'incarner par la musique «l'idée de Dieu». Composées pour célébrer un moment, elles vont bien au-delà, Bach faisant, selon le mot de Cioran, plus pour Dieu que Dieu lui-même : «*Dieu peut remercier Bach, parce que Bach est la preuve de l'existence de Dieu*»...



La procession de la Ligue dans l'île de la Cité vers 1593, François II Bunel

LA LAÏCISATION DE L'ÉVÉNEMENT



Crystal Palace de Hyde Park à Londres, le 1^{er} mai 1851 lors de la première Exposition universelle

Quel que soit le régime, le besoin de représentation, de mise en scène du pouvoir, de manifestations qui donnent un sentiment d'appartenance à une communauté, demeure : si les événements du pouvoir monarchique disparaissent et si la religion est moins directement liée au pouvoir, la nécessité d'événements reste entière. « Inventés » et mis en œuvre depuis fort longtemps, les événements vont prendre une dimension nouvelle au XIX^e siècle et connaître un processus de laïcisation qui se manifeste à partir de la révolution industrielle. Ils vont participer à la mise en évidence des changements et des bouleversements que connaît alors la société. D'autres événements, strictement

artistiques, outre le « coup de projecteur » mis sur des productions artistiques, auront aussi des fonctions de sociabilité pour la fraction cultivée de la population.

Des expositions universelles pour mettre en lumière le « progrès »



Tour Eiffel - Atomium - Space Needle - Biosphère - Pavillon Chinois Shanghai, 2010

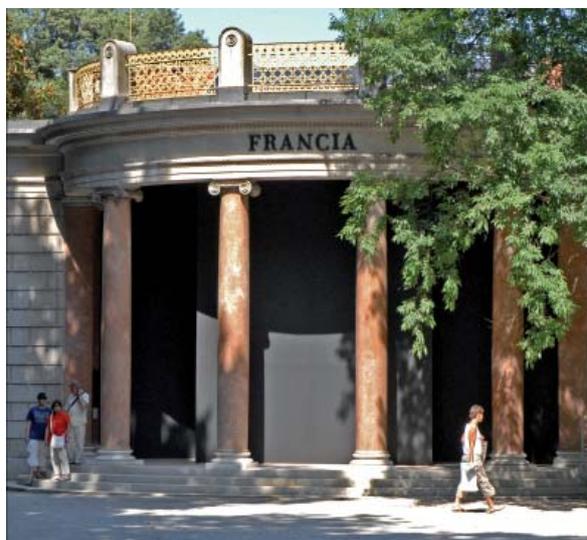
Les grandes expositions internationales ont dès leur origine une double ambition : célébrer un état de la technique et du progrès et attester de la puissance du pays qui les organise. La première de ces manifestations se tient à Londres, en 1851. À partir de 1928, un Bureau international des expositions réglemente leur organisation. Ce Bureau considère que ces expositions ont « un but principal d'enseignement pour le public, faisant l'inventaire des moyens dont dispose l'homme pour satisfaire les besoins d'une civilisation et faisant ressortir dans une ou plusieurs branches de l'activité humaine les progrès réalisés ou les perspectives d'avenir » (Article 1 de la Convention de 1928 concernant les expositions internationales). Elles sont internationales par le fait que des exposants (et un public) de différents pays y participent. Elles peuvent être aujourd'hui, par ordre d'ambition : spécialisées, internationales ou universelles. Ces dernières, qui se tiennent tous les cinq ans et pendant six mois maximum, doivent avoir « un thème à caractère uni-

versel, d'intérêt et d'actualité pour l'ensemble de l'humanité ». On estime que les 40 expositions universelles ont accueilli un total de 500 millions de visiteurs... Lors des premières expositions, les divers pays invités disposaient d'un espace en propre au sein d'un pavillon central. Mais très vite, des pavillons nationaux firent leur apparition et devinrent un moyen pour chaque nation de construire un bâtiment caractéristique de son identité nationale. Ces constructions furent parfois appelées à rester, tout comme les pavillons centraux reconvertis en lieux d'exposition pérennes. De même, un certain nombre de constructions ont été ensuite liées à l'image de la ville, par exemple la Tour Eiffel à Paris, l'Atomium à Bruxelles, le Space Needle à Seattle, la Biosphère à Montréal, etc. Ces expositions sont aussi l'occasion de mettre en place de vastes projets urbains : construction du métro de Paris en 1900 ou celui de Montréal en 1967, extension du métro de Lisbonne en 1998...

Salons, biennales et art du temps

Alors que les expositions internationales célèbrent la culture et la civilisation au sens large, le processus de laïcisation rappelé plus haut a aussi conduit à ce que les arts s'autonomisent et produisent à leur tour des événements qui leurs soient consacrés. Contrairement aux précédentes, les salons ou biennales ne sont pas des événements itinérants, mais au contraire liés à une ville et réalisés à date fixe. Parmi ces manifestations, la plus marquante et la plus prestigieuse en Europe, voire dans le monde est sans doute la Biennale de Venise, dont la première édition se tient en 1897. Gérée par une fondation, elle propose aujourd'hui en plus de son exposition d'art contemporain, des spectacles de danse, de musique, de l'architecture et du cinéma. Ces principaux lieux d'exposition sont les Giardini et l'Arsenal, le Lido accueillant le cinéma. Selon le critique Philippe Piguet : « Une organisation tout à fait exemplaire fut mise au point dès la première exposition. Un secrétaire général, un comité de patronage et un jury prirent en charge la gestion de l'opération, et les règles qui furent alors arrêtées pour gouverner la biennale apparurent comme un modèle de logistique destiné à la mise en œuvre de grandes expositions. Un système de pavillons nationaux fut très tôt établi, dont la programmation fut confiée à des commissaires propres à chaque pays. Tout d'abord choisis dans les rangs mêmes des artistes, c'est parmi les responsables des institutions qu'ils sont aujourd'hui volontiers désignés. L'originalité de la Biennale de Venise – qu'elle a tenu à préserver jusqu'à ce jour –, c'est l'attribution de prix dispensés en espèces sonnantes et trébuchantes, qui viennent récompenser les prestations jugées les meilleures par le jury. » (Encyclopédia Universalis).

Autres manifestations dédiées aux arts plastiques,



Biennale de Venise, Pavillon français dans les Giardini

en France cette fois, le « Salon de peinture et de sculpture », qui se tient à Paris depuis le XVIII^e siècle et qui expose les œuvres des artistes agréés par l'Académie des Beaux-arts. En 1881, il prend le nom de « Salon des artistes français », mais son objectif reste le même : afficher l'art officiel. Devant le nombre d'œuvres présentées et non sélectionnées – 3 000 œuvres rejetées sur 5 000 en 1863 –, les artistes mis à l'écart se regroupent en un « Salon des Refusés » cette même année. Puis est créé en 1884, le « Salon des Indépendants » qui a lui aussi pour vocation de réunir les œuvres d'artistes revendiquant une liberté dans leur art. Ces salons nous intéressent ici en ce qu'ils sont le signe que l'activité ponctuelle est un moyen de proposer une alternative à l'institution. Ainsi, Refusés et Indépendants témoignent-ils dans leur appellation même d'une volonté de présenter des artistes différents de ceux sélectionnés par l'Académie, pour qu'ainsi d'autres aspects de la production picturale puisse être vus et commentés.



donc que dix œuvres à son répertoire, mais a sans doute fait énormément pour la notoriété de Bayreuth comme pour la musique de Wagner. De plus il a su évoluer en faisant appel aux plus grands artistes du moment et à des metteurs en scène qui ont pu interpréter de multiples manières des livrets d'une très grande richesse. Son succès s'explique aussi par le très haut niveau des partitions, des interprètes et des chefs. Il est l'archétype du festival disciplinaire progressivement transformé en une institution et entièrement associé à une ville de taille modeste.

Bayreuth : du festival à l'institution

Fondé en 1876 par Richard Wagner, dans le but de pouvoir faire jouer ses dix opéras, ce festival atteste de manière éclatante du caractère structurant de l'événement. Il se tient depuis cette date chaque été au Palais des festivals (Festspielhaus), un théâtre spécialement construit pour pouvoir accueillir des ouvrages lyriques et des « œuvres d'art totales ». Il n'a

COMMENT LES ÉVÉNEMENTS SONT DEVENUS LE MOTEUR DES POLITIQUES CULTURELLES

Malgré le succès de ces gros événements culturels que sont Bayreuth ou Venise, il faudra attendre la fin de la seconde guerre et plus précisément le début des « Trente Glorieuses » pour voir l'événement culturel tel que nous le connaissons aujourd'hui prendre de l'ampleur. Ce phénomène s'explique sans doute par les capacités variées des événements et leur extrême plasticité : ils s'adaptent à des situations très différentes. Peu coûteux (en regard des politiques culturelles institutionnelles), permettant d'innover comme de pérenniser un projet, considérés comme aptes à séduire le public et à le renouveler, soutenant une attractivité touristique et des retombées économiques, facilitant la découverte de nouveaux talents, les événements font preuve de ressources multiples qui, de plus, peuvent ne pas être strictement artistiques. Et alors que se mettait en place, en France en particulier, une politique culturelle d'envergure reposant notamment sur des institutions et un découpage du champ culturel par disciplines (théâtre, arts plastiques, musique, etc.), ils ont ouvert des espaces nouveaux, qui régénèrent l'action culturelle publique.



Cour d'honneur du Festival d'Avignon

La proluxe descendance des événements fondateurs



Festival de Cannes, 1963

Les principaux événements culturels « fondateurs », pouvant être considérés comme initiant le mouvement de « festivalisation » de la vie culturelle, naissent pour la plupart au tournant des années 50. Leur originalité repose alors non pas sur leur projet artistique, puisqu'ils sont le plus souvent essentiellement définis selon une discipline, mais justement par leur volonté de créer un moment particulier, dédié à la musique ou au théâtre. Dans un paysage culturel alors atone, la création du Festival d'Avignon (en 1947 par Jean Vilar), celui d'Aix-en-Provence (1948) ou encore celui de Cannes (1946), est alors un événement en soit, qui va bénéficier de son unicité pendant plusieurs décennies. Bien qu'ils

ne soient pas intrinsèquement originaux en terme de « concept », ces événements attestent d'une volonté et surtout d'une possibilité de faire de la politique culturelle autrement que par l'édification de bâtiments destinés à abriter une institution (on est alors en plein boom des Maisons de la culture) ou par la conservation d'œuvres historiques dans des musées. De plus, et même s'ils ne s'en prévalent pas, ces événements sont aussi des lieux de sociabilité : s'y retrouve pendant l'été, un public relativement homogène, qui, outre la possibilité de voir des spectacles de qualité, peut y échanger « entre soi ».

Alors que les années 60 et 70 sont une phase de consolidation des grands événements « fondateurs », les années 80 sont celles d'une efflorescence et d'une diversification des événements culturels qui peu à peu gagnent toutes les collectivités publiques et toutes les disciplines. Dans un contexte où les territoires et en particulier les villes, sont de plus en plus responsables de leur développement, indépendamment des impulsions nationales, il leur devient nécessaire de s'investir et d'investir. Le champ événementiel leur offre un espace d'action qui leur permet de générer de l'activité, de la notoriété, du tourisme, etc. De petits territoires, parfois isolés, ont pu soutenir des festivals parfaitement inattendus « à la campagne », et l'on assiste, sur une vingtaine d'années, à une multiplication des événements.

Progressivement, les événements sont envisagés comme un levier économique « légitime », puisqu'ils n'empiètent pas sur le secteur marchand qui fonctionne (théoriquement) hors de la subvention. Cette nouvelle « économie publique », est cependant vite confrontée à des questions similaires à celles de « l'économie privée ». Elle doit faire face à la concurrence (puisque de nombreux territoires agissent), et lutter, par la publicité, contre la lassitude des consommateurs. Elle doit aussi conquérir de nouveaux amateurs, au-delà de la

sphère des aficionados, d'où un renchérissement des coûts, puisque les néophytes sont plus difficiles à convaincre. Elle doit enfin améliorer les prestations annexes telles que l'accueil, le confort, qui deviennent, pour le spectateur, des critères de choix lorsque l'offre est pléthorique. Cependant, les événements, et en particulier les événements culturels, offrent plus de perspectives que d'inconvénients et la France est devenue la terre d'élection d'une « festivalomania » qui a gagné en une trentaine d'années l'ensemble des décideurs, quelle que soit la taille du territoire.

L'événement aiguillon de l'institution

L'événement a souvent fait bouger les lignes en matière d'intervention culturelle. Ainsi, s'agissant des arts plastiques, l'exposition de type biennale a eu un impact sur le fonctionnement des musées. Pendant longtemps, la césure a été claire : aux musées revenait l'art ancien, ayant franchi les obstacles de « l'histoire », aux expositions temporaires revenaient les artistes vivants. Mais ces expositions temporaires ont incité les institutions muséales à se pencher sur l'actualité de l'art. Ainsi, les premiers musées dédiés à l'art contemporain ont été imaginés dans l'entre-deux-guerres aux États-Unis, avec notamment le MoMA (Museum of Modern Art) ouvert en 1929, puis ensuite avec le Guggenheim museum [1959] à New York.



Guggenheim, MoMA, New York

Les raisons d'un succès : innovation, revitalisation et... nouveau public ?



Chalon dans la rue

Les raisons qui expliquent le succès des événements culturels sont nombreuses. L'une des premières est sans doute la capacité apportée par les événements à revitaliser une discipline, un territoire ou encore une façon de faire de l'art. En effet, les événements permettent de traduire concrètement les efforts qui sont fournis pour repenser une manière ordinaire de faire. Ainsi, s'agissant par exemple de théâtre, les événements ont été à même de soutenir le mouvement « anti-institutionnel » représenté par les arts de la rue. Chalons-sur-Saône et Aurillac, en les accueillant, auront permis de rendre visible ce mouve-

ment, tout en en recueillant des bénéfices matériels et symboliques. L'événement, lieu par excellence de l'expérimentation pour de nouveaux concepts, est le véhicule idéal pour rendre visible une tendance ou une idée... Par exemple, la « mise au jour » du rôle moteur au sein de l'édition française de la bande dessinée – en 2004, elle représente plus d'un livre sur huit vendus en France, soit 13,3% du volume des ventes de livres et 5165 titres sont publiés en 2010... –, qui dispose de librairies spécialisées, de revues, a été réalisée par le festival d'Angoulême. Une enquête réalisée sur l'agglomération lyonnaise il y a une dizaine d'années dénombrait plus 500 événements. Elle montrait clairement la très grande diversité de « concepts » développés par des porteurs de projets très variés. Ainsi, parallèlement aux événements phares de cette agglomération, tout un tissu d'expériences s'est développé, parvenant à mobiliser des ressources publiques, mais aussi des aides venues de partenaires privés, travaillant souvent en coopération avec des partenaires culturels (mise à disposition de salles) mais aussi d'autres moins at-



tendus (hôpital par exemple), etc. Le dynamisme du secteur événementiel, flagrant en période de prospérité, et sa relative anarchie – pas de calendrier commun permettant d'éviter les embouteillages de propositions, pas de coordination de projets en matière de cinéma par exemple, pas d'instances publiques chargées de valoriser cette exceptionnelle vitalité – demanderaient sans doute à être reconsidérés.

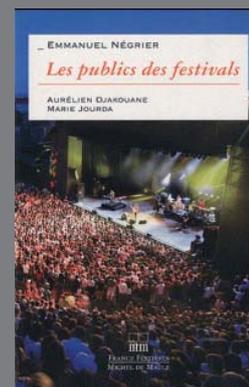
En matière de recherche d'un public nouveau, les événements ont longtemps bénéficié d'un préjugé favorable. S'il s'avère aujourd'hui qu'il faut nuancer leurs vertus, il n'empêche qu'ils peuvent, dans certaines conditions, relancer voire diversifier le public. Ainsi, un festival de musique classique qui présente « classiquement » des concerts sous forme d'abonnement a peu de chance de voir la composition de son public se modifier. C'est ce dont attestent les festivals historiques d'Aix et d'Ambronay par exemple, pour lesquels la structuration socioprofessionnelle du public est globalement la même que celle d'une

maison d'Opéra. Par contre, si les modalités de diffusion sont repensées, si les concerts ont lieu en plein air, dans des lieux qui ne sont pas destinés à la musique, si en plus ces concerts sont proposés gratuitement, alors le profil des festivaliers change. C'est ce qui a été constaté à Lyon à propos d'un modeste festival de musique ancienne – La Musique fait son Théâtre, Festival – qui propose des concerts spectacles sans tête d'affiche (ni pour les interprètes, ni pour les spectacles joués) et qui pourtant parvient à attirer un public dans les classes moyennes et non plus seulement dans les CSP+. Pour autant, il est vrai aujourd'hui que la plupart des porteurs de projets sont encore dans une culture de l'offre. Or, l'on sait que cela ne suffit pas pour convaincre un public néophyte. Mais des indices de changement apparaissent, notamment sur l'agglomération lyonnaise, où l'on trouve des événements qui font participer les spectateurs, option qui contribue, pour partie au moins, à renouveler le public, et là aussi à déplacer le curseur vers les classes moyennes.

Le public des festivals classiques est celui des institutions culturelles

Les travaux portant spécifiquement sur le public des événements culturels sont peu nombreux (même si les organisateurs entreprennent souvent des études plus ou moins rigoureuses de leurs publics). Une récente étude traitant de 49 festivals de musique et danse permet de mieux savoir qui sont les festivaliers. Il apparaît que le public est relativement âgé – 50,8 ans en moyenne – et que l'âge est corrélé à la programmation : plus le festival est classique et plus son public est âgé. Par ailleurs le public est constitué à 71,6 % de diplômés de l'enseignement supérieur, confirmant l'hypothèse que le public des festivals n'est pas différent de celui des institutions culturelles (avec une surreprésentation des catégories les plus diplômées), les ouvriers étant quasiment absents (0,7 %). Autrement dit, les capacités d'élargissement du public des festivals sont faibles, voire contreproductives lorsque l'on regarde des événements qui promeuvent de manière conventionnelle une culture classique.

D'après « Les publics des festivals », sous la direction d'Emmanuel Négrier.



Des événements qui contournent les politiques culturelles établies

Au vu de ce qui précède, on est conduit à s'interroger sur la place et le rôle exacts des événements dans le système public d'intervention culturelle en France. L'engouement pour les événements repose sans doute sur leur capacité à transformer l'intervention publique dans un paysage où la culture est très

institutionnalisée. Ainsi, dans un système qui innove peu, et intègre avec prudence la novation – constat paradoxal puisque les arts sont en constant mouvement –, l'événement apparaît comme un outil idéal pour transformer, mais aussi parfois simplement pour faire la démonstration d'une



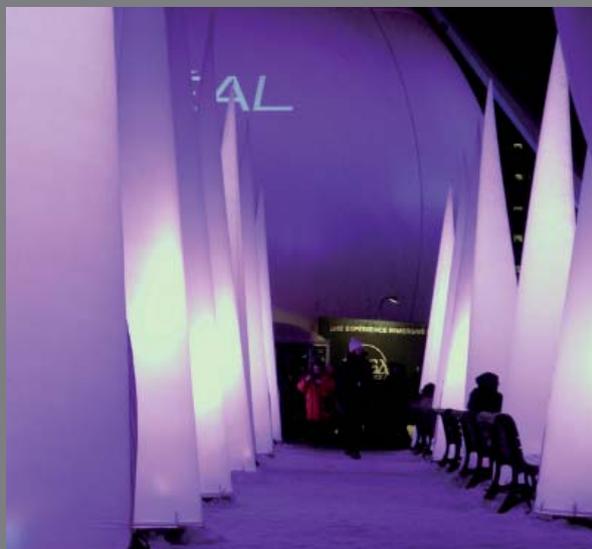
évolution dans la production artistique. L'événement s'avère donc particulièrement adapté au contexte français, et l'on ne doit pas voir la «festivalomania» comme une simple mode, mais comme le symptôme des difficultés à renouveler l'intervention publique culturelle. Aujourd'hui, l'événement peut avoir plusieurs fonctions, qu'il s'agisse de faire émerger une nouvelle discipline (la bande dessinée à Angoulême), de rendre visible un territoire rural (Jazz in Marciac), de toucher autrement un public différent (Aurillac, Chalon dans la rue) ou encore de relancer la visibilité d'une institution (mini festival d'opéra à l'Opéra de Lyon, etc.). Mais alors que depuis une trentaine d'années, les événements font partie de la panoplie dont disposent notamment les collectivités publiques lorsqu'elles s'intéressent au champ culturel, le secteur demeure curieusement sous administré. D'une part pour les événements eux-mêmes dont les organisateurs privilégient souvent le projet artistique aux dépens de sa structuration, et d'autre part par les collectivités publiques qui

les subventionnent. La plupart d'entre elles se contentent de collecter les dossiers de demandes de subventions, sans se donner les moyens d'avoir une vision d'ensemble, et sans chercher à structurer le paysage, complémentairement aux institutions et centres culturels qu'elles financent par ailleurs.

Dans ce système très darwinien, seuls les plus gros tirent leur épingle du jeu, concentrant attention et subventions, alors que quantité d'autres propositions pourraient faire l'objet d'un soutien. La Région Rhône-Alpes est particulièrement représentative de ce «fonctionnement en guichet», qui ne permet pas de mettre en place une politique d'envergure, alors que le territoire est riche en propositions, en initiatives qui s'étiolent faute d'avoir été suffisamment accompagnées en tant que projet et au sein d'une politique plus large. La faute sans doute en grande partie au découpage politico-administratif, qui n'a toujours pas intégré dans son fonctionnement les nombreuses dispositions – économiques et touristiques – des événements culturels. Essentiellement envisagés du point de vue de l'intervention culturelle, leurs autres compétences sont négligées, ce qui est fort dommage au regard de l'énergie déployée et du potentiel de ces événements culturels.



Montréal : un modèle en question



Montréal a été une des premières villes à miser sur l'événementiel après avoir organisé une exposition universelle (1967) et les J.O. (1976), qui lui ont notamment permis d'exister sur la carte des villes d'Amérique du Nord. Elle a alors lancé une impressionnante série d'événements culturels dans les années 70 et 80 (FrancoFolies, Montréal en lumières,...) jusqu'à compter plus de soixante événements par an. Mais elle se trouve aujourd'hui face à un essoufflement de cette politique événementielle : ce qui la distinguait il y a vingt ans s'est banalisé, la ville n'ayant pas su renouveler ses événements ni établir un calendrier annuel cohérent et attractif. Autrement dit, l'événement, s'il est managé comme une institution culturelle classique, s'essouffle et s'assèche. Montréal est aujourd'hui entré dans une vaste opération de remise à plat de sa politique événementielle, pour assigner à chacun de ses événements un rôle particulier.

PARTIE 2

L'événement comme mode de management des territoires

Quelles que soient les limites pointées ici ou là, l'ensemble des analyses consultées pour cette synthèse convergent : les grands événements sont porteurs de changements qui se manifestent à plusieurs niveaux. Ils ont un impact sur la morphologie urbaine et sur la sociabilité. Ils laissent aussi des « empreintes » sur les participants, modifiant les « représentations » qu'ils peuvent avoir d'une ville. Ces nouvelles analyses des événements ne sont pas tant venues des sociologues de la culture, que des géographes, qui ont réévalué leur place dans le fonctionnement des villes. Ces chercheurs font l'hypothèse qu'une utilisation opportune de l'événement permet « d'aménager » la ville et de favoriser l'urbanité. L'événement ne serait donc pas un simple épisode, consommant en un minimum de temps un maximum de ressources budgétaires, mais un outil opérationnel pour la transformation urbaine. De culturels, les événements ont donc pris une envergure qui excède les questions artistiques, devenant des objets hybrides. En plus de leur impact sur l'économie et l'urbanisme, on peut considérer aussi qu'ils sont utilisés pour prolonger des politiques sociales et participer à l'identification d'un territoire. Toutes caractéristiques que n'ont pas, ou peu, les classiques dispositifs initiés dans le cadre des politiques culturelles courantes. Et, ces multiples combinatoires procurent aux territoires en recherche de leviers économiques et de notoriété, des options d'intervention auxquelles ils ont de plus en plus recours ●

Contribuer à la régénération urbaine

Les grands événements d'envergure internationale, attribués par des instances indépendantes, sont souvent des moteurs pour relancer l'économie de territoires en difficulté. Ils permettent notamment la réalisation d'équipements structurants qui perdurent au-delà de l'événement. Ils suscitent aussi de la cohésion sociale en offrant une perspective d'action commune aux habitants.

● ● ● p. 16

Stimuler l'urbanité en s'appuyant sur la tradition

Les événements ne sont pas nécessairement créés de toutes pièces. Ils s'appuient souvent sur une tradition, comme les fêtes ou les carnivals, qui peuvent faire à leur tour l'objet d'une actualisation. Cependant, ce processus de « normalisation » de la fête réduit souvent ses facultés d'exutoire, même si elles ont toujours pour effet de rassembler un public large et divers dans l'espace public.

● ● ● p. 19

Participer à l'identification d'un territoire

Autre disposition clé des événements : ils fonctionnent en osmose avec le système médiatique, à qui ils apportent une information renouvelée tout en étant prévisible. Cet adossement des événements aux médias contribue par ailleurs à forger une représentation des territoires, que ces derniers cherchent parfois à convertir en succès touristique.

● ● ● p. 21

pensée de Lyon



pensée de Lyon



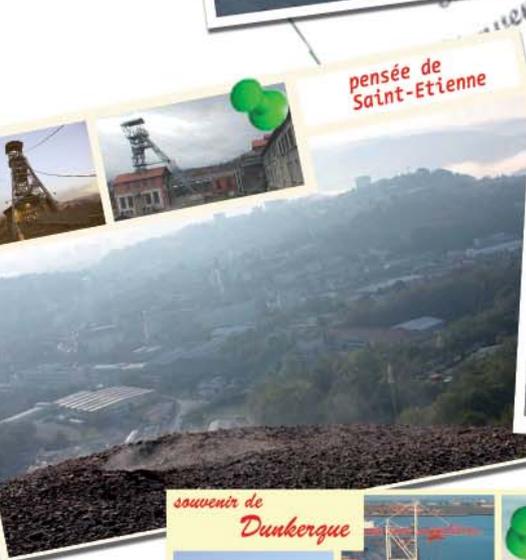
souvenir de Villeurbanne



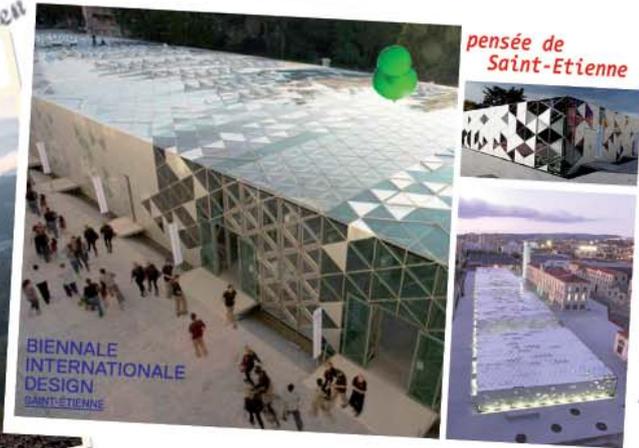
souvenir de Villeurbanne



pensée de Saint-Etienne



pensée de Saint-Etienne



souvenir de Dunkerque



souvenir de Dunkerque



UNE PENSÉE DE LIVERPOOL

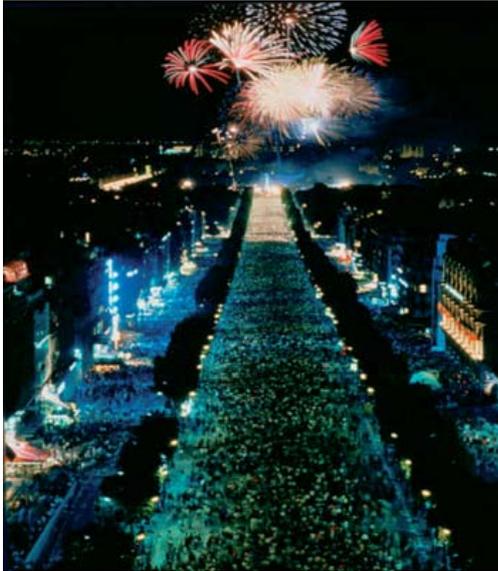


TATE

UNE PENSÉE DE LIVERPOOL



CONTRIBUER À LA RÉGÉNÉRATION URBAINE



Les événements et en particulier ceux qui se tiennent dans une ville différente à chaque édition, sont susceptibles de participer à une relance économique des villes en déshérence, parce qu'ils contribuent à leur reconversion. Ce fût le cas par exemple lors de l'attribution du label Capitale Européenne de la Culture (CEC) à Gênes, Manchester, Lille ou encore Cardiff. De plus, alors que les pays développés sont à l'orée d'une nouvelle ère économique où la culture, les idées et l'économie du savoir prennent une place primordiale, les événements jouent un rôle de « médiateur ». Ils permettent de démontrer par la pratique, l'émergence de ce changement de paradigme. Ils rendent tangible une perspective jusque-là abstraite, voire utopique.

Défilé du Bicentenaire sur les Champs Elysées, Jean-Paul Goude, Paris

De l'événement bâtisseur à l'événement reconvertisseur

Un événement est actif sur plusieurs temps : sur l'amont, qui repose souvent sur une dynamique associant un nombre restreint d'acteurs très motivés ; puis au moment de l'événement lui-même lorsque sont réalisés les projets annoncés et pour lesquels le nombre de participants est maximum ; enfin, sur l'aval qui laisse parfois des traces « physiques » sur la morphologie de la ville comme dans les représentations qu'elle suscite. L'une des résultantes les plus évidentes des événements culturels d'envergure, se trouve dans l'impact qu'ils ont sur le bâti. Mais alors qu'au XIX^e siècle et pendant la première partie du XX^e, ils contribuaient à l'équipement de la ville (en salles d'exposition et en lieux de spectacles), ils deviennent, à partir de 1970, un instrument de reconversion, permettant le réusage de vastes délaissés industriels. Outre cela, ils participent à une relance économique, qui repose cette fois sur des activités relevant du tertiaire et non plus industrielles. Ce processus de reconversion cristallisé par l'événementiel, est particulièrement clair dans le dispositif Capitale Européenne de la Culture (CEC) proposé par le Conseil de l'Europe. À l'origine, cette démarche n'avait pas pour ambition d'utiliser la culture comme un levier de reconversion. Mais au cours des années 90, ce sont des villes en grande difficulté économique comme Cardiff ou Gênes qui ont été nommées et qui ont pleinement su faire jouer cette distinction pour se relancer. Au vu des villes choisies au titre de CEC, il apparaît clairement que le Conseil de l'Europe sélectionne des villes

en difficultés économiques, estimant qu'elles peuvent trouver une issue via l'économie culturelle et créative. Ainsi, sur les quatre villes françaises en compétition pour 2013 – Bordeaux, Lyon, Marseille, Toulouse – a été choisi, non pas le dossier le plus original d'un point de vue culturel – Lyon – mais celui qui affichait sa volonté de rebondir économiquement parlant – Marseille. Et en effet, les autres villes ne sont pas dans cette problématique : Toulouse a assis de longue date sa prospérité sur l'aéronautique, Bordeaux demeure une ville solide qui évolue aussi en s'appuyant sur la « rente » procurée par le vin. Quant à Lyon, elle n'a jamais véritablement connu de crise économique majeure car le monde économique n'a cessé d'y investir en se diversifiant.



Araignée-mécanique, Liverpool capitale européenne de la culture, 2008

Capitale Européenne de la Culture et projets « structurants »



Ce dispositif accompagne et rend visible une transformation à l'œuvre dans les économies occidentales : elles se redéployent sur l'économie de l'immatériel dite aussi économie de la connaissance. Avec la mondialisation, les pays développés qui ont largement vu la production de biens matériels leur échapper, doivent se réorganiser. Et c'est sur la valeur ajoutée par les connaissances qu'ils espèrent y parvenir. Disposant de moyens d'éducation importants, de laboratoires publics et privés, d'entreprises prêtes à investir dans la recherche et le développement, cette reconversion, séduisante « sur le papier », n'est pas à la portée de toutes les villes de la même manière. Les plus en difficulté, qui peinaient justement à rassembler des moyens pour se restructurer, trouvent avec le label CEC et les grands événements, l'élément fédérateur qui leur manquait.

Favoriser l'implantation d'équipements et la reconversion de l'existant

Ainsi, les villes manufacturières, qui ont subi de plein fouet la désindustrialisation, ne se reconvertissent pas aisément. Il leur faut d'abord du temps, à elles comme à leurs édiles et à leur population, pour faire le deuil d'activités qui ont marqué leur existence pendant des décennies. Et c'est bien l'organisation d'un événement qui peut alors avoir un effet mobilisateur et donner une perspective nouvelle. La ville de Gênes est particulièrement représentative de ce cheminement. Après avoir organisé les Colombiennes en 1992 (pour le 500^e anniversaire de la découverte des Amériques), sans que le succès ne soit au rendez-vous, les responsables ont néanmoins persisté dans leur volonté d'organiser d'autres grandes manifestations (G8 et CEC). D'une part, parce que cela permettait à la ville d'obtenir des subventions exceptionnelles en provenance de l'État italien et d'autre part, parce que les événements ont été le « véhicule » pour que les Génois se projettent dans un futur où la mer demeurerait un élément clé, sans que l'activité portuaire en soit le cœur. Ainsi, sur une quinzaine d'années, le centre ville et le port ont été réhabilités et des équipements d'envergure (palais des congrès, cité des enfants, musée de la mer et espace d'exposition, cinémas, aquarium, etc.) sont venus ranimer le front de mer. La ville s'est alors redressée, attirant de nouvelles activités et acquérant une dimension touristique qu'elle n'avait jamais pensé pouvoir obtenir avant ces événements. Il en a été de même à Liverpool, mais dans ce cas, l'organisation d'événements a été initiée



Musée de la mer, Gênes

parallèlement à la reconversion, ceux-ci venant rendre visible et accompagnant un processus de réhabilitation urbaine. Cette ville portuaire, qui a perdu 70% de son activité marchande, s'est transformée en une décennie en une « fun city » c'est-à-dire en une ville de festival permanent, misant sur son histoire pour développer à la fois un tourisme industriel (elle a été un des premiers ports anglais pendant près d'un siècle et la seconde ville d'Angleterre) et artistique (elle est la ville où les Beatles ont fait leurs premiers concerts). Ainsi ont été construits : l'Echo Arena et le Convention Centre sur l'ancienne friche portuaire, un centre commercial (Liverpool One). Par ailleurs, les entrepôts des docks ont été réhabilités en pôle culturel et touristique et une antenne de la Tate Gallery londonienne y a été ouverte.

Réaffirmation de la place de la ville centre

Alors que les activités nécessitant des infrastructures lourdes s'étaient installées en banlieue, donnant ainsi à ces villes un poids économique au détriment des villes-centres, certaines villes-centres sont parvenues à renforcer leur leadership en concentrant les activités à forte valeur ajoutée symbolique. Ainsi, la plupart des événements ont des effets sur la revitalisation des centres urbains, bien plus que sur la périphérie des villes. Mais dans les villes qui ne sont pas confrontées à ce problème de reconversion, il est possible d'organiser des manifestations qui irriguent tout le territoire. À Lyon, c'est le cas pour le festival *Tout l'monde dehors* (dont le public croît et se diversifie) et dans une certaine mesure aussi pour la Fête des Lumières.



Festival Tout l'monde dehors, Lyon

Susciter un consensus et une perspective mobilisatrice



Lille, capitale européenne de la culture, 2004

Autre effet de l'organisation de grands événements : permettre une mobilisation des habitants. Si les équipes qui pilotent ces projets sont en général restreintes, elles sont cependant à même de solliciter un réseau important d'habitants, qui peuvent s'investir notamment par le bénévolat. À Lille en 2004, près de 18000 ambassadeurs bénévoles ont accueilli chez eux les artistes invités. Cette capacité à cristalliser les énergies est un effet souvent méconnu de l'organisation d'événements, alors qu'ils sont un des rares dispositifs qui y parviennent dans des villes en difficulté et plus largement, dans des sociétés très individualistes, peinant à fédérer les individus. Bien piloté, l'événement provoque aussi la mobilisation des habitants parce qu'il est annoncé : il est prévu, tout en étant lointain. Le fait qu'il y ait une *dead line* contribue souvent à ce que

soient prises des décisions et parfois même que soient adoptés des projets contestés. L'urgence, la nécessité d'agir, l'emportent dans la bataille sur les arguments des opposants, qui ne veulent pas non plus prendre la responsabilité d'un échec ou d'un retard qui porterait préjudice à l'événement.

La ville mobilise souvent sa communication institutionnelle pour annoncer très longtemps à l'avance l'événement. Aujourd'hui, les organisateurs disposent d'outils Internet, de réseaux sociaux et de blogs très complets, où peuvent être postés comptes-rendus de réunions, communiqués de presse, appels à projets, etc. Et, lorsque l'événement approche, la ville est pavoisée aux couleurs de l'événement, par des affiches, des logos, etc. qui ont eux aussi un effet stimulant, suscitant un sentiment d'appartenance à un même projet. Liverpool a très bien su jouer de ces dispositions pour mobiliser sa population par des événements annonciateurs de la CEC de 2008 : à partir de 2003, des manifestations thématiques modestes, ont contribué à susciter une attente et à tester les modalités les plus adaptées pour parvenir à impliquer efficacement la population.

Monoculture événementielle à Angoulême



L'activité événementielle peut aussi être mise à contribution pour architecturer l'essentiel du développement d'une ville. Ainsi à Angoulême, l'action sur la bande dessinée, initiée il y a une trentaine d'années, n'a jamais été relâchée depuis. Outre le Festival international de bande dessinée, c'est toute une politique autour de l'image qui a été mise en place, depuis la construction d'un Centre national de la bande dessinée et de l'image, puis d'un musée et d'un centre d'interprétation, jusqu'à des opérations plus modestes de murs peints ou d'affichage du nom des rues dans des « bulles » de BD. Un processus identique est conduit à Saint-Etienne sur le design.

Mur peint, Angoulême

STIMULER L'URBANITÉ EN S'APPUYANT SUR LA TRADITION

Dans ce panorama de l'événementiel culturel, il semble difficile de passer sous silence les nombreux événements récurrents, qui sans être initiés par des instances nationales ou internationales, contribuent aussi au management des villes. Il s'agit précisément des fêtes et des festivals, événements aussi parés de vertus extra-culturelles, et notamment vus comme des adjuvants aux politiques sociales. Ainsi, outre leurs dispositions en termes d'aménagement urbain, les festivals, et en particulier les « fêtes », sont considérés comme des vecteurs de convivialité et de



Carnaval de Belfast

lien social. Les festivals participent à la convivialité car ils sont depuis toujours un espace de sociabilité. Les fêtes quant à elles sont censées toucher un public plus diversifié, parfois même en difficulté, parce qu'elles sont souvent fondées sur des pratiques populaires et parce qu'elles sont fréquemment gratuites ou peu chères.

La fête sous l'angle de la relance du lien social

Les événements sont donc mobilisés pour accompagner les politiques sociales, qui travaillent beaucoup sur les difficultés que rencontrent les individus à nouer des liens en milieu urbain. S'il y a parfois une dimension opportuniste dans cet affichage – les organisateurs se prévalent de cette capacité, les bailleurs étant bien contents de les croire – on constate que certains événements sont effectivement conçus dans cette perspective. Les manifestations de rue par exemple, reposent toutes sur ce désir de modifier la relation entre artiste et public, dans le sens d'une plus grande proximité. Elles cherchent aussi à ce que les spectateurs se parlent et soient en situation de pouvoir échanger entre eux. Alors que dans un spectacle ordinaire, les

individus viennent au spectacle sans se rencontrer, de nombreuses fêtes reposent sur la mise en scène de situations générant des interactions. Certaines, comme *les Invites* à Villeurbanne ou le Festival international de la soupe à Lille ont été créées de toutes pièces, dans cette optique particulière. Le festival lillois se fonde sur une pratique populaire et conviviale : la dégustation de soupes... Ce plat, commun à toutes les cultures et tous les continents, peu cher, pouvant être fait avec des restes ou au contraire avec des ingrédients très sophistiqués, a été choisi pour être le vecteur d'un propos sur la diversité. Le festival, imaginé en 2001, par l'association Attafaca dans le quartier de Wazemmes – un quartier populaire en voie de gentrification, très prisé par les artistes –, cherchait à traduire le caractère multiculturel du quartier. Cette approche très anthropologique de la notion de culture est aussi étoffée par diverses animations artistiques. On notera *en coda*, que cette exploration d'une pratique culinaire peu valorisée, aura aussi eu pour effet secondaire de donner ses lettres de noblesse à un plat souvent bien peu considéré.

Si ce festival de la soupe bénéficie d'une attention soutenue de la part des pouvoirs publics, c'est donc notamment pour ses dispositions en matière de



La fête de la soupe, Lille

convivialité et de lien social. Mais c'est aussi une des limites de l'exercice de la fête et plus largement de l'événementiel culturel soutenu par les collectivités publiques. S'appuyant sur la «convivialité» pour se légitimer, les fêtes semblent parfois très largement instrumentalisées par les pouvoirs publics. Elles sont alors le vecteur d'une idéologie de la participation et du lien social, et ne peuvent plus remplir leur rôle d'exutoire social, car elles sont fortement encadrées.

Les vertus de l'authenticité revisitée

La reconversion du patrimoine urbain s'applique donc aussi aux traditions. Et les fêtes sont à nouveau revendiquées par les territoires. Mais, valorisées pour leur authenticité et leur enracinement dans une tradition, elles ont aussi, pour la plupart d'entre elles, connu un *aggiornamento* pour les adapter aux attentes territoriales. Ce processus de modernisation peut parfois être très radical. C'est ce qui est par exemple advenu à la Fête des Lumières à Lyon. La ville ayant converti une simple pratique consistant à disposer des lumignons aux fenêtres le 8 décembre en témoignage de gratitude à Marie, en un vaste dispositif de mise en lumière des espaces publics et des façades, s'appuyant sur des technologies de plus en plus sophistiquées. La participation initiale du public (aux fenêtres et dans les rues) a été maintenue, tout en attirant une foule nouvelle, essentiellement composée de touristes venus admirer les lumières portées sur la ville. De fait, la ville de Lyon est parvenue à convertir un événement traditionnel, relativement modeste (en tout cas circonscrit à la ville centre), pour en faire un événement d'envergure nationale et internationale, jouant sur les deux tableaux d'un ancrage dans une histoire locale et dans celui de la modernité. C'est

Cette fonction libératrice a quasiment disparu de la plupart des carnivals, aujourd'hui très largement policés. Ils ne sont plus le lieu du renversement des valeurs ou d'une explosion libératoire, cette disposition ayant migré vers d'autres manifestations, moins institutionnalisées. Ainsi, les *rave-party* ou les *free-party*, peu structurées, initiées quasi clandestinement, semblent aujourd'hui remplir cette fonction.



Carnaval de Bâle, 2008

bien là une des spécificités marquantes de ces événements : les fêtes ont, par leur «authenticité», une capacité à attirer l'attention des villes dans lesquelles elles se déroulent, car elles peuvent travailler un autre aspect de l'image qu'elles veulent donner d'elles. Ultime paradoxe, pour certaines villes que l'on peut voir comme lisses ou bourgeoises, la fête devient un moyen de transformer en douceur ce ressenti. Ainsi en va-t-il de la Zinneke Parade de Bruxelles, gigantesque défilé populaire qui investit le cœur de la ville ou encore du Carnaval de Bâle, qui donne un reflet particulier à une cité où la «culture cultivée» y est une marque de fabrique.



La Zinneke Parade de Bruxelles

Parade biennale dans la ville de Bruxelles, la Zinneke est le produit d'une collaboration entre habitants, associations, collectifs, écoles et artistes issus de différents quartiers de Bruxelles et d'ailleurs. Ce projet «social et artistique» est une création collective et participative qui cherche à mettre en évidence les origines multiples, cosmopolites et multiculturelles de Bruxelles. Née en 2000, au moment où Bruxelles était CEC, elle est considérée comme une des rares manifestations bruxelloises capable de dépasser les particularismes, pour que les 18 communes et le centre ville fonctionnent un moment à l'unisson. Depuis 2000, elle se tient autour d'un thème : «La ville» en 2000, «Zinnergie» en 2002, «Le corps dans la ville» en 2004, «Toekomst» en 2006, «L'eau» en 2008 et «À table» en 2010.

PARTICIPER À L'IDENTIFICATION D'UN TERRITOIRE

Troisième point clé, les événements participeraient à la constitution d'une identité territoriale, ce qui expliquerait là encore leur succès auprès des collectivités locales. En effet, ils correspondent à une attente des médias en termes d'information – ils fournissent une actualité à la fois prévisible et nouvelle. Cette disposition très particulière leur permet d'investir le champ médiatique et d'en recueillir des bénéfices en termes d'image mais aussi de fréquentation touristique. Ce recours aux médias est aussi utilisé par les collectivités pour tenter de rapprocher deux « mondes » – tourisme et culture – qui ont du mal à collaborer.



Événements et médias vivent en symbiose



Nuit Blanche, Paris

L'attrait des médias classiques (journaux, radio, TV) pour les événements est tout à fait singulier. Alors qu'ils ont le plus grand mal à consacrer un peu de place à, par exemple, la première d'un opéra et à faire un travail critique argumenté, les journalistes

affluent pour relayer un événement présentant non pas un mais plusieurs spectacles... La « couverture » dont bénéficie le Festival d'Avignon est à ce propos édifiante, si on la compare à la place accordée au théâtre en général, dans les colonnes des grands



Nuit blanche, Paris

quotidiens nationaux. Les événements fournissent en fait une «actualité heureuse» qui satisfait aux critères de la presse : être surprenante tout en étant ponctuelle et prévisible. Permettant aux journalistes d'anticiper suffisamment, sans donner l'impression de fournir au lectorat du «réchauffé», puisque la programmation est différente d'une année sur l'autre.

Il semble alors qu'on puisse affirmer que les médias et les événements vivent en symbiose, se nourrissant mutuellement, les uns y trouvant des informations peu onéreuses à collecter, les autres une «surface» d'exposition qui démultiplie leur visibilité. On voit alors bien tout l'intérêt pour les collectivités publiques de soutenir des événements qui leur donnent une capacité à investir des médias, par ailleurs peu enclins à leur ouvrir leur colonnes sans être un minimum critique. Dans le cas de l'actualité culturelle, la pratique du publi-reportage, voire même parfois le «copier-coller» pur et simple du dossier de presse est fréquente. Cela tourne bien sûr à l'avantage des événements et de leurs promoteurs et contribue, mais c'est un autre débat, à discréditer un peu plus la presse et sa capacité d'expertise ou de recul. *In fine*, on peut avancer que les événements eux-mêmes peuvent être envisagés comme des médias, dont le «lectorat», souvent constitué d'un public CSP+, est celui-là même que cherche à attirer les territoires, ce qui explique pour partie l'attention qui leur est portée par lesdits territoires...

Biennales versus expositions temporaires ?

La focalisation sur les événements a parfois des effets «d'occultation» assez étonnants. Ainsi, à Lyon, le Musée des Beaux-arts et celui d'art contemporain sont-ils capables de produire avec des moyens bien inférieurs à celui de la Biennale d'art contemporain, des expositions temporaires à vocation nationale, voire internationale. Pourtant ces expositions sont rarement médiatisées à la hauteur de leurs qualités. Le territoire Grand lyonnais, qui s'est en partie fait connaître hors de ses frontières via ses biennales, accepte de disparaître quasi complètement de la scène médiatique dans l'intervalle. Or il aurait les moyens de s'y maintenir, en jouant habilement de la complémentarité



Musée des Beaux-arts de Lyon, exposition "le plaisir du dessin"

qu'offrent ses expositions temporaires (sans parler de ses institutions dédiées aux arts vivants). Les biennales sont sans doute nécessaires pour accéder à la médiatisation, mais en parallèle, des efforts pourraient être conduits pour soutenir le travail au long cours des institutions culturelles. Après tout, une ville comme Bâle n'est-elle pas constamment présente sur la scène médiatique avec ses expositions temporaires, et la richesse stupéfiante de sa vie culturelle «au quotidien», plutôt que par ses grands événements ? Et ce sont bien ses institutions, souvent de taille modeste, qui lui assurent cette visibilité.

Changer l'image de la ville pour en faire une destination touristique



Bombaysers de Lille, 2006

Les médias utilisés pour construire l'image des territoires, sont aussi travaillés pour améliorer la fréquentation touristique. Ce faisant, ils contribuent aussi à sensibiliser les acteurs de ces deux secteurs (tourisme et culture) à la nécessité de travailler en synergie, voire de constituer des *clusters*. Cette coopération n'est cependant pas évidente à mettre en œuvre. En effet, cela suppose de parvenir à rapprocher des acteurs aux cultures professionnelles très différentes et qui ont tendance à s'ignorer. Les professionnels du tourisme regrettent souvent que ceux de la culture soient «outrageusement subventionnés», ces derniers redoutant pour leur part que leurs productions soient marchandisées ou «disneylandisées». Et jusqu'au début des années 2000, le travail des offices de tourisme intègre assez peu la dimension culturelle. Il y a donc un *hiatus* entre un recours à la presse pour améliorer la visibilité territoriale et le peu d'entrain que mettent les professionnels locaux à profiter des effets que cela peut produire en terme de tourisme.

Lille cependant a très bien su mettre en route cette dynamique, affichant après l'année CEC et Lille 3000, un taux de remplissage remarquable pour ses hôtels : les nuitées ont augmenté de plus de 40% en 2006 lors de l'opération Bombaysers de Lille pour ses quelques 7000 chambres... Pour cela, l'office du tourisme a su relayer l'exceptionnelle

couverture presse pour composer entre les différentes formes de visites, agrégeant au tourisme d'affaire, un tourisme «de ville». À cette mise en synergie des professionnels, il faut aussi dire que s'ajoute une situation géographique exceptionnelle, qui incite les voyageurs à s'arrêter à Lille.

À l'inverse, Nantes, dont la politique culturelle événementielle est louée dans tous les médias depuis 20 ans, initiant nombre de projets originaux – les Allumées, la Folle journée, sans parler de la présence de Royal de Luxe, compagnie de théâtre de rue mondialement connue –, peine à articuler sa notoriété médiatique et culturelle avec sa politique touristique. L'office du tourisme persistant jusqu'à très récemment à miser sur le tourisme d'affaire ou à présenter les «Machines» installées par Royal de Luxe sur l'île de Nantes, comme un parc à thème alors que leurs concepteurs parlent de théâtre urbain... Ils «tirent» alors cette réalisation du côté du parc de divertissement, ce dont ne veut pas Royal de Luxe... Il faut dire aussi que Nantes ne bénéficie pas d'un emplacement aussi favorable que celui de Lille puisqu'il faut nécessairement y aller et en revenir, sans pouvoir y faire étape comme à Lille. Néanmoins, il semble que Nantes cherche à repenser son approche en constituant une structure nouvelle ayant la charge de la promotion du tourisme comme de la culture.

PARTIE 3

La matrice événementielle «reloaded»

Un savoir-faire pointu s'est développé pour des événements qui cherchent à répondre à des objectifs de plus en plus variés et sont le support d'ambitions extrêmement fortes. On ne peut plus se contenter aujourd'hui de créer un événement dédié à une discipline, il faut un «concept» qui le qualifie, le doter d'une équipe compétente, lui assurer des moyens financiers variés et ne provenant pas exclusivement du secteur public, etc. Dans ce contexte d'abondance événementielle et tendu en termes de finances publiques, il devient nécessaire de se réinterroger sur les fondamentaux des événements. Sont-ils toujours ce moyen de tester une idée nouvelle ? Ne sont-ils pas happés par la course à l'image et à la médiatisation, leur contenu artistique n'étant plus qu'un prétexte ? Leur place au sein des politiques publiques culturelles n'est-elle pas devenue un problème si la patrimonialisation, la médiation, les institutions sont délaissées ? Et parallèlement, n'a-t-on pas aussi besoin des événements pour leur aptitude à «ramener» l'art, la culture et les idées dans le champ sociétal ? N'ont-ils pas démontré qu'ils pouvaient faire levier pour le redressement d'un territoire ? Et ne sont-ils pas aussi très utiles à des collectivités territoriales en bonne santé économique et sociale, mais dont la politique artistique s'est routinisée, n'ayant pas su accompagner les profondes transformations des modes de consommation culturelle ? ●

Les bailleurs face au choix : intuition versus audit

Dans un contexte de contraction des budgets et d'abondance événementielle, la nécessité d'établir des indicateurs de choix devient cruciale si on ne veut pas se contenter d'aider les seuls événements existants. Pour cela, les collectivités peuvent définir quelles sont les missions qui leur semblent prioritaires, pour voir quels événements pourraient les aider à les remplir. La mise en pratique de ces objectifs n'est cependant pas simple, en raison des résistances professionnelles des acteurs en place.

● ● ● p. 26

Événements et médias en mutation

Le bouleversement du champ médiatique provoqué par les nouvelles technologies oblige à repenser la relation symbiotique presse/événements. En effet les nouveaux médias – réseaux sociaux, agrégateurs de contenus notamment – fonctionnent d'une manière nouvelle : ils dépendent des contributions envoyées par leurs utilisateurs ce qui segmentent en communautés d'intérêts leur lectorat. Cette évolution demande que les événements «aillent» sur ces médias, en y apportant des contenus spécifiques.

● ● ● p. 30

Événements polydirectionnels pour consommateurs omnivores

Plusieurs collectivités attestent d'une volonté de refonder leurs événements selon des assemblages de composantes *a priori* antinomiques. Il s'agit par exemple de lier développement économique et créativité, arts de recherche et médiation tout public, manifestations ponctuelles et structuration du territoire, etc. Ces événements nouveaux passent souvent par un ré-amarrage à l'identité du territoire. Par ailleurs, de nombreuses initiatives émergent sans pilotage institutionnel, posant la question de savoir comment un territoire peut leur apparaître comme accueillant, sans qu'elles soient institutionnalisées.

● ● ● p. 33



LES BAILLEURS FACE AU CHOIX : INTUITION VERSUS AUDIT



Festival International d'Aix-en-Provence et Nuits sonores

La multiplication des événements et la raréfaction des ressources financières notamment obligent les collectivités publiques à faire des choix. Mais comment faire ces choix dans un monde où les hiérarchies artistiques sont bouleversées, dans un milieu où les professionnels de la culture ont imposé leurs règles et leurs valeurs ? Les pouvoirs publics ont-ils une chance – par la conviction ou l'obligation – de se faire entendre des professionnels ? Il leur faut pour cela définir des critères d'intervention exogènes au monde de l'art qui ne sont pas simples à établir, si les bailleurs ne peuvent pas se référer à une hiérarchisation établie des arts. Ils doivent aujourd'hui trouver en eux-mêmes des critères en se penchant sur ce qui les constitue, en réfléchissant sur leurs valeurs et sur leurs missions pour définir des orientations d'action. À l'heure où la décentralisation est très avancée, les collectivités sont en capacité de faire valoir leurs choix et de se positionner, sans pour autant chercher à qualifier l'art et les productions artistiques.

Comment piloter politiquement des événements ?

Dans un monde qui se professionnalise, où la concurrence s'exacerbe, quels sont les outils dont dispose un territoire pour assurer le pilotage d'un événement ? Cette question n'est banale qu'en apparence. En effet, il est aisé de constater à quel point, s'agissant de la France en tout cas, la latitude d'action des porteurs d'événements est forte. Cette autonomie semble même proportionnelle à l'ancienneté et à la taille de l'événement : plus l'événement est important, reconnu, emblématique... et plus la liberté de son directeur semble entière, totale, sans contrôle. Mais à partir d'un certain seuil de financement public, est-il rationnel de laisser carte quasi blanche à des directeurs certes compétents, mais souvent motivés par des préoccupations essentiellement professionnelles (i.e. propres à leur métier), plus qu'à celles émanant de leurs bailleurs ? À leur décharge, on remarquera aussi aisément à quel point les collectivités publiques peinent à définir les critères de leur intervention, à cerner des objectifs, rechignent aussi parfois – parce qu'elles ont fait leurs valeurs des professionnels – à établir une feuille de route claire. Mais peut-on laisser un directeur de projet travailler « à l'instinct », alors que les territoires et leurs investissements sont soumis à des évaluations comptables, que leur marketing territorial est évalué, qu'ils sont « benchmarkés » et « rankés » en permanence ?



Hivernales, 2009

Ne faudrait-il pas davantage sensibiliser les professionnels à ce phénomène, les y associer, pour qu'ils réfléchissent ensemble aux moyens d'y faire face et d'y résister peut-être aussi ? En matière de recher-



che scientifique, que les pouvoirs publics ont décidé d'évaluer, on constitue des faisceaux d'indices pour décrire la diversité des postures du chercheur. Ne faudrait-il pas procéder de même avec les porteurs de projets culturels ? Cela suppose de convenir qu'un événement n'est pas uni-

quement un lieu d'exploration artistique – comme la recherche n'est pas uniquement un lieu de découverte scientifique mais, également un espace de diffusion des résultats obtenus. Il y a en effet de nombreuses dimensions en sus du projet artistique, qui justifient la subvention publique : la capacité à rayonner, à construire de l'image, à animer une filière professionnelle, à faire participer des spectateurs, etc.

Un événement peut-il faire l'objet d'un positionnement ?

Le positionnement des événements demeure très souvent le fruit d'une histoire personnelle, d'un projet, d'une intuition. Rares sont les événements en France qui sont conçus après une étude de marché... Or, si cette idée hérisse nombre de professionnels de la culture, il semble bien qu'il soit aujourd'hui de plus en plus difficile de faire l'impasse sur une connaissance précise et objectivée de l'environnement d'un événement. Ainsi, prendre en considération ne serait-ce que le calendrier, permettrait sans doute d'éviter un embouteillage de propositions, pour que le public puisse profiter de tout ce qui lui est proposé. S'agissant du cœur du projet lui-même, le projet artistique pourrait lui aussi bénéficier de ce type d'analyse stratégique. Car, pour une Biennale de la danse quasi seule sur son « créneau » et qui peut donc sans doute se définir à sa guise, combien de biennales d'art contemporain qui toutes misent sur une « coupe » dans l'actualité de l'art ? En Rhône-Alpes, les écoles d'art ont fait cet effort d'identifier leurs caractéristiques : à Lyon la formation des plasticiens, à Valence celle des graphistes, à Saint-Étienne celle des designers... Un positionnement affiché qui ne nuit pas à leur crédibilité, au contraire, et atteste d'une offre diversifiée, propre à attirer les étudiants intéressés par telle ou telle option.

Journées Portes ouvertes 2008 à l'ERBA (École régionale des Beaux-arts de Valence)



Une collectivité peut-elle établir ses propres critères d'évaluation ?

Pour les professionnels de la culture, l'évaluation demeure une question... épineuse. Tout se passe comme si on considérait que les principes de travail établis par et pour les artistes – indépendance, autonomie, etc. – devaient aussi être ceux des responsables de projets. Or s'il est sans doute indispensable de respecter certains fondamentaux pour le travail intellectuel et artistique, il est sans doute probable que ces fondamentaux soient différents pour les responsables d'événements. On peut par exemple attendre d'eux une bonne gestion, une capacité à articuler un projet à un contexte local ou national, etc. Car il est légitime qu'une collectivité

qui finance un projet, le fasse en fonction d'un certain nombre de missions (de service public) et d'objectifs (de développement). Il doit alors être possible d'établir des critères d'appréciation, tout en tenant compte des règles professionnelles propres au secteur. Une autre difficulté réside dans le faible volontarisme des collectivités elles-mêmes en la matière. On peut s'étonner de cette timidité, qui s'explique sans doute par la crainte d'apparaître comme « provincial » ou exagérément coercitif. Mais il est possible de dépasser ces résistances, lorsque la collectivité se penche sur son projet directeur et ses ambitions. Le Grand Lyon se livre actuellement à ce genre d'exercice,



acteurs de la culture ont tendance à s'imposer aux objectifs des collectivités publiques. Plusieurs facteurs permettent cependant d'estimer que le changement est possible. Tout d'abord, dans un contexte de restriction budgétaire, il devient plus aisé aux collectivités de faire valoir leur point de vue, car elles peuvent conditionner l'allocation de ressources d'autant mieux qu'elles sont rares. Ensuite, on peut dire que l'ère des « directeurs divas » est sans doute en voie de disparition : ils sont de plus en plus des professionnels formés de manière universitaire, et non plus des porteurs de projets autodidactes, ayant dû affronter de nombreuses difficultés avant de faire valoir leur point de vue. Enfin, il est probable que des notions comme celles de service public ou d'éducation, reprennent de la vigueur dans un champ culturel qui est en passe de prendre conscience de son isolement social, et des risques que cela comporte pour sa survie même.

et s'il est trop tôt pour en tirer des conclusions, on a là un exemple d'un territoire qui veut définir des critères d'appréciation des événements qu'il soutient au vu de ses propres ambitions. Il ne s'agit pas de dire *ex nihilo* si tel événement est intéressant ou pas, mais en fonction d'une situation donnée : il n'y a pas d'évaluation « en valeur absolue », elle est corrélée à un contexte et à des objectifs. Cet effort d'objectivation est complexe à appliquer, car actuellement, les règles professionnelles des

L'agglomération lyonnaise a cerné des critères d'appréciation pour ses grands événements

Le Grand Lyon a défini, avec l'aide d'observateurs extérieurs, quatre thématiques (non hiérarchisées) pour ses événements. Ces axes sont les suivants : renforcer la notoriété du territoire (au plan national et international) ; générer des retombées économiques pour le territoire (directes par l'organisation des événements, indirectes par le développement du tourisme et le renforcement des entreprises concernées par la thématique de l'événement) ; renforcer l'identité du Grand Lyon (par le développement d'un sentiment d'appartenance au territoire et la concertation avec les communes) ; lutter contre les inégalités culturelles du territoire (par la promotion des pratiques culturelles émergentes et en touchant un public diversifié). Le Grand Lyon considère que chaque événement dont il a la charge doit traiter d'au moins une de ces problématiques. Ainsi, chaque événement n'a pas vocation à remplir ces quatre objectifs, c'est en prenant en considération plusieurs événements qu'ils peuvent être atteints



par la collectivité.

Comment associer les directeurs à des objectifs de politique publique ?

Une fois franchis les réflexes qui brident souvent les directions des affaires culturelles, et après que l'on soit parvenu à établir des critères pour contribuer aux orientations stratégiques des événements, il faudra encore faire admettre aux porteurs de projets la validité, la nécessité, la légitimité de cette nouvelle position de leurs bailleurs. Ce peut ne pas être simple, car les analyses peuvent conduire, par exemple à insister sur ce qui jusque-là n'était

qu'une dimension connexe d'un projet. C'est ce qui se produit pour la Biennale d'art contemporain de Lyon, dont les satellites s'avèrent au moins aussi intéressants pour le Grand Lyon que son exposition principale. Ainsi, Dock's Art Fair ou la Nuit des galeries, sont-elles vues par le Grand Lyon comme des éléments clés, en ce qu'ils sont capables d'animer la filière du marché et des galeries qui peinent à décoller dans le contexte lyonnais.



Plus caractéristique encore, Veduta (ex-Art sur la place), est appelé à monter en puissance. Il s'avère en effet que cet événement dans l'événement permet de toucher un public différent, d'accompagner le besoin de participation qui se fait jour dans les consommations culturelles. Cerise sur le gâteau, Veduta trouve aussi un excellent écho dans la presse. Aujourd'hui, la médiation à l'art est perçue comme un impératif par les bailleurs publics. Certains professionnels ont déjà pris ce virage, et non des moindres, comme en atteste la dernière édition de la Biennale de Sao Paulo au Brésil. Cette biennale, dotée de moyens considérables et dont la sélection 2010 était très percutante, a dévolu une part importante de son projet à l'initiation à l'art : plus de 25 formateurs à la médiation et quelques 350 médiateurs y ont embauchés !

Pourquoi est-il si incongru, si « illégitime » de poser des questions sur les axes de travail des biennales d'art contemporain, alors qu'elles ne peuvent en réalité pas rivaliser avec les biennales « historiques » qui se tiennent à Venise et Sao Paulo. ? Aucune d'entre elles ne pourra faire l'unanimité sur ses choix artistiques. Ceci n'est pas une critique en soi : cela témoigne simplement du fait qu'il est à peu près impossible d'établir un consensus sur une exposition d'art contemporain. Car les œuvres sont diverses ainsi que les professionnels des arts plastiques qui les commentent (contrairement aux idées communément admises). Si les biennales ne peuvent se distinguer sur une antériorité historique, si leurs commissaires ne font pas autorité dans le champ de l'art, pourquoi alors ne pas chercher l'excellence et/ou la distinction, sur une caractéristique propre et assumée par un territoire. Ainsi, sur l'agglomération lyonnaise, il y a un savoir faire en matière de médiation, notablement sous-estimé, qui pourrait peut-être être capitalisé pour la Biennale elle-même.

Médiation et arts plastiques doivent-ils demeurer les Taylor et Burton de l'art contemporain ?

L'agglomération lyonnaise fournit, avec ses artothèques et ses centres d'art de nombreux exemples de médiation réussie. Pourquoi ne pas analyser sérieusement le travail effectué au Centre d'arts plastiques de Saint-Fons par exemple, où les responsables sont parvenus à développer des compétences pour initier à l'art contemporain, sans jamais renoncer à l'exigence de leurs choix artistiques.

La programmation n'y est pas faite en fonction d'un programme pédagogique, mais les médiateurs savent comment aborder les œuvres les plus sophistiquées pour les rendre accessibles à des publics variés.

Autrement dit, un questionnement sur la relation au public de l'art contemporain parcourt le territoire, et la Biennale d'art contemporain pourrait en être le fer de lance. Autrement dit encore, elle pourrait faire connaître cette compétence pour affirmer à la fois la sélectivité de sa programmation, tout en mettant en évidence ses moyens de médiation, et tout en ne renonçant à aucun Himalaya conceptuel tels qu'en proposent parfois les arts plastiques.



ÉVÉNEMENTS ET MÉDIAS EN MUTATION



On a vu que l'événement à dominante culturelle avait de plus en plus pour fonction de fabriquer de l'image, la sienne, mais aussi celle de son territoire d'implantation. Ainsi, faisant confiance à une mystérieuse alchimie, les promoteurs des événements estiment qu'on accolera la « représentation » de l'événement au territoire qui le fait naître, et que le territoire captera à son profit cette représentation. Ceci repose sur un certain nombre de présupposés. Le premier d'entre eux étant d'imaginer qu'un événement culturel a forcément une bonne image. Or on sait qu'il n'en est rien, en tous cas que plusieurs types de représentations circulent, dont certaines fort peu flatteuses. On connaît les rejets auxquels l'art contemporain est exposé... Par ailleurs, la multiplication des événements

ne contribue pas à leur lisibilité : ils doivent faire toujours plus de « communication » – euphémisme pour ne pas dire toujours plus de publicité – pour s'assurer une « place au soleil » des médias. Enfin le monde des médias change, il n'y a plus de média de référence (comme il n'y a plus de hiérarchie entre les arts et les pratiques), mais une pluralité de « supports », qui correspondent souvent à des profils socio-professionnels : aux urbains ayant passé la cinquantaine les journaux classiques, aux autres, une foultitude de mode d'information...

La communication, Jivaro de l'identité du service public

Malgré les dispositions propres aux événements, on peut toutefois s'étonner de l'importance que certains d'entre eux accordent à leur communication. De toute évidence, il ne s'agit plus de faire connaître l'événement – qui devrait, justement parce qu'il est intéressant, attirer de lui-même la presse – mais de faire connaître autre chose – c'est-à-dire le territoire – autrement – par du rédactionnel et non de la publicité ou de la communication institutionnelle. Au-delà de ces faux-nez, et alors que des budgets conséquents sont alloués à la communication, l'évaluation des retombées est faible, voire totalement défailante. N'est-on pas en droit, en période de contraction des finances publiques, mais peut-être surtout parce que le monde de la presse et des médias change, de se demander si une collectivité publique n'a pas d'autres moyens pour faire parler d'elle ? Par exemple, ne pourrait-elle pas consacrer davantage d'argent à la recherche et développement pour des événements réellement innovants et audacieux (et qui alors attireraient la presse beaucoup plus facilement) ? Et, est-il vraiment du rôle d'une collectivité locale de se vendre sur le principe du *hard selling* (publicité massive utilisée de manière répétitive), plutôt que

par l'utilisation habile du *buzz* et par une créativité suffisamment convaincante pour gagner la presse ? Pourquoi les collectivités locales ne cherchent-elles pas à promouvoir le cœur de leur métier, en mettant en avant leur spécificité ? Par exemple en assumant la promotion d'un service public culturel, entendu comme un investissement de formation, de recherche et de diffusion des idées artistiques. Il faudrait pour cela qu'elles développent des techniques de communication qui expriment leur identité profonde, plutôt que d'essayer de se vendre comme des détergents, alors qu'elles n'en sont pas et n'auront de toute façon pas les capacités d'investissement publicitaire des lessiviers...



Paresh Maity, foire internationale de Singapour, 2011

Territoires et basculement dans une approche managériale



Malgré les vertus du développement économique territorialisé, on peut s'interroger sur la mise en concurrence de territoires qui tous sont animés par un même socle de valeurs et notamment réunis sous la notion de « service public ». Or cette différenciation effrénée pousse à faire plusieurs remarques. Tout d'abord, on assiste à un basculement progressif de la « gestion » des territoires dans le champ de l'entreprise de type concurrentiel. Les territoires étant envisagés comme des entrepreneurs, soutenant des investissements productifs : le secteur marchand impose alors ses principes de fonctionnement à des territoires devenus de « quasi-entreprises ». Si l'on peut comprendre ce renforcement de la gestion des territoires, jusqu'où ce basculement va-t-il les contraindre à renoncer à leurs valeurs fondamentales ? Quelle est alors la rationalité économique (mais aussi politique et sociale) d'aiguiser la concurrence entre territoires qui ont des objectifs communs, qui appartiennent à un même pays, etc. ?

Des médias segmentant

Par ailleurs, la confiance placée dans les médias, notamment traditionnels, n'est-elle pas disproportionnée au regard de leur place actuelle dans le champ médiatique ? Les grands journaux voient leur lectorat s'effriter, vieillir... Sont-ils les plus à même de véhiculer l'image d'un territoire qui se veut jeune, moderne, dynamique ? L'évolution des médias, due notamment aux nouvelles technologies, conduit à un bouleversement des manières de s'informer. Les générations les plus jeunes, mêmes celles qui disposent d'un bon niveau de formation, n'accordent plus à la presse écrite notamment, le même statut de référence que pouvaient lui attribuer leurs parents. Par ailleurs, ces jeunes générations s'informent différemment, en multipliant les sources : blogs, réseaux sociaux mais aussi fils d'info réalisés par des amateurs souvent très pointus. À cet égard, le Net ne cesse de produire de nouveaux outils qui permettent de « gérer » l'information qu'on y trouve. Au premier rang de ces outils, les agrégateurs d'informations comme *Netvibes*, *Scoop.it*, *Pearltrees*, *Curated.by* permettent de trier ou d'orchestrer les *news* sur un sujet donné. Souvent très simples d'utilisation, ils sont appelés à devenir de véritables médias, capables de fédérer des lecteurs très spécialisés sur une question. Ce faisant, ils segmentent des profils socioculturels, qu'il pourrait être très intéressant pour un organisateur d'événement de toucher en priorité.

Compte tenu de cette situation nouvelle, ne devient-il pas urgent de réorienter l'utilisation des budgets de communication vers ces nouveaux médias, vers les réseaux sociaux et les plateformes de partage ? Pour cela, il est nécessaire de bien les connaître – ce qui n'est pas simple car la situation évolue très vite – et d'investir sur la créativité pour y accéder. Car il faut non seulement que les événements y « placent » leur actualité, mais qu'ils y créent aussi de l'audience, objectif ardu dans un paysage ultra morcelé et très concurrentiel. Ainsi, une application pour l'*AppStore* de Apple, capable de relayer un événement demeurera sans doute invisible si rien n'est fait pour booster son audience et créer une attente autour d'elle. Il faut par conséquent la penser non comme la chambre d'écho de l'événement, mais plus probablement comme un espace de création spécifique, à même de « décliner » l'événement lui-même. Si on ne trouve que le programme de l'événement sur une application, on ne fera qu'effleurer ce média, sans faire jouer à plein ses dispositions. Une application efficace sera celle où l'on pourra voir un spectacle qui ne sera montré nulle part ailleurs, où l'on pourra découvrir les coulisses du montage de l'événement, où l'on pourra *tchater* avec un artiste invité, etc. Cela suppose de disposer de moyens, mais compte tenu des budgets de certains événements, cela doit pouvoir être fait à masse constante : moins d'encarts et de placards et plus d'innovations malines pour s'imposer dans le monde des médias...



Un événement disponible sur média papier ?



Pour contrevenir ou répondre à cette technologisation de l'information et à cette emprise du Net, on pourrait aussi imaginer un événement qui ne pourrait se déployer que sur un média papier. Cela pourrait redonner, par la spécificité du projet, une pertinence, une crédibilité à ce média. La motivation de parution serait alors de faire exister un événement, dont le concept le différencierait des événements classiques : il n'existerait pas parce qu'il est « live », pas parce qu'il permet à des gens de se rencontrer, mais parce qu'il leur permettrait de se fédérer sur une question particulière qui ne pourrait être traitée que par le papier... Ainsi, on pourrait imaginer qu'un tel événement prenne pour sujet l'urbain, envisageant le quartier comme un événement (parce qu'il est en rénovation, parce qu'il est entièrement nouveau, parce qu'il n'a pas connu de changement depuis longtemps...). La revue restituant avec des attributs qui lui sont propres, le quartier considéré : articles mis en scène par un graphisme spécifique, jeux de pistes sur cartes cartonnées permettant de suivre une théorie urbaine, *pop up* papier confiés à des artistes pour réaliser leur ville idéale, etc.

ÉVÉNEMENTS POLYDIRECTIONNELS POUR CONSOMMATEURS OMNIVORES

Face à la multiplication des événements, on assiste à l'émergence de nouvelles formes événementielles, dont les objectifs multiples sont ouvertement affichés. Il s'agit de s'appuyer sur une composante artistique pour générer une «vision» territoriale différente et permettre que le territoire change, à la fois dans les représentations qu'il suscite et dans sa «matérialité». Certains de ces événements sont impulsés par des collectivités publiques, et non plus par des porteurs de projets francs tireurs, alors que d'autres, plus modestes en taille, semblent renouer avec cette volonté d'initier, d'expérimenter, quitte à passer relativement inaperçus.



Sex Toys de l'Estuaire, Nantes, 2007

Renouer avec un ancrage territorial

La plupart des événements «reconnus», ayant atteint ce «niveau d'excellence» qui qualifie en fait une action considérée par les pairs comme professionnelle et pertinente d'un point de vue artistique, sont aussi très souvent des événements qui aujourd'hui apparaissent comme assez conventionnels, lorsqu'ils promeuvent une seule discipline artistique. La caractéristique «secondaire» de ce type d'événement est aussi de ne pas être liée à un territoire. Ceci s'explique par le processus de développement culturel français où le centralisme a concentré pendant longtemps les avant-gardes artistiques et les expérimentations. En «province», on avait à cœur de monter des projets incontestables du point de vue artistique



Ai Weiwei, Circule of animals, Biennale de Sao Paulo, Brésil, 2010

et pour cela, on choisissait le plus souvent de produire des festivals reposant sur des pratiques artistiques reconnues. Ce faisant, les projets se déterritorialisent, attentifs qu'ils sont à envoyer des gages de bonne professionnalité au milieu artistique. Mais

avec la montée en puissance des territoires, avec la nécessité qui leur est faite de se démarquer, il devient indispensable de promouvoir des événements qui se «distinguent» et s'appuient en particulier sur les traits identitaires du territoire.

Contrairement à ce que nombre de directeurs d'événements ont tendance à soutenir, cela ne provoque pas une marginalisation ou une «ringardisation» de la production, au contraire. Ainsi, la dernière édition de la Biennale de Sao Paulo faisait la part belle à l'histoire du Brésil – colonisation européenne, éradication de la culture indienne, ségrégation des populations d'origine africaine, etc. –, sans rien perdre de son statut de biennale de référence. Outre la qualité intrinsèque des œuvres et la légitimité du propos, cet axe programmatique contribuait à rappeler au visiteur où il se trouvait : en Amérique du Sud et non ailleurs, sur un territoire porteur d'une histoire qui a toute sa place dans une manifestation d'envergure internationale...

Il serait sans doute difficile de trouver un axe identitaire aussi flagrant sur tous les territoires. Mais on pourrait cependant cerner des questions qui leur confèrent leur identité actuelle. Ainsi, lorsque l'agglomération lyonnaise entreprend de relancer un quartier, celui où se développa la soie artificielle, aux confins de Villeurbanne et Vaulx-en-Velin, elle met à jour, par un travail d'étude portant sur «l'esprit des

lieux» de très nombreuses caractéristiques propres à ce quartier et par extension à l'agglomération toute entière. Des événements qui s'empareraient de ces questions, seraient-ils invalidés parce qu'ils se «territorialiseraient» ? Ne pourrait-on pas, par exemple, sélectionner des œuvres qui questionnent la frontière entre art et industrie,

qui s'intéressent aux conséquences sociales occasionnées par les bouleversements techniques ? Cette inquiétude de la provincialisation n'est-elle pas, comme bien d'autres, historiquement datée ? Ne faisait-elle pas sens dans les années 80 mais n'est-elle pas dépassable aujourd'hui compte tenu de la place nouvelle acquise par les territoires ?

Défilé de la Biennale de la danse et valorisation de caractères locaux immatériels



Un ancrage territorial peut se faire de multiples manières, et par exemple sur des valeurs ou des «emblèmes» qui caractérisent un vivre ensemble particulier. Ainsi, le défilé de la Biennale de la danse à Lyon est, par plusieurs de ses aspects, la preuve qu'il est possible de développer une action spécifique qui prend tout son sens parce qu'elle s'appuie sur un contexte local, propre au territoire. Cette manifestation qui propose à plus de 4500 personnes de danser dans les rues de la ville centre, est en phase avec plusieurs caractères locaux que sont : une politique de la ville et son volet culture exemplaire et pionnier au niveau national ; une politique des espaces publics qui agit pour la présence d'individus dans la rue ; une attente en matière de participation ; etc. Autrement dit, le Défilé est connecté à l'état social du territoire. Cela lui donne des ressources au niveau local sans pour autant le discréditer en dehors de ses frontières, au contraire : le territoire a été remarqué parce que justement il a su faire émerger un événement tel que le Défilé.

Un événement fleuve pour le Grand Lyon ?

L'agglomération lyonnaise qui a pris un début de compétence culturelle en acceptant de piloter les grands événements, est parvenue au constat qu'ils participent peu à la constitution du territoire, indépendamment de leurs qualités intrinsèques. Elle cherche aussi plus largement à revisiter le concept d'événement et pour cela envisage une manifestation autour des fleuves. Il s'agirait d'un événement très caractéristique de cette volonté que l'on sent monter dans les collectivités, d'initier des projets originaux et très largement hybrides, c'est-à-dire ne faisant plus appel à une composante artistique seule. L'ambition de ce nouvel événement consiste notamment à rendre visible et perceptible un territoire vaste en s'appuyant sur une caractéristique géographique : la présence de deux fleuves, qui ont largement contribué à sa prospérité mais qui ont été délaissés. Depuis les années 1990, les retrouvailles avec

le fleuve sont en marche. La reconquête de ces espaces ouvre de nouveaux lieux de vie, en phase avec la société et les nouvelles pratiques.



Vue des berges du Rhône, Lyon

Faire émerger les « Arts du fleuve »

L'agglomération a choisi le fleuve pour des raisons multiples. Il est d'abord considéré comme un agent de liaison, permettant de « lire » et de rendre visible le territoire. Par ailleurs, de grandes opérations urbanistiques ont été engagées depuis vingt ans pour retrouver les berges. Celles du Rhône sont redevenues accessibles au public et à des activités de loisir, procurant un « effet littoral » prisé par les habitants.

Une seconde tranche d'aménagement des rives a été engagée sur les berges de la Saône. Par ailleurs, la qualité des aménagements urbains lyonnais est reconnue sans être connue : l'événement devrait participer à la mise en évidence de ces transformations qui améliorent la vie quotidienne et contribuer à générer un tourisme urbain. Enfin, alors que la

plupart des grands événements lyonnais sont co-pilotés par des institutions culturelles, l'événement fleuve devrait lui s'initier de manière autonome, lui permettant sans doute de mieux accompagner les caractéristiques nouvelles de la pratique ludique et culturelle.



Si les contours exacts de ce projet d'événement sont en cours de définition, on peut toutefois remarquer qu'il projette de travailler sur une « matière » – l'eau et le fleuve – fort peu mise en œuvre dans le champ des arts. Ceci promet des perspectives de renouvellement et d'innovation, à l'instar de ce qui a pu et de ce qui est encore fait pour la lumière (notamment pendant la Fête des Lumières lyonnaise). Par ailleurs, il mise sur des productions qui combinent action artistique professionnelle et participation d'amateurs, une composante particulièrement bien implantée sur ce territoire. L'événement fleuve veut aussi renouer avec les fêtes nautiques et leur dimension populaire, tout

en cherchant à ennoblir ces pratiques. Cette volonté de participer, voire d'initier une émergence et/ou une réévaluation artistique, est rarement due à l'initiative d'une collectivité publique. La collectivité veut aussi nommer cette nouvelle discipline en parlant « d'Art du fleuve ». Cette démarche est risquée, mais elle est aussi un excellent moyen pour acquérir de la notoriété, puisqu'elle va sur un terrain jamais exploré. De plus, elle permet au Grand Lyon de caractériser ses missions de service public : prendre des risques, défricher un chemin, et donner à l'initiative privée un espace d'intervention, sur un modèle proche de celui de l'accompagnement à la recherche scientifique.

Copies, déclinaisons et franchises : gérer les risques d'un succès



Paris Plage, voie sur berge Georges Pompidou

Nantes, bien que «franchisées» à Bilbao, Lisbonne, Tokyo ou Rio de Janeiro, ne semblent pas affectées par un phénomène d'érosion dû à la perte d'unicité du produit. Cela s'explique aussi parce qu'elles proposent une approche originale de la musique classique qui est perçue comme une nécessité dans un secteur figé, dont le public vieillit et se réduit.

En raison de son succès, un concept peut rapidement perdre de son intérêt s'il est copié sans discernement. Ainsi, un événement comme Paris Plage, qui propose un urbanisme temporaire très original, s'il conserve son public, commence à se banaliser en termes d'image et de notoriété médiatique, car il est dupliqué un peu partout en Ile-de-France (Puteaux, Suresnes, Bobigny...), ailleurs en France (Tourcoing, Toulouse, Dijon...) et en Europe (Bruxelles, Berlin, Munich...). La question de la protection d'un concept se pose donc, au même titre que pour l'innovation industrielle. Il peut être envisagé qu'il soit déposé, comme une marque. Pour qu'un événement soit décliné, il faut respecter un périmètre d'exclusivité (par exemple à l'échelle d'un pays). Ainsi, les Folles journées de

Initiatives et management du off

Mais au-delà de ces grandes manifestations en devenir et des événements qui ont pignon sur rue, apparaissent de plus en plus d'opérations qui renouent avec la notion première d'événement, comme surgissement inattendu et perturbateur du quotidien. Ces nouvelles opérations jouent sur plusieurs dimensions : elles demandent généralement une participation du public, elles sont organisées le plus souvent sans subventions et s'appuient sur le Net et en particulier les réseaux sociaux, pour faire savoir qu'elles adviennent et ensuite pour en diffuser le témoignage (par des vidéos en particulier). Ces événements sont souvent réalisés avec des moyens financiers faibles ou inexistantes : pour organiser un surgissement de type *flashmob*, *freeze party* ou encore *hug party*, il ne faut guère plus qu'une idée... Par contre, ils peuvent demander une préparation importante de la part des participants, comme on a pu le voir avec les « hommages » réalisés un peu partout dans le monde à l'occasion de la mort de Mickael Jackson. On y voit des centaines de participants exécuter la chorégraphie du clip Thriller, en pleine rue, soutenus par des enceintes branchées «à la sauvage». Dans ce cas de figure, l'investissement financier est minimal mais l'effet maximum.



Flashmob Mickael Jackson, Paris



Les mobilisations «spontanées» sont trop nombreuses pour qu'on les énumère ici : entre les apéros géants Facebook, les «brigades horticoles» ou encore les Zones Artistiques Temporaires (Montpellier), on a toute une gamme d'événements qui animent la ville. À ce jour, rares sont les collectivités qui s'intéressent à ces actions, qui toutes témoignent d'un changement des attitudes des «consommateurs» de culture. Quant aux institutions culturelles, il semble qu'elles considèrent que ces démonstrations sont hors de leur sphère d'activité, attitude surprenante lorsqu'on voit combien elles changent le paysage. Toutes demanderaient donc à être analysées et commentées du point de vue des professionnels de l'art et du divertissement. Par ailleurs, compte tenu de l'émergence de ce mouvement de fonds, il serait sans doute intéressant qu'une collectivité locale s'y intéresse. Cela supposerait tout d'abord qu'elle entreprenne à la fois un repérage de l'existant et une veille sur ce qui se passe. Puis, sans vouloir «récupérer» ces actions

spontanées, qu'elle apparaisse comme un territoire propice pour ces expériences. Elle pourrait le faire en incitant ses porteurs de projets, ses institutions à jeter un œil sur ces actions, à les amplifier en les accueillant par exemple sur leurs sites web. Une fois le territoire considéré comme un lieu qui regarde avec bienveillance ces pratiques, il pourrait lancer des appels à projet, favoriser les rencontres avec les professionnels, etc. Le territoire Grand lyonnais serait certainement légitime à investir ce terrain-là pour deux raisons notamment : il a soutenu un défilé chorégraphié réalisé par des amateurs et il a été le lieu où les hip-hoppeurs ont été invités à travailler avec des chorégraphes contemporains. Ce goût pour la danse, la participation, l'émergence et les croisements artistiques lui donne des perspectives d'intervention dans le «management» des initiatives spontanées où le challenge consiste à valoriser sans instrumentaliser, à reconnaître sans institutionnaliser...

Repères bibliographiques

- **Boullier Dominique** (2010), *La ville événement, foules et publics urbains*, Coll. La ville en débat, Paris : PUF
- **Caillet Bruno** (2009), *Lecture comparée de quatre candidatures au titre : petites ambitions (synthèse)*, consultable sur www.lehub-agence.com
- **Coll.** (2003), *La fête en ville*, Revue urbanisme n°331, été 2003
- **Coll.** (2006), *La place et le rôle de la fête dans l'espace public, nouvelles fêtes urbaines et nouvelles convivialités en Europe*, coll. Aménagement et urbanisme, Lyon : Éd. Certu
- **Coll.** (2007), *La ville événementielle*, Géocarrefour vol. 82 n°3, 2007
- **Coll.** (2010), *300 événements incontournables à travers le monde*, Paris : Éd. Music & entertainment books
- **Coll.** (2010), *Spécial événementiel*, Intermédia n°1083, mai 2010
- **Da Cunha Antonio et Matthey Laurent** (2007), *La ville et l'urbain : des savoirs émergents*, Lausanne : Presses polytechniques et universitaires romandes
- **Département de l'information et de la communication, Ministère de la culture et de la communication** (2010), *Festivals et Expositions France 2010*, Neuilly-sur-Seine : Teamaël guides culture
- **Didry Nico** (2008), *Les enjeux des événements sportifs, approche économique et études de cas*, Paris : L'Harmattan
- **Fagnoni Edith et al.** (2009), *L'événementiel et les villes touristiques*, Bulletin de l'Association de Géographes Français, septembre 2009
- **Faure Alain et Négrier Emmanuel dir.** (2001), *La politique culturelle des agglomérations*, Paris : La Documentation Française
- **Foret Catherine** (2009), *De l'épopée industrielle de l'Est lyonnais au projet urbain du « Carré de Soie »*, consultable sur www.millenaire3.com
- **Foret Catherine** (2010), *Carré de Soie : l'esprit des lieux en 10 caractères*, consultable sur www.millenaire3.com
- **Foret Catherine** (2010), *Urbanité : une manière de faire société mise à l'épreuve par la fragmentation urbaine*, consultable sur www.millenaire3.com
- **Four Pierre-Alain** (2002), *Les événements culturels en 20 questions posées à l'agglomération lyonnaise*, Enquête réalisée pour la Mission prospective, Grand Lyon, non publié
- **Four Pierre-Alain, Viévard Ludovic** (2002), *Grand Lyon et événementiel culturel, quelles sont les attentes des organisateurs, quelles sont les interventions possibles ?*, Enquête réalisée pour la Mission prospective, Grand Lyon, non publié
- **Four Pierre-Alain, Viévard Ludovic, Laval Anne** (2001), *Éléments d'analyse sur l'émergence des événements culturels organisés dans la région lyonnaise*, Enquête réalisée pour la Mission prospective, Grand Lyon, non publié
- **Franqueville Pierre** (2008-10), *notes internes pour le Grand Lyon*, abcd, non publié
- **Garat Isabelle et Gravari-Barbas Maria dir.** (2002), *Villes et festivals : L'inscription territoriale et le jeu des acteurs dans les événements culturels et festifs*, DEP Ministère de la culture, non publié
- **Guichard Nicole** (2010), *divers articles*, consultable sur www.leblogdelaville
- **Masbounji Ariella** (2004), *Penser la ville par les grands événements*, Gênes, Coll. Projet urbain, Paris : Éd. de la Villette
- **Moiroux Françoise dir.** (2010), *L'événement, vitrine ou laboratoire de la ville ?*, dossier in d'architecture n°193, septembre 2010
- **Négrier Emmanuel dir.** (2010), *Les publics des festivals*, Paris : Éd. Michel de Maule
- **Pinson Daniel** (2009), *L'art dans la ville in Traité sur la ville*, (Stébé Jean-Marc et Marchal Hervé dir.) Paris : PUF
- **Segal Jérôme** (2008), *Les festivals comme lieu d'expression de l'identité européenne*, communication pour « Les rendez-vous de l'histoire à Blois »
- **Vauclare Claude** (2009), *Les événements culturels : essai de typologie*, Culture études, 2009-3
- **Viévard Ludovic** (2010), *Images et représentations de l'eau sur le territoire du Grand Lyon*, Enquête réalisée pour la Mission prospective, Grand Lyon, non publié

Programme des Rencontres

Rencontre n°1 : Le champ culturel est-il un univers en expansion ?

Le champ culturel est un domaine en redéfinition constante. On constate une accélération des rotations hiérarchiques et l'émergence de nouvelles disciplines, une diversification des pratiques individuelles, etc.

Rencontre n°2 : Quelle peut être la place de l'artiste dans une société « du savoir » ?

Dans une société qui invente une quatrième ère de développement basée sur la production de concepts et de connaissances, le champ artistique s'avère un gisement d'idées pour partie laissé en jachère, faute d'une exploitation régulière de ses productions.

Rencontre n°3 : Les chemins variés de l'émergence culturelle Nouvelles disciplines, nouvelles pratiques

L'émergence est inséparable du secteur culturel. Pourtant, son repérage n'est pas entrepris de manière systématique.

Rencontre n°4 : Politiques culturelles : Singularités et positionnement de l'agglomération lyonnaise

Territoire « capital » s'agissant de la formation / diffusion artistique, mais demeuré provincial en matière de reconnaissance, le Grand Lyon peut-il et doit-il faire émerger des lignes de forces sur lesquelles renforcer son identité ?

Rencontre n°5 : L'artiste engagé dans la Politique de la ville : les nouvelles règles du « je »

Dans quelle mesure le « raisonnement artistique », les dispositions propres aux artistes apportent-ils une contribution pertinente à l'élaboration des politiques publiques ?

Rencontre n°6 : Synergie art et économie : la martingale de la créativité

Le développement rapide d'un nouveau paradigme en matière d'économie culturelle – la notion de « creative class » – semble indiquer que les arts et la culture ont acquis une place nouvelle dans le développement économique des métropoles.

Rencontre n°7 : Place de l'art public : artistes, commanditaires et statut des œuvres

Entre la statuaire traditionnelle et les œuvres interactives qui « jouent » de la présence du public, existe un formidable espace de possibles pour des interventions artistiques dans l'espace urbain.

Rencontre n°8 : L'événement, la fête, le festival : repenser les politiques culturelles et territoriales

Comment développer une perspective à moyen ou long terme sur une activité qui fait du mouvement sa principale force, qui doit être capable de se réinventer d'édition en édition ?

Rencontre n°9 : Quelles perspectives d'intervention pour le Grand Lyon ?

Le moment est-il venu d'initialiser un nouveau mode d'intervention publique qui intègre la culture à l'ensemble des secteurs, plutôt que d'en faire un domaine à part qui peu à peu perd de son ancrage social ?

GRAND LYON VISION CULTURE

**L'événement, la fête,
le festival :**
repenser les politiques
culturelles et territoriales

Coordination générale : Jean-Loup Molin

Responsable éditorial : Pascale Fougère

Conception du cycle et rédaction :

Pierre-Alain Four

FRV100-contact@orange.fr

Illustrations et iconographie : Céline Ollivier

Relecture : Valérie Defoy

Conception graphique : Crayon Bleu

Réalisation : Nathalie Joly

Grand Lyon Prospective - Février 2011

Les événements sont parfois envisagés comme de simples moments, alors qu'ils contribuent, notamment pour les plus importants d'entre eux, à soutenir les aménagements urbains comme l'économie locale. Si on les considère sur une période longue, on verra qu'ils passent d'un rôle d'aménageur à un rôle de reconvertisseur et qu'ils ont donc toujours eu un rôle structurant. Par ailleurs, la fonction de sociabilité qui les caractérise depuis leur origine, est particulièrement appréciée dans une société en recherche «de lien social». Enfin, ils se développent en synergie avec une société de l'information et du spectacle elle-même toujours plus prégnante. Après avoir connu

une période d'expansion exponentielle à partir des années 1970, les événements doivent aujourd'hui faire face à une raréfaction de l'argent public, comme à une reconfiguration du système médiatique. Ce moment crucial sera peut-être aussi celui d'une réaffirmation des collectivités locales, qui sont maintenant crédibles en matière d'intervention publique, et en particulier sur des questions où la dimension symbolique joue un rôle majeur. Elles peuvent faire valoir leurs propres valeurs, sans méconnaître les spécificités propres à un secteur culturel lui-même en pleine mutation et qui connaît, dans cette période d'incertitude, un certain nombre de crispations.

Le professionnel invité : Emmanuel Vinchon

Après une première période de onze ans dans le secteur psychiatrique, **Emmanuel Vinchon** participe avec quelques amis à la création de festivals transfrontaliers et d'un équipement dédié aux cultures rock : l'Aéronef en 1989 (Lille). Suite à la création d'une association dédiée aux univers sonores, aux arts visuels, à l'eau et au patrimoine décalé, il conçoit des manifestations pour des musées, des collectivités et des festivals (France). Depuis 2002, Emmanuel Vinchon est conseiller artistique pour Lille 2004, Capitale Européenne de la Culture et Lille 3000. Il a en charge la conception et la production des événements en arts vivants, littérature, débats, grands événements ; il est chargé des relations avec les territoires (collectivités, associations, équipements), des projets participatifs avec les habitants. Il coordonne notamment la Gare Saint-Sauveur. Par ailleurs, Emmanuel Vinchon intervient en université (Lille, Paris, Dunkerque), et participe à la réflexion autour des grands événements, des réseaux européens et des nouveaux équipements culturels autour de friches industrielles (commandes de collectivités en France et Slovaquie). Les études de faisabilité engagées dans ce cadre se traduisent notamment par la prochaine co-gestion d'un pôle des arts de la rue et du son.

Grand Lyon Prospective - www.millenaire3.com

GRANDLYON
communauté urbaine