

Collection des rapports officiels

Rapport au Président de la République

La dimension culturelle du Grand Paris

DANIEL JANICOT
CONSEILLER D'ÉTAT HONORAIRE

Rapports officiels

Rapport au Président de la République

© Direction de l'information
légale et administrative

*« En application de la loi
du 11 mars 1957
(art. 41) et du Code de la propriété
intellectuelle du 1^{er} juillet 1992,
complétés par la loi du 3 janvier 1995,
toute reproduction partielle ou totale
à usage collectif de la présente
publication est strictement interdite
sans autorisation expresse de l'éditeur.
Il est rappelé à cet égard que l'usage
abusif et collectif de la photocopie
met en danger l'équilibre économique
des circuits du livre. »*

ISBN : 978-2-11-009313-4
DF : 5RO33260
www.ladocumentationfrancaise.fr
Paris, 2013

Photos de couverture :
Premier ministre
service de la photographie
Diffuseur :
La Documentation française
Sculpteur : Marielle Polska
et photo goodshoot

Sommaire

Lettre de mission du Président de la République 17 janvier 2011	5
Prologue	11
Remerciements spéciaux	13
Remerciements	15
Introduction	19
Première partie	
Dans quelle mesure le Grand Paris culturel peut-il être un atout dans la mondialisation ?	25
Paris dispose d'atouts culturels exceptionnels face aux autres métropoles	28
Paris reste globalement attractive sur la scène internationale malgré des tendances préoccupantes	43
Paris souffre néanmoins de certaines faiblesses	51
Des menaces de plus en plus pressantes pèsent sur l'avenir du Grand Paris culturel	59
Zoom sur	
Berlin, New York, Londres	63
« Les artistes parisiens rêvent de Berlin »	65
« New York! New York ? »	68
« Visitez Londres, voyez le monde »	71
Le Grand Paris est une réponse opportune à la métropolisation du monde	76

Deuxième partie

Comment le passage au Grand Paris influence-t-il notre identité culturelle? 87

Le Grand Paris est un processus créateur de culture qui renouvelle nos approches 90

La culture est créatrice de Grand Paris et joue un rôle important dans la structuration du territoire métropolitain 109

Troisième partie

Quels sont les enjeux du Grand Paris Culturel? 139

Le Grand Paris doit être l'incarnation de la « ville-monde » et s'ouvrir davantage à la diversité culturelle 142

Le Grand Paris doit être l'incarnation de la ville créative 152

Zoom sur les métropoles culturelles régionales françaises 167

Nantes 169

Lille 171

Marseille 173

Toulouse 175

Lyon 177

Bordeaux 179

Le Grand Paris doit être un modèle de ville numérique 181

Le Grand Paris doit être l'incarnation de la ville « partagée » 184

Conclusion 213

Relevé des principales propositions et recommandations du rapport	215
Liste des auditions	221
Bibliographie Grand Paris culturel	237
Annexes	
Étude sur le positionnement du Grand Paris culturel	243
Préface et récapitulatif	245
Magnétisme : le Grand Paris et son pouvoir culturel mondial	253
La hiérarchie des villes	258
La mesure du succès urbain : une trajectoire	268
Comparaisons entre Paris et d'autres villes	272
Conclusion	289
Annexe	
Les industries culturelles du Grand Paris	291
Architecture	293
Arts visuels	297
Cinéma	303
Design	309
Livres - Édition	314
Gastronomie	319
Jeux vidéo	329
Mode	333
Musée et patrimoine	341

Musique	347
Spectacle vivant	361
Métiers d'art	370
Annexe	
ENQUÊTE AUPRÈS DES FRANCILIENS	377
Annexe	
Note sur le Grand Paris Numérique	387
Un super métro ? Pas seulement. Des anneaux de vitesse...	389
Partenaires de la Mission d'étude sur le Grand Paris culturel	400

**Lettre de mission du
Président de la République
17 janvier 2011**

—

—

LE PRÉSIDENT DE LA RÉPUBLIQUE

Paris, le 17 JAN. 2011

Monsieur le Conseiller d'Etat,

Au-delà des questions de transports et d'infrastructures, le Grand Paris doit être également un chantier culturel.

La culture, qui signe notre appartenance à une histoire et à des valeurs communes, doit être un élément fédérateur et déterminant de la dynamique novatrice que le Grand Paris est en train de créer et je souhaite que soit développée la dimension culturelle de cet ambitieux projet.

A la lumière de l'expérience que vous avez acquise au titre de la programmation de l'Ile Seguin et de la Vallée de la Culture, je vous demande d'établir un rapport portant sur la dimension culturelle du Grand Paris.

Il s'agit, en premier lieu, de faire du Grand Paris l'une des plus importantes métropoles culturelles du monde, avec une identité forte et une visibilité incontournable sur la scène européenne et internationale, de nature à renforcer son intérêt touristique et l'influence de notre pays dans le monde. Votre analyse devra s'appuyer sur une approche comparative avec les principales expériences menées par d'autres métropoles, notamment au niveau européen. Les architectes du Grand Paris ont en effet mis en évidence les points forts mais aussi les points faibles de notre métropole, au regard des autres métropoles internationales mais aussi de certaines métropoles régionales.

Il s'agira ensuite d'analyser dans quelle mesure la culture peut apporter des réponses correctrices aux disparités territoriales et aux inégalités sociales.

.../...

Monsieur Daniel JANICOT
Conseiller d'Etat
Président de l'Agence pour la Vallée de la Culture
6, rue Casimir Périer
75007 Paris

En effet, au regard de l'offre culturelle et de sa répartition sur le territoire du Grand Paris, vous ferez toutes propositions destinées à en corriger les déséquilibres et les disparités territoriales existant entre le cœur historique de Paris et ses quartiers périphériques, entre la petite et la grande couronne. Je suis particulièrement attentif à ce que tous les Franciliens aient accès à une offre culturelle de qualité, en particulier dans les zones plus rurales.

Au delà des inégalités territoriales, vous porterez une attention particulière à la question des banlieues et au traitement dont certaines populations socialement défavorisées doivent faire l'objet, par le biais des pratiques artistiques comme par des actions pédagogiques.

Par ailleurs, deux aspects me paraissent devoir être étudiés attentivement :

D'une part, la question de la cohérence et de la complémentarité des institutions, des équipements et des événements, qui doivent être renforcées. En tenant compte des attentes et des aspirations des Franciliens, votre réflexion devra développer différentes propositions opérationnelles destinées à valoriser et optimiser les politiques et les équipements culturels, tant au niveau de la création que du patrimoine en passant par les industries culturelles.

D'autre part, la question d'un financement durable de la culture à l'échelle du Grand Paris. Quels types de ressources - en complément des financements publics - peuvent être mobilisés au service de cette ambition culturelle et de quelle manière ?

Pour mener à bien votre mission, je vous demande de prendre l'attache des ministres concernés, tout particulièrement celles du ministre de la Culture et de la Communication et du ministre de la Ville chargé du Grand Paris, qui vous apporteront le concours de l'Etat.

Vous rencontrez également les élus concernés de la région Île-de-France, de la Ville de Paris, des départements, des communautés de communes et communes ainsi que les responsables de leurs administrations culturelles. Au titre de l'Etat, vous veillerez à impliquer pleinement la Direction Régionale des Affaires culturelles d'Île-de-France.

De même, il m'apparaît important d'associer à votre réflexion les principaux représentants des établissements, fondations et associations qui interviennent dans le domaine de la culture à l'échelle de ce territoire.

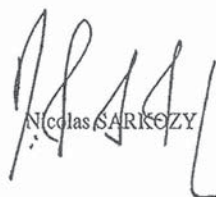
Vous pourrez naturellement vous appuyer sur l'Atelier International du Grand Paris et son conseil scientifique, ainsi que sur la Société du Grand Paris qui contribuent de façon significative à l'avancement et à la réalisation opérationnelle de ce projet dont j'attends beaucoup.

.../...

Je vous demande enfin que ce processus de consultations se développe en contact étroit avec les milieux artistiques et culturels, français et étrangers, qui sont au cœur de la dynamique culturelle du Grand Paris et que je tiens à impliquer davantage. Vous veillerez donc aux conditions de l'attractivité du Grand Paris pour les créateurs, notamment en examinant les conditions de leur accueil, les possibilités qui leur sont offertes pour leur travail, la question du logement, etc. Vous ferez toutes les propositions susceptibles de faire du Grand Paris une vitrine exemplaire de la création contemporaine française et étrangère.

Je souhaite que ce rapport me soit remis en septembre 2011, et que les premières orientations me soient communiquées d'ici l'été.

Je vous prie de croire, Monsieur le Conseiller d'Etat, à l'assurance de mes sentiments les meilleurs.



Nicolas SARKOZY

—

—

Prologue

Un territoire, s'il n'est pas incarné ne fait pas rêver. Paris est un rêve ancien incarné. Le Grand Paris est un rêve nouveau qui n'est pas encore incarné. Il n'est pas un territoire, il n'est pas une autorité.

Certes.

Mais il est beaucoup plus que cela. En effet :

C'est un message au monde, celui d'une métropole forte qui fait de la culture un pilier de son rayonnement dans le monde et un outil au service de son attractivité internationale, qui valorise ses atouts, qui ne cède pas à la tentation de se recroqueviller sur elle-même dans le jeu de la mondialisation et de la concurrence accrue à laquelle se livrent les villes.

C'est un sursaut, face à la crise économique qui y oppose la nécessité de remobiliser et rassembler les énergies par quelques grandes manifestations fédératrices et fasse acte de résistance en donnant aux artistes une plus grande place dans l'écriture de la ville et du lien social.

C'est un idéal, qui vise à rompre les périmètres existants, à effacer les frontières, à créer de nouvelles solidarités entre Paris et sa banlieue, à agir sur l'ignorance réciproque qui marque encore les rapports du centre et de sa périphérie, à intégrer la différence et à créer de nouvelles solidarités, y compris avec la province, à l'heure même où le projet européen vacille.

C'est un élan, adressé à la jeunesse, aux créateurs, aux artistes et à la nation tout entière prenant le contre-pied d'un pessimisme et d'une morosité ambiante et parfois coupable, alors même que 92% des franciliens reconnaissent la culture comme un axe de développement important du Grand Paris et que 82% d'entre eux estiment vivre sur un territoire qui bouge.

C'est un devoir, celui d'une plus grande ouverture au monde et à la diversité culturelle présente sur le territoire qui doit être considérée comme une richesse et non comme un problème.

C'est la démonstration d'un savoir faire, celui de la capacité créatrice, innovatrice, imaginative de notre métropole qui doit valoriser ses talents, ses intellectuels, ses artistes, ses porteurs de projet qu'ils soient publics ou privés, ses industries créatives.

C'est un effort, celui porté sur la création de nouvelles polycentralités culturelles dans l'espace métropolitain et destiné à construire le développement constellaire du Grand Paris, sans exclure les quartiers les plus défavorisés ni les zones rurales.

C'est une philosophie, celle du tramage, de la mise en réseau, du maillage des acteurs et des équipements culturels qui continuent pour beaucoup de coexister les uns avec les autres, sans se connaître mais aussi celle du décloisonnement qui doit permettre à la culture d'irriguer le territoire et d'entrer dans les universités, les gares, les grands sites paysagers.

C'est une fierté d'appartenance, à une ville humaine, durable, conviviale, hospitalière qui doit disposer d'une identité cohérente, lisible et cimenter un sentiment d'adhésion à un projet de «vivre ensemble» largement partagé.

C'est enfin un processus pragmatique, celui qui ne rêve pas à la création de nouveaux grands équipements culturels sans programme ni ressources mais se concentre avant tout sur une optimisation de l'existant, celui qui n'ignore pas les questions de gouvernance ni les questions de financement mais propose de nouveaux instruments pour plus d'efficacité et de cohérence.

Remerciements spéciaux

La mission d'étude sur la dimension culturelle du Grand Paris a été réalisée grâce au concours de l'État-Ministère de la Culture et de la Communication. En particulier, la mission remercie Monsieur Frédéric Mitterrand, ministre de la Culture et de la Communication, et l'ensemble de ses services.

En outre, le ministère de la Ville a accompagné la mission qui remercie Monsieur Maurice Leroy, Ministre de la Ville, chargé du Grand Paris, et ses collaborateurs.

Par ailleurs, nous remercions chaleureusement, pour leur soutien et leur accompagnement, la Banque Neufilze OBC, la Caisse d'Épargne Île-de-France, BNP-Paribas et le groupe Audiens.

—

—

Remerciements

- À Amandine Ligen qui a assumé la fonction de rapporteur général de ce rapport.
- À tous ceux qui nous ont accompagnés dans notre réflexion et ont accepté de l'enrichir par des notes et des analyses sur certains points particuliers : Bernard Faivre d'Arcier, Mathieu Gallet, Patrick Gaumer, Steven Hearn, Frédéric Hocquard, Éric Labbé, Charles Landry, Anne France Lanord, Michèle Leloup, Nicolas Levant, Jacques Lévy, Christian Moguerou, Dominique Moïsi, Pascal Ory, Didier Pasamonik, Laurence Penel, Philippe Rahm, Clothilde Reiss, Didier Sapault, Frédéric Stenz.
- Aux ambassadeurs et aux équipes des postes diplomatiques de France en Allemagne, aux États-Unis, en Espagne, au Royaume-Uni, au Japon, au Brésil, en Suède, en Norvège, au Danemark, aux Émirats Arabes Unis qui nous ont apporté des éclairages précieux sur l'étranger.
- À Jean Castarède et Philippe Adhémar, Administrateurs de l'Agence pour la Vallée de la Culture, pour leur soutien et leur engagement.
- Au bureau français de McKinsey - Éric Labbaye, Corinne Aigroz, Alain Imbert, Bruno Faucher- pour leur assistance et la qualité de leurs analyses.
- À l'équipe de Keneo - Julien Montel, Delphine Moulin, Florence Le Mouël- pour leur travail sur les industries culturelles en Île-de-France.
- À Danièle Granet qui a coordonné les recherches sur les grandes métropoles culturelles françaises.
- À Anne Françoise Pillias-Prunières, Alexandre Segretain, Jean-Georges Texier pour leur collaboration à la rédaction de ce document.
- À toute mon équipe, pour leur contribution et leur soutien, en particulier Ève Miller-Rose, Léonard Lévêque et Martine Perault, Nicole Perault, Anne-Sophie Coppin.
- À Jessica Miri et Thibault Van den Eynde qui nous ont accompagnés et soutenus dans le processus d'élaboration de ce rapport.
- À Leslie Lévy pour sa participation à l'organisation des auditions collectives.

- À l'Agence Orbe, Aurianne Muller et Aude Sabatier, pour le graphisme et la mise en page.

La liste des auditions est longue. Toutes les personnes qui ont contribué à la réflexion doivent trouver ici l'expression de notre reconnaissance et de notre gratitude.

*« Une très grande ville a besoin du reste du monde.
Toute grande ville d'Europe ou d'Amérique est cosmopolite,
ce qui peut se traduire ainsi : plus elle est vaste,
plus elle est diverse, plus grand est le nombre des races
qui y sont représentées, des langues qui s'y parlent,
des dieux qui s'y trouvent adorés simultanément.
Paris est fait d'un peu de tout. Ce n'est point qu'il n'ait sa
spécialité et sa propriété particulière, mais elle est d'un ordre
plus subtil, et la fonction qui lui appartient à lui seul est plus
difficile à définir que celle des autres cités ».*

Paul Valéry, « Regards sur le monde actuel »

—

—

Introduction

De janvier à octobre 2011, la mission a conduit plus de trois cents auditions individuelles et quelques rencontres collectives avec des personnalités issues du monde politique, institutionnel, associatif, artistique, public et privé. Ce programme d'auditions a volontairement cherché à ouvrir un processus de concertation large, dans un esprit d'ouverture et d'échange, au-delà des appartenances politiques et partisans.

Dès le début de nos travaux, s'est aussi imposé le principe d'une consultation, par sondage, des habitants du Grand Paris. Le CSA nous a accompagnés dans cette démarche, et a réalisé cette enquête auprès d'un échantillon représentatif de 810 habitants d'Île-de-France âgés de 18 ans et plus qui ont répondu à vingt questions rédigées par la mission. Les réponses ne sont pas forcément celles attendues et elles démentent beaucoup d'idées reçues. Nous les avons placées en tête de nos développements, auxquels elles apportent un éclairage supplémentaire.

D'ailleurs, on ne pouvait rêver meilleur encouragement puisque 92% des personnes interrogées estiment que la culture doit être un axe important du développement du Grand Paris !

De ce processus de travail global, la mission a d'emblée tiré quelques constatations et convictions simples.

Le premier constat est d'abord celui d'une grande attente de la majorité des interlocuteurs sollicités pour lesquels l'idée du Grand Paris reste encore trop largement abstraite, lointaine et technique. En effet, le Grand Paris est avant tout perçu comme un ambitieux projet de modernisation des transports en commun de la région francilienne. Si la majorité des interlocuteurs de la mission ont bien sûr souligné combien ces questions d'infrastructures et de transports sont des chantiers prioritaires pour le développement du Grand Paris, et du Grand Paris Culturel en particulier, nombreux sont aussi ceux qui ont déploré que la culture n'apparaisse qu'en filigrane dans ce projet colossal, en dépit de quelques déclarations et effets d'affichage.

À ce titre, beaucoup ont donc salué l'initiative prise par le Président de la République, à l'origine de cette réflexion, et réservé un accueil positif à notre mission.

La deuxième constatation, qui vient en quelque sorte nuancer le propos précédent, est celle de l'extraordinaire matière accumulée sur le Grand Paris depuis quatre ans et de la somme considérable de travail réalisé sur le sujet, sous la forme de rapports, d'analyses, d'études, de projets, d'essais, de séminaires etc. dans lesquels la thématique culturelle est abordée, au moins de façon partielle.

La mission, sans pouvoir prétendre à une connaissance exhaustive de l'ensemble de ces réflexions, a souhaité exploiter cette documentation et se faire la chambre d'écho de certaines propositions qui s'y trouvent et qui témoignent de l'enthousiasme que suscite le projet de Grand Paris.

La troisième observation est celle de la complexité de la commande assignée à la mission, liée à la difficulté de définir avec précision les termes de notre sujet.

Rappelons d'un côté, que le Grand Paris en tant qu'objet n'existe pas. Il ne repose ni sur un territoire délimité, ni sur une gouvernance politique établie, ni sur un programme d'aménagement du territoire prédéfini. Il est au contraire une démarche, un processus imaginatif et original qui fixe à la métropole parisienne un double objectif. Selon le sens que l'on accorde à l'adjectif « grand », il s'agit tant de penser le changement d'échelle et l'élargissement dimensionnel de la capitale que sa « grandeur », c'est-à-dire son rayonnement, sa capacité à mettre en valeur ses différentes qualités, tant matérielles qu'immatérielles.

Bien sûr, la question d'une articulation entre Paris et sa banlieue, entre le centre et sa périphérie est un enjeu fondamental de la réflexion mais la problématique dépasse aussi largement le cadre du territoire francilien pour interroger aussi la place de notre région capitale sur la scène nationale et internationale.

C'est pour mieux comprendre ce positionnement que la mission a effectué plusieurs visites et entretiens dans six grandes métropoles françaises – à Lille, Nantes, Bordeaux, Toulouse, Marseille et Lyon – toutes ayant à des degrés divers joué la carte culturelle pour se distinguer. C'est aussi pour évaluer la place qu'occupe Paris sur la scène internationale, en comparaison avec d'autres grandes capitales du monde que la mission a sollicité la contribution de différents postes diplomatiques et entendu plusieurs responsables des centres culturels étrangers présents à Paris. Nous remercions à nouveau les uns et les autres.

Si l'on considère de l'autre côté le terme de culture, là encore la définition est mal aisée. Si l'on se réfère à la culture comme la somme de nos représentations, de nos croyances, de nos habitudes et de nos attitudes, on voit en effet aisément derrière cette définition globalisante en quoi la culture peut renvoyer à la fois à tout et à rien. Pourtant, comme l'air qu'on respire, la culture est peut-être invisible mais elle reste essentielle et toutes les auditions réalisées pour le présent rapport l'ont confirmé, de façon autant passionnée que passionnelle. Sans doute parce que la France a historiquement toujours considéré la culture comme l'expression de la grandeur de sa nation, étroitement liée au pouvoir central, la culture est un objet aussi sérieux que sensible, autant idéologique que politique, universel qu'individuel. À travers

ses différents entretiens, la mission a ressenti la force de ces contradictions, de ces tensions et de ces paradoxes.

Un certain brouillage de la politique culturelle résultant d'une part, du déplacement de l'initiative culturelle de l'État vers les collectivités locales et de la montée en puissance des industries culturelles, d'autre part, des nouveaux modes de comportements et de consommation des publics sous l'effet du développement des nouvelles technologies et d'internet, accentuent aussi ces tensions et bouleversent nos modèles traditionnels d'intervention, de démocratisation et de transmission culturelles.

À plusieurs reprises, la mission a constaté chez certains acteurs culturels interrogés une relative morosité, un désenchantement teinté de nostalgie pour les grandes périodes de l'action culturelle publique incarnée par les générations Malraux et Lang. La crise économique qui frappe aussi la culture et entraîne une baisse de ses sources de financements publics comme privés, accentue ce malaise et cette sensation d'abandon éprouvée par de nombreux acteurs, bien que l'été et la saison des festivals aient été propices à la formulation de quelques grands engagements à la veille des échéances présidentielles de 2012. Face à ce constat un peu amer, la mission tire la conviction qu'un nouveau souffle est plus que nécessaire pour une politique culturelle renouvelée et re-mobilisatrice. Telle n'est cependant pas l'objet ni l'ambition de ce rapport. Il ne s'agira pas ici de réviser les politiques publiques de l'État ou des collectivités locales en matière culturelle, qu'il convient au contraire de saluer car elles forment un modèle français que beaucoup nous envient dans le monde.

Le cadre d'étude qui est le nôtre – celui du Grand Paris – touche en effet du doigt ces grandes questions transversales qui concernent la culture aujourd'hui mais il révèle en même temps des particularismes historiques, géographiques, sociaux, économiques et bien sûr culturels. Ce territoire dispose en effet d'un capital culturel remarquable : un maillage d'équipements unique qu'aucune autre ville au monde ne peut nous disputer, des grands sites hérités de l'histoire qui forment un patrimoine exceptionnel, des industries culturelles nombreuses, des artistes, des créateurs, des talents, des énergies, une jeunesse et des citoyens dont l'appétit pour la culture reste vif.

C'est donc à ces aspects que la mission s'est intéressée.

Toutefois, on peut considérer que le Grand Paris peut être un cadre privilégié d'expérimentation et de prospection pour un processus de régénération culturelle et un formidable incubateur pour une réévaluation de la politique nationale de la culture. C'est aussi dans ce sens que nous avons mené cette réflexion, espérant qu'elle pourra intéresser et inspirer les décideurs à l'échelon national.

Pour présenter sa réflexion, la mission a choisi de structurer le rapport autour de trois grands axes :

- Penser la dimension culturelle du Grand Paris, c'est d'abord s'interroger sur notre rayonnement et la place qu'occupe notre capitale élargie sur la scène internationale. Alors que les grandes métropoles du monde se livrent à une compétition de plus en plus intense dans tous les domaines, la culture est devenue à la fois un instrument au service de l'attractivité des

villes et un outil de promotion de leur image de marque. Longtemps, Paris s'est distinguée comme la capitale culturelle par excellence. Aujourd'hui encore, la richesse de son histoire, son patrimoine esthétique, artistique, monumental forcent l'admiration et font sa réputation, incontestée dans le monde. Pour autant, Paris est-elle encore perçue comme la ville culturelle de référence? Parvient-elle à démontrer sa capacité à créer, à innover, à s'adapter et à se renouveler dans un monde qui change de plus en plus vite? Au contraire, renvoie-t-elle l'image d'une ville musée, tournée sur son glorieux passé et recroquevillée sur elle-même? Alors que certains jouent les cassandres et remettent en question la suprématie culturelle de Paris, dans quelle mesure le Grand Paris Culturel peut-il être un atout stratégique pour renvoyer une image positive, vibrante, et rajeunie de notre capitale?

- Penser la dimension culturelle du Grand Paris, c'est aussi ouvrir une réflexion sur l'identité culturelle de l'agglomération parisienne. Le passage au Grand Paris est en effet une transformation en profondeur de l'ADN culturel de notre capitale, sur le plan quantitatif comme qualitatif. Ce passage à la grande échelle exige à l'évidence une nouvelle lecture de notre cartographie culturelle : Il est à la fois le révélateur d'un maillage culturel dense, largement hérité de l'histoire, qui transcende les découpages politico-administratifs. Il est en même temps un amplificateur des lignes de failles qui traversent cette géographie culturelle, faisant apparaître des déséquilibres, des faiblesses et des manques qui ne se superposent pas forcément avec les fragmentations d'ordre économiques et sociales que l'on observe à l'échelle de la métropole. Comment, dès lors, le passage au Grand Paris peut-il être l'occasion de retrouver une cohérence culturelle d'ensemble? Comment peut-il contribuer à renforcer notre identité culturelle?

- Penser la dimension culturelle du Grand Paris, c'est encore s'intéresser aux valeurs qu'un tel projet doit porter. Alors que certains reprochent au Grand Paris son caractère technique voire techniciste et technocratique, il apparaît tout à fait indispensable que le Grand Paris s'intéresse à la question du vivre ensemble. Toutes les grandes métropoles du monde doivent en effet, faire face aux défis que représente la prise en compte de réalités socio-économiques contrastées sur leur territoire. Comme les événements dramatiques que l'Angleterre a connus cet été l'ont rappelé, la plupart de ces grandes villes se retrouvent aujourd'hui face à des phénomènes inquiétants : la montée d'un sentiment d'exclusion dans les quartiers les plus défavorisés où la situation matérielle des personnes en situation de fragilité se dégrade et la multiplication de tensions ou d'explosions de violence. Face à ces crispations ou ces signes de repli, quels sont les enjeux d'un Grand Paris de la culture? Comment la culture dans ses différentes valeurs d'usage – sur l'emploi et l'économie, sur la cohésion sociale, sur l'intégration – peut-elle être mise au service d'un projet de société collectivement partagé?

Chacune de ces questions aurait mérité de faire l'objet d'une étude à part entière. Dans le temps qui lui a été accordé, la mission s'est concentrée sur l'essentiel et n'a pas pu conduire toutes les analyses détaillées sur l'ensemble de ces thématiques.

Fidèles à l'esprit de la lettre de mission, nous avons privilégié ici une approche concrète et « zoomé » sur certains aspects particuliers de la réflexion. Ainsi, la mission a placé très haut dans la hiérarchie des prio-

rités, le principe d'un engagement en faveur des industries culturelles. C'est un enjeu stratégique majeur et l'attractivité, le rayonnement et la vitalité de notre métropole en dépendent en grande partie. Une note rédigée par Charles Landry et présentée en annexe en témoigne, de même que des fiches commandées par la mission, filière par filière, qui permettent de mieux saisir les potentialités et les faiblesses des onze secteurs étudiés. Faute de temps et de moyens, et parce que cela n'entraîne pas dans son champ de compétence – la mission n'a pas formulé des recommandations pour chacun des secteurs étudiés. La mission le fera dans un second temps, en association étroite avec les professionnels concernés et en tenant compte de l'apport du ministre de la Culture et de la Communication qui a initié de nombreux dispositifs et pris des initiatives prometteuses dans le domaine du spectacle vivant, des arts plastiques, du numérique et des TIC.

Enfin, le rapport est appuyé par une série de propositions et recommandations. Un relevé à la fin du texte rappelle une cinquantaine d'entre elles, parmi les plus importantes. Certaines nécessiteront des arbitrages politiques, d'autres nécessitent des études plus approfondies que la mission n'a pas eu le temps de mener mais qui pourront être conduites dans les mois à venir, dans une seconde phase de travail plus opérationnelle. Toutes posent la question de la gouvernance culturelle sur laquelle notre région capitale a pris du retard, contrairement à d'autres métropoles françaises et étrangères. Toutes enfin, impliquent qu'un nouveau volontarisme culturel s'exprime au plus haut niveau, que la mission, comme beaucoup des personnalités qu'elle a rencontrées, appelle de ses vœux.

—

—

Première partie

**Dans quelle
mesure le Grand
Paris culturel
peut-il être un
atout dans la
mondialisation ?**

—

—

Dans l'univers complexe, concurrentiel et interdépendant de la mondialisation, le pouvoir de convaincre, le pouvoir d'attraction et de séduction – autrement dit le «*soft power*» – est devenu aussi important que le «*hard power*», le pouvoir de contraindre.

Partout, les États s'interrogent et sont à la recherche de leurs «avantages compétitifs». Où peuvent-ils faire la différence dans le grand jeu de la mondialisation? Comment peuvent-ils maximiser leur image et donc leur influence? Est-ce par leur démographie, leur inventivité et leur créativité, leur richesse économique et financière, la force de leurs armées, l'influence de leurs idées et de leurs idéaux, la générosité de leurs modèles sociaux, ou de manière plus subjective, leur capacité à susciter le rêve, à travers par exemple leurs villes mythiques?

Ces interrogations fondamentales ne sont pas nouvelles. De tout temps, la France y a apporté une réponse et, sans doute plus qu'aucun autre pays au monde, on peut dire qu'elle a su exploiter son rayonnement intellectuel, artistique, culturel et le mettre au service de sa puissance.

Au XVII^e siècle déjà, la grandeur de Versailles devait traduire par le luxe et la beauté le nouveau statut international de la France, pays alors le plus peuplé et le plus puissant du continent européen. Le «*soft power*» de Versailles complétait le «*hard power*» des armées du «Roi Soleil».

Les siècles ont passé mais cette stratégie reste d'actualité aujourd'hui.

En accueillant les Jeux olympiques en 2008 la Chine a aussi cherché à conforter son statut de nouveau «grand» sur la scène mondiale. Loin de se lancer dans l'aventure militaire, elle y est parvenue grâce au sport. À travers les Jeux de Pékin, la Chine revendiquait symboliquement son rôle central dans l'histoire et sa légitimité globale. Par la majesté de la cérémonie d'ouverture, la beauté architecturale du grand stade conçu par Herzog et de Meuron, elle entendait réussir son examen de passage dans la modernité et communiquer au monde un message d'espoir en elle-même.

C'est dans ce contexte général qu'il convient de replacer le projet d'un Grand Paris culturel. Ce projet pose en effet, comme l'a formulé Dominique Moïsi lors de son audition par la mission, une question cruciale même si sa formulation peut paraître dérangement : dans quelle mesure le Grand Paris Culturel peut-il permettre de rééquilibrer une France devenue plus «petite» dans le monde?

À l'heure du règne des marques et du «branding» comme disent les Anglo-Saxons, Paris est-elle grâce à la culture et à l'attrait universel de son nom la botte secrète de la France?

Pour conduire cette analyse, nous avons choisi de nous inspirer de la matrice de raisonnement SWOT : strengths (forces), weaknesses (faiblesses), opportunities (opportunités), threats (menaces) et d'appliquer cette grille de lecture au Paris de la culture, pour rester au plus près de notre sujet. Le Grand Paris, en tant que démarche prospective, apparaît de ce point de vue comme une opportunité, permettant de répondre au double enjeu que constituent la mondialisation et le grand mouvement de métropolisation du monde.

Paris dispose d'atouts culturels exceptionnels face aux autres métropoles

Pour 42% des Franciliens, Paris est la ville qui incarne le plus la culture dans le monde. Suivent loin derrière New York et Rome, avec chacune 13%, et Londres (10%).

Sondage CSA

Paris surpasse les autres villes par le nombre de ses équipements culturels et artistiques

Nous ne détaillerons pas ici l'ensemble des atouts de Paris ce qui reviendrait à une énumération trop fastidieuse pour figurer dans ce rapport.

En effet, de nombreux atouts servent la dimension culturelle du Grand Paris, même s'ils ne la servent pas exclusivement. On comprend ainsi aisément que le fait que le Grand Paris bénéficie de la deuxième plateforme aéroportuaire d'Europe, de 400 liaisons TGV quotidiennes entre Paris et les villes européennes ou des milliers de liaisons TGV avec la province, d'un réseau autoroutier de 3 000 kilomètres, de 210 kilomètres de lignes de métro, de la plus grande surface d'Europe dédiée aux salons et autres manifestations, de la première capacité hôtelière mondiale en volume et en qualité, d'une densité forte d'entreprises de toutes tailles, de réseaux de recherche, d'enseignements d'excellence, etc. contribue à son rayonnement culturel et à son attractivité internationale.

Mais au-delà de cet inventaire rapide et illustratif des multiples atouts du Grand Paris, il y a bien entendu profusion d'avantages plus spécifiquement culturels et c'est sur ceux-là que nous concentrerons notre analyse dans cette partie.

Paris est une «ville monument» qui est sans égale au monde, et son patrimoine architectural, institutionnel, culturel et artistique couvre l'ensemble du territoire du Grand Paris qui pourrait être inscrit tout entier sur la liste du patrimoine mondial de l'humanité établie par l'Unesco, et aller bien au-delà de l'inscription d'une seule section des berges de la Seine.

De préférence à un inventaire exhaustif, nous avons choisi d'apporter un triple éclairage : sur l'offre culturelle d'abord, sous la forme d'un recensement des équipements culturels et artistiques du Grand Paris mais aussi sur l'offre festivalière; et enfin sur un aspect de la demande culturelle, celle qu'exprime en particulier la fréquentation touristique internationale.

Nous nous concentrerons donc avant tout sur l'aspect quantitatif de l'offre culturelle lié au nombre d'équipements culturels dont dispose la métropole parisienne, qui permet une première analyse de la richesse culturelle du Grand Paris.

La mission est consciente que cette approche quantitative devrait bien entendu être complétée par une analyse qualitative qui viserait à établir, équipement par équipement, événement par événement, la qualité, la créativité de l'offre culturelle parisienne. Cette étude dépasse les moyens de la mission car elle n'a de sens que si elle est menée avec l'ensemble des acteurs concernés. Un grand nombre d'entre eux ont été auditionnés, dans différents secteurs de l'action artistique et culturelle. Ils soulignent tous la difficulté de conduire une telle évaluation qualitative. Cela suppose des analyses multicritères qui doivent aller évidemment au-delà des caractéristiques techniques ou physiques (statistiques de fréquentation, budget de fonctionnement, moyens, effectifs, état des équipements, etc.) pour mettre en évidence d'autres approches telles que la qualité de la programmation, la capacité d'accueillir un large public, la volonté de s'ouvrir au monde, l'originalité des modes d'intervention, l'usage des réseaux nationaux et internationaux, l'aptitude à communiquer, etc. Une telle étude de l'offre culturelle du point de vue qualitatif se heurte donc aux difficultés inhérentes à tout exercice de classement et d'évaluation, c'est pourquoi la mission ne s'est pas engagée dans cette voie.

Toutes nos impressions concordent : Paris est une ville exceptionnellement riche sur le plan culturel. Le passage au Grand Paris est un multiplicateur et un amplificateur de ces richesses car la première, comme la deuxième couronne, disposent aussi d'un réseau culturel et artistique important et de grande qualité même s'il n'a pas, à quelques exceptions près, le même niveau de notoriété ou de fréquentation que les équipements culturels du centre parisien. Dire que le Grand Paris est une grande ville culturelle peut donc sembler une évidence. Malgré cela, l'absence de chiffres consolidés empêche de corroborer cette affirmation.

Si la DRAC Île-de-France et la Ville de Paris disposent d'un certain nombre d'informations, il n'existe pas d'inventaire exhaustif permettant de comparer la façon dont Paris se positionne par rapport aux autres grandes capitales du monde.

Dans le temps qui lui a été accordé pour produire ce rapport, la mission a donc cherché à établir cet inventaire, en compilant différentes données, accessibles en ligne à partir des sites web des départements d'Île-de-France, des chiffres fournis par les Offices du tourisme départementaux notamment, que la mission a tous rencontrés, et par les publications périodiques spécialisées comme l'Officiel des Spectacles.

Ce travail souffre certainement de lacunes et d'insuffisances. Malgré cela, il permet de confirmer cette première impression : notre capitale culturelle « augmentée » dispose d'une richesse culturelle considérable, comme l'illustrent les tableaux récapitulatifs ci-contre qui ont été soumis pour validation aux différentes directions des affaires culturelles des départements.

Pour ce recensement, c'est le périmètre constitué par Paris, les trois départements de la petite couronne et les quatre départements de la deuxième couronne qui ont été privilégiés. Aller au-delà de ce périmètre – mais jusqu'ou ? – aurait exigé davantage de moyens d'investigation et il n'est même pas certain que cet exercice aurait été concluant faute de recensements locaux.

Ceci étant rappelé, ces tableaux mettent en évidence une cartographie culturelle du Grand Paris riche en enseignements et de nature à contrarier certaines idées reçues :

- S'agissant du cœur de l'offre culturelle (musées, patrimoine, salles de spectacle) il n'y a pas d'un côté un Paris richement équipé et une banlieue chichement dotée. La banlieue dispose presque du double de l'offre de musées/sites patrimoniaux (381 établissements contre 165 à Paris), et d'une offre de salles de spectacles assez supérieure en nombre à celle de Paris (553 salles contre 470 à Paris). On peut presque mesurer quantitativement l'impact qu'ont eu les politiques menées par les collectivités locales de la banlieue, dans les années 60-70, en faveur du spectacle vivant notamment.

- En revanche, l'effort en faveur de la création contemporaine se mesure mieux à Paris (environ 600 espaces dédiés) qu'en banlieue (400). Cette situation s'explique en partie par la localisation à Paris des nombreuses professions, notamment des galeries d'art, qui incarnent cet aspect de la création.

- Il n'est pas surprenant de constater que la banlieue regroupe davantage de bibliothèques (960) et de cinémas (220) que Paris (respectivement 61 et 119). L'attention prêtée aux équipements culturels de proximité a porté ses fruits. La banlieue a cherché à compenser son éloignement par la multiplication de cette offre très localisée, plus facile à financer et répondant par ailleurs aux ambitions de démocratisation culturelle.

- Autre idée reçue : la première couronne n'est pas mieux équipée que la seconde couronne alors qu'elle compte le département le plus riche et le plus peuplé du Grand Paris, les Hauts-de-Seine.

À mesure que ces chiffres seront affinés, apparaîtront d'autres lignes de force qui structurent l'offre culturelle du Grand Paris. Il faut en tout état de cause en faire une lecture prudente, en tenant compte des poids démographiques respectifs de Paris et de sa banlieue, et de leurs densités respectives.

Mais au-delà des réserves d'usage, on voit bien que la géographie culturelle, issue de cette analyse quantifiée, restitue le Grand Paris tout entier comme partie intégrante de l'histoire culturelle de la France.

En s'appuyant par ailleurs sur des sources locales, sur les Pages Jaunes et les guides touristiques Lonely Planet, le bureau français de McKinsey a également aidé la mission à produire un comparatif des ressources culturelles de Paris avec celles d'autres grandes capitales du monde.

Il faut d'emblée souligner que les chiffres ainsi consolidés par McKinsey ne sont pas et ne peuvent pas coïncider avec les données issues du travail de collecte mené avec les collectivités locales qui figurent dans les tableaux précédents. La liste des rubriques retenues est plus sélective, les critères plus limités, et leur définition de Paris se cantonne à l'analyse de Paris intra-muros.

Mais cet exercice a une portée différente, il vise à situer Paris dans la géographie mondiale et à la comparer à d'autres capitales, ce qui

Equipements culturels à Paris

	Musées / Patrimoine ¹	Espaces Création Contemporaine ²	Salles de Spectacle ³	Cinémas ⁴	Bibliothèques ⁵	Enseignement des Pratiques Artistiques ⁶
PARIS (75)	165	600	470 (estimation)	119	61	450 (estimation)

Equipements culturels en première couronne

	Musées / Patrimoine	Espaces Création Contemporaine	Salles de Spectacle	Cinémas	Bibliothèques	Enseignement des Pratiques Artistiques
HAUTS-DE-SEINE (92)	52	53	96	40	66	56
SEINE-SAINT-DENIS (93)	27	49	71	29	87	82
VAL-DE-MARNE (94)	30	48	49	30	96	66
Total Première Couronne	109	150	216	99	249	204

Equipements culturels en deuxième couronne

	Musées / Patrimoine	Espaces Création Contemporaine	Salles de Spectacle	Cinémas	Bibliothèques	Enseignement des Pratiques Artistiques
SEINE-ET-MARNE (77)	66	80	100	27	226	120
YVELINES (78)	97	66	89	35	195	113
ESSONNE (91)	52	53	82	31	161	66
VAL-D'OISE (95)	57	53	66	26	129	64
Total Deuxième Couronne	272	252	337	119	711	363

¹ Sont compris les musées nationaux, musées publics et privés, et les sites ouverts au public et à vocation touristique.

² Comprend tout espace dédié à la création contemporaine : peinture, sculpture, photographie, design, etc., dont galerie d'art.

³ Sont comprises les salles de spectacle publiques et privées dédiées au théâtre, musique, danse, opéra, etc.

⁴ Comprend les salles de cinéma multiplexes (de 8 à 15 salles), complexes (de 2 à 7 salles), et les salles d'Art et Essai

⁵ Comprend tout espace dédié au libre accès de la culture et du savoir (bibliothèque, bibliobus, médiathèque)

⁶ Comprend tout espace public et privé dédié à l'enseignement d'une discipline artistique / culturelle (conservatoire, école de musique, danse, arts plastiques, écoles d'art)

Comparaison des équipements culturels des villes

	Paris			Londres			New York			Berlin		
	Local	P. Jaunes	L. Planet	Local	P. Jaunes	L. Planet	Local	P. Jaunes	L. Planet	Local	P. Jaunes	L. Planet
Budget de la culture (M€)	97			1874			23			766		
Culture/PIB (%)	ND			0,45%			1,16%			14%		
Théâtres	208	157	18	147	93	19	48	647	15	201	200	11
Musées	130	169	65	184	91		193	394	47	175	90	
Opéras	3	3	3	2	2	3	3	3	7	5	3	6
Salles de concert	116	10	13	68	23	8	167	453	55	159	4	20
Cinéma	84	84	5	105	82	13	89	283	11	69	76	11
Salles de cinéma	376			ND			929			256		
Galeries d'art	900	967		104	377		431	1663		1000	256	
Salles de ventes	110	136		18	21		11	105		41	44	
Ecoles d'art	18	2		27	36		385	93		3	1	
Etudiants en art	18729			27.080			10726			9666		
Centres/Ateliers d'art (1)	12			ND			607			ND		
Restaurants	14536	7041	408	6000	5235	247	16172	24287	124	5500	3092	112
Bars, cafés	1154	370	93	3117	1716	137	2918	3262	96	3300	420	53
Discothèques, night clubs	46	66	2	306	307	ND	234	289	10	218	93	ND

	Amsterdam			Barcelone			Rome			Lisbonne		
	Local	P. Jaunes	L. Planet	Local	P. Jaunes	L. Planet	Local	P. Jaunes	L. Planet	Local	P. Jaunes	L. Planet
Budget de la culture (M€)	138			302			ND			22,5		
Culture/PIB (%)	4%			N/A			ND			3,50%		
Théâtres	68	163	12	53	175	11	154	40	13	55	16	9
Musées	51	104	23	33	54	31	117	111	42	51	23	30
Opéras	1	1	1	1	1	1	8	4	3	1	1	2
Salles de concert	2	N/A		3	3		19	4	22	32	9	
Cinéma	15	19	9	198	63	10	102	65	80	22	17	
Salles de cinéma	66			N/A			ND			ND		
Galeries d'art	34	213		100			397	115		220	64	
Salles de ventes	1	7		16	192		ND	17		21	29	
Ecoles d'art	2	ND		15	7		3	11		7	8	
Etudiants en art	4920	ND		5794			38255			ND		
Centres/Ateliers d'art (1)	ND	ND		17			115			ND		
Restaurants	1161	1661	131	ND	2978	133	1907	3400	138	3.219	2273	101
Bars, cafés	1372	746	120	ND	2984	120	358	2731	93	2450	103	61
Discothèques, night clubs	13	13	13	ND	84	13	165	46	2	24	15	ND

(1) Destinés à attirer et retenir des artistes nationaux et internationaux

- Parmi les Top 3
- Parmi les 3 derniers

Sources : sources locales, Pages Jaunes locales, City Guides Lonely Planet ; Mc Kinsey & Company, Août 2011

rend l'exercice assez complexe, puisque les statistiques destinées à évaluer l'offre culturelle des grandes capitales sont hétérogènes et bien souvent lacunaires. Il faut donc à ce stade, se contenter de faire apparaître une tendance : le tableau de McKinsey confirme notre diagnostic initial puisque Paris ressort très nettement comme la première capitale culturelle mondiale, du point de vue quantitatif. Le tableau reproduit ci-contre le montre assez clairement. Paris n'est pas forcément sur la première marche du podium mais elle est en revanche dans quasiment tous les domaines dans le « top 3 » des villes retenues dans ce panel. Au total, cela permet d'affirmer qu'elle est bien première sur l'offre culturelle globale bien qu'elle soit en retrait sur l'offre de loisirs nocturnes, avec un nombre de bars et discothèques bien inférieurs à la plupart des autres capitales. Nous y reviendrons plus loin.

Pour consolider ces chiffres et ces résultats et remédier à un certain éparpillement des données, la mission souligne l'intérêt qu'il y aurait à mettre en place un Observatoire de la culture dans le Grand Paris dont le travail d'évaluation et d'harmonisation pourrait s'effectuer en relation avec la DRAC, le Département des études, de la prospective et des statistiques du ministère de la Culture et de la Communication et les autres partenaires qui réalisent déjà des missions d'audit – Arcadi, CNC, etc. – pour disposer de chiffres compilés et précis.

Une des voies possibles consisterait à mobiliser l'association nationale « observatoire des politiques culturelles » créée en 1989 à l'initiative du ministère de la Culture et de l'Université Pierre Mendès France de Grenoble. L'observatoire qui a fait ses preuves, pourrait être opérateur de ce projet. Observatoire national, implanté en région, il offre une grande ouverture sur l'international et a une connaissance approfondie des politiques culturelles territoriales dans leur ensemble.

Paris tend à s'imposer comme une capitale festivalière mondiale

Une concurrence acharnée se livre autour des manifestations artistiques et culturelles organisées par les grandes métropoles mondiales et par les villes – qui ne peuvent prétendre à ce statut mais qui ont bâti depuis longtemps leur renommée sur l'excellence de leurs manifestations festiva-lières : que l'on songe seulement, dans le domaine musical, à Bayreuth, Salzbourg ou Glyndebourg pour ne citer que les plus anciennes...

La France a toujours eu une tradition festivalière. Elle s'est développée d'abord avec la musique, au profit de la bourgeoisie montante du XIX^e siècle et a pris ensuite une orientation plus théâtrale avec des pionniers comme Frédéric Pottecher et le théâtre du peuple à Bussang dans les Vosges, Firmin Gemier avec le théâtre national ambulant, et bien sûr Jacques Copeau. Ces manifestations répondaient à une double préoccupation pédagogique et éducative.

Cette fonction sociale du festival va se développer après la guerre. Jeanne Laurent y apporte son énergie et son ambition, et l'élan festivalier devient un moyen de reconquérir une identité culturelle nationale blessée.

En 1947 est aussi créé le Festival d'Avignon par Jean Vilar qui oriente le festival, au-delà de la représentation, vers l'échange, la communication, le partage. «Il faut redonner le sens de la fête au théâtre», disait Vilar. On retrouvera d'ailleurs ces préoccupations – nées de la reconstruction et de la volonté des peuples de retrouver des raisons de vivre – à l'étranger, avec le festival de théâtre de Hollande et celui d'Edimbourg.

À partir des années 60-70, le fait festivalier va s'ouvrir plus largement aux arts vivants (marionnettes, mime, danse...) ainsi qu'aux arts liés à l'évolution technologique (photographie, cinéma, bande dessinée, arts plastiques...). La technologie apporte le film, la télévision, le disque, la bande magnétique, la cassette, le CD, le DVD et aujourd'hui le web qui bouleverse l'accès aux manifestations artistiques et leurs conditions de diffusion.

Les festivals deviennent aussi des marchés où les directeurs de salles, les programmateurs de manifestations viennent faire leur choix, comme à Cannes pour le cinéma. Il en est de même pour les libraires avec le Salon du Livre ou pour les galeries d'art avec la FIAC, par exemple. Au-delà de cette facette permettant d'associer professionnels, mais aussi publics aléatoires et spontanés, un autre aspect a pris le pas, celui de l'événement festif. Il faut se rappeler qu'étymologiquement le terme de festival vient du mot «fête». Et il est vrai que les festivals contemporains comportent une dimension de convivialité, une ambiance, une atmosphère, un aspect de réjouissance partagée qui viennent compléter la dimension artistique de ces manifestations.

Parfois, l'aspect culturel en vient même à disparaître au seul profit du rassemblement populaire (fête des voisins, fêtes d'immeubles, apéros géants, rassemblements spontanés convoqués par l'intermédiaire des réseaux sociaux...) même si le seul fait de s'assembler et de partager peut être considéré comme un acte culturel.

Cette dynamique du fait festivalier qui emprunte de multiples formes et mélange des préoccupations qui ne sont pas seulement artistiques rend donc particulièrement difficile son évaluation.

Au préalable, quelques conditions nous paraissent devoir être réunies pour qu'un festival puisse relever de l'inventaire des événements culturels :

- L'existence d'une programmation artistique paraît être un préalable incontournable...
- L'articulation avec un lieu, un territoire d'un côté, et de l'autre une périodicité, un calendrier qui déterminent la durée et la fréquence d'une manifestation sont indispensables...
- Une dimension festive qui intègre des problématiques de solidarité, de lien social, de brassage de populations et de générations est aussi nécessaire ;
- Enfin, une mobilisation de nombreux acteurs publics ou privés, de plusieurs corps de métiers, de partenaires financiers, et une implication plus ou moins large des populations locales qui facilitent le déroulement de ces manifestations, est une dernière exigence. Il faut rappeler que l'offre festivalière et festive dépend de plus en plus d'initiatives associatives et privées

même si l'implication des collectivités locales demeure déterminante pour les manifestations de grande envergure.

Ces considérations préalables étant faites, un examen attentif du fait festivalier dans le Grand Paris (Paris et l'Île-de-France) fait apparaître une explosion spectaculaire du nombre de festivals qui s'est traduit par une démultiplication des manifestations à un rythme et à une échelle qui font désormais du Grand Paris le siège d'une offre festivalière d'une très grande richesse et qui n'a pas d'équivalent dans le monde.

Selon les sources, on calcule un nombre croissant de festivals ayant lieu sur le territoire du Grand Paris :

- en 2006, le ministère de la Culture et de la Communication comptait 38 festivals en Île-de-France ;
- en 2010, l'APUR en comptait 29 ;
- en 2010, le Guide des festivals¹ en dénombrait 109. Il s'agit d'une liste dans laquelle chaque organisateur inscrit gratuitement l'événement festivalier ou la fête qu'il souhaite annoncer. Mais les 14 rubriques forment un éventail de catégories trop dispersé pour être pertinent : multimédia, jeux et traditions, arts, spectacles, cinéma, culture, danse, musique, nature, pluridisciplinaires, sport, voyage, théâtre, livre... ;
- en 2011, notre mission en recense environ 360, dans l'ensemble de la région Île-de-France.

Ce dernier inventaire a été dressé à partir des sites d'information communaux et départementaux. Il a pour avantage de permettre de mieux identifier l'explosion des manifestations locales dans la dynamique festivalière. Il a pour faiblesse de ne pas permettre leur hiérarchisation selon la nature de leur programmation, le niveau d'exigence artistique, l'importance de la fréquentation.

En revanche, il permet de dresser une cartographie générale de ces manifestations. Paris avec 40 événements domine cet inventaire même si les départements de la première couronne le talonnent, tout comme les Yvelines.

Le passage au Grand Paris fait franchir, là encore, un seuil dimensionnel. Bien qu'il n'existe pas de chiffres semblables pour les grandes métropoles qui peuvent se comparer au Grand Paris, les informations collectées, de source diplomatique notamment, confirment qu'il s'agit bien d'une spécificité du Grand Paris et d'une composante distinctive de son offre culturelle.

Un rapide survol de cette offre indique que la musique occupe une place importante. À ce poids important de la musique, s'ajoutent de plus en plus de festivals consacrés à la danse, aux musiques du monde, aux arts de la rue, au cirque, aux marionnettes, à la pyrotechnie. On observe aussi la montée en puissance de manifestations pluridisciplinaires qui reflètent la mixité croissante des disciplines artistiques, l'hybridation des formes et des esthétiques, favorisée par l'impulsion du numérique. Les dernières tendances témoignent enfin d'un ancrage dans les espaces publics et de plein air de plus

1. voir leguidedesfestivals.com

en plus affirmé, et d'une intégration progressive des préoccupations environnementales (fleuve, nature, jardins...) dans la dynamique festivalière.

Ceci rappelé, quel est l'impact de toutes ces manifestations sur l'attractivité du Grand Paris ?

Il est très important pour les Franciliens et les touristes français, puisque ces manifestations se déploient sur des territoires bien assignés et que l'ambition de leur donner une vertu fédératrice est au cœur des initiatives publiques qui en sont à l'origine.

Beaucoup de grandes agglomérations aimeraient pouvoir aligner des manifestations festivalières de qualité comparables à celles du Grand Paris : le festival d'Automne, le festival de l'Île-de-France, Banlieues Bleues, Chorus, Rock en Seine, Solidays, le festival des Arts numériques d'Enghien-les-Bains ou les rencontres chorégraphiques de Bagnolet, celles de Suresnes Cité danses, Standard Idéal, le festival de l'Oh, Jazz à la Villette, le festival international du film de femmes de Créteil, ou encore Antigal dans les Yvelines... Voilà une liste non limitative qui donne le sentiment d'une richesse incomparable mais également d'une certaine dispersion d'efforts !

Ce sentiment d'une dispersion des moyens et des énergies a conduit la mission à suggérer – que par le rapprochement, l'extension territoriale, le croisement des projets – puissent émerger quelques manifestations de très grande ampleur qui – comme la fête de la Musique en son temps – pourraient devenir des références mondiale et le cas échéant essaimer dans le monde. [Si l'on souhaite donner à la Seine une place déterminante dans la dynamique du Grand Paris, un festival comme celui de «l'Oh!» nous paraît peut-être pouvoir devenir la matrice d'un festival à l'échelle de la Seine tout entière.](#)

Ce «festival de l'Oh!» a été créé en 2001 par Jacques Perreux, vice-président du Conseil général du Val-de-Marne. «Ce festival devait promouvoir la découverte du territoire par ses fleuves et ses rivières, et sensibiliser le grand public aux grands enjeux de l'eau... L'idée d'un festival, situé le long de la Seine et de la Marne qui conjuguerait art, débats, solidarité, sciences, environnement était née...»². Depuis dix ans, ce festival a lieu, chaque année en juin et dure deux jours. En 2010, il se tenait sur quatorze villes escales dont neuf dans le Val-de-Marne, quatre en Seine-Saint-Denis et une à Paris (le Port de Bercy). 200 000 personnes ont assisté aux différentes manifestations.

Une idée très intéressante est celle de la double dimension du festival :

- Il y a d'abord la programmation sur l'eau (le carnaval de l'Oh!). Cette programmation est sous la responsabilité du Conseil général du Val-de-Marne. Les artistes, plasticiens ou du spectacle vivant, commissionnés par une équipe dédiée, interviennent au moyen de péniches, avec des cartes blanches, des résidences... C'est la circulation des artistes sur l'eau qui crée le ciment entre les territoires.

2. Voir leguidedesfestivals.com.

• Il y a ensuite les berges qui accueillent les fêtes locales, ludiques, récréatives, placées sous la responsabilité des communes concernées.

Quatre spécificités méritent d'être mises en évidence :

- L'eau étant un enjeu planétaire, le festival invite chaque année un pays, un fleuve ou un « invité d'honneur ». Ainsi en 2002, l'invité était la Chine, en 2004 le Vietnam, en 2005 le Brésil avec l'Amazone, en 2007 le Québec avec le Saint-Laurent, en 2008 l'Espagne avec l'Èbre, en 2009 le Niger, en 2010 les femmes et l'eau, en 2011 l'Inde et le Gange.
- Le festival est un espace d'innovation politique, fonctionnant dans le cadre d'une coopération interterritoriale, associant la ville de Paris, le Val-de-Marne et la Seine-Saint-Denis et la région Île-de-France avec une gouvernance collégiale.
- Le partenariat et la mobilisation des réseaux caractérisent cette manifestation puisqu'elle implique de très nombreux acteurs concernés par la problématique de l'eau : Syndicat des Eaux d'Île-de-France, Service de Navigation de la Seine, Syndicat pour l'Assainissement de l'agglomération parisienne, Port autonome de Paris, l'Agence de l'Eau Seine Normandie, Voies Navigables de France, RATP, Lyonnaise des Eaux, etc.
- Enfin, la dimension pédagogique et environnementale est très forte : c'est à une véritable éducation de l'eau que se consacre ce festival, en direction des jeunes en particulier.

Le festival de l'Oh!, pour toutes les raisons qui viennent d'être rappelées pourrait voir son champ d'application territorial étendu à l'ensemble de la Seine, et des fleuves comme la Marne et l'Oise, de l'amont jusqu'à l'aval en passant par Paris. Il pourrait devenir un festival de dimension nationale voire internationale et participer ainsi à la construction métropolitaine. Cette idée a été présentée par nos soins au nouveau commissaire général chargé du développement de la Seine, Antoine Ruffenacht. À terme, ce festival de l'Oh! pourrait être progressivement étendu à l'ensemble du parcours de la Seine de Paris au Havre. Une évolution par étapes nous paraîtrait prudente avec une première étape se développant dans le cadre de la région Île-de-France.

Une autre piste à étudier serait de consolider le festival d'Automne.

Le festival d'Automne à Paris est un festival artistique pluridisciplinaire contemporain se tenant chaque année à Paris en France. Le Président de la République Georges Pompidou souhaitait créer un festival parisien capable de rivaliser avec ceux de Berlin, d'Amsterdam, de Vienne ou de Venise. Pensé à partir de 1970 avec le concours de Marcel Landowski et Jeannine Alexandre-Debray, le festival a été créé en 1972 par Michel Guy, avec le soutien du ministre des Affaires culturelles, Jacques Duhamel.

Dans un paysage culturel où les grands établissements culturels parisiens œuvrent davantage à la perpétuation de l'héritage classique, cet événement, dédié aux arts contemporains dans leur ensemble, joue rapidement un rôle d'impulsion et d'ouverture pour la création dans le domaine de l'opéra, la musique, le théâtre, la danse contemporaine, les arts plastiques, le cinéma et la littérature contemporaine. Selon les propres mots de Michel

Guy, «le festival comble un vide en termes de création artistique et de rayonnement international de Paris».

À partir de 1981, l'événement se développe davantage dans le domaine du cinéma, en partenariat avec les Cahiers du Cinéma et la Cinémathèque Française. Avec une équipe restreinte et sans lieu fixe, le festival investit toute la ville : scènes conventionnées (Théâtre des Champs-Élysées, Théâtre de l'Athénée, Théâtre Mogador, Opéra-Comique, Théâtre Récamier, Théâtre de la Cité internationale, Théâtre de la Ville, Grand Palais), sites plus insolites (le Théâtre fermé des Bouffes du Nord, le Donjon du Château de Vincennes, les chapelles de l'Université de la Sorbonne et de l'hôpital de la Pitié-Salpêtrière, le music-hall Le Palace, la Sainte-Chapelle). Michel Guy développe également des liens forts de collaboration avec les centres dramatiques nationaux, et les théâtres de la banlieue parisienne (Gennevilliers, Nanterre, Aubervilliers, Bobigny, Saint-Denis). Après le décès d'Alain Crombecque, son directeur jusqu'en 1976, sa direction est assurée par Marie Collin et Joséphine Markovits jusqu'à la récente nomination d'Emmanuel Demarcy-Mota, également directeur du théâtre de la Ville depuis 2008.

Le festival d'Automne est aujourd'hui à un carrefour important. Il doit à la fois retrouver ce qui en a fait l'originalité, tout en innovant et en développant ses ambitions. Ce qui en fait son originalité est bien connu : la commande artistique qui permet de financer les créations par des artistes d'exception ; l'écoute à l'égard des démarches d'ordre expérimental et d'avant-garde ; l'ouverture aux cultures extra occidentales ; l'accueil de professionnels étrangers (Peter Brook aux Bouffes du Nord et Giorgio Strehler au théâtre de l'Odéon...).

Il nous semble que le festival d'Automne pourrait prendre de nouvelles dimensions, en devenant encore davantage qu'il ne l'est, l'espace où se trame un réseau incroyable de lieux de création contemporaine. Il deviendrait le festival en matière de création contemporaine qui fait défaut à Paris, non pas faute d'acteurs, mais faute d'un projet fédérateur et d'une ambition rassemblés. La mission a discuté de ces perspectives avec Emmanuel Demarcy-Mota.

Ces deux projets, festival de l'Oh! et le festival d'Automne concernent des manifestations existantes, dont la portée serait accrue et les ambitions redéployées.

Il y a, dans les cartons beaucoup d'autres projets qui pourraient atteindre une dimension métropolitaine.

Un projet qui mérite attention consisterait à lancer un carnaval de toutes les cultures métissées présenté sur le territoire du Grand Paris. Prenant appui sur la présence de toutes les nationalités, les cultures et les traditions mais en invitant le monde entier à venir se joindre à cette richesse existante, un tel carnaval associerait sans aucun doute la dimension artistique et culturelle à la dimension festive et conviviale. Notons qu'il existe déjà dans la ville de Montfermeil un défilé «cultures et création» mais qui n'a qu'une portée locale.

Un second projet serait de proposer la création d'un festival des idées sur le modèle de ceux qui existent déjà en Australie, à Adélaïde et Brisbane mais aussi à Aspen ou Bristol. La capacité de Paris à rester une ville des Lumières et une capitale de la production intellectuelle et du débat d'idées est en effet un défi majeur. Paris est historiquement un grand centre intellectuel – l'image de la Ville Lumière renvoie autant aux lumières de la ville qu'aux philosophes des Lumières et elle doit continuer à l'être en développant quelque chose d'innovant, d'avant-gardiste dans la pensée et dans sa capacité à porter des idées nouvelles, différentes, humanistes, audacieuses. Paris conserve cette culture de la réflexion, de la pensée, du débat qui vise à éclairer un monde changeant et complexe. Des associations, clubs, think tanks vivent sur le territoire et attirent des publics variés autour de sujets et de disciplines tout aussi diversifiés. Cette vie intellectuelle autrefois concentrée dans le Quartier Latin n'a plus aujourd'hui un territoire assigné. Elle se développe partout, y compris sur le web, même si Paris intra-muros reste encore le principal terrain de ce bouillonnement. De nouveaux lieux sont d'ailleurs apparus, comme le Collège des Bernardins, l'Institut Montaigne, Terra Nova, le Collège international de Philosophie, l'École de Paris du Management, le Forum d'Avignon dont l'influence dépasse le cadre de la ville qui l'accueille.

Deux constatations doivent toutefois être faites :

- L'économie des idées est fragile : les associations qui portent nombre de ces structures dépendent de subventions publiques parfois menacées et de soutiens en mécénat parfois difficiles à obtenir. Il n'existe pas ou quasiment pas de marché des idées audacieuses et indépendantes.
- Cette culture de la réflexion, de la pensée et du débat est aujourd'hui moins visible que par le passé. Beaucoup de ces initiatives fonctionnent sur un mode volontairement intimiste et restent confidentielles, cantonnées à un public d'initiés, de fait plus restreint.

Il serait donc intéressant de dresser un état des lieux du débat intellectuel dans le Grand Paris et de proposer un grand événement public autour des idées qui ne doivent plus rester l'apanage de cercles fermés et qui pourrait s'inspirer de modèles étrangers comme la conférence TED.

La conférence TED (Technology, Entertainment Design)

Elle a été créée en 1984 à l'initiative de deux Américains, Richard Soul Wurman et Harry Marques. Ils ont été les pionniers de ces débats planétaires, couvrant toutes les disciplines en accueillant des scientifiques, des spécialistes des nouvelles technologies, des chefs d'entreprises, des philanthropes, etc. Le Ted Prize distingue des personnalités pour la puissance de «leurs idées destinées à changer le monde». En octobre 2010, l'artiste photographeur JR a été le premier français à gagner ce prix de 100 000 \$.

Un troisième projet, soutenu par le Maire de Neuilly-sur-Seine, consisterait à redéposer la candidature de la France à l'organisation d'une exposition universelle. Un tel projet ne pourrait prendre consistance qu'en 2025-2030 compte tenu des candidatures déjà enregistrées par le Bureau International des Expositions (BIE), organisation intergouvernementale dépendant de l'ONU.

Au regard de toutes ces suggestions, la mission propose donc qu'une réflexion approfondie soit engagée sur cette importante question : au-delà d'une offre festivalière et événementielle pléthorique, comment le Grand Paris peut-il être l'élément fédérateur d'un événement de portée mondiale, en harmonie profonde avec le génie propre français et qui soutienne ses ambitions personnelles en termes de modernité, de créativité et d'identité ? Une solution consisterait à décider que le Grand Paris accueille en 2016, et avec l'ensemble des villes françaises, une « exposition nationale », inspirée de l'Exposition Nationale Suisse de 2002, et s'inscrivant dans l'esprit des grandes expositions nationales inventées par la France de la Révolution.

Paris reste une destination touristique internationale incontournable

Interrogés sur les lieux dans lesquels ils emmèneraient quelqu'un qui visite pour la première fois Paris, les Franciliens citent d'abord la Tour Eiffel (34% en premier, 54% au total). Les autres lieux ou activités qui symbolisent Paris sont la croisière en bateau-mouche sur la Seine (17% en premier, 32% au total), le Louvre (15% en premier, 30% au total) ou encore la Basilique du Sacré-Cœur de Montmartre (12% en premier, 26% au total). À noter que la Tour Eiffel est privilégiée par les plus jeunes (38% des moins de 34 ans la citent en premier, contre 22% des 65 ans et plus), tandis que les plus âgés lui préfèrent le Louvre (25% des 65 ans et plus, contre 13% des moins de 34 ans).

D'autre part, le château de Versailles est choisi en premier par 64% des Franciliens comme lieu dans lequel ils emmèneraient quelqu'un qui visite pour la première fois l'Île-de-France. Deuxième attraction, Disneyland Paris, citée par 10% des Franciliens. Au total, le château de Versailles est choisi par 79% des Franciliens, Disneyland Paris par 24% et le château de Fontainebleau par 23%.

Sondage CSA

Ainsi l'offre culturelle du Grand Paris est sans équivalent dans le monde. Mais le monde en est-il convaincu? Sans doute si l'on examine la fréquentation touristique de la capitale, qui en constitue une forme de validation et de reconnaissance.

Le tourisme est en effet, le signe d'une attractivité forte, au demeurant elle-même créatrice de dynamiques territoriales, génératrices d'emplois et de revenus importants : 17 milliards d'euros de consommation touristique et 600 000 emplois directs, indirects ou induits³.

Mais contrairement à une idée reçue, Paris n'est pas la première destination touristique du monde : c'est la France qui est la première destination touristique mondiale et la région Île-de-France qui est la première à en bénéficier.

On se gardera donc bien ici de tout raccourci et de toute tentation de parisianisme!

Malgré cela Paris et l'Île-de-France restent des destinations touristiques incontournables, avec 61 millions de visiteurs annuels, étrangers ou Français⁴, chiffre en croissance constante ces dernières années (la fréquentation devrait d'ailleurs augmenter de 3% en 2011)⁵.

Au-delà de cette tendance en elle-même éloquent, il est intéressant de noter que 50% des touristes internationaux sont des « repeaters » qui reviennent à Paris et que 9 touristes sur 10 (nationaux compris) sont déjà venus à Paris au cours des cinq dernières années⁶. Ce taux de fidélisation élevé témoigne bien de l'attractivité profonde et éternelle de Paris qui semble moins tributaire de l'effet de mode que des qualités intrinsèques de la ville, dont on ne peut que se vanter et se réjouir.

Mais ces statistiques ont aussi des conséquences sur l'identité de Paris et sur le message qu'elle projette à l'international. En effet, les touristes sont les premiers ambassadeurs de Paris dans le monde. Dans un monde où tout s'accélère et où la durée moyenne de leurs séjours ne dépasse le plus souvent pas quelques jours, la question est de savoir quel souvenir ces étrangers gardent de leur passage à Paris et quelle perception ils emportent avec eux. À ce titre, le tourisme international peut aussi être une arme à double tranchant car il peut contribuer à enfermer la ville dans ses propres clichés.

L'analyse du tourisme en Île-de-France est en effet, particulièrement symptomatique de cette contradiction profonde.

L'examen des motivations des touristes à Paris montre que 57,2% viennent pour la visite de musées et de monuments, 54,2% pour la découverte et les promenades, 34,6% pour le shopping. Seulement près de 20% des touristes viennent pour la vie nocturne, les manifestations événe-

3. Chiffres-clé de la Région Île-de-France, édition 2011.

4. *Ibid.*

5. Communiqué de presse de l'office du tourisme et des congrès de Paris du 24 août 2011.

6. « Repères 2010 », Comité Régional du tourisme Paris Île-de-France.

mentielles, les spectacles et les concerts, bien qu'ils bénéficient d'un effet d'aubaine lorsque ces événements se déroulent pendant leurs séjours⁷.

Le poids des grandes locomotives touristiques du territoire comme Notre-Dame de Paris (13,6 millions de visiteurs en 2008), le Louvre (8,5 millions), la Tour Eiffel (6,6 millions) ou Versailles (5,6 millions) témoigne bien du fait que l'attractivité de Paris est avant tout muséale et patrimoniale, même s'il faut pourtant souligner que c'est le parc de loisirs de Disneyland Paris qui attire le plus, avec près de 15,4 millions de visiteurs annuels⁸.

Dans cette logique, le tourisme entretient les images d'Épinal associées à Paris et contribue à alimenter le cliché de la «ville musée», que l'on visite avant tout pour ses qualités esthétiques, historiques, patrimoniales, romantiques. La mythologie touristique de Paris reste d'ailleurs très fortement associée à ces clichés, au demeurant non dépourvus de vérité : elle est la ville Lumière, la ville des amoureux, la ville d'un art de vivre avec ses terrasses et ses cafés, avec un côté un peu canaille (le titi parisien), coquin et libertin (le french cancan et le Moulin Rouge) qui ont fait sa réputation dans les Années Folles...

Cet «esprit de Paris» reste encore très ancré dans les perceptions de la ville aujourd'hui, y compris chez les artistes et notamment les cinéastes notamment «Amélie Poulain» ou le film de la candidature française aux Jeux olympiques de 2012, réalisé par Luc Besson.

Aussi séduisante soit-elle, cette représentation ne contribue que très peu à alimenter le dynamisme, l'énergie et la créativité qui font à l'heure actuelle le buzz international. Par son histoire et son patrimoine, par son offre de musée et de monuments, Paris conserve le visage d'une ville éternelle, d'une Belle endormie, alors que la priorité serait de créer un «sentiment d'urgence de Paris»⁹, en apparaissant notamment comme une ville ancrée dans le XXI^e siècle, «à la fois Rome et la Californie» comme l'a dit Bertrand Delanoë lors de l'inauguration du Conseil de l'Attractivité Internationale¹⁰.

De ce point de vue, le Grand Paris est une opportunité à saisir pour actualiser notre discours sur Paris et la mission propose ainsi qu'une réflexion s'engage avec toutes les parties concernées pour construire de nouveaux éléments de langage et d'image sur Paris, qui devront s'inscrire dans le cadre global d'une véritable stratégie de communication sur le Grand Paris. [Nous suggérons par ailleurs que des personnalités notamment artistiques et de l'étranger se voient distinguées comme Ambassadeurs de Bonne Volonté du Grand Paris.](#)

7. *Ibid.*

8. Chiffres-clé de la Région Île-de-France, édition 2011.

9. Audition de Daniel Orantin, directeur du Comité Départemental du Tourisme de Seine-Saint-Denis.

10. *La Tribune*, 26 novembre 2010.

Paris reste globalement attractive sur la scène internationale malgré des tendances préoccupantes

La fréquentation touristique, notamment en provenance de l'étranger est un plébiscite quotidien. Mais elle ne saurait à elle seule témoigner de l'attractivité culturelle du Grand Paris et permettre de la situer à l'échelle mondiale.

L'attractivité de Paris est plutôt bonne dans les classements internationaux

Dans la compétition internationale, l'attractivité se mesure aujourd'hui par des enquêtes internationales conduites le plus souvent par des banques, des grandes publications périodiques de référence ou des cabinets d'audit et de conseil spécialisés dans la gestion de l'expatriation, et généralement anglo-saxons. Dans un contexte de concurrence accrue entre les villes qui cherchent toutes à entrer ou à rester dans le club des métropoles qui comptent, on peut aller jusqu'à dire que la quête de l'attractivité est devenue quasiment obsessionnelle, comme le traduit cette mode des classements entre les villes et cette folie des palmarès.

Malgré tout, par l'audience qu'ils reçoivent auprès des décideurs politiques et économiques, ces classements jouent un rôle important dans la perception de l'attractivité d'une ville pour attirer les personnes, les touristes, les flux de capitaux et les entreprises. Ils sont aussi un élément décisif dans la construction de l'image de marque d'un territoire. C'est à ce titre qu'il nous a paru intéressant de prendre ici en compte quelques-unes de ces classements, sans toutefois prétendre à l'exhaustivité.

Les recherches menées par la mission appellent deux remarques préliminaires.

Tout d'abord, alors que les critères pris en considération par ces enquêtes sont très nombreux (des critères classiques et objectifs comme ceux de la richesse, du taux d'emploi ou de chômage jusqu'aux critères plus subjectifs du coût de la vie, de la qualité de vie, de la qualité de l'éducation etc.), la mission a été frappée de voir que la culture n'y tient qu'une place résiduelle, comme un indice secondaire, parfois couplée avec le sport ou intégrée à la catégorie relativement vague des «loisirs». C'est par exemple le cas pour l'indice de bien-être qui a été mis au point par la Commission Stieglitz : plusieurs paramètres¹¹ sont pris en compte mais la culture n'en

11. La définition du bien être selon la Commission Stieglitz est pluri-dimensionnelle. Elle regroupe les conditions de vie matérielle, la santé, l'éducation, les activités personnelles dont le travail et les loisirs, la participation à la vie politique et la gouvernance, les liens et rapports sociaux, l'environnement et l'insécurité économique et physique.

fait pas partie alors même qu'il semble indéniable qu'elle touche au bien-être, à l'épanouissement personnel, à la dignité...

Cette mise à l'écart de la culture semble dommageable pour une ville comme Paris qui pourrait mieux profiter de ses nombreux atouts culturels.

De plus, il n'existe quasiment aucun instrument spécifiquement destiné à évaluer l'attractivité culturelle d'une ville et aucun classement spécifique n'existe, qui fasse autorité dans le monde, comparable par exemple au classement de Shanghai sur les universités dont la publication est toujours très attendue.

Il faut cependant souligner la voie ouverte par le Forum d'Avignon en 2010. L'étude réalisée par le cabinet Ineum Consulting pour le Forum¹² a en effet permis d'examiner pour la première fois la corrélation existant entre performance économique et intensité de la vie culturelle et artistique, sur un panel de 32 villes, dans douze pays. Cette étude a permis de définir ce que serait un indicateur culturel à part entière, en prenant en compte un grand nombre de données : nombre de musées, de théâtres, d'universités, dépense culturelle par habitant, etc.

Si l'étude n'aboutit pas à un classement à proprement dit, elle établit pourtant un baromètre intéressant où les villes sont rangées dans 5 familles : les «rentières» comme Venise, les «historiques» comme Paris, New York, Prague, les «convaincues» comme Berlin, Liverpool, Montréal, les «volontaristes» comme Bilbao, Lille, Barcelone, les «pragmatiques» comme Singapour, Sydney ou Chicago et enfin les «émergentes» comme Essen, Detroit, Gènes.

La mission propose que ces travaux servent de base à la conception d'un instrument spécifique sur l'attractivité culturelle des villes, porté par la France et éventuellement développé dans un cadre européen, susceptible de devenir un outil de référence sur la scène internationale. Il faut ajouter qu'une telle initiative sera attendue par tous les professionnels du tourisme, de la communication et de l'image et par tous les acteurs qui militent au quotidien pour la défense du rang international de Paris (Atout France, Institut de France, Chambre de Commerce et de l'Industrie, etc.).

Ces réserves exprimées, on peut constater que la place de Paris dans les classements internationaux reste globalement bonne.

Trois constats peuvent être faits :

Paris reste dans le peloton de tête des villes globales

Le classement sur les 20 premières villes globales de la revue Foreign Policy réalisé avec AT Kearney et the Chicago Council on Global

12. «Quelles stratégies pour l'emploi et le développement des territoires?» Étude INEUM Consulting pour le Forum d'Avignon.

Affairs¹³ comprend 5 dimensions : activités économiques, capital humain, échange d'informations, expérience culturelle et engagement politique. Il place Paris à la quatrième place derrière New York, Londres et Tokyo alors qu'elle était 3^e en 2008.

Cette enquête met donc en avant que les villes globales historiques, tout en maintenant relativement leur position, affrontent désormais durement la concurrence des villes émergentes, notamment asiatiques comme Hong Kong (n° 5), Singapour (n° 8), Séoul (n° 10), Pékin (n° 15).

L'autre enseignement de cette enquête, qui intéresse plus directement notre sujet d'étude, est de montrer que ce n'est pas sur la culture que Paris fait la différence. Dans ce registre, c'est en effet Londres qui décroche la première place tandis que Paris s'affiche à la seconde.

Le classement réalisé par l'Institut des stratégies urbaines de la Mori Memorial Foundation à Tokyo¹⁴ place quant à lui Paris à la troisième position derrière New York et Londres en prenant en compte un indice composite qui regroupe six ensembles de données : l'économie, la recherche et le développement, la qualité de vie, l'écologie et l'environnement naturel, la culture et l'accessibilité. Là aussi c'est Londres qui se distingue sur la culture tandis que Paris fait la différence sur l'accessibilité.

Quant au classement du département de géographie de l'Université de Loughborough¹⁵, qui se concentre sur les relations interurbaines établies entre villes-monde (réseaux, villes, usagers) il met également en évidence le duopole Londres/New York. Hong Kong prend une importance croissante dans le classement et il est possible que le réseau de villes-monde soit à terme dominé par une triade globale « NYLOHK ». Il met en évidence l'ascension rapide de Sydney, Shanghai, Pékin, et la perte de vitesse des villes américaines (excepté New York). Amsterdam, Francfort, Zürich, devraient reculer tandis que progresseront Séoul, Moscou, Mumbai, Buenos Aires, Kuala Lumpur, Varsovie. Berlin est absent du haut du classement, alors que Paris se situe à la 4^e place.

Paris offre une bonne qualité de vie

La mesure de « la qualité de vie » agrège des données hétérogènes, notamment des appréciations de l'ordre du ressenti, de la représentation subjective ou symbolique. Ce type d'enquête montre toutefois certaines limites en raison du grand nombre d'indices retenus. Il mérite pourtant d'être mentionné car l'offre culturelle et artistique y est prise en considération.

13. « 2010 Global Cities Index », Foreign Policy & A. T. Kearey.

14. « Global Power City Index 2010 », Mori Memorial Foundation.

15. « The world according to GaWC 2008 », Globalization and World Cities (GaWC) Study Group and Network, Loughborough University, 2008.

L'une de ces enquêtes est celle menée par le cabinet américain Mercer sur la qualité de vie¹⁶ – évaluée dans 221 villes en 2010 – qui englobe les principales capitales internationales mais aussi un certain nombre de villes plus modestes, à travers le monde. Ce classement a pour but d'aider les gouvernements mais aussi les entreprises multinationales à rémunérer convenablement leur personnel lorsqu'il est affecté à l'international.

La qualité de vie y est analysée en fonction de 39 facteurs, regroupés en 10 catégories¹⁷ dont deux (loisirs/environnement socioculturel) prennent en compte la dimension culturelle des villes. Vienne est la ville qui offre la meilleure qualité de vie au monde selon l'enquête menée en 2010. Zurich et Genève arrivent respectivement en deuxième et troisième position, suivies de Vancouver et d'Auckland, quatrièmes ex æquo du classement. Paris occupe la 34^e place mais elle est là devant New York (49^e) et Londres (39^e).

Plus flatteuse pour Paris, l'étude du magazine anglais haut de gamme Monocle sur « les villes où il fait bon vivre »¹⁸, publiée en juin 2010 propose un classement portant sur 25 villes mondiales. C'est Munich qui décroche la première place, suivie de Copenhague et Zurich. Paris arrive en 7^e position (elle était 19^e en 2007) devant Berlin (11^e) et Barcelone (17^e). Ni Londres, ni New York ne figurent dans ce classement.

Pour établir cette classification, le magazine s'est appuyé sur des critères comme la sécurité, la qualité des transports, le niveau des écoles et des universités, l'accessibilité des espaces verts, le système de santé etc.

Dans un article du Monde, le rédacteur en chef de Monocle, Tyler Brulé, reconnaît que « ce type de classement c'est 50% de données scientifiques et 50% de critères subjectifs ». Interrogé sur la position de Paris, Tyler Brulé souligne que le Grand Paris, même à l'état de projet est « un très bon point pour la ville, qui sera mieux reliée à sa banlieue avec les nouvelles lignes de métro et de train. »¹⁹

La seule réserve tient, à ses yeux, à l'embourgeoisement de Paris qui explique pourquoi notre capitale ne figure pas aux premières places. Selon Tyler Brulé, « il devient de plus en plus dur d'ouvrir des bars dans

16. « Mercer Quality of Living Survey 2010 », Mercer.

17. 1) Environnement politique et social (stabilité politique, criminalité, application des lois, etc.) 2) Environnement économique (régulation des taux de change, services bancaires, etc.) 3) Environnement socioculturel (censure, atteinte aux libertés individuelles, etc.) 4) Considérations médicales et sanitaires (fournitures et services médicaux, maladies infectieuses, traitement des eaux usées, élimination des déchets, pollution de l'air, etc.) 5) Écoles et éducation (niveau et disponibilité des écoles internationales, etc.) 6) Services publics et transport (électricité, eau potable, transports publics, encombrement de la circulation, etc.) 7) Loisirs (restaurants, théâtres, cinémas, sports et loisirs, etc.) 8) Biens de consommation (disponibilité de la nourriture, des produits de consommation courante, voitures, etc.) 9) Logement (logement, appareils électroménagers, meubles, services de maintenance, etc.) 10) Environnement (climat, archives des catastrophes naturelles.)

18. « World's most liveable Cities 2011 » – **Erreur ! Signet non défini.**

19. *Le Monde*, 18 juin 2010.

certains quartiers ou d'offrir une vie nocturne, le voisinage ne supportant plus le bruit. Paris risque de devenir une ville bourgeoise et lisse alors qu'elle devrait vivre 24h/24 et pas seulement seize heures».

Paris dispose d'une bonne image de marque

L'appréciation de l'attractivité passe enfin par l'évaluation d'éléments qui ne sont ni mesurables ni quantifiables. Ces éléments sont du ressort de la séduction, de la beauté, de la fascination, de la dimension mythique et symbolique qui peuvent être attachée au nom d'une ville.

Dans ce registre, Paris se classe très bien : elle a une très bonne image puisqu'elle est 3^e au niveau mondial derrière Londres et New York mais largement devant Berlin (11^e), la deuxième ville d'Europe continentale prise en compte dans ce classement, selon l'étude du cabinet KPMG, réalisée en 2010²⁰.

Une autre étude du cabinet britannique Saffron²¹ réalisée en août 2008 le confirme également, en montrant que Paris dispose de la première «marque de ville» en Europe, devant Berlin, Amsterdam, Barcelone et Londres.

Malgré ces bons résultats, des tendances préoccupantes s'observent

Le volume des investissements étrangers baisse et l'implantation des sièges sociaux est de plus en plus disputée

Il peut paraître à première vue surprenant d'évoquer ici des chiffres qui relèvent plus de l'économie et de la finance que de la culture. Pourtant les choix d'investissements comme ceux qui guident l'implantation des sièges sociaux obéissent à de multiples critères dont l'image d'une ville fait partie, de même que sa capacité à faire preuve de dynamisme artistique et culturel.

Le volume des investissements réalisés chaque année dans le monde donne lieu à des comparaisons et des classements attendus, dont la publication nourrit toujours beaucoup de commentaires. Ainsi, selon l'étude menée par KPMG et l'Association «Paris Île-de-France capitale économique» et réalisée par l'Observatoire des Investissements Internationaux en avril 2011, Paris occupe la cinquième place (elle était quatrième en 2009) derrière Londres (1^{re}), Shanghai (2^{de}), Hong Kong (3^e) et Moscou (4^e). Paris

20. Global Cities Investment Monitor, juin 2010 (panel de 512 décideurs internationaux dans 25 pays du monde KPMG / Paris Île-de-France capitale économique.

21. Étude Saffron, août 2008, panel de 2000 sondés au Royaume-Uni.

est talonnée par Pékin (6^e), São Paulo (7^e), New York (8^e), Madrid (9^e) et Barcelone (10^e)²².

Ce classement fait apparaître la montée en puissance de la Chine dont trois villes apparaissent dans ce top dix, et plus généralement des «BRIC» (Brésil Russie Inde et Chine).

L'implantation des sièges sociaux fait aussi l'objet d'une concurrence de plus en plus rude.

La capitale française attire une forte proportion de sièges sociaux, l'Île-de-France accueillant plus du quart des sièges d'entreprises de la France métropolitaine, dont près des deux tiers d'entre eux sont situés dans les départements de Paris et des Hauts-de-Seine.

Paris est aussi le lieu d'accueil de nombreux sièges de multinationales et le premier pôle d'implantation en Europe. La capitale se range après Tokyo pour l'implantation des 500 plus grandes entreprises mondiales, devant Londres, New York et Chicago²³.

Au niveau européen, c'est aussi la seconde région d'implantation d'entreprises étrangères, derrière le Grand Londres²⁴.

La concurrence est cependant vive pour attirer les secteurs à forte valeur ajoutée et si Paris se défend notamment pour les centres de recherche, le secteur des logiciels et des services informatiques et le secteur des télécommunications, il n'en est pas de même pour les services financiers, le marketing et les nouvelles technologies.

Il est apparu à la mission que dans la défense de ces grands dossiers d'attractivité économique, la culture n'est pas non plus suffisamment exploitée, alors qu'elle serait pourtant un élément susceptible de faire la différence et de donner une «signature» au Grand Paris, le distinguant des villes rivales.

Le tourisme d'affaires se contracte

Il peut aussi paraître surprenant d'évoquer le tourisme d'affaires dans le cadre d'un rapport consacré à la dimension culturelle du Grand Paris même s'il faut d'emblée souligner que les activités culturelles prennent aussi la forme de salons et de congrès : la Porte de Versailles accueille ainsi le Salon du Livre, le Carrousel du Louvre reçoit Art Shopping, le Salon du Patrimoine, Paris photo. Le Grand Palais abrite quant à lui le Salon international du livre ancien, de l'estampe et du dessin, Art Paris, la Foire International d'Art Contemporain et ses salons annexes. Montreuil accueille aussi le Salon du livre Jeunesse, etc.

22. «Global Cities Investment Monitor», KPMG & Paris Île-de-France Capitale économique, avril 2011.

23. «Fortune Global 500», Fortune 2010.

24. «European Cities Monitor», Cushman & Wakefield 2004.

Au-delà de ces aspects, il est vrai que les enjeux du tourisme d'affaires sont avant tout d'ordre économique et financier. Rappelons en effet que le but premier des déplacements d'affaires, est la rencontre et l'échange entre participants sur des thèmes ou autour d'un événement préparé à l'avance. Il recouvre plusieurs segments distincts : congrès, séminaires, incentives, foires, salons, voyages d'affaires individuels, dont le point commun est qu'ils s'adressent à des professionnels même si certains salons s'ouvrent au grand public.

Et pourtant, le tourisme d'affaires est aussi un bon indicateur de l'image d'une métropole et de son attractivité culturelle. La dimension culturelle du tourisme d'affaire est donc moins sous-jacente qu'il n'y paraît. Gilles Pélisson, dans son récent rapport sur « Le tourisme d'affaires dans le Grand Paris »²⁵, rappelle d'ailleurs que si le rayonnement historique et culturel de Paris n'est pas le déterminant principal des voyages d'affaires, il est cependant toujours présent, chaque homme d'affaires souhaitant visiter la capitale française au moins une fois. Et inversement, c'est souvent une visite professionnelle agréable qui peut déclencher l'envie de revenir en famille. Un seul chiffre en témoigne, pour le Grand Paris : en 2010, près des trois quarts des touristes professionnels ont visité des musées et des monuments.

Le Grand Paris capte 80 % des foires, salons et congrès.

Sur son territoire sont installées les principales structures d'accueil : l'Île-de-France offre la plus grande surface d'expositions d'Europe dédiée à ces manifestations professionnelles (620 000 m² de surfaces couvertes). Les seize principaux centres d'expositions, dont trois sites majeurs, Porte de Versailles, Villepinte, Le Bourget, attirent dix millions de visiteurs, cent mille entreprises exposantes. À ces trois sites majeurs s'ajoutent plusieurs centres de congrès et de réunions : Porte Maillot, CNIT, Versailles, Issy-les-Moulineaux, La Défense et Disneyland.

Pour le Grand Paris, l'enjeu économique et financier est donc de taille : la clientèle d'affaires a généré 3,3 milliards d'euros de dépenses en 2010²⁶ et 5 milliards de retombées dont trois milliards de retombées directes²⁷. Le tourisme d'affaires représente aussi près de 50 % en volume de la fréquentation hôtelière de l'Île-de-France et génère de trois à cinq fois plus de dépenses que le tourisme d'agrément et environ trois cent cinquante mille emplois²⁸.

La situation du Grand Paris est donc exceptionnelle en apparence et cette situation devrait bénéficier de la croissance durable et forte du tourisme d'affaires, nonobstant les périodes de crise économique. Pourtant et c'est là tout l'intérêt du rapport que Gilles Pélisson a remis le 7 juillet 2011 au Président de la République, Paris ne tire pas pleinement profit de sa

25. *Le tourisme d'affaires dans le Grand Paris*, rapport de Gilles Pélisson au ministre de l'Économie, juillet 2011.

26. « Repères 2010 », Comité Régional du tourisme Paris Île-de-France.

27. « Chiffres clés du tourisme d'affaires », Centre régional d'observation du commerce, de l'industrie et des services de la CCIP 2010.

28. *Ibid.*

situation exceptionnelle et connaît en valeur relative une diminution de sa position de leader. Cette tendance est bien sûr dommageable.

Pour l'activité congrès, le classement 2010 de l'UAI (Union des Associations Internationales) consacre le déclassement de Paris²⁹. Alors que la capitale a occupé pendant vingt-sept ans la première place, elle est désormais dépassée par Singapour et Bruxelles, talonnée par Vienne... Le classement de l'ICCA (International Congrès and Convention Association), pour 2010, confirme le recul de Paris : Vienne reste en tête pour la cinquième année consécutive et Paris se trouve rétrogradée en troisième position, laissant la deuxième place à Barcelone³⁰.

En 2010, pour l'activité salons, Paris est en Europe, à la première place³¹. Mais si la comparaison est faite, au niveau des pays et non des villes, c'est quand même l'Allemagne qui l'emporte avec l'accueil de 75% des plus grands salons internationaux. Aucun des dix grands congrès internationaux ne vient en France à l'exception du congrès mondial de cardiologie en 2011.

Dans ce contexte de concurrence avivée, **il semble que les recommandations de Gilles Péliçon mériteraient pour la grande majorité d'entre elles d'être mises en œuvre.** De même, mieux exploiter la variable culturelle pourrait contribuer à changer l'équation de la fréquentation.

29. «Classement international des villes de congrès», Union des associations internationales 2010.

30. «Destination Comparison Report», ICCA 2010.

31. «Chiffres clés du tourisme d'affaires», Centre régional d'observation du commerce, de l'industrie et des services de la CCIP 2010.

Paris souffre néanmoins de certaines faiblesses

Une série d'échecs symboliques en matière artistique et sportive ont terni la réputation de Paris

L'échec en 2005, pour la troisième fois en vingt ans (pour les Jeux de 1992 et ceux de 2008 remportés par une victoire écrasante par Pékin) de la candidature de Paris pour l'organisation des Jeux olympiques de l'été 2012 a été durement ressenti par le Comité national olympique et sportif français (CNOSF), la Ville de Paris, la Région Île-de-France, et l'État qui s'étaient regroupés dans le cadre d'un groupement d'intérêt public.

Cette candidature relevait d'un domaine – le sport de haut niveau – qui n'entre pas *a priori* dans le champ de réflexion de la mission, même s'il y a entre la culture et le sport suffisamment de points communs pour justifier que l'on tire des enseignements sur la base des expériences respectives. De plus, cet échec est souvent relevé dans les évaluations critiques de l'attractivité de Paris. Il a été largement médiatisé et le contraste entre la candidature britannique (préparation dès 2000, désignation de Sébastien Coe, ancien athlète et champion olympique comme président du Comité d'organisation, accent mis sur le marketing parfois au détriment des valeurs de l'olympisme et de la solidarité, dialogue permanent avec le monde de l'olympisme et avec les grands réseaux qui composent le CIO, implication au plus haut niveau des autorités politiques) et la candidature française sert une démonstration à charge, préjudiciable à l'image de Paris. Le Grand Paris risque de traîner encore longtemps cette défaite qui est présentée de façon abusive comme l'illustration des insuffisances et des suffisances françaises.

Jean-Claude Killy avait déclaré le 6 juillet 2005, à Singapour, à l'annonce du choix de Londres de préférence à Paris : « Notre image aujourd'hui est celle du rejet. Du refus de l'autre, du nanti qui repousse le pauvre. Nous avons une image d'égoïstes depuis le non à la Constitution européenne »³². Ces propos – excessifs parce que tenus sous le coup de l'émotion – sonnent comme une alarme à l'approche de 2012 qui devrait voir l'attention mondiale tournée vers Londres. Cette dernière a bien l'intention de se servir des Jeux olympiques pour développer une vigoureuse initiative culturelle. Un festival « Londres 2012 » s'y tiendra du 21 juin au 9 septembre et constituera le point d'orgue des « olympiades culturelles » organisées à côté des J. O. À cette occasion, la Tate Modern ouvrira deux nouvelles salles très vastes – dont ce musée d'art contemporain avait bien besoin – que viendra compléter ultérieurement une tour de onze étages accolée à l'édifice d'origine.

32. « Paris s'inquiète des raisons de son échec », RFI, 8 juillet 2005.

D'autres signaux viennent en plus faire de cette défaite de Paris l'illustration d'une perte de crédibilité internationale, comme l'ont montré la victoire de Valence face à Marseille, candidate à l'organisation de la Coupe de l'America de 2007 ou plus récemment l'échec d'Annecy face à la ville sud coréenne de Pyeongchang pour les Jeux d'hiver qui se dérouleront en 2018.

Il nous semble intéressant – à la lumière de ces expériences certes douloureuses – de mettre mieux en évidence l'atout culturel de notre pays dans les futurs dossiers de candidature, le sport et la culture devant aller de concert. Un groupe mixte culture-sports devrait associer les personnalités, les administrations compétentes et les élus concernés, avant d'engager une candidature à un événement sportif. Cette suggestion a retenu l'attention de Chantal Jouanno, ministre de la Jeunesse et des Sports. La dimension culturelle doit en effet, être davantage exploitée dans le cadre des stratégies de candidatures françaises à l'organisation de grands événements sportifs mondiaux notamment, et on ne peut que recommander que Paris en fasse un meilleur usage dans ses futurs dossiers de présentation.

À l'occasion de la candidature d'Annecy en 2018, le Comité de candidature avait d'ailleurs réservé une place non négligeable aux événements culturels dans le corps même de son dossier : une « Olympiade culturelle » devait se dérouler autour de trois axes et l'intervention de nombreux artistes était prévue sur les deux sites réservés. Cette initiative semble aller dans le bon sens.

Par ailleurs, d'autres échecs symboliques en matière artistique cette fois, entretiennent aussi l'idée que Paris est en perte de vitesse.

Le plus marquant est le départ de François Pinault qui abandonne en 2005 son projet de fondation d'art contemporain sur l'île Seguin pour l'installer à Venise. La couverture médiatique de l'événement a été mondiale et a durablement atteint la réputation de Paris d'autant plus que l'île Seguin commence seulement à s'en remettre grâce à l'ambition du Maire de Boulogne-Billancourt, Pierre Christophe Baguet qui a permis de faire sortir l'île de l'impasse.

Dans le passé, d'autres grandes collections d'art privées (Helmut Newton, Barbier Muller, Dubuffet, Thyssen-Bornemisza) ont aussi choisi d'autres implantations que Paris, alors même que les villes de province ont au contraire su démontrer leur capacité à attirer de grands ensembles artistiques exceptionnels : celui de la collectionneuse suisse Maya Hoffman qui souhaite construire à Arles, avec Renzo Piano, un centre consacré à la photographie et à l'art contemporain, celui constitué par le regretté Jean Planque, conseiller d'Ernest Beyeler à Aix-en-Provence, celui d'Yvon Lambert installé en Avignon...

Des critiques persistantes continuent d'alimenter la thèse d'un déclin culturel de Paris

Le Grand Paris est pourtant considéré par une majorité de Franciliens comme un territoire où sont présents de nombreuses cultures (89%), comme un territoire qui bouge (82%), comme une vitrine de la création artistique (79%), comme un musée à ciel ouvert (75%), comme un territoire jeune (73%), qui donne envie d'entreprendre (70%) et qui est accueillant et ouvert (65%). Notons que les CSP + sont systématiquement moins enthousiastes que les CSP- sur ces traits positifs du Grand Paris. Par exemple, seulement 59% des CSP + considèrent le territoire du Grand Paris comme accueillant, alors que c'est le cas de 84% des CSP-. Sondage CSA

À côté de ces échecs, de nombreuses voix s'élèvent qui s'interrogent sur la cote de Paris et remettent en cause la capacité de notre métropole à se réinventer et à se renouveler.

«Quitter Paris... ou pas?» demandent par exemple Ève Roger et Emmanuelle Walter³³. «Paris s'ennuie, la banlieue s'emmerde» ajoute en une le magazine *Megalopolis*, auto proclamé journal du (très) Grand Paris³⁴.

Parfois, ces critiques relèvent simplement du pamphlet comme celui de Corinne Maier, «Tchao la France»³⁵.

Mais ces titres un peu provocateurs sont les indices d'un discours pessimiste sur la place actuelle qu'occupe Paris sur la scène internationale, plusieurs voix remettant en cause la faculté créatrice de notre capitale, sa force de projection et l'actualité du message qu'elle renvoie au monde. Alors que Paris, la Ville Lumière, a éclairé le monde, tout un discours se diffuse aujourd'hui qui tend à considérer que Paris ne repose plus que sur l'image de son passé grandiose, qu'elle est dépassée, hors du coup et à l'écart d'une certaine modernité. Ces impressions négatives, relayées par quelques grandes figures intellectuelles comme Jean Clair³⁶, Olivier Poivre d'Arvor³⁷, Antoine Compagnon³⁸ etc. et par les médias, ont un retentissement important sur la perception de la capitale et contribuent à installer l'idée d'un recul. Elles donnent aussi prise au débat engagé en 2007 par l'américain

33. «Quitter Paris... ou pas?», Roger Eve, Walter Emmanuelle, Parigramme 2011.

34. www.megalopolismag.com.

35. *Tchao la France*, Corinne Maier, Flammarion, 2010.

36. «On enterre joyeusement et sauvagement notre culture», Jean Clair, *Le Figaro*, 19 mars 2011.

37. *Bug made in France ou l'histoire d'une capitulation culturelle*, Olivier Poivre d'Arvor, Gallimard, 2011.

38. «La culture française, cadavre exquis», Donald Morrison, Antoine Compagnon, nonfiction.fr, février 2009.

Donald Morrison qui proclamait en couverture du *Time Magazine* la mort de la culture française³⁹.

Heureusement, soulignons que tout le monde n'est pas gagné par cette morosité ambiante.

Ainsi les réponses des Franciliens interrogés dans notre sondage semblent plutôt optimistes! Ainsi encore, des initiatives apparaissent à rebours de ce pessimisme à l'image de celle d'Aude de Thuin, créatrice du Women's Forum de Deauville qui vient de créer un « forum pour la France »!

Pourtant, le poids des représentations subjectives, l'impact de la perception et du ressenti sont, comme on a pu le voir, des éléments déterminants dans l'évaluation de l'attractivité d'une ville et dans le buzz qu'elle génère au niveau international.

Ainsi, la mission a pris le parti de laisser s'exprimer cette subjectivité et de recenser les principaux reproches qu'elle a entendus au cours des auditions réalisées :

Paris, une « ville musée »

Dans un entretien donné à *L'Express* en mars 2011, Frédéric Mitterrand, ministre de la Culture, rappelait cette évidence : « la France est un musée! »⁴⁰, et soulignait avec humour que la « muséophobie n'est pas incurable »⁴¹.

En effet, être une « ville musée » n'est en soi pas un problème. Au contraire, nos musées sont un atout pour notre rayonnement culturel. Faire de la « ville musée » une critique est d'ailleurs d'autant plus injuste⁴² que nos grands musées, notamment parisiens, ont su remarquablement s'adapter aux défis de la modernité, en dégagant de nouvelles marges de manœuvre financière par des dispositifs de mécénats incitatifs, en professionnalisant leurs actions de marketing ou de communication, en lançant de grandes opérations événementielles ouvertes sur la création contemporaine ou des formes de médiation renouvelées comme La Nuit des Musées. Cette nouvelle génération d'établissements – du Louvre au Musée d'Orsay en passant par le Musée du Quai Branly – qui fait l'admiration du monde, est donc loin du cliché qui voit dans le musée un espace figé, poussiéreux, et chloroformé.

Pourtant l'expression sonne encore bien souvent comme une mise en garde : derrière la « ville musée », c'est en fait la crainte d'une muséification de Paris, à l'instar de Venise ou de Rome qui est soulevée.

Ce danger de la muséification est d'abord étayé par l'embourgeoisement progressif de la capitale et la fuite des classes moyennes vers la

39. « In search of lost time », Donald Morrison, *Time Magazine*, novembre 2007.

40. « Frédéric Mitterrand » : la France est un musée!, C. Barbier, *L'Express*, 3 mars 2011.

41. « Centre Pompidou mobile », *20 minutes*, 8 mai 2011.

42. *Les musées nationaux après une décennie de transformations, 2000-2010*, Cour des comptes, 3 mars 2011.

banlieue, poussées par la flambée des prix du foncier dans le centre. En effet, entre les recensements de 1954 et 1999, le pourcentage d'ouvriers, d'employés et de personnels de service est tombé de 65 à 35% à Paris, tandis que celui des patrons, cadres supérieurs et cadres moyens a grimpé de 35 à 65%⁴³.

Le risque de la muséification vient aussi de l'attention toute particulière que nous portons à notre patrimoine architectural, attention qui peut parfois apparaître comme excessive et de nature à freiner la capacité de notre métropole à innover et à se transformer. La préservation du patrimoine est bien sûr une question primordiale et on ne saurait remettre en question l'extraordinaire politique de préservation et de remise en état dont Paris est l'une des plus belles vitrines. Il faut cependant éviter que cette politique ne tourne au fétichisme, en renvoyant de Paris une image trop nostalgique, celle d'une ville tournée sur son passé. Paris a bien sûr connu de grandes périodes d'audace architecturale – les grands projets mitterrandiens en sont notamment un témoignage – mais les conservatismes ont toujours inhibé le développement de ces projets nouveaux. Que l'on évoque aujourd'hui le projet de réaffectation de l'Hôtel de la Marine, la construction de la Fondation Louis Vuitton au Jardin d'Acclimatation, la densification de l'île Seguin, le déménagement de Roland Garros ou encore la construction de tours dans Paris, on voit que ces attitudes de repli ont toujours la dent dure et freinent encore avec plus ou moins de légitimité la métamorphose de notre capitale.

La force de ces conservatismes se révèle également dans la multiplication systématique des recours déposés par des riverains, à titre individuel ou regroupés en association, contre les actes d'urbanisme (PLU, permis de construire). Parfois pour des motifs de procédure secondaires et accessoires, des opérations d'aménagement d'intérêt général sont freinées : les recours dirigés contre les actes correspondants sont jugés par le juge administratif dans un délai pouvant atteindre 3 ans. À ces recours de première instance s'ajoutent des délais parfois équivalents en appel et en cassation. Cela peut au total prolonger la procédure de 10 ans et décourager les investisseurs publics et privés. [Peut-être faudrait-il envisager pour des opérations d'intérêt général, dans le domaine culturel ou éducatif, d'obliger le juge administratif à statuer sur le fond dans un délai raccourci de six mois à chaque niveau d'instance. De même, faudrait-il relever les amendes de fol-appel pour dissuader ces recours.](#)

Le comité de pilotage initié par Benoist Apparu, Secrétaire d'État chargé du Logement, pour la mise en œuvre d'un «urbanisme de projet» énonce déjà en ce sens 72 mesures destinées à alléger les règles en modifiant les dispositions du Code de l'Urbanisme et en les assouplissant pour libérer la densité sans abandonner la qualité⁴⁴.

On voit combien il y a de chemin à parcourir quand on sait que ces propositions soulèvent déjà des oppositions des défenseurs de l'environnement, du patrimoine et des bâtiments de France...

43. Résultat du recensement de la population, Insee, 1999.

44. *Pour un urbanisme de projet*, Benoist Apparu, MEEDDM juin 2010.

Paris, une ville qui dort

Corollaire de son embourgeoisement, Paris n'est plus perçue comme un centre de la vie nocturne ni comme une ville festive. Les chiffres montrent en effet qu'elle dispose de beaucoup moins de bars et de discothèques que ses concurrentes, notamment Londres, New York et Berlin. Lorsque l'on passe au Grand Paris, et que l'on regarde la situation de la première couronne, ce déficit s'aggrave avec seulement 40 établissements qui bénéficient d'une autorisation d'ouverture de nuit, soit un lieu pour 110 000 habitants⁴⁵ !

À l'inverse, des villes comme Berlin, Barcelone, Amsterdam, New York et Londres ont compris le potentiel que représente une vie nocturne animée, tant sur le plan économique que sur le plan de l'image de marque, notamment auprès des jeunes. La qualité de la vie nocturne est en effet un levier majeur pour le développement d'un tourisme urbain de courte durée (city breaks) qui tend à beaucoup se développer aujourd'hui.

C'est aussi un élément important pour soutenir la fréquentation des lieux culturels dont beaucoup (théâtres, cinémas par exemple) fonctionnent en soirée.

À Paris, une pétition intitulée « Quand la nuit meurt en silence »⁴⁶ a donc été lancée en 2009 à la suite de la fermeture provisoire de 119 établissements pour tapage nocturne avec musique amplifiée et atteinte à la tranquillité publique. Ce plaidoyer pour la vie nocturne parisienne a recueilli près de 16 000 signatures et a permis de donner l'alerte, en remettant la question de la nuit au cœur du débat public. Malgré cela, des efforts de revitalisation de la nuit doivent encore être entrepris pour redonner à Paris le sens de la fête qui a fait sa réputation dans les Années Folles.

Plusieurs travaux, dont le rapport sur la Compétitivité Nocturne de Paris de juin 2009⁴⁷, ont étudié dans le détail la question de la compétitivité nocturne de Paris et présenté des préconisations pour son amélioration. [La mission se montre très favorable à la mise en œuvre de ces mesures, notamment en ce qui concerne l'amélioration des transports en commun la nuit et l'extension des horaires d'ouverture des commerces, restaurants, services etc.](#)

[Le passage au Grand Paris permet en outre d'identifier des lieux vacants comme la friche située Quai de l'Aisne à Pantin, qui pourraient accueillir de nouveaux espaces dédiés à la fête ou aux musiques amplifiées, sur le modèle du fameux club techno de Berghain de Berlin installé dans le quartier alternatif de Friedrichshain, tout proche de l'Ostbahnhof dans une gigantesque centrale électrique inutilisée datant des années 1950 du temps de la « République démocratique allemande » RDA.](#)

45. Audition d'Eric Labbé, février 2011.

46. www.quandlanuitmeurtensilence.com

47. *La compétitivité nocturne de la ville de Paris*, Rapport commandé par la Mairie de Paris et la Chambre syndicale des cabarets artistiques et des discothèques, École de guerre économique, juin 2009.

En particulier, une ouverture prolongée des établissements culturels parisiens dont le fonctionnement est traditionnellement diurne pourrait être généralisée. Il faut féliciter les initiatives déjà remarquables en la matière, qu'elles soient permanentes comme au Palais de Tokyo (ouvert de 12h à minuit) ou temporaires et événementielles : ouverture du Centre Pompidou qui a permis de présenter en continu, le temps d'un week-end, le travail de Christian Marclay « the Clock » (Lion d'Or à la dernière Biennale de Venise), nocturnes organisées au Musée d'Orsay pour l'exposition Monet, etc.

Quant à l'ouverture dominicale des commerces et des services, elle est encadrée par la notion de « zones touristiques », au nombre de sept à Paris : l'avenue des Champs-Élysées (8^e arrondissement), Louvre Rivoli (2^e), le Boulevard Saint-Germain (6^e), la Butte Montmartre (18^e), l'île de la Cité et la rue d'Arcole (4^e), la Place des Vosges et la rue des Francs Bourgeois (4^e), et le Viaduc des Arts (12^e). [Cette liste devrait pouvoir être étendue à de nouvelles zones touristiques comme les Grands Magasins du boulevard Haussmann ou le quartier de la Défense.](#)

Paris, une ville intolérante et fermée

Cette critique, qui est fréquemment revenue au cours des entretiens effectués par la mission, intervient à un double niveau :

- Au niveau externe d'abord, Paris a longtemps été le symbole de la ville de la tolérance ouverte à tous ceux dans le monde qui étaient confrontés à l'injustice. Cette image reste encore très forte dans les esprits, en dépit des à-coups qui peuvent résulter de la nécessaire régulation des flux migratoires et qui, notamment par l'exploitation médiatique internationale qui en est faite, peut se retourner contre nous. Dans le cadre de nos rencontres, beaucoup ont ainsi souligné que Paris n'apparaît plus comme une ville accueillante, ouverte et hospitalière aux yeux du monde. Au moment où ses principales rivales, New York, Londres ou Berlin misent sur leur caractère cosmopolite et exploitent leur image de « ville monde », Paris renverrait au contraire l'image d'un enfermement sur elle-même, insuffisamment ouverte à la diversité culturelle et aux cultures étrangères alors même que Paris compte 16% d'étrangers.

Cela expliquerait en partie la baisse du pouvoir d'attraction de Paris, notamment auprès des talents et de la communauté artistique qui trouvent à Berlin ou Londres un climat de liberté plus favorable à leur travail de création. [Dans ce cadre, nous suggérons que soit engagée une réforme du dispositif de la carte « compétences et talents » pour améliorer les conditions d'octroi de visas aux créateurs, ainsi que le Maire de Londres l'a fait.](#)

Un long article paru dans le journal allemand *Tageszeitung* intitulé « Pariser Künstler träumen in Berlin » (les artistes parisiens rêvent de Berlin) et consacré aux nombreux artistes français vivant à Berlin, l'affirme, en soulignant que ces artistes recherchent dans la ville « un brin de vie Bohème et de la liberté, qui leur manque à la maison »⁴⁸.

48. « Pariser Künstler träumen in Berlin », *Tageszeitung*, 5 janvier 2010.

• Au niveau interne, il est souvent reproché à Paris un certain complexe de supériorité, de «parisianisme», sans doute hérité historiquement de la centralisation du pouvoir dans la capitale. Le discours de Jean-François Gravier sur «Paris et le désert français»⁴⁹, pourtant publié en 1947 a la vie longue et la périphérie souffre encore d'un profond déficit d'image.

Toutes ces appellations – banlieue, quartiers, cités – sont en effet connotées négativement. **Un effort de valorisation et de construction d'une image positive de la périphérie doit être impérativement poursuivi en s'appuyant sur le travail et les efforts déjà menés par les municipalités et les acteurs associatifs en ce sens**, dont les résultats sont, il est vrai, souvent occultés par des explosions de violence dans les quartiers les plus sensibles ou par le souvenir des émeutes de 2005. Nous reviendrons plus en détail sur ce point et sur la nécessité pour le Grand Paris de s'appuyer sur l'émergence d'un sentiment d'appartenance métropolitaine.

Être une ville accueillante doit enfin nous conduire à un comportement tolérant et ouvert. On ne saurait pourtant verser dans un optimisme trop naïf et mettre de côté la question de la sécurité publique. La sécurité est un impératif fondamental pour qu'une ville soit attractive. Elle est une condition nécessaire pour le développement d'une vie culturelle animée, particulièrement en soirée et la nuit. À l'inverse, la délinquance, les incivilités, les risques d'agression peuvent contrarier les efforts pour rendre une métropole plus séduisante et plus attractive et peuvent dissuader certaines pratiques culturelles, notamment dans les quartiers les plus difficiles. Un juste équilibre doit donc être trouvé entre hospitalité, tolérance et sécurité. À ce titre, le travail de la Préfecture de Police qui a désormais la responsabilité de la sécurité publique à Paris et dans les trois départements de la première couronne va certainement dans le bon sens, d'une prise en compte de cette question délicate à l'échelle métropolitaine.

Une capitale bureaucratique et formaliste

Ce point sera rapidement évoqué tant cette critique pourrait être développée et illustrée à l'infini! S'il est vrai que la lourdeur des réglementations publiques notamment en matière d'ouverture au public et de sécurité, la multiplicité des structures administratives, étatiques et territoriales, les contraintes afférentes aux réglementations fiscales et sociales, peuvent paraître excessives et dissuasives, il faut aussi rappeler que des efforts sont régulièrement entrepris pour y remédier. Mais il est clair que plusieurs métropoles culturelles mondiales ont fait de l'assouplissement de la réglementation publique un axe pertinent car peu coûteux pour dynamiser leur ville. Un tel exercice devrait être entrepris, à l'occasion du Grand Paris, notamment au profit de l'activité culturelle.

49. *Paris et le désert français*, Jean-François Gravier, Flammarion, 1947.

Des menaces de plus en plus pressantes pèsent sur l'avenir du Grand Paris culturel

La concurrence culturelle entre les villes s'intensifie

L'ambition du Grand Paris d'être l'une des métropoles culturelles les plus attractives sur le plan national, européen et mondial doit s'analyser, on l'a dit, dans le contexte de concurrence impulsé par la mondialisation.

Longtemps, Paris a semblé à l'abri de toutes les menaces : la richesse de son patrimoine, de son histoire, la diversité de son territoire et la beauté de ses paysages, tant d'autres atouts rappelés plus haut peuvent donner l'impression que Paris – par sa dimension culturelle d'exception – dispose d'un avantage concurrentiel décisif et peu susceptible d'être entamé.

Pourtant cet avantage culturel est aujourd'hui mis à l'épreuve. En effet, la plupart des grandes métropoles se sont engagées dans de véritables stratégies de développement culturel et ont utilisé la culture au service de leur image et de leur rayonnement international.

Chaque année, une ville se distingue sur la scène internationale, grâce au retentissement d'un événement culturel ou à l'inauguration d'un nouvel équipement prestigieux, bouleversant la géographie culturelle héritée du XX^e siècle et imposant une rotation rapide des villes qui font la mode.

Pour décrypter cette nouvelle cartographie culturelle, qui change vite selon les modes, la mission a sollicité la contribution de plusieurs postes diplomatiques à l'étranger. Elle a aussi commandé à l'expert international Charles Landry, auteur de *The Creative City* et *The Art of City Making*, une étude sur le positionnement spécifique du Grand Paris que nous reproduisons en annexe. Toutes ces analyses nous ont permis d'appréhender plusieurs tendances :

Les grandes rivales historiques de Paris restent New York et Londres mais Berlin s'impose petit à petit dans ce peloton de tête

Depuis la Seconde Guerre mondiale, le privilège de l'attractivité culturelle était réparti entre trois capitales : New York, Londres et Paris. La réunification allemande a fait émerger Berlin dans le carré de tête. Cette capitale retrouvant le prestige et l'influence qui avaient été les siens avant sa division territoriale et politique. Nous consacrons donc à ces trois villes une analyse plus détaillée ci-après.

Ces quatre pôles urbains restent aujourd'hui particulièrement attractifs même si New York a connu un passage à vide consécutif au double choc du 11 septembre puis à la crise de 2008.

New York reste New York. Son énergie reste entière même s'il n'y a plus de novations majeures à constater qui viendraient bouleverser à son profit la hiérarchie des métropoles culturelles mondiales. Bien au contraire, si l'on en juge par le seul projet mis en évidence, à chaque fois que l'on cherche à dresser un état des lieux de la vie culturelle de New York : la mise en place de la High Line est systématiquement citée comme l'illustration du nouveau New York, alors que ce concept a déjà été développé en Europe depuis des décennies. Il faudra sans doute attendre 2015 pour voir apparaître un nouveau bâtiment culturel, celui de l'annexe de Whitney, confié à Renzo Piano.

En revanche, aussi bien Londres que Berlin témoignent d'une énergie, d'un volontarisme, d'une capacité d'innover, d'une efficacité à toute épreuve qui doivent être suivis avec attention par les responsables culturels du Grand Paris. La perception d'ensemble est que ces villes jouent la carte du cosmopolitisme pour la première, et de la ville artistique et bohème pour la seconde, là où Paris se contente de faire rêver les touristes et regarde vers son passé.

Il faut toutefois nuancer la réalité de ce propos : si Berlin a su engager et mettre en œuvre une stratégie de développement culturel spectaculaire, cette stratégie est largement fondée sur l'accessibilité du foncier qui devrait s'éroder à terme et commence à souffrir d'un mouvement de gentrification pesant sur les prix. Quant à Londres, le talon d'Achille de son modèle se trouve dans son économie, puisque l'essentiel de sa politique culturelle repose sur les financements privés qui souffrent de la situation de crise dans laquelle est plongé le Royaume-Uni. Que dire aussi des récentes émeutes de la banlieue londonienne qui, à l'aube des Jeux Olympiques, ont altéré une image d'ouverture au monde que la ville avait patiemment construite.

S'agissant de l'Europe, plusieurs villes se mobilisent aussi pour prendre une part croissante du marché de l'attractivité culturelle

Amsterdam, Barcelone, Rome, Venise, Dublin, Bruxelles, auxquelles il faut ajouter Bâle, Oslo, Stockholm, Copenhague, Budapest et Ljubljana, cherchent à prendre des positions distinctives sur la base d'avantages spécifiques. Ainsi Amsterdam cultive le libéralisme avec ses coffee shops et son quartier rouge, Dublin la joie de vivre dans ses pubs, Barcelone la fête, etc. Ces clichés sont souvent réducteurs car ces villes ont des titres nombreux à faire valoir, par leurs musées, leurs collections, leurs équipements. Mais ces représentations simplificatrices, parfois réduites à des slogans, comptent autant que les politiques sérieuses menées à moyen et long terme. Elles sont d'ailleurs relayées par la presse généraliste, les revues spécialisées, les agences de voyages et amplifiées au travers du cinéma, de la littérature, de la musique, de la photographie.

Ces capitales exploitent toutes les possibilités pour se faire leur place dans le marché de l'attractivité culturelle. Elles postulent à des programmes prestigieux comme celui des capitales européennes de la culture et leurs candidatures exacerbent les rivalités. Elles tirent profit des instances

de partage des bonnes pratiques culturelles comme celles offertes par l'Europe. Ainsi, dans la foulée de la Déclaration d'Avignon signée en 2010, une association «les Rencontres» regroupe 300 collectivités d'une trentaine de pays et favorise la mutualisation des compétences, des expertises, des pratiques. Notons au passage que «les Rencontres» ont leur siège à Paris.

Ces villes misent enfin sur les nouvelles tendances des pratiques touristiques qui voient se développer les courts séjours (entre 2 ou 3 jours), favorisés par les transports low-cost. Elles compensent la faiblesse relative de leurs institutions patrimoniales par de prestigieux et dynamiques événements, concerts...

Les pays émergents affirment également leur ambition culturelle

Enfin, l'émergence de nouveaux pays, puissants et dynamiques, portés par la mondialisation ne pouvait rester sans effet sur la cartographie culturelle. Leur dynamisme économique, leur démographie, leurs universités et laboratoires de recherche, leurs aspirations à des modes de consommation plus culturelle, leur influence dans la géopolitique mondiale, leur capacité à apprendre, à exploiter les bonnes pratiques, tout converge vers l'apparition d'un nouvel univers culturel marqué par la polycentralité.

Dans ce cadre, un nombre croissant de villes et de gouvernements locaux du monde entier adhèrent à l'Agenda 21 de la culture, premier document à vocation mondiale qui prend le pari d'établir les bases d'un engagement des villes et des gouvernements locaux en faveur du développement culturel. L'Agenda 21 de la culture a été approuvé par des villes et des gouvernements locaux du monde entier qui s'engagent dans les domaines des droits de l'homme, de la diversité culturelle, du développement durable, de la démocratie participative et de la création de conditions propices à la paix. Notons au passage qu'une dizaine de collectivités locales du Grand Paris y ont d'ailleurs adhéré : Bobigny (93); Colombes (92); Créteil (94); Évry (91); Nanterre (92); Plaine Commune (93); Rambouillet (78); Saint-Denis (93); le Conseil général de Seine-Saint-Denis (93).

De nombreuses villes se positionnent en conséquence sur la scène culturelle internationale : Istanbul, Bombay, Abou Dhabi, le Qatar, Shanghai, Hong Kong, Singapour, Melbourne, Sydney, Los Angeles, Miami prennent des positions de leadership régional qui se consolident.

Il n'y a pas lieu de dresser, dans le cadre de ce rapport, un état des lieux détaillé et systématique de ces mouvements en profondeur, dont il ressort une palette très diversifiée. On peut cependant citer deux exemples.

Ainsi Shanghai, 22 millions d'habitants «déesse à vingt têtes et cent quarante bras, les yeux avides et les doigts palpant les dollars», selon Albert Londres en 1932⁵⁰, exploite cette trouble identité : un mélange de temple du capitalisme, de creuset révolutionnaire et d'exotisme branché et

50. *La guerre à Shanghai*, Albert Londres, Arléa poche, 1932.

moderne. Organisatrice de l'exposition universelle de 2010, elle a su attirer 73 millions de visiteurs, dont beaucoup de Français, fascinés par cette ancienne et lointaine concession, arrachée à la Chine par les traités inégaux de 1870.

À l'autre extrême, Abou Dhabi dont l'Émirat s'est résolument engagé dans une politique – d'ailleurs appuyée par de grandes institutions culturelles parisiennes – vise à devenir un pôle culturel de référence pour toute la région du Moyen-Orient. Cette ambition passe par la création *ex nihilo* d'institutions et d'événements de classe mondiale : quatre musées de grand prestige (Louvre Abou Dhabi, Guggenheim Abou Dhabi, musée national Zayed avec le concours du British Museum, musée maritime) et une salle de spectacles, le tout dans un geste architectural majeur associant Jean Nouvel, Norman Foster, Tadao Ando et Zaha Hadid. S'y ajoutent des festivals de musique classique (Abu Dhabi Classic), de cinéma (Abu Dhabi International Film Festival), une foire d'art contemporain (Abu Dhabi Art) et un salon du livre en partenariat avec la Foire du livre de Francfort.

Ces villes ne sont pas encore en mesure de concurrencer Paris, mais elles grignotent lentement mais sûrement des parts de l'attractivité culturelle et donc des flux touristiques. Il y a donc une menace de ce côté-là et, même si elle reste encore potentielle et lointaine pour le moment, il est de la responsabilité du Grand Paris Culturel de l'anticiper.

Zoom sur

Berlin, New York, Londres

1. Les artistes parisiens rêvent de Berlin...
2. New York! New York?
3. Visitez Londres, voyez le monde...

—

—

« Les artistes parisiens rêvent de Berlin »

Tout au long des entretiens menés dans le cadre de cette mission, Berlin a été présentée comme la métropole montante, beaucoup plus que Londres, et partant comme la principale concurrente du Grand Paris. Rappelons que Berlin est classée « ville convaincue » par Ineum Consulting, dans l'étude menée par le cabinet de conseil pour le Forum d'Avignon.

Berlin a été capitale européenne de la culture. Son patrimoine culturel est largement inscrit au patrimoine de l'Unesco. En 2007, Berlin a consacré 547 M€ aux dépenses culturelles. La ville a donc privilégié la culture comme levier de son développement et elle l'a explicitement décidé et proclamé. Le slogan « Berlin ist Arm aber sexy – Berlin est pauvre mais sexy » de Klaus Wowereit, maire de Berlin a contribué avec la campagne Be Berlin, lancée en 2008, à attirer l'attention sur la ville.

Plusieurs facteurs objectifs ont favorisé le décollage de Berlin depuis la réunification de la capitale. La ville dispose de terrains et d'infrastructures industrielles importantes, héritées de son statut d'ancienne capitale industrielle. Il en est de même pour son parc immobilier abondant mais dont la rénovation est lente. Cette offre très dense coïncide avec une densité de population peu élevée (3 856 habitants au Km²) soit six fois moins qu'à Paris.

À ces conditions exceptionnelles (espaces disponibles et adaptés, coût de la vie moins élevé que dans d'autres capitales, loyers très modérés) s'ajoutent l'espace de liberté intellectuelle et créatrice que les artistes s'installant à Berlin ont le sentiment de trouver. Cette concentration permet le développement d'une offre artistique abondante et extrêmement diversifiée. Initié dans un premier temps par les artistes, suivis par les galeristes et les collectionneurs, le mouvement de concentration de la scène artistique allemande à Berlin s'est amplifié depuis dix ans ce qui fait de cette concentration un phénomène unique dans un pays à forte tradition fédérale.

L'attractivité de Berlin sur les artistes résulte de ces facteurs objectifs. Les immenses espaces laissés en friche fournissent depuis vingt ans des lieux à reconquérir au cœur même de la ville et les artistes les ont investis, trouvant profusion de grands ateliers, de locaux désaffectés, garantissant des conditions de travail uniques dans une grande capitale européenne.

C'est dans ce contexte favorable que s'inscrit l'importante fascination des artistes français pour Berlin, devenue la ville artistique par excellence. On estime à plus de 100 000 les créatifs (artistes, architectes, consultants, etc.) qui y travaillent.

Le projet de « Leistungsschau junger Kunst aus Berlin », prévu en 2011 au Humboldthafen a pour objet de mettre en valeur la scène artistique émergente berlinoise en invitant tous les jeunes artistes vivant à Berlin à envoyer leur portfolio. L'ambition de Klaus Wowereit est de montrer la vivacité de la scène berlinoise et de soutenir la décision de créer une Kunsthalle permanente.

Un aperçu de cette vitalité nouvelle a été présenté en mars 2011 à la Gaîté Lyrique avec l'exposition «Berlin next». Cette effervescence artistique dans le domaine des arts plastiques a été appréciée à sa juste valeur dans le cadre des échanges entre des galeries parisiennes et des galeries berlinoises. Les galeries parisiennes – parmi les plus dynamiques – présentent de nombreuses expositions, coordonnées par l'Institut Français à Berlin, et soutenues par l'ADIAF, regroupement de collectionneurs privés d'art contemporain. En contrepartie, de grandes galeries allemandes investissent des lieux parisiens. L'esprit de ce programme d'échanges, initié par l'ancien ambassadeur de France à Berlin, Bernard de Montferrand, substitue une logique de réseaux à un esprit de concurrence.

Confronté à cette situation séduisante, Paris peut paraître dépassée, décalée, en retard d'une guerre. La bataille de l'image, de la perception semble perdue définitivement. Grâce à de telles initiatives, Berlin est devenue le phare de l'underground international. On parle désormais de «la scène berlinoise», synonyme d'activités éphémères, inventives, décalées mais aussi de mixité, de solidarité, de partage entre esprits libres, alternatifs au carrefour des avant-gardes artistiques et des contre-cultures (post – punk, techno, cinéma expérimental, culture numérique, clubbing).

Il faut toutefois pousser l'analyse un peu plus loin et tenir compte de certains facteurs qui peuvent contribuer à changer la perception globale que l'on vient de décrire.

- Le premier élément à prendre en considération concerne la rente foncière et immobilière sur laquelle Berlin a fondé une partie de sa stratégie de reconstruction culturelle. L'abondance de l'offre confrontée à l'étroitesse de la demande a fait plonger le coût de l'immobilier et partout sont apparus des ateliers et des logements qui étaient nécessaires aux artistes. Les immeubles d'habitation se vendent à 1 300 € le m² en moyenne, et à 1 800 € le m² dans les beaux quartiers comme Charlottenburg, Wilmersdorf, Mitte, mais les loyers sont en moyenne trois fois moins élevés qu'à Paris et en première couronne.

Une telle différence ne pouvait rester longtemps sans conséquence : Berlin devient une ville où il faut investir et les investisseurs étrangers – notamment de très nombreux Français – sont à l'origine d'une rapide érosion de cette rente foncière et immobilière. De nombreux projets émergent, spéculatifs à visées commerciales, qui viennent directement menacer les quartiers les plus emblématiques du multiculturalisme berlinois : la gentrification est à l'œuvre. La vie de bohème notamment nocturne commence à souffrir des plaintes pour tapage nocturne, d'une insécurité croissante et le coût de la vie remonte insensiblement... Cet aspect de la politique culturelle berlinoise, encensé de l'étranger, est donc fragilisé dans ses fondements.

- Le second élément concerne la politique développée en faveur de la création contemporaine et des artistes. L'histoire de la construction et de l'attractivité de Berlin, trouve son origine dans le programme d'artistes en résidence, fondé en 1936 avec l'ambition de faire venir à Berlin ouest des artistes internationaux. Les résultats furent à la hauteur des espérances.

La politique dirigée vers les artistes n'est donc pas nouvelle ; elle s'inscrit dans un effort de longue haleine et c'est cette continuité qui garantit la vitalité de la scène artistique d'aujourd'hui. Mais en même temps les artistes rencontrent souvent de sérieux problèmes financiers. L'absence de marché, de financements hors des circuits conventionnés, font que nombre d'entre eux vivent en dessous du seuil de pauvreté. Seul, 50% des crédits culturels de la ville servent à financer des projets artistiques indépendants. Le montant des aides aux projets d'arts plastiques reste bien inférieur à celui octroyé aux théâtres publics.

Par ailleurs, la cohabitation harmonieuse entre les artistes et la municipalité de Berlin rencontre des difficultés, notamment avec les alternatifs. La toute récente exposition «Based in Berlin» organisée par 5 commissaires choisis par la Mairie présente les travaux de 80 artistes de 26 nationalités différentes. Parmi eux, nombreux sont ceux qui critiquent le projet du Maire de créer un centre d'art contemporain permanent alors que la ville chasse les artistes de leurs squats et déplace le prestigieux forum de la photographie C/O Berlin dont les locaux – un ancien tri postal – seront transformés en centre commercial.

- Le troisième élément à garder présent à l'esprit est que la vie culturelle allemande n'est pas située qu'à Berlin. C'est même tout le contraire : les grandes villes de l'ouest de l'Allemagne rassemblent de nombreuses institutions d'envergure internationale dans le domaine des musées notamment. Et la vitalité économique de ces villes les autorise à conforter cette vocation artistique et culturelle. Cologne, Düsseldorf, Hambourg, Stuttgart, Munich, Leipzig pèsent donc d'un grand poids.

- Essen développe avec 53 autres villes de la Ruhr un projet de développement culturel et universitaire très ambitieux : «le changement grâce à la culture – la culture grâce au changement!» Ce projet donne le tournis : 1 000 monuments industriels, 200 musées, 100 centres culturels, 120 théâtres, 100 salles de concert, 250 festivals et fêtes, des centaines d'attractions, manifestations, 5 universités et de nombreux instituts de recherche remettent la Ruhr au premier plan de l'attractivité culturelle allemande.

- Et que dire d'Hambourg et de son Hafencity, l'un des plus grands chantiers d'Europe – 155 hectares, au bord de l'eau, principalement tourné vers la réhabilitation des anciens hangars ou entrepôts, avec au cœur du dispositif, la Philharmonie de l'Elbe dont la réalisation a été confiée aux deux architectes suisses Herzog et de Meuron.

Il ne faut pourtant minimiser les succès rencontrés : en 2010, Berlin a accueilli dix millions de touristes et la croissance annuelle y a été trois fois supérieure à celle du pays.

«New York! New York?»

New York n'est pas une ville : c'est LA ville par excellence, conformément du moins à la mythologie urbaine du vingtième siècle. Les enjeux de son positionnement culturel actuel sont précisément de faire coïncider cet acquis – l'image toujours vibrante de la métropole debout, immédiatement identifiable par la beauté de sa configuration urbaine, symbole d'une modernité esthétique devenue pour ainsi dire classique – avec les critères contemporains d'une métropole inventive, fidèle à l'exigence américaine du renouvellement perpétuel. Pour user d'un raccourci commode, on pourrait dire que New York demeure New York en mariant sa «verticalité» patrimoniale à l'«horizontalité» quasi rhizomique de nouvelles circulations culturelles, qui ouvrent les espaces traditionnels de Manhattan (avec, en particulier, son extraordinaire concentration de musées : Guggenheim, Metropolitan, MoMA, Whitney, Frick Collection, etc.) vers de nouvelles frontières de création, en direction de Brooklyn (Brooklyn Academy of Music, Invisible Dog...) ou Queens (PS 1, Museum of Moving Image...), par exemple, en passant par les zones en pleine mutation du Lower East Side, devenu un quartier particulièrement dynamique, où s'ouvrent presque chaque semaine bars et galeries d'art.

Le symbole de ce mouvement perpétué pourrait être trouvé dans la récente et spectaculaire réhabilitation de la «highline», ligne ferroviaire au sud-ouest de Manhattan, transformée en promenade «verte» en surplomb de l'Hudson River, entre les quartiers reconfigurés (socialement, architecturalement, et donc culturellement) du Meatpacking District et de Chelsea, où sont présentes les plus importantes galeries d'art. Une traversée «downton», d'Est en Ouest, par exemple de l'hôtel Standard (des architectes et designers Todd Schliemann & Shawn Hausman) au Cooper Square Hotel (réalisation récente de Carlos Zapata) suffit à confirmer l'impression générale qu'éprouve toute personne s'installant à New York : la ville n'est nullement figée dans son identité patrimoniale, même si celle-ci s'impose avec évidence. Elle demeure au contraire fidèle à sa nature originelle de laboratoire urbain, où l'innovation peut tenir lieu de devise : qu'on songe par exemple à l'appellation même du magnifique «New Museum of contemporary art», édifié sur l'artère mythique du «Bowery» par les architectes japonais Kazuyo Sejima et Ryue Nishizawa (Prix Pritzker 2010).

Cette physionomie de la ville en mutation constante, où le moderne archaïsant et l'extrême contemporain cohabitent sans s'annuler, n'a pas empêché son centre géographique, le cœur de Manhattan, de connaître un certain «embourgeoisement», si ce terme peut avoir un sens dans l'une des métropoles du monde où continuent de se concentrer les fortunes les plus importantes. Des institutions comme le Lincoln Center (où sont groupés, à l'ouest de Central Park, le Metropolitan opéra, La Julliard School of music, les cinémas et salles de concert...) sont des pôles toujours actifs et attractifs, mais le public jeune, moins argenté, incapable de se loger dans des quartiers aux loyers exorbitants, se retrouve plus facilement à Brooklyn, en dépit d'une inexorable «gentrification». Brooklyn (et ses quartiers de Park Slope, Williamsburgh, etc.) : sans doute l'endroit des États-Unis qui connaît la plus forte densité d'écrivains au m², et où répètent les groupes (de rock, en particulier) les plus intéressants.

Il faut en tout cas, pour bien saisir le tissu culturel de la ville, tenir compte d'un fait simple : New York n'a ni l'étendue de Berlin, ni la superficie de Londres, et les communications y sont dans l'ensemble faciles, et plutôt rapides, d'un quartier à l'autre (le métro fonctionne 24 heures sur 24, les taxis sont abondants et les cyclistes – téméraires – de plus en plus nombreux). L'impression de circuler dans un espace culturel commun, en dépit des contrastes parfois saisissants, de Brooklyn à Harlem, demeure ainsi assez forte. Cet espace, enfin, est explicitement perçu par ceux qui y vivent comme un centre : des États-Unis, dont New York apparaît toujours, et pas seulement symboliquement, comme la capitale culturelle ; mais aussi du monde, si l'on en croit la puissance de consécration qu'il y a pour un artiste, aujourd'hui encore, à être présenté, ou simplement présent à New York.

Ces aspects généraux se retrouvent, de diverses façons, selon les secteurs artistiques envisagés.

- Dans le domaine des arts plastiques, par exemple, le contexte de travail à New York pour les artistes est très concurrentiel, mais offre de nombreuses possibilités de présenter les œuvres. Ce contexte favorise les échanges intellectuels fondamentaux pour le développement d'une carrière, et de nombreux créateurs américains venant de différentes régions s'installent à New York en espérant y trouver leur public.

La ville et l'état de New York soutiennent la création à la fois par des aides financières (subventions de la New York Foundation for the Arts) et par des réaménagements dans certains quartiers qui facilitent l'installation des artistes, notamment à Brooklyn où de nombreux espaces en friche ont été ouverts pour les artistes. La ville s'est ainsi largement impliquée ces dernières années dans le réaménagement urbain, en particulier celui des parcs et des rives de Manhattan et Brooklyn. Ces améliorations, en phase avec les nécessités écologiques et environnementales, favorisent l'installation des artistes. Le développement des transports urbains est aussi primordial pour ces transformations, deux lignes sont actuellement en construction, l'une sur le West side de Manhattan, l'autre sur la 2nd Avenue.

La mise en place de la High Line, l'une des innovations les plus populaires, fut en partie soutenue par la ville, mais principalement développée de façon privée et grâce aux actions des habitants du quartier. Autour de cette promenade dessinée par Diller & Scofidio se développe un quartier de la mode, de musées et de galeries d'art. Le célèbre Whitney Museum of American Art ouvrira les portes de son nouveau bâtiment, conçu par Renzo Piano, en 2014/2015 dans ce quartier ouest de la ville de New York.

- Dans le domaine cinématographique, si New York attire les artistes, c'est d'abord parce qu'elle est, avec Los Angeles, LA ville du cinéma en terme de diffusion en salles, mais également en terme de production. Même si l'essentiel des studios de production (de cinéma et de télévision), notamment détenus par les majors, se trouvent à Los Angeles, New York demeure par excellence la ville du cinéma indépendant américain, qui connaît à l'heure actuelle une véritable renaissance de son activité, grâce à des investisseurs téméraires, des crédits d'impôt record, des budgets plus limités, un modèle économique repensé et des distributeurs de nouveau à l'affût. Parmi les éléments qui poussent les producteurs à travailler à New York, figurent

les conditions économiques avantageuses, notamment le plafond instauré en 2010 pour le crédit d'impôt à New York, soit 420 millions de dollars, et le fait que celui-ci a été voté pour 4 ans, soit jusqu'en 2014. D'autre part, il est possible à New York de trouver des fonds (ce qui est essentiel dans un pays où l'équivalent du Centre national de la Cinématographie n'existe pas) auprès de fondations et de banques.

New York est aussi une ville de festivals (comme le festival «New Directors New Films», le New York Film Festival ou encore le festival de Tribeca, emblématique d'un quartier redynamisé), et c'est encore, avec Los Angeles, la ville de la télévision, même si c'est moins en terme de production (essentiellement basée à LA) qu'en terme de diffusion. La plupart des grands groupes télévisuels y ont leur siège, tout comme les quatre networks, ABC, CBS, FOX et NBC, ainsi que de nombreuses chaînes du câble dont MTV ou HBO.

Le «City of New York Mayor's Office of Film Theatre and Broadcasting», sorte de bureau du film de la ville, travaille activement à maintenir et faire croître le degré d'attractivité de NY avec, pour les projets réalisés à NYC, des exemptions de taxes, des aides aux dépenses en marketing («marketing credit»), des offres spéciales dans les hôtels, locations, de voitures, services bancaires et de productions... («Made in New York Discount card»), des aides logistiques aux tournages, une activité de conseil («conciERGE service»), un programme d'incitation financière («made in NY incentive program»). De surcroît chaque année le maire de la ville remet une série de prix dans le cadre des «Made in NY Awards» à des acteurs de l'industrie du cinéma et du divertissement, à des producteurs, à des scénaristes, à des comédiens ou à des œuvres qui ont mis en valeur la ville et l'ont aidée à créer des emplois.

- Dans le domaine du livre, où les évolutions technologiques bouleversent les pratiques de lecture et l'accès au savoir, il faut rappeler d'abord que New York demeure la capitale américaine (voire mondiale) de l'édition : les plus grandes maisons y sont installées et les groupes internationaux y ont tous leur siège, ainsi que la revue considérée comme la référence mondiale en terme de livres et d'idées : The New York Review of Books. New York est bien une ville où on lit : le nombre de lectures, rencontres ou débats publics y est très important, dans les librairies indépendantes qui résistent bien à la crise (par exemple à Brooklyn), mais aussi dans des centres culturels ou des lieux institutionnels, universitaires ou autres (salles et auditoriums du «92Y», Cooper Union, etc.). Il existe, pas seulement à Broadway et dans l'industrie du spectacle, une culture du «show» qui touche aussi la vie des idées.

En matière de politique publique, la New York Public Library, créée en 1895, propose avec son réseau de 90 bibliothèques disséminées dans tous les «districts» de la ville, un programme particulièrement intéressant et innovant de diffusion de la culture : elle met à disposition de vastes collections de recherche universitaire, et offre dorénavant une large gamme de ressources numériques (tout abonné de la bibliothèque peut ainsi accéder depuis internet au catalogue de la librairie et télécharger des livres sur sa tablette numérique, pour une durée de 7 à 21 jours). Forte de ses 3 119 677 membres, la NYPL offre une collection de plus de 52 millions de pièces (livres, cartes, manuscrits, partitions, entres autres) et ses 16 215 eBooks, mais aussi une large gamme de services gratuits visant à favoriser l'alphabétisation, l'apprentissage de l'anglais, ou encore la maîtrise des outils informatiques.

De manière générale, il apparaît avec évidence que New York est une ville de l'offre culturelle, au sens large. La richesse du programme hebdomadaire des manifestations, concerts, lectures ou festivals qui s'y tiennent, la liste presque infinie des restaurants et lieux festifs qui s'y ouvrent ou s'y ferment continûment, le mouvement rapide de la mode qui fait d'un quartier l'endroit où exposer soudain l'artiste en devenir : autant de signes d'une cité définitivement fidèle à son mythe.

« Visitez Londres, voyez le monde »

Londres a été tout au long du XIX^e siècle et du XX^e siècle «l'autre capitale» européenne sinon mondiale. Londres et Paris ont exercé jusqu'à la seconde guerre mondiale, le leadership culturel mais aussi économique, commercial, militaire et stratégique. Elles ont toutes les deux présidé des Empires coloniaux immenses et affronté des conflits d'envergure. Cette rivalité se retrouve aujourd'hui sur le terrain culturel et les deux villes sont en situation de concurrence sur le plan de l'attractivité. Londres, beaucoup plus que Berlin, est la vraie rivale de Paris. D'autant plus que Londres a saisi plus tôt que Paris les enjeux de la compétition culturelle qui allait s'ouvrir.

Dès les années 60, le gouvernement britannique a pris des initiatives pour renforcer les capacités culturelles de Londres. À partir de 1951, le Festival of Britain qui s'est tenu sur les rives de la Tamise avait pour objectif de pacifier la Nation, après les ravages de la seconde guerre mondiale. Le quartier de Southbank center en a été la résultante. Aujourd'hui le pays regorge d'un fort maillage de musées, galeries, festivals ou théâtre. La politique des Arts Council of England (ACE, Agence nationale pour le développement des arts) est d'exiger des résultats probants de qualité de la part des organisations recevant des fonds publics.

Cinq critères servent à guider la politique culturelle britannique : l'excellence, l'accroissement des publics, l'engagement des publics dans les activités artistiques, la diversité en tant que reflet d'une Angleterre contemporaine, et enfin l'innovation.

Pour relancer et renforcer son attractivité, Londres a privilégié plusieurs leviers :

- le renforcement du réseau institutionnel...
- la régénération de quartiers moteurs...
- l'investissement massif dans l'art contemporain...
- le développement de la vie nocturne...

- Le premier levier a consisté à renforcer les grandes institutions culturelles et artistiques situées à Londres. Le réseau des Tate (Britain, Modern, Liverpool et Saint Yves) a joué un rôle déterminant dans le leadership londonien et en particulier la Tate Modern, née de la scission en 2000 avec la Tate Britain qui attire chaque année près de cinq millions de visiteurs. Ce réseau

est très large. La Whiterchapel Gallery a rouvert ses portes en 2008 à la suite d'importants travaux (13 millions de livres), le Royal Festival Hall a été rénové en 2005 pour un budget avoisinant 91 millions de livres. La capitale abrite des lieux d'excellence comme Camden Arts Center, South Londres Gallery, Chisenhale Gallery, Hayword Gallery, Serpentine Gallery. Ce réseau institutionnel est complété par bon nombre d'institutions, entièrement financées par des particuliers comme la Saatchi Gallery, Parasol Unit, La Louise T Blouin Foundation, la Sainsbury Foundation qui devrait bientôt ouvrir dans le quartier de l'est, Raven Row. De même pour le collectionneur David Roberts, qui projette d'avoir sa fondation dans le quartier de Camden.

- Le second levier a consisté – dans le cadre d'une approche très territorialisée du développement culturel – à privilégier le « quartier » qui est une composante très importante de la vie locale de Londres. Cette stratégie a commencé avec le quartier de Southbank Center qui est devenu le site iconique du Londres culturel. Il compte le Royal Festival Hall, le Queen Elizabeth Hall, la Hayword Gallery, le British Film Institute et le National Theatre. Cette concentration d'institutions très conséquentes dans un seul quartier est impressionnante et donne un sentiment de puissance à ceux qui s'y rendent. C'est en 1983, avec la volonté du Greater London Council de lancer un « open foyer programmé » que le Southbank Centre prend tout son essor : des expositions gratuites, des concerts à l'heure du déjeuner, des performances de jazz le soir, des boutiques, des bars préfigurent largement ce qui deviendra le corpus des stratégies culturelles d'aujourd'hui. En 2005, un programme architectural liant les différentes institutions a été lancé par Lord Hallie, Michael Linch et Jude Kelly directrice artistique. Un autre quartier va connaître un essor spectaculaire : celui de Southwark, à la suite de l'ouverture de la Tate Modern et de la construction du Millenium Bridge par Norman Foster.

Aujourd'hui, l'énergie s'est développée autour du quartier de l'East End qui monte en réputation : Shoreditch, autour de Old Street, White Chapel, Brick Lane, Redchurch Street... Tous les ingrédients nécessaires à l'émergence d'un nouveau pôle y sont réunis : des artistes connus (Tracey Emin, Damian Hirst, Gilbert and George...), des galeries réputées (White Cube) ou émergentes, une concentration de créatifs issus de la publicité, de la presse, des start-up et des commerces alentours. D'autres quartiers se réveillent et viennent apporter leurs spécificités à ce mouvement : Londres donne ainsi l'impression d'une ville qui bouge sans cesse, qui se réinvente, qui expérimente...

- Troisième levier, l'investissement massif dans l'art contemporain, discipline artistique qui véhicule à merveille une image de créativité, d'inventivité. Le Royaume-Uni est devenu l'un des pays incontournables sur la scène de l'art contemporain : des musées, des centres d'art, des galeries contribuent à son animation. Parallèlement à cette diversité, Londres a consacré entièrement un musée à son art national : le Tate Britain. Le Turner Prize créé en 1984 décerné en ses murs récompense chaque année un artiste britannique de moins de 50 ans. Le British Art Show existe depuis les années 80 et présente tous les 5 ans un aperçu des développements récents de l'art britannique, qui est présent dans trois à quatre villes du Royaume-Uni et dont les commissaires sont jeunes et prometteurs (Lisa Le Feuvre et Tom Morton en 2010). À l'image de la Biennale du Whitney, la Tate Gallery a créé, depuis 2001, une triennale destinée à promouvoir la jeune création.

Créée en 2001, la Frieze Art Fair s'est positionnée parmi les foires les plus importantes au monde.

Le Royaume-Uni a fait de Londres une vitrine de l'art britannique, certes accueillante à la création internationale, mais sans égale sur le continent européen.

- Enfin, le dernier levier concerne la vie nocturne de Londres. Une véritable économie nocturne s'est développée qui se caractérise par sa grande diversité : musées, théâtres, pubs, clubs, restaurants participent à cette animation. La ville concentre 3 800 pubs et 240 night-club. Cette vie nocturne attire par la grande liberté qu'elle offre aux sortants. Londres est réputée pour son avant-garde (rock, punk...).

Depuis les années 90, la «culture clubbing» a dopé l'activité nocturne : des lieux comme la Fabric ou le Ministry of Sound classés parmi les meilleurs DJ's y contribuent. Cinq cent mille personnes fréquentent les clubs le samedi soir, principalement dans le West End, autour de Soho et Covent Garden ; De nombreuses réformes ont été adoptées pour réguler la vie nocturne et pour la soutenir. Le dernier rapport, «Managing the night economy», de 2005, vise à faire de Londres une «24 hours city».

L'évolution des codes et des pratiques culturelles traditionnelles bouscule Paris

À côté des menaces que les autres villes du monde font peser sur la suprématie culturelle de Paris, des transformations de fond sont aussi à l'œuvre, qui bouleversent nos codes traditionnels et qui constituent le nouvel horizon culturel des villes. Charles Landry met en évidence ces nouveaux paramètres dans son étude et il a paru utile de les rappeler ici. Paradoxalement, Paris qui a souvent été une ville d'avant-garde semble plus lente à prendre la mesure de ces changements et à y répondre. De ce point de vue, le passage au Grand Paris est l'occasion d'apporter de nouvelles réponses à ces évolutions car la jonction qui va progressivement s'effectuer entre Paris et sa banlieue offre l'opportunité d'une actualisation de notre logiciel culturel et d'une mise à jour de nos modalités d'action.

On peut recenser plusieurs évolutions appelant à des réponses novatrices :

- **Le basculement d'une culture parlée et écrite vers une culture visuelle** depuis 50 ans, sous l'influence de la télévision notamment, a mis l'accent sur des formes de communication plus immédiates et spectaculaires dont la portée symbolique est immédiatement perceptible et intelligible. Cela explique pourquoi le paysage culturel des grandes métropoles favorise davantage les arts plastiques, l'architecture, le cinéma et l'événementiel au détriment de modes d'expression culturels plus narratifs et intellectuels comme la littérature, la philosophie ou le spectacle vivant, intellectuel, dans lesquels la France et Paris en particulier ont excellé sur la scène mondiale jusqu'au milieu du XX^e siècle.

Il faut souligner aussi que ce basculement s'accompagne aussi de la réévaluation de la place de la langue française par rapport à la domination

aujourd'hui incontestable de l'anglais qui tire de cet avantage une capacité incomparable à diffuser ses productions culturelles dans le monde.

• **Le développement d'internet** et des réseaux sociaux posent aussi autrement la question de la démocratisation culturelle de l'accessibilité des œuvres, de leur usage et de leur piratage, provoquant les débats que l'on sait sur la gratuité d'accès et la rémunération des ayants droit (auteurs, interprètes et producteurs). Par ailleurs, le web 2.0 et bientôt 3.0 fait coexister une réalité virtuelle, parallèle à la réalité physique qui contribue à démultiplier le nombre de messages et d'informations auxquels sont soumis les individus. Il en résulte que la communication, à grands renforts de formules choc et de slogans percutants est devenue un levier indispensable pour exister dans ce flot d'informations continu et dans un monde où la perception devient plus importante que la réalité, où le message prend le pas sur la substance.

Si Paris a su prendre le tournant des nouvelles technologies, il reste cependant vital de changer de rythme et de faire du Grand Paris un modèle de la ville numérique. Nous approfondirons cet élément plus tard dans le raisonnement.

• **La dimension interculturelle** tient désormais une place prépondérante dans la culture d'aujourd'hui, conséquence de l'ouverture du monde, de la libre circulation des personnes et de l'intensification des échanges, touristiques et migratoires. Les mégapoles étant les principaux foyers de cette diversité culturelle, cela crée pour elles à la fois un besoin et un désir d'interculturalité forts. Cela contrebalance en même temps une certaine uniformisation culturelle du monde résultant de la domination linguistique et culturelle anglo-saxonne, notamment américaine, comme l'analyse Frédéric Martel dans son ouvrage *Mainstream*⁵¹.

• **Une vision plus englobante de la culture** se diffuse enfin. Cette nouvelle façon de concevoir la culture passe d'abord par la fin de l'opposition systématique entre culture de masse et culture élitiste : à côté des activités proprement artistiques comme la musique, la danse, la littérature, les arts plastiques, se sont développées aussi des activités qui relèvent plutôt du divertissement, du domaine socioculturel ou sont plus proches d'une culture du quotidien comme les cafés-théâtres, les librairies, les salles de concert de musiques actuelles, les radios, le cinéma...

L'un des traits originaux du Grand Paris tient historiquement dans la précocité avec laquelle y ont été légitimées des formes d'expression jusque-là tenues à la frange de la « haute » culture : le cinéma, le jazz, le cirque, les arts de la rue, l'art culinaire, les arts du paysage, la bande dessinée ou le jeu vidéo. Aujourd'hui, le panachage des pratiques culturelles individuelles, mis notamment en avant par le sociologue Bernard Lahire tend à rendre obsolète ce type de distinction, au profit d'une vision plus inclusive de la culture⁵².

51. *Mainstream*, Frédéric Martel, Flammarion, 2010.

52. *La Culture des individus. Dissonances culturelles et distinction de soi*, Bernard Lahire, La Découverte, 2004.

Dans cet esprit, un travail de déspecialisation et d'ouverture des lieux culturels a déjà été initié : une nouvelle génération d'établissements et d'acteurs s'orientent en effet vers de nouvelles activités à la frontière de la culture, du social et de l'éducatif, favorisant les pratiques transdisciplinaires et allant au-delà des actions pédagogiques ou de médiation déjà menées avec conviction et énergie par la plupart des établissements.

Ce décloisonnement semble particulièrement important pour les établissements les plus proches de quartiers sensibles. Plusieurs initiatives françaises (Maisons Folies de Lille, Médiathèque de Montreuil) ou étrangères (Casa Encendida de Madrid) pourraient être utilisées comme source d'inspiration pour accentuer ce mouvement à l'échelle du Grand Paris et permettre à la fois la revitalisation d'un réseau d'équipements de proximité (Maison de la jeunesse et de la culture, centres socio-culturels, maisons populaires) aujourd'hui dans une situation précaire mais dont le rôle de cohésion reste fondamental.

La Casa Encendida⁵³ est un centre social et culturel initié par l'Obra Social Caja Madrid, qui soutient depuis plus de 300 ans des projets sociaux, culturels, éducatifs et environnementaux. Elle appuie également des jeunes créateurs (écrivains, cinéastes, artistes plasticiens) grâce à des prix, des bourses, des expositions et des programmes spécifiques. Par ailleurs elle promeut l'accès à la culture de personnes handicapées, de personnes âgées, etc. La Casa Encendida est un centre culturel à vocation sociale, ouvert à tous, un lieu de rencontre interculturel, un lieu d'intégration pour les étrangers, un point d'information fiable et reconnu : un lieu unique en Espagne. Il est l'exemple type de ces établissements culturels qui s'engagent de plus en plus dans des services rendus à la population (en matière d'emploi notamment). Installée dans le quartier populaire et multiculturel de Lavapiés, la Casa Encendida a accueilli 700 000 visiteurs en 2008 avec un budget de fonctionnement inférieur à celui du CentQuatre⁵⁴. La grande majorité des prestations est gratuite et les activités payantes le sont à un tarif symbolique. La Casa Encendida possède un centre de documentation ouvert à tous et qui compte une bibliothèque, une médiathèque, des archives de périodiques, un studio de radio, un laboratoire photographique et multimédia. Le matériel est à la pointe de la technologie, l'accès se fait uniquement sur inscription et le logo du centre culturel doit apparaître sur chaque production.

53. www.lacasaencendida.es

54. « Casa Encendida, l'éclaireur madrilène », *Libération*, 19 février 2011.

Dans le même registre, il ne paraît pas non plus justifié de distinguer la culture patrimoniale et muséographique d'une culture de l'événementiel, de l'éphémère et de la fête qui s'est comme nous l'avons vu, considérablement développée au cours des trente dernières années.

Enfin, service public culturel et acteurs privés ne doivent plus être automatiquement mis face à face. Le lien très étroit que la culture a entretenu en France avec le pouvoir d'État est un héritage particulier de l'histoire de notre pays. Il a certes généré des particularités en contribuant à mettre en place un véritable service public culturel assumé par l'État d'abord, puis progressivement par d'autres acteurs publics au niveau local sous l'effet de la décentralisation. Si la montée en puissance des politiques culturelles des collectivités locales est une mutation majeure, elle continue cependant d'illustrer la prégnance d'un modèle public, marqué par un grand nombre d'équipements connectés d'une manière ou d'une autre au pouvoir politique : musées nationaux, grandes écoles, théâtres et scènes subventionnées. Reste donc à faire le lien avec les autres acteurs qui émergent à côté de ces acteurs publics, qu'ils soient issus du secteur privé, du monde associatif ou de l'initiative citoyenne.

Ces acteurs, dont la mission a pu interroger certains représentants, se sentent encore trop largement peu soutenus et reconnus publiquement. Nombreux sont ceux qui dénoncent en ce sens la persistance d'un clivage trop grand, d'une certaine forme d'ostracisme et d'un manque de confiance.

Le Grand Paris culturel doit agir sur cette ligne de faille persistante et soutenir cette dynamique privée. C'est un levier majeur pour la fertilisation culturelle et artistique du territoire métropolitain. À l'approche « top down », c'est-à-dire, par le haut, devrait se construire une approche « bottom up », accompagnant et stimulant la créativité spontanée, portée notamment par ces différents acteurs.

Le Grand Paris est une réponse opportune à la métropolisation du monde

La métropolisation a imposé une nouvelle culture du « penser large »

La mondialisation qui repose sur la mobilité des capitaux, des idées et des personnes a modifié en profondeur l'organisation des territoires, imposé de penser la ville à une autre échelle et renouvelé les modes d'habitat des populations, devenus majoritairement urbains.

Partout, le monde s'urbanise et ce mouvement général entraîne l'apparition de grandes régions métropolitaines, qui concentrent les hommes et les activités et sont un pivot de croissance, de productivité et d'insertion internationale. Selon les statistiques des Nations unies, les agglomérations de plus de 10 millions d'habitants sont passées de trois en 1975 (Tokyo, New York et Mexico) à une vingtaine en 2005⁵⁵.

Paris avec près de 3,3 millions d'habitants sur 105 km² fait figure de petite ville à l'échelle mondiale et ne peut entrer dans la catégorie des mégapoles que grâce à son élargissement à l'Île-de-France qui lui confère la taille critique nécessaire en la propulsant à 12 millions d'habitants. Ainsi le Grand Paris entre dans les vingt premières villes mondiales, selon les classifications de l'ONU.

Même si le changement d'échelle peut paraître important, il faut toutefois le replacer dans une évolution des métropoles mondiales qui le relativise et qui bouleverse presque insidieusement les équilibres mondiaux.

En effet, le phénomène de métropolisation, qui est désormais le cadre et l'horizon du Grand Paris, évolue très rapidement, comme le montrent tous les exercices prévisionnistes.

D'abord, ce mouvement d'urbanisation s'accélère à l'échelle mondiale, la population urbaine s'accroissant de 65 millions d'habitants chaque année, ce qui représente sept villes équivalentes à Chicago, selon une étude publiée en mars 2011 par le cabinet McKinsey. Cette analyse qui porte sur un échantillon des six cents plus grandes villes mondiales montre que celles-ci accueillent déjà 1,5 milliard d'habitants, soit 22% de la population mondiale et accueilleront en 2025, deux milliards d'habitants, soit un quart de la population mondiale⁵⁶.

Cela met bien en évidence que les villes deviennent des acteurs majeurs dans l'évolution du monde. Et c'est ce changement de paradigme qui justifie que la grande dimension soit placée au cœur des réflexions et des politiques des États contemporains. D'autant plus que le paysage est loin d'être statique et que la carte mondiale des métropoles continue d'évoluer.

Dans cet exercice de global mapping, il ressort en effet que le centre de gravité va se déplacer vers le sud et surtout vers l'est. D'ici 2025, cent trente-six nouvelles métropoles vont entrer dans ce groupe des six cents, toutes en provenance des pays émergents!

Pas moins de cent nouvelles villes chinoises viendront s'y ajouter, comme Haerbin, Shantou, Guiyang. Treize viendront d'Inde, dont Hyderabad, Surat et huit d'Amérique Latine dont Cancun (Mexique) et Barranquilla (Colombie). À l'inverse, plus de cent cinquante cités actuellement classées dans ces six cents, quitteront ce club d'ici 2025!

55. «United Nations Demographic Yearbook», Département des Affaires économiques et sociales de l'ONU, 2010.

56. «Urban world : Mapping the economic power of cities», Mac Kinsey Global Institute, mars 2011.

Une fois cette dynamique mondiale rappelée, dont le Grand Paris est partie prenante, il est nécessaire de souligner que la décision de créer le Grand Paris s'inscrit dans un courant volontariste qui mobilise depuis quelques années un certain nombre de grandes villes qui ont occupé pendant des siècles des positions dominantes et qui commençaient, à l'instar de Paris, à être déclassées.

Deux exemples historiques font aussi figure de précédents :

- Le Grand Berlin, instauré par la loi du 1^{er} octobre 1920⁵⁷ qui élargit l'ancien périmètre berlinois à 7 communes urbaines, 59 communes rurales et 27 domaines, faisant passer la population berlinoise à 3,8 millions d'habitants sur une superficie multipliée par treize, de 883 km².

- Le Grand Londres qui a été mis en place d'abord avec le London Government Act de 1963 et la création du Greater London Council de 1965 qui avait compétence sur 33 boroughs. Abandonné en 1986 par le gouvernement Thatcher, le Grand Londres a été ressuscité par une loi de 1999 votée par le gouvernement de Tony Blair, créant la Greater London Authority qui a en charge la planification d'un territoire de 1 578 km², regroupant environ 8,5 millions de personnes⁵⁸.

Aujourd'hui de nombreux mouvements de conurbation s'observent aussi à des degrés divers dans la plupart des grandes villes européennes (Milan, Madrid, la Randstadt autour d'Amsterdam, Utrecht, La Haye et Rotterdam) qui se pensent à une échelle élargie.

Aux États-Unis, ce phénomène s'observe aussi sous une forme à part, avec l'extension spectaculaire des grandes villes qui ont développé des polycentralités fortes, parfois à plus de 100 km du centre, d'abord en banlieue (suburb) puis dans des pourtours encore plus lointains (exurb) ou se reconstituent de véritables nouvelles villes, indépendantes du centre⁵⁹.

Le Grand Paris s'inscrit dans la lignée de ces exemples étrangers et il faut souligner que la démarche française va sans doute à son tour faire des émules. En effet, l'écho international que reçoit le projet du Grand Paris et l'intérêt que suscite l'exposition tirée de la consultation menée sur l'avenir de la métropole parisienne – qui circule actuellement à travers le monde – montre bien que d'autres villes de rang mondial sont prêtes à s'engager dans un processus de développement métropolitain plus intégré.

Compte tenu de ces éléments, la mission suggère que la France prenne l'initiative de l'organisation d'une conférence mondiale sur les métropoles culturelles. Cette conférence organisée par le Grand Paris, pourrait l'être en étroite association avec l'Unesco qui pourrait l'accueillir et servirait de relais à l'initiative française. Une telle invitation mettrait la France en position de leadership sur l'un des territoires majeurs des affrontements entre nations, celui où se mesurent les « capacités d'influence » des grands pays.

57. « Regards croisés. Métropoles européennes, Berlin, Londres, Madrid, Milan, Paris, la Randstad », APUR, décembre 2008.

58. *Ibid.*

59. *Mainstream*, Frédéric Martel, Flammarion, 2010.

Rappelons enfin que les autres villes françaises ne sont pas en retrait du processus de métropolisation. Certaines comme Lyon ou Lille ont pensé, bien avant l'agglomération parisienne, leur développement métropolitain.

Aujourd'hui, la loi du 16 décembre 2010 de réforme des collectivités territoriales⁶⁰ offre d'ailleurs aux grandes agglomérations françaises de plus de 500 000 habitants la possibilité d'adopter un nouveau statut intégré – la métropole et le pôle métropolitain – pour mieux assurer leur rayonnement. Ce texte est une réponse à la prise en compte du phénomène de métropolisation par les pouvoirs publics.

La métropolisation fait primer une culture du projet plus que du territoire

Plus qu'une tendance à l'apparition de grandes aires urbaines, la métropolisation est un processus car ces agglomérations n'ont cessé de s'étaler, d'absorber les villes voisines et les territoires qui les entourent pour devenir des méga-régions urbaines ou des mégapoles comme on les appelle parfois.

Lorsque la mission s'est demandée ce qu'était le Grand Paris et quel périmètre géographique il fallait lui assigner, elle a reçu autant de réponses qu'elle avait d'interlocuteurs. En effet, le Grand Paris ne porte en lui aucun ancrage spatial. On peut donc dire qu'il est tout autant un produit qu'un moteur de la métropolisation, à l'échelle de la région parisienne.

Le Grand Paris repose en effet sur une conception extensive et pragmatique d'un espace où la population est au quotidien amenée à se déplacer et à interagir, rendant obsolète toute idée de découpage d'une réalité faite de mouvement et de mobilité. Ce Grand Paris du mouvement ne dispose donc pas d'un périmètre clair, parce qu'il s'inscrit d'abord dans une logique de projet. C'est d'ailleurs ce qu'indique la loi relative au Grand Paris⁶¹ qui dispose que «le Grand Paris est un projet urbain, social et économique d'intérêt national qui unit les grands territoires stratégiques de la région Île-de-France, au premier rang desquels Paris et le cœur de l'agglomération parisienne.»

Le Président de la République lui-même, dans son discours à la Cité de l'architecture, le 29 avril 2009 avait donné au Grand Paris une ambition large en affirmant : «Le Grand Paris, c'est la volonté de penser le développement de Paris dans une perspective beaucoup plus large que les limites du périphérique, que les limites de la Petite Couronne, beaucoup plus large que celles de l'Île-de-France.»⁶²

60. Loi n° 2010-1563 du 16 décembre 2010 parue au *JO* n°292 du 17 décembre 2010.

61. Loi n°2010-597 du 3 juin 2010 parue au *JO* n°128 du 5 juin 2010.

62. Discours de Nicolas Sarkozy sur le Grand Paris, Cité de l'Architecture et du Patrimoine, 9 avril 2009.

L'absence de périmètre spatial est donc une originalité, un trait distinctif – on peut même dire culturel – du Grand Paris. Plusieurs échelles de lecture peuvent donc être envisagées qui marquent la prédominance d'une logique de projet sur une stricte logique territoriale (le projet définit le territoire d'action, et non l'inverse) :

- Le bassin parisien : il dépasse largement le cadre strictement métropolitain et inclut ainsi, en plus de la région Île-de-France, six régions (Centre, Haute-Normandie, Basse-Normandie, Picardie, Champagne-Ardenne), et deux départements (Sarthe et Yonne). Sa population est estimée à près de 21 millions d'habitants, soit le double de l'agglomération parisienne. Y appartiennent d'importantes villes régionales, aux caractéristiques diverses comme Caen, Le Havre, Amiens, Reims, Troyes, Orléans, Tours ou Le Mans. Ce périmètre repose avant tout sur une réalité économique car il constitue ainsi l'un des espaces les plus performants d'Europe, où la mobilité humaine et les flux d'activités sont soumis à une logique commune, à des degrés divers d'intégration. Ce territoire fonctionne donc comme un vaste ensemble interrégional polycentrique articulé autour de l'espace central de la métropole parisienne, en relation avec de grandes villes régionales qui structurent leur propre espace local. Les importants cours d'eau qui sillonnent cet espace en déterminent les orientations stratégiques : la Seine place le Grand Paris sur un axe allant du Sud-Est au Nord-Ouest, ouvrant vers la Normandie et la Manche. Le Grand Paris est également orienté par l'important projet de canal Seine-Nord Europe qui le tourne vers l'Europe du Nord et le connecte avec un autre vaste espace économique.

- Les aires métropolitaines de l'Insee : l'Insee a défini le territoire français sous la forme d'un maillage composé de douze aires métropolitaines et 29 grandes aires (>200 000 habitants). Le Grand Paris est évidemment en tête de liste des douze aires métropolitaines qui comptent par ailleurs Lyon, Marseille, Lille, Toulouse, Bordeaux, Nice, Nantes, Strasbourg, Rennes, Grenoble et Montpellier, qui ont toutes une population supérieure à 500 000 habitants. Il faut noter que huit des 29 grandes aires sont aussi situées autour de Paris : cette articulation bien identifiée par l'Insee entre une aire métropolitaine définie par des « fonctions métropolitaines supérieures » liées à la conception, à la recherche et à la culture ; et les 8 grandes aires sont une illustration de ce que peut être un périmètre du Grand Paris.

- L'espace de la région Île-de-France : il fournit un cadre politique et administratif naturel pour penser le Grand Paris et c'est pourquoi la mission s'est largement appuyée sur ce périmètre pour conduire la présente réflexion. Le périmètre de la région Île-de-France inclut l'agglomération grand-parisienne, l'aire urbaine métropolitaine qui dépasse l'unité urbaine continue, et y ajoute les espaces ruraux qui en forment le pourtour et constituent la majeure partie de la superficie du territoire régional. À cet égard, le Grand Paris perd sa dimension strictement urbaine, et constitue un vaste territoire avec des enjeux très contrastés. La mobilisation des compétences utiles au projet du Grand Paris, malgré la création opportune de structures ad hoc comme Paris Métropole, nécessite de s'appuyer sur ce cadre de référence. Les transports et l'aménagement du territoire relèvent pour une grande part de la compétence de la région et le préfet est chargé de la mise en œuvre des Contrats de Développement Territorial prévus par la loi du 3 juin

2010 sur le Grand Paris. L'approche par ce cadre politique et administratif régional n'exclut naturellement pas d'effectuer une analyse à des échelons plus modestes, en s'appuyant notamment sur l'échelle départementale.

- L'espace de l'agglomération parisienne : il se définit comme l'ensemble urbain qui repose sur la continuité du bâti, ou l'unité urbaine parisienne (selon la terminologie de l'Insee), constituant un espace où les bâtiments sont toujours séparés de moins de 200 mètres. Cet espace s'étend sur 20% de la surface de la région francilienne, comprend 396 communes, et totalisait 10 197 678 habitants en 2007, soit près de 90% de la population de la région⁶³. L'agglomération parisienne inclut intégralement Paris et trois départements : les Hauts-de-Seine, la Seine-Saint-Denis et le Val-de-Marne mais elle exclut les territoires ruraux.

- Des espaces *sui generis* peuvent enfin être pris en compte qui s'appuient sur :

- – Les travaux des dix équipes d'architectes impliqués dans la consultation sur le Grand Paris qui ont dans leurs travaux prouvé qu'il n'existait pas une mais dix conceptions valables du Grand Paris en choisissant des échelles de travail variables, certaines prenant en compte la région Île-de-France (Rogers), d'autres optant pour un espace plus réduit de 40 km² (Castro) ou 50 km² (Studio 09) ou au contraire plus large (projet Seine Métropole de Grumbach, s'étendant de Paris jusqu'au Havre).

- – Le schéma du réseau de transport public du Grand Paris Express dont le tracé a été adopté par décret le 26 août 2011. Avec la publication de ce décret, toutes les étapes prévues par la loi du 3 juin 2010 relative au Grand Paris ont été respectées dans les délais. La mise en œuvre du projet de réseau de transport public du Grand Paris doit maintenant passer par une première enquête publique en 2012, avec comme objectif une mise en service des premiers tronçons dès 2018. Si les 8 départements de la région Île-de-France sont concernés par le projet, celui-ci touche majoritairement Paris et les trois départements de la Petite Couronne, ne passant qu'incidemment en Seine-et-Marne (Chelles) et dans le Val-d'Oise (Triangle de Gonesse), plus longuement dans les Yvelines et l'Essonne.

- – Les Contrats de Développement Territorial (CDT) définis à l'article 21 de la loi sur le Grand Paris définissent sous l'autorité du Préfet de Région, «les objectifs et les priorités en matière d'urbanisme, de logement, de transports, de déplacements et de lutte contre l'étalement urbain, d'équipement commercial, de développement économique, sportif et culturel, de protection des espaces naturels, agricoles et forestiers et des paysages et des ressources naturelles de territoires inclus dans un ensemble de communes d'un seul tenant et sans enclave». On en compte dix-sept et tous les départements d'Île-de-France sont concernés notamment la Seine-Saint-Denis qui en compte cinq.

- – La carte des collectivités locales adhérant au syndicat mixte Paris Métropole.

63. www.insee.fr

Créé en 2008, Paris Métropole inscrit son action autour de quatre axes prioritaires : développement et solidarité, déplacements, logement et projets métropolitains. Ces travaux, à dimension stratégique ou plus opérationnelle, rassemblent ses collectivités membres et associent le plus largement possible les acteurs du territoire : les communes et leurs groupements, les départements et la région. C'est un syndicat ouvert qui compte en mai 2011, 192 collectivités territoriales et intercommunalités membres, et qui associe à ses travaux un Comité des partenaires économiques et sociaux institué en juillet 2010.

La conception spatiale du Grand Paris Culturel doit tenir compte de ces différentes échelles de travail possibles. Elle combine aussi des conceptions spatiales propres, plus ou moins extensives qui mettent en tension la dimension locale et nationale :

Ainsi, le Grand Paris culturel implique d'un côté, de regarder la micro-échelle et l'esprit de quartier.

Paris et sa banlieue sont faites d'innombrables quartiers, qui en forment la véritable armature, parfois au cœur d'un arrondissement ou d'une commune, parfois à cheval sur deux ou trois de ces territoires. Les quartiers plongent leurs racines dans l'histoire qu'ils ont traversée ou façonnée, dans la géographie qu'ils ont respectée ou transgressée.

À l'encontre d'une image unique, monolithique, Paris est composée d'une multitude d'identités qui correspondent à autant d'espaces imprégnés d'une atmosphère et d'une vie culturelle particulières. Un certain nombre d'entre eux (notamment Saint-Germain-des-Prés, le Quartier latin, Montparnasse pour la rive gauche, et Montmartre) sont historiquement associés à la culture et la fête : c'est le Paris des artistes, des intellectuels et des étudiants, mais aussi du jazz et des cafés, que ce soit à la fin du XIX^e siècle avec Verlaine, dans les années 1920 avec Cocteau, Picasso, Hemingway, ou les années 1950 marquées par Sartre ou Vian.

Un autre Paris est le Paris populaire du Canal Saint-Martin, de la Villette et de Belleville, des artisans du Faubourg Saint-Antoine, des Grands Boulevards, ou des ginguettes de bord de Seine ou de Marne hors de Paris, qui éveille le souvenir d'Arletty et son phrasé populaire dans Hôtel du Nord.

Les quartiers ont donc, du point de vue culturel une importance toute particulière sur laquelle le Grand Paris culturel, sous prétexte de penser la grande échelle, ne peut pas faire l'impasse.

D'abord parce que les quartiers entretiennent une nostalgie qui alimente notre mémoire, notre imaginaire collectif et cimente une identité commune.

Alors que Marcel Roncayolo parle « d'érosion de la géographie symbolique »⁶⁴ de Paris, sous le coup des mutations architecturales, de l'ur-

64. « Une géographie symbolique en devenir ». Entretien avec Marcel Roncayolo, le Débat N°80, 1994.

banisme, des mouvements de population, des changements économiques et sociologiques, il apparaît primordial que le Grand Paris culturel préserve ce qui faisait le charme des quartiers d'antan et de «Paris la Grande»⁶⁵ pour reprendre le joli titre de l'ouvrage de Philippe Meyer.

À ce titre, des lieux de mémoire liés à l'histoire de la proche banlieue parisienne comme les pavillons en pierre meulière du XIX^e siècle, les cités-jardins des années 20 et 30, l'habitat social d'après-guerre, l'architecture civile et privée des années 30, les réalisations de grands architectes contemporains internationaux (La Défense, le Trapèze à Boulogne) mériteraient aussi d'être mieux valorisés et mieux connus.

En même temps et à l'opposé, les quartiers incarnent aussi le progrès, l'évolution, la modernité, la capacité de la ville à changer et à se métamorphoser. Deux catégories de quartiers peuvent être distinguées qui jouent un rôle particulier dans la dynamique créative de la ville et peuvent servir de points d'appui au déploiement d'un Grand Paris culturel :

- Il y a d'abord les quartiers dits «sensibles». L'origine, ces quartiers étaient composés de grands ensembles d'immeubles qui répondaient à la volonté de la puissance publique d'offrir à une large partie de la population des conditions de logements décentes, dans le cadre d'un urbanisme novateur. Abandonnés par une grande partie de leurs habitants d'origine, ces quartiers se sont délabrés, offrant à une nouvelle population, notamment issue de l'immigration, des conditions de vie déplorables, générant la désintégration sociale et parfois la violence.

La Politique de la Ville suivie par les différents ministres et l'ANRU (Agence Nationale pour la Rénovation Urbaine) change progressivement le visage de ces quartiers, notamment grâce aux démolitions – reconstructions : en huit années, plus de 70 000 logements ont été détruits dans les cités et les quartiers classés en zone urbaine sensible, dont beaucoup se situent dans le Grand Paris.

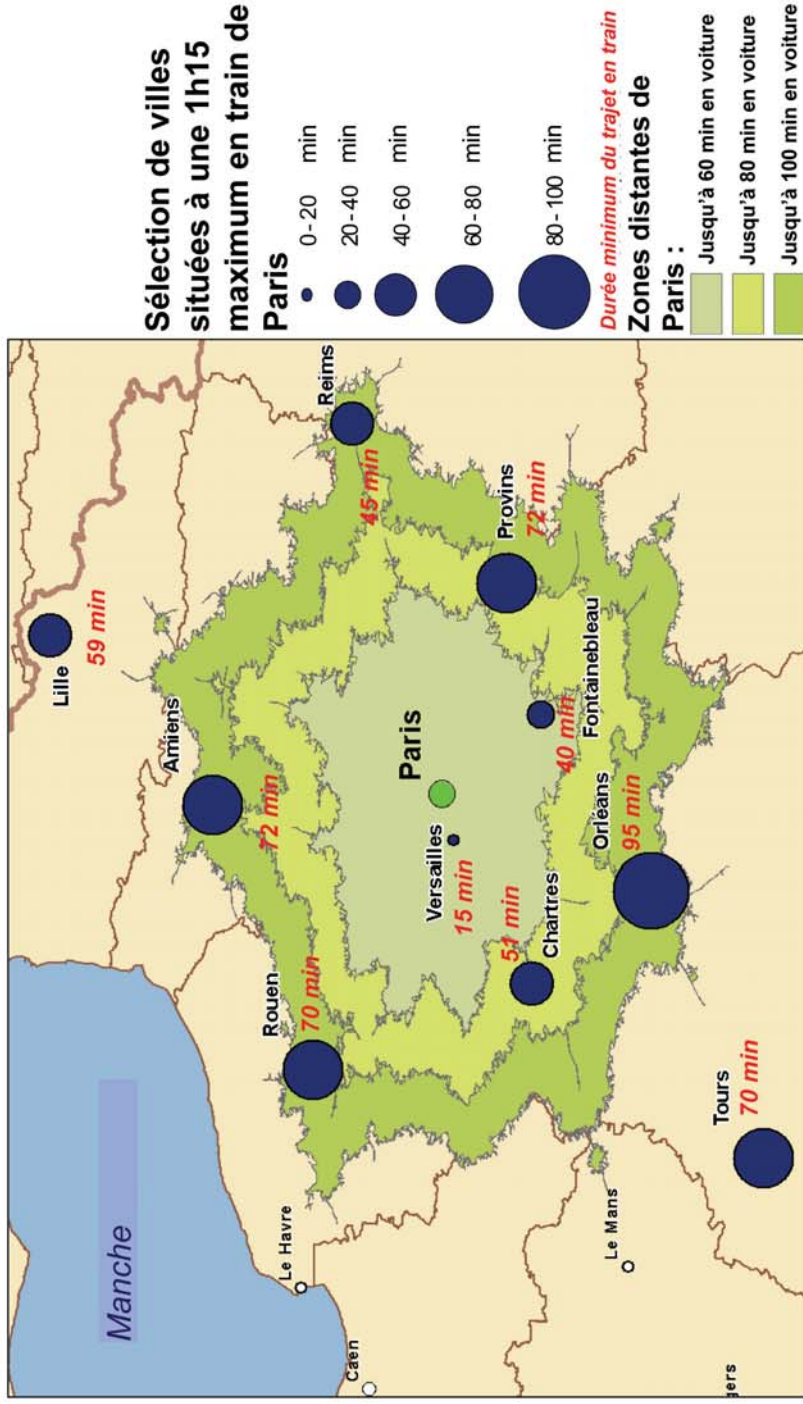
- Il y a ensuite les quartiers «émergents» qui se réveillent notamment au nord, à l'est de Paris et sont situés dans les X^e, XI^e, XII^e, XVIII^e, XIX^e, XX^e arrondissements comme en proche périphérie : les Lilas, Saint-Ouen, Montreuil, etc.

Ils sont émergents en ce sens qu'ils sortent d'un long sommeil, tirés par des pionniers qui (re) découvrent ces territoires, les investissent, se les approprient et devancent les tendances, bénéficiant d'un foncier moins cher que dans le centre. Ces pionniers sont souvent des personnalités du monde de la culture, des créatifs culturels qui viennent y tenter quelque «chose de nouveau», implanter un nouveau concept ou de nouvelles pratiques dans le commerce, la restauration, l'art et la culture.

Pensons ainsi à l'impact de la création de Merci, le *charity store* des époux Cohen qui a dopé le III^e et le XI^e arrondissement, aux galeries d'art qui font muter le XIII^e et surtout le XIX^e, au cinéma MK2 Quai de

65. *Paris la Grande*, Philippe Meyer, Gallimard, Septembre 1999.

Des villes riches en patrimoine comme Versailles, Fontainebleau, Reims ou Lille sont à moins d'une heure de Paris en train



SOURCE: ESRI, SNCF, analyse McKinsey

Seine – Quai de Loire qui ont totalement changé la physionomie du quartier du Bassin de la Villette, à la Bellevilloise qui s'impose comme un lieu phare du XX^e, tout comme l'Hôtel restaurant Mama Shelter de Philippe Starck.

Il est important que le Grand Paris culturel capitalise sur ces initiatives de quartiers spontanées et parfois fragiles, en leur offrant plus de visibilité et de reconnaissance.

• À l'inverse, le Grand Paris culturel implique aussi de regarder à l'échelle macro et de prendre en considération un espace élargi, qui recoupe partiellement celui du Bassin parisien, et dépasse largement les limites de l'Île-de-France.

En effet, en adoptant le point de vue d'un touriste à Paris, cherchant à tirer parti des ressources accessibles de la capitale dans le cadre d'un déplacement d'une journée, le périmètre d'investigation culturelle offert par les tours opérateurs et les transports rapides est vaste : il couvre notamment la Normandie (le Mont-Saint-Michel, Giverny, Caen et les plages du débarquement), la Picardie (Amiens, Compiègne, Chantilly), Chartres, le Val de Loire et ses châteaux, la Champagne (Reims, Épernay), la Bourgogne (Vézelay, Chablis); voire de proches métropoles comme Lille, Londres, Bruxelles ou Bruges. La sphère culturelle du Grand Paris, comme l'illustre la carte ci-dessous, dépasse alors le cadre francilien pour déborder sur le cadre national, voire européen.

Développer le Grand Paris culturel a donc des conséquences sur les villes situées à proximité de la métropole sans y être directement rattachées mais que les transports rapides ont contribué à rapprocher du périmètre métropolitain. La mission propose ainsi qu'une coopération plus forte s'engage avec ces villes qui pourraient être réunies dans le cadre d'un C8 de la culture. D'ores et déjà, les Présidents des huit régions concernés du Bassin Parisien : la Picardie, la Champagne, les Ardennes, la Bourgogne, le Centre, la Haute Normandie, la Basse-Normandie et les Pays de la Loire ont initié des réunions de concertation très prometteuses. La rencontre qui s'est tenue le 30 septembre 2009⁶⁶, a ouvert la perspective d'un cadre de référence stratégique dont la culture pourrait devenir un élément porteur.

Par ailleurs, il paraît nécessaire que le Grand Paris dialogue davantage avec les grandes métropoles culturelles régionales, comme Lyon, Marseille, Lille, Bordeaux, Toulouse et Nantes. Ces villes – dans lesquelles la mission s'est rendue – ont développé des politiques culturelles ambitieuses (que nous détaillerons plus tard) et parfois en pointe sur celles de la région parisienne.

À ce titre, la mission propose aussi la mise en place d'une plateforme des grandes métropoles culturelles régionales, qui pourrait être un outil utile à une meilleure transversalité, au service de l'échange d'expériences et de bonnes pratiques culturelles et artistiques.

66. « Le Bassin Parisien, une méga-région ? », les Cahiers n°153, Institut d'aménagement et d'urbanisme, février 2010.

—

—

Deuxième partie

Comment le passage au Grand Paris influence-t-il notre identité culturelle ?

—

—

« Tout est culture » disait déjà Jack Lang en 1981 à la tribune de l'Assemblée nationale⁶⁷. À ce titre, la façon d'organiser l'espace urbain est certainement un acte culturel à part entière. Parler d'un Grand Paris culturel relève dès lors du pléonasme tant la culture et l'urbanité sont intrinsèquement liées.

En effet, la culture est une ressource pour l'urbanité qui se nourrit de l'inventivité et de la créativité des citoyens.

Mais l'urbanité est aussi une ressource pour la culture car, en rendant accessibles toutes sortes de réalités, la ville constitue une énorme machinerie, un terrain fertile pour que s'épanouisse l'innovation, une source d'inspiration.

La situation de la métropole parisienne réside bien dans ces deux tendances complémentaires :

D'un côté, le Grand Paris est créateur de culture car en confiant à dix équipes d'architectes la responsabilité de concevoir des scénarii de développement du Grand Paris, le Président de la République a en effet pris une décision culturelle. L'architecture est, il faut le rappeler, culturelle par définition, parce qu'elle est classée, depuis son origine, parmi les arts, aux côtés de la peinture, de la sculpture, de la musique, de la poésie, du théâtre... Cette dimension artistique a pu être contestée dans l'histoire de l'architecture notamment par les architectes de la modernité héroïque des années 1920 qui s'inscrivaient dans la lignée de l'architecte américain Louis Sullivan qui proclamait dès la fin du XIX^e siècle « form follows function », la forme suit la fonction. Ce courant a renforcé la place que les ingénieurs civils occupaient dans le processus constructif et architectural. Il est aussi à l'origine de la domination des ingénieurs et des technocrates dans les univers du bâtiment, de l'urbanisme et de l'aménagement du territoire à partir de la Seconde Guerre mondiale.

On saisit, dans ces conditions, la portée du geste présidentiel consistant à choisir l'architecture comme levier du changement.

Ce choix consacrait le retour du culturel entendu au sens large, c'est-à-dire au-delà de l'artistique, de l'esthétique, dans la façon de concevoir et de développer la plus grande opération urbaine de notre pays depuis 1945.

Retour du culturel car pour la première fois les frontières du savoir étaient abolies : des architectes s'entouraient d'équipes pluridisciplinaires, appelées à travailler de façon collégiale, mêlant des urbanistes, des scientifiques, des paysagistes, des sociologues, des philosophes, des économistes, des artistes et des acteurs de la ville au sens large.

Il faut d'ailleurs rappeler que c'est le ministère de la Culture et non celui de la Ville ou de l'Équipement qui a eu la tâche d'organiser la consultation sur l'avenir de la métropole parisienne, marquant ainsi claire-

67. « Un ministère de la Culture, pour quoi faire? », Discours de Jack Lang à l'Assemblée nationale, 17 novembre 1981.

ment ce changement d'époque. Cette démarche innovante et originale doit être portée au crédit du Président de la République.

Retour du culturel enfin, car il était demandé aux architectes, plutôt que de concevoir des bâtiments, de réfléchir aux fondements de la grande métropole et à une culture du renouveau de la ville, de l'aménagement du territoire, et du rapport à l'espace, conceptions également largement héritées de l'histoire de France et de l'histoire de Paris en particulier.

D'un autre côté, la culture est créatrice de Grand Paris car, sous l'impulsion des politiques culturelles menées depuis l'après-guerre, elle irrigue déjà en profondeur l'espace métropolitain et crée des polycentralités autour d'équipements existants ou projetés. À ce titre, le passage au Grand Paris est le révélateur d'une carte culturelle qui a trop longtemps souffert d'émiettement, que les découpages politiques et administratifs n'ont contribué qu'à renforcer.

Le passage au Grand Paris est donc l'occasion de retrouver une vision d'ensemble de ces politiques culturelles d'abord et de leur legs en matière d'établissements et d'institutions. Au-delà, le Grand Paris est aussi l'occasion de saisir l'importance des industries culturelles qui connaissent un véritable essor sur le territoire francilien, sont un vecteur de développement économique, d'emploi et d'image pour le territoire, consolidant sa vocation de berceau de la créativité et de l'innovation. En même temps, leur implantation superpose à la carte des grands équipements culturels une géographie complexe reposant souvent sur des micro-structures, dispersées et peu intégrées.

Le Grand Paris est un processus créateur de culture qui renouvelle nos approches

Le Grand Paris diffuse une nouvelle culture de l'aménagement du territoire

Le concept de territoire a connu sur la période récente une évolution notable. Au découpage politico-administratif qui organisait territorialement la République en communes, cantons, arrondissements, départements et régions se sont ajoutés les territoires vécus : les bassins de vie et d'emploi puis les territoires de projets. L'exode rural, le développement des moyens de communication et des migrations travail/domicile, le mouvement de retour des urbains qui, pour des raisons d'ordre culturel ou économique ont quitté le centre des grandes villes, ont profondément modifié les équilibres existants jusqu'alors comme le rapport des habitants à leur territoire. Chacun vit aujourd'hui dans des territoires multiples, réels mais aussi virtuels selon son statut, ses activités, ses désirs, ses liens amicaux, familiaux et professionnels etc.

Dans ce contexte de transformation de grande ampleur, le Grand Paris marque un changement d'approche perceptible à plusieurs titres :

Tout d'abord, comme nous l'avons évoqué, le Grand Paris rompt dans une certaine mesure avec le principe de la planification traditionnelle ne laissant plus au seul soin des technocrates et des ingénieurs la question de l'aménagement du territoire. Comme Roland Castro l'a relevé dans le cadre de la consultation sur l'avenir de la métropole parisienne, « nul n'habite un SDRIF », autrement dit l'aménagement du territoire ne doit plus être envisagé d'un point de vue technique et mécaniste.

Historiquement, l'aménagement du territoire marquait la prédominance du rôle de l'État qui en déterminait et en conduisait à peu près seul la politique. Dans son ouvrage « Les ennemis de Paris »⁶⁸, Bernard Marchand relie l'histoire de la capitale à l'aune d'une certaine tendance à « l'urbaphobie », c'est-à-dire la haine de la grande ville qui cristallise les passions et les déchaînements. Pour l'auteur, « l'aménagement du territoire peut apparaître comme une manœuvre de l'État contre la Ville, d'un État qui craignait les soulèvements des villes et les maintenait soigneusement en lisière tout en prélevant largement leurs ressources [...] ». Dans son esprit, la capitale, et le peuple parisien par essence révolutionnaire, est la première victime du sentiment urbaphobe qui trouve aussi sa justification dans les épisodes les plus sombres de l'histoire : dès le XVII^e siècle avec la Fronde qui pousse Louis XIV à installer sa Cour à Versailles, à l'écart des soulèvements qui agitent la capitale, puis avec la Révolution et le mouvement des Fédérations. Plus tard, ce sont le renversement de Charles X en 1830 puis les émeutes de juin 1848 (qui amènent Louis Napoléon au pouvoir pour mater Paris) et enfin les événements dramatiques de la Commune en 1870-71, qui renforcent la crainte qu'une ville (trop) puissante a pu inspirer à un pouvoir d'État central qui se voulait fort.

Il faut certes nuancer ce propos et rappeler qu'en tant que capitale, Paris a tout de même largement profité des efforts de l'État, notamment du point de vue culturel puisque ses habitants bénéficiaient d'institutions nationales qui, jusqu'aux grands « projets présidentiels » (le Louvre, l'Opéra Bastille, la Villette, la BNF), sont majoritairement situées dans la capitale.

Mais la suppression de la fonction de Maire de Paris dès 1800 par Bonaparte est malgré tout symbolique d'une tension puisque Paris en tant que « ville département » a ensuite longtemps attendu un statut juridique lui permettant d'agir comme une collectivité pleinement responsable de sa politique. Rappelons en effet que la fonction de Maire de Paris ne sera rétablie qu'en 1977 !

Le besoin de villes puissantes va progressivement s'affirmer après la guerre avec l'instauration de la V^e République et les prémices de la mondialisation. La volonté de constituer de nouveaux pôles dans l'espace métropolitain dont Paris est le cœur s'affirme dans les années 1960, notam-

68. *Les ennemis de Paris : La haine de la grande ville des Lumières à nos jours*, Bernard Marchand, PU Rennes, 2009.

ment sous l'impulsion de Paul Delouvrier et de la loi du 10 juillet 1964 sur la réorganisation de la région parisienne qui entraîne la scission du grand département de la Seine en Paris, les Hauts-de-Seine, la Seine-Saint-Denis et le Val-de-Marne ; et du département de la Seine-et-Oise en l'Essonne, le Val d'Oise et les Yvelines. Simultanément est projetée la création de villes nouvelles (Cergy-Pontoise, Melun-Sénart, Saint-Quentin-en-Yvelines, Évry et Marne-la-Vallée) et d'un Réseau Express Régional (RER) par le premier schéma directeur d'aménagement et d'urbanisme en 1965.

La période actuelle voit s'affirmer davantage aux côtés de l'État les collectivités locales, très actives sur le plan culturel notamment, au point que certains ont pu parler de « revanche des villes » et d'un mouvement de territorialisation des politiques publiques. Ce rééquilibrage va d'ailleurs encore s'accroître avec la généralisation des intercommunalités, qui modifient les modalités du partenariat entre l'État et les collectivités locales.

La création du syndicat mixte Paris Métropole – sur la base de la Conférence Métropolitaine mise en place dès 2006 – est symptomatique de cette montée en puissance des collectivités territoriales et de l'inflexion portée au rôle de l'État. Celui-ci a d'ailleurs repensé ses instruments de concertation, faisant émerger des outils nouveaux comme les Contrats de Développement Territorial, qui relèvent plus d'une logique d'intermédiation que de prescription.

De ce fait, le Grand Paris met en place une capacité d'action collective à l'échelle de la métropole et de nouveaux instruments de pilotage qui traduisent bien qu'une culture nouvelle de l'aménagement du territoire se met en place laissant une place plus grande aux multiples initiatives publiques et/ou privées portées par les acteurs de la ville dans leur ensemble.

La quantité et la qualité des initiatives métropolitaines émanant des acteurs locaux, et dont Paris Métropole s'est fait le réceptacle, en est l'illustration la plus parfaite.

Le Grand Paris offre également une nouvelle vision du rapport à l'espace

L'opposition centre/périphérie devient dépassée

Le passage au Grand Paris bouleverse également en profondeur le binôme traditionnel centre/périphérie laissant place à une dynamique métropolitaine où la notion de polycentralité, de constellation, d'archipel l'emportent.

Il s'agit là encore d'une révolution qui rompt avec la culture traditionnelle du territoire parisien, marqué par la coupure entre Paris et sa banlieue, coupure indissociable de l'histoire de la capitale qui a certes six fois déjà repoussé ses limites, mais n'a eu de cesse de recréer une nouvelle barrière physique entre le cœur de l'agglomération et sa banlieue, de la première enceinte de Philippe Auguste jusqu'à la construction du périphérique en 1973.

La constitution d'un espace parisien élargi et indépendant des murs qui ceignent le centre de la ville n'est certes pas nouvelle : dès le

Moyen Âge, l'émergence de pôles symboliques comme la Basilique de Saint-Denis, ou l'abbaye de Saint-Germain-des-Prés – alors à l'extérieur du périmètre historique de la ville – montre la capacité de cet espace à générer des polycentralités. Mais l'extension continue de Paris et de son agglomération a été principalement pensée sous le prisme de clivages persistants entre Paris et sa banlieue et marquée par la construction de frontières qui ne sont pas que symboliques (le Mur des fermiers généraux, les fortifications, le périphérique). La volonté de repousser vers le « ban » tous les problèmes de Paris (cimetières, déchets et champs d'épandage, logements des classes populaires, accueil d'une immigration massive, etc.) est aussi une constante de l'histoire parisienne qui permet à Philippe Dallier de dire que Paris se construit ainsi largement « contre sa banlieue »⁶⁹, dans une logique concentrique au profit du seul cœur de l'agglomération.

En dépit de quelques précurseurs appelant à penser la capitale dans une logique métropolitaine – on peut penser à l'appel de Roland Castro « Banlieues 89 »⁷⁰ et à celui d'Yves Lion « Appel pour une métropole nommée Paris »⁷¹ – ce n'est que récemment que l'espace métropolitain ne se pense plus uniquement en termes de frontières, de discontinuités, d'intra et d'extra muros. Il faut mettre au crédit du Maire de Paris Bertrand Delanoë et d'un homme comme Pierre Mansat ce renversement d'attitude.

« L'appel pour une métropole nommée Paris », avait été lancé le 13 avril 1988 par l'association 75021, fondée par plusieurs architectes qui souhaitent prendre leurs responsabilités vis-à-vis de l'aménagement de Paris et de la région parisienne. Parmi eux, Jean-Pierre Buffi, Yves Lion, Claude Parent, Christian de Portzamparc, Philippe Robert, Roland Simounet, Francis Soler, Claude Vasconi.

La mobilité s'affirme comme un nouvel impératif

Améliorer le réseau de transports en commun favoriserait les sorties culturelles pour 87% des Franciliens. Le temps de transport et la distance géographique arrivent en tête des éléments qui empêchent le plus les Franciliens de pratiquer des loisirs culturels (32%). Suivent le prix (29%) et le manque d'information (18%).

Sondage CSA.

69. « Le Grand Paris : un vrai projet pour un enjeu capital », Rapport d'information de Philippe Dallier fait au nom de l'Observatoire de la décentralisation, 8 avril 2008.

70. « Roland Castro, agitateur culturel et réparateur urbain », Urbanisme n°33, octobre 2003.

71. « Appel pour une métropole nommée Paris », 75021 (Lion, Portzamparc...), 1988.

Cette culture de la polycentralité s'accompagne aussi d'une culture du mouvement et de la mobilité. Alors que le prix de l'essence ne cesse d'augmenter et que les effets de la pollution ne laissent plus personne indifférent, la mobilité et la fluidité du déplacement s'affirment comme l'une des premières exigences de la vie dans un cadre métropolitain qui se caractérise en effet par les déplacements aléatoires des citoyens et par des dynamiques nouvelles, issues des nouveaux modes de vie et de consommation mais aussi des nouveaux équilibres sociaux-économiques.

L'impératif de mobilité se conjugue ainsi avec une demande croissante pour des modes de transports alternatifs, plus doux (transport fluvial, vélo, parcours piétonniers) ou partagés (covoiturage, autolib) qui sont aujourd'hui l'expression de cette nouvelle envie de vivre la ville. Le succès du Velib, qui a fait des émules partout en France et dans le monde l'a bien prouvé.

Rappelons quelques données de base⁷² :

- en 2008 la mobilité quotidienne des Franciliens est en moyenne de 3,4 déplacements par jour et par personne (tous modes confondus);
- 70% des personnes résidant en petite couronne y travaillent;
- 1/3 des parisiens travaillent hors de Paris;
- 7% de personnes résidant en petite couronne travaillent dans la grande couronne;
- 13% de personnes résidant en grande couronne travaillent en petite couronne;
- en moyenne, les Franciliens passent 1 heure 22 par jour dans les transports;
- 22% des Franciliens passent plus de 2 heures par jour à se déplacer;
- 64% des Franciliens prennent les transports en commun;
- 12 km, c'est la distance moyenne parcourue en transports en commun par trajet.

Le projet de Grand Paris, dont la mise en œuvre a débuté par le volet transports ne s'y est d'ailleurs pas trompé, tout comme Antoine Grumbach qui, bien avant le Grand Paris Express considérait déjà que «la carte orange est le plus grand urbaniste du XX^e siècle favorisant à l'infini le mouvement dans la ville devenue mégapole»⁷³.

La dimension culturelle doit donc aussi appréhender cette question de la mobilité et relever le défi de «faire du nomadisme forcé un acte culturel» comme l'a noté lors de son audition par la mission, Philippe Belaval, directeur général des Patrimoines au Ministère de la Culture et de la Communication. **À cet effet, la mission soutient l'idée – partagée par les équipes de la Société du Grand Paris – que les gares du futur Grand Paris Express fassent l'objet d'une programmation culturelle et artistique, comme le métro parisien en son temps avait d'ailleurs été une vitrine de la création française de l'époque.**

72. «Enquête nationale transports et déplacements 2007-2008», Insee, 2008.

73. «La dialectique des contraintes – ou comment se fait la ville», Antoine Grumbach, Le Débat n°80, Gallimard mai-août 1994.

Rappelons, en effet, que Raoul Dautry, directeur général du réseau ferroviaire de 1928 à 1937, s'était déjà attaché les services d'architectes prestigieux comme Urbain Cassan, Henry Pacon, Jean Phillipot, André Ventre. Le même disait déjà «les constructions de la plus grande industrie, celle des transports en particulier sont le témoignage le plus fréquent de notre manque de goût et de l'absence de tout style. Alors que l'opportunité leur était offerte de jeter sur le pays un manteau de beauté comme l'avait fait en son temps l'Église, ils n'ont créé que laideur et médiocrité.»

Le Grand Paris doit donc se saisir de l'opportunité historique offerte par le lancement du chantier du Grand Paris Express. La Société du Grand Paris a déjà – et il faut lui rendre hommage – manifesté le souhait que ce projet soit autant un projet d'une grande technicité qu'un projet de grande créativité artistique et culturelle. Il faut donc engager dès à présent une réflexion générale et stratégique d'ensemble (nous proposerons quelques pistes plus loin), suffisamment tôt pour que les orientations structurantes qui en résulteront soient intégrées dans la programmation cadre, au plus tard en avril 2012. Ceci laisse peu de temps et le premier besoin ressenti par la Société du Grand Paris est celui d'une expertise culturelle et artistique spécifique, qu'il faut donc constituer.

Les futures gares du Grand Paris Express ne sont pas les seuls vecteurs de la culture. D'autres modes de transports doivent apporter leur originalité et leur spécificité dans cette nouvelle approche de la mobilité.

Il y a d'abord la nouvelle vision du système ferroviaire telle que la SNCF l'a développée : les TER nouvelle génération, les tangentielles tram-train, les rocade des gares TGV périphériques et des nouvelles lignes, préparées par le STIF (T Zen par exemple, bus ultra moderne à haute fréquence d'arrêts).

Toutes ces perspectives nouvelles devraient fournir autant d'opportunités pour introduire la dimension culturelle.

Quant au transport fluvial, il va devenir le mode de transport à vocation culturelle par excellence. En effet, il va permettre de découvrir – par la Seine, d'amont en aval – la Marne, l'Oise, les confluences et les canaux, les itinéraires culturels les plus spectaculaires du Grand Paris. D'ores et déjà le réseau fluvial Voguéo a permis de tester les spécificités de ce mode de transport. Défini par le syndicat des transports d'Île-de-France (STIF) en 2007, le service Voguéo a été inauguré le 28 juin 2008 entre la gare d'Austerlitz à Paris et l'école vétérinaire de Maisons-Alfort. La période d'expérimentation a pris fin le 5 juin 2011, le service devant reprendre en 2013 pour s'intégrer dans un véritable réseau fluvial comptant progressivement trois lignes et une trentaine d'escales : une ligne 1 centrale de la Tour Eiffel à Austerlitz, une ligne 2 de Vitry-sur-Seine – Maisons-Alfort aux Invalides, une ligne 3 qui reliera le Pont de Suresnes au musée d'Orsay.

Il faut souligner le rôle actif et déterminant du STIF dans cette mise en place, même **si tout l'accompagnement culturel reste à définir et en particulier la possibilité d'informer les voyageurs sur les équipements culturels qu'ils vont croiser, de restituer l'histoire de Paris au fil des escales et d'articuler cette navigation avec les manifestations artistiques qui s'y déroulent**

(Photoquai, Paris Plage, etc.) ou qui se développent à proximité. Les quais pourront à cette occasion faire l'objet d'une réévaluation de leurs installations artistiques (on peut penser au musée de sculptures en plein air de la Ville de Paris, installé quai d'Austerlitz, qui devrait être actualisé et le cas échéant prolongé. De même les ponts, les écluses, les installations portuaires devraient faire l'objet d'une réflexion d'ensemble.

Enfin, soulignons, même si nous y reviendrons, que la mobilité ne peut pas uniquement s'appréhender du point de vue de la mobilité physique. Elle doit aussi être prise en compte du point de vue virtuel et du point de vue du flux de l'information. Le développement des outils portables déjà connectés aux réseaux et au GPS offre des possibilités nouvelles pour conjuguer l'accès à la ville avec le mouvement. Comme l'a noté Christian de Portzamparc «l'homme est à la fois ici et partout. Ce fait d'ubiquité le rend en quelque sorte schizophrène, comme s'il perdait prise sur l'espace. Il est devenu un nomade, d'où la grande difficulté pour notre civilisation d'aménager ces villes à grandes échelles dont la dynamique est maintenant immatérielle»⁷⁴.

Il est de ce point de vue impératif que le Grand Paris développe son existence virtuelle pour ne pas se laisser distancer sur ce chantier de la modernité dont les évolutions sont si rapides. Déjà des villes comme Angers, Poitiers ont pris en main leur existence virtuelle grâce par exemple aux innovations de BSE Group qui crée des univers 3D immersifs, grâce à des avatars réalistes offrant un véritable réseau social de proximité. Ce système technologique fait appel aux ressources les plus récentes de la communication et de l'information et propose de participer virtuellement à des colloques, congrès, séminaires, conférences, présentations, concerts, etc. «L'éco-citoyen participatif» est ainsi fortement impliqué dans cette communauté virtuelle.

La recherche d'un nouvel équilibre entre la ville et la nature s'impose

L'émergence de polycentralités et l'impératif d'une circulation fluide dans l'espace métropolitain impliquent aussi la recherche d'un nouvel équilibre ville/nature puisque l'étalement urbain avec des espaces souvent discontinus doit se concilier avec les préoccupations écologiques de la ville durable et verte, qui limitent notamment l'usage de l'automobile, coûteuse en énergie et génératrice de pollution en CO₂.

La dimension écologique de «l'après Kyoto» était d'ailleurs présente dès le départ dans la consultation sur l'avenir de la métropole parisienne.

Cette dimension attestait d'un retour de la nature dans la problématique de la ville, retour encouragé par l'apparition d'une nouvelle génération d'éco-citoyens, préoccupés par les questions environnementales. Il y a là aussi un phénomène culturel nouveau. Le retour du commerce de proximité

74. «La métropole du XXI^e siècle de l'après-Kyoto», Le Grand Paris de l'agglomération parisienne, Christian de Portzamparc Laboratoire C. R. E. T. E. I. L., 2008.

(avec des enseignes comme Carrefour Citymarket, Daily Monop, etc.), le succès des AMAP (agriculture de proximité) ou des jardins partagés sont en effet des indices d'un désir nouveau de placer la nature au centre de la question urbaine.

L'exposition sur le thème de la « Ville Fertile » qui s'est déroulée à la Cité de l'Architecture du 23 mars au 24 juillet 2011, est aussi de ce point de vue symptomatique.

Jusqu'aux années 1970, la ville s'est largement définie en opposition à la nature, comme un milieu technique, artificiel, industriel par rapport à « la belle et bonne nature », source de plaisir et de loisirs. Aujourd'hui cette opposition tend à se réduire et la mode est passée au « rurbain », barbarisme par lequel s'exprime l'idée d'une réconciliation entre ville et nature.

Plusieurs exemples peuvent attester de la transformation du paysage urbain dans le sens d'un retour à la nature et d'une réintroduction des espaces verts et du paysage dans la problématique de l'aménagement de la ville. La création du Parc André Citroën ou l'aménagement du boulevard des Maréchaux, le long du passage du tramway, en ont témoigné. Demain, c'est la réouverture de la petite ceinture et sa transformation en une promenade verdoyante et un vrai éco-système naturel qui attesteront de ce retour à la nature. Rappelons en effet que cette voie ferrée ceinturant sur 30 km la capitale était désaffectée depuis 1934 après avoir connu son apogée lors de l'Exposition Universelle de 1900, avec trente-neuf millions de voyageurs.

Bien que fortement urbanisée, la région Île-de-France a là de nombreux atouts comme des espaces boisés sur près de 24% de sa superficie et des espaces agricoles sur 48% de son territoire qui en font la première région agricole de France⁷⁵. Ces espaces naturels ont une double fonction : une fonction de préservation de l'environnement et de la biodiversité et une fonction d'amélioration de la qualité de vie pour le grand public en offrant des espaces de respiration, de détente et de loisirs, loin des contraintes de l'agglomération.

Il paraît important de les préserver et de les valoriser, y compris du point de vue culturel, alors même que ces espaces sont soumis à une pression croissante sous l'effet d'une extension de l'urbanisation dans les zones rurales. Nous y reviendrons.

Dans ce nouveau rapport ville/nature, la mise en valeur des fleuves et de l'axe Seine doit, on l'a vu, être un objectif prioritaire car elle tient une place centrale dans l'identité de la métropole et joue un rôle central sur différents plans : esthétique et paysager, économique et touristique, artistique et culturel, mobilité. Cela vaut aussi pour les autres affluents (Marne, Oise) et les canaux (Ourcq, Saint-Denis). Nous y reviendrons plus loin.

75. « L'Île-de-France, terre agricole », Conseil régional d'Île-de-France, 4 février 2011.

La réaffectation des espaces vacants prend le pas sur la construction de nouveaux équipements

Dans la plupart des secteurs de l'action publique, notamment en matière culturelle, les années 1960-1970 ont été marquées par une intense production d'équipements collectifs pour répondre aux besoins générés par la rapide croissance des villes sous l'effet conjugué de l'exode rural et de la croissance de la population.

Si les années 1980 ont incarné du côté des politiques étatiques la fin de l'ère du «tout équipement» dans un contexte de baisse incessante des ressources de l'État, les collectivités locales ont continué d'équiper leur territoire, durablement marquées par les vertus de l'équipement en matière d'attractivité et d'identité, quitte parfois à faire table rase du passé et d'éléments architecturaux tombés en désuétude du fait de la crise industrielle et de la tertiarisation de l'économie. Le cas de l'île Seguin et de la destruction des usines Renault est une illustration de cette politique de la table rase.

Pourtant, la tertiarisation de l'économie a laissé vacantes sur le territoire du Grand Paris, (notamment en première et deuxième couronne) de vastes friches sur les anciennes emprises industrielles, rendant nécessaire une reconversion de ce tissu urbain dégradé, notamment dans des quartiers où ce mouvement de désindustrialisation a entraîné la montée du chômage, de la pauvreté et des inégalités sociales.

Sur nombre de ces espaces se sont d'ailleurs déjà développées dès la fin des années 90, des expérimentations culturelles, des lieux de création, de production, de diffusion artistiques, comme «Mains d'œuvres» à Saint-Ouen, «la Friche André Malraux» à Mantes-la-Jolie, «La Gare au théâtre» de Vitry-sur-Seine, «le Hublot» à Colombes, «la Lutherie Urbaine» à Bagnolet, «26 couleurs» à Saint-Fargeau-Ponthierry, le «6B» à Aubervilliers, etc.

Fabrice Lextrait, administrateur de la Friche de la Belle de Mai à Marseille a fait l'inventaire de ces lieux dès 2001 et un colloque organisé dans la foulée par l'Institut de la Ville permit de (re) découvrir la diversité et l'intérêt de ces lieux, souvent en relation très étroite avec les populations locales⁷⁶. **Il paraîtrait aujourd'hui nécessaire d'actualiser ce travail pour le Grand Paris en particulier, afin de recenser l'existant et nous proposons qu'un quota de ces espaces soit réservé en vue d'une réaffectation culturelle.**

La culture de la «refondation» qui dominait jusqu'à la fin des années 90 s'est donc réorientée vers une culture plus pragmatique de la «transformation», prônant la réaffectation des espaces vacants et la prise en compte de la réalité des villes, telles qu'elles sont. L'action de classement du patrimoine industriel à l'inventaire et la labellisation de certains grands ensembles par la DRAC est aussi le signal que l'on donne désormais une valeur positive à ces bâtiments.

76. «Friches, laboratoires, fabriques, squats, projets pluridisciplinaires... : une nouvelle époque de l'action culturelle», rapport de Fabrice Lextrait, remis à Michel Dufour, Secrétaire d'État au patrimoine et à la décentralisation culturelle, 19 juin 2001.

De même, la mission a été frappée de voir que de nombreux acteurs locaux cherchaient à valoriser leur patrimoine industriel désaffecté et étaient à la recherche de projets pour leur réaffectation, ce qui montre bien qu'il y a bien là une tendance de fond.

En même temps, il faut tout de même souligner que la survie de cette politique d'utilisation des friches est fragile, car ces espaces sont soumis à de fortes pressions immobilières et spéculatives, auxquelles il peut être difficile de résister, dans une période de crise économique. Il paraît donc nécessaire de réaffirmer l'intérêt de ces lieux du point de vue culturel et de sensibiliser les acteurs locaux aux expérimentations qu'ils peuvent accueillir. Une structure de conseil et d'assistance programmatique pour les municipalités qui souhaitent exploiter ces ensembles semblerait de ce point de vue souhaitable...

Enfin, cette culture de la transformation pourrait aussi inspirer une autre mesure pour le Grand Paris culturel. Comme l'a souligné Jean-Luc Poidevin, Directeur général Délégué du pôle Collectivités et du pôle Logement chez Nexity, «la question des usages est primordiale»⁷⁷ : la déspecialisation des équipements et leur reconversion (même temporaire) doit permettre de «libérer les usages». **Ainsi nous proposons de permettre l'utilisation d'espaces existants – les écoles par exemple – pour des activités artistiques ou culturelles afin de pallier l'absence d'espace de travail et de répétition sur le territoire francilien.** Bien entendu, cette mesure impliquerait un changement des règles d'affectation des locaux municipaux.

Le principe de la mixité des activités s'impose dans l'organisation de l'espace

La mixité des usages et des activités compte aussi comme une nouvelle culture de l'aménagement de l'espace d'aujourd'hui car elle est considérée comme un facteur d'intégration, de cohésion sociale et comme un levier positif pour générer des rencontres aléatoires, un dynamisme de quartier, les «hasards heureux» dont se nourrissent la création et la créativité.

Plusieurs chercheurs s'interrogent aujourd'hui sur la façon de créer un environnement organisationnel, géographique, institutionnel, économique qui soit favorable à la création et puisse porter la créativité.

Cet aspect a été particulièrement étudié par Thomas Paris dans son ouvrage «Manager la créativité»⁷⁸. Cet ingénieur, docteur en gestion et professeur à HEC propose une approche qui repose sur une logique d'entrepreneuriat et sur des envies d'acteur. Autrement dit un volontarisme public est nécessaire mais pas suffisant. Il doit laisser sa part à la spontanéité et permettre que se développent des interactions pour que naissent et se concrétisent des projets.

77. «Libérer les usages. Les chemins de l'urbanité», Atelier Castro-Denissof-Casi/Nexity, 2010.

78. «Manager la créativité : Innover en s'inspirant de Pixar, Ducasse, les Ateliers Jean Nouvel, Hermès...», Thomas Paris, Pearson Village Mondial, 2010.

L'interaction apparaît ainsi comme une condition fondamentale et la mixité fonctionnelle est donc désormais considérée comme un but en soi qui s'oppose au découpage de l'espace en zones fonctionnellement différenciées (« zoning »), comme la planification urbaine de l'après-guerre l'avait encouragée.

Cette culture de la mixité rompt donc avec une situation historique qui favorisait la spécialisation, modèle qui montre aujourd'hui ses limites : en effet, la logique de regroupement, si elle permet de créer un signal favorable par l'obtention d'un « effet masse » ne permet pas pour autant de créer les passerelles, les points de passage, les échanges qui alimentent la créativité.

Avec les Contrats de développement territorial, le Grand Paris s'inscrit bien dans cette logique de la mixité car ils ont une vocation transversale et multi-disciplinaire. Rappelons que selon l'article 21 de la loi du 3 juin 2010, « ces contrats définissent, dans le respect des principes énoncés aux articles L. 110 et L. 121-1 du code de l'urbanisme, les objectifs et les priorités en matière d'urbanisme, de logement, de transports, de déplacements et de lutte contre l'étalement urbain, d'équipement commercial, de développement économique, sportif et culturel, de protection des espaces naturels, agricoles et forestiers et des paysages et des ressources naturelles. »⁷⁹

Il apparaît très important de soutenir cette dynamique et de l'encourager dans les opérations du Grand Paris qui reposent sur une spécialisation forte : clusters, pôles de compétitivité, campus universitaires, etc. La mission soutient toutes les initiatives qui au-delà de la spécialisation des opérateurs, intervenants, équipements, cherchent à créer une dynamique plus large qui fasse émerger des points de passage entre différents univers.

Le Grand Paris s'appuie sur la culture à des degrés variables

92% des Franciliens souhaitent que la culture soit un axe important du développement du Grand Paris. Les raisons évoquées sont nombreuses. En effet, pour 55% des personnes interrogées, la culture participe à l'amélioration de la qualité de vie, est un vecteur de croissance économique et d'emploi, de rayonnement international, d'attractivité pour les touristes et est une vitrine pour de nouveaux talents.

Sondage CSA

79. Loi n°2010-597 du 3 juin 2010 parue au JO n°128 du 5 juin 2010.

Parmi les propositions des architectes, trois projets ont retenu tout particulièrement notre attention

La culture – qui apparaît comme on vient de le voir, en filigrane dans toutes les questions liées à la ville – reste paradoxalement encore (trop) souvent occultée dans les réflexions sur le devenir de la métropole francilienne.

Ainsi, il est intéressant de constater que les dix équipes d'architectes impliquées dans la consultation sur le Grand Paris consacrent toutes, dans leur projet, de longs développements à la question de l'agriculture mais n'abordent qu'incidemment la question culturelle, pourtant structurante de la géo-histoire du territoire. La culture ne tient ainsi qu'une place secondaire dans la plupart des dossiers, hormis pour trois équipes qui lui ont consacré de plus amples développements et dont il faut à ce titre, saluer le travail :

Équipe Antoine Grumbach : La proposition originale d'un axe Paris-Rouen-Le Havre ouvre de nombreuses perspectives : une façade maritime, des débouchés portuaires et une épine dorsale, la Seine, monument naturel et fédérateur. Qui dit monument naturel et fédérateur dit action culturelle. Avec la paysagiste Lena Sofer, Antoine Grumbach a donc imaginé une œuvre d'art à grande échelle qui vise à développer un sentiment commun d'appartenance à la vallée de la Seine. L'œuvre d'art se mettrait en place dans 18 haltes jalonnant le parcours, reliées par un chemin cyclable. Avec une thématique commune aux 18 haltes, chaque œuvre d'art célébrera le génie du lieu, son histoire et ses paysages. Les énergies durables, soleil, eau et vent seront mobilisées pour alimenter ces réalisations. La nuit, chacune de ces haltes émettrait un rayon laser vertical qui ponctuerait un axe de lumière de Paris, ville lumière, jusqu'à la mer.

Équipe Jean Nouvel, Michel Cantal Dupart et Jean Marie Duthilleul : C'est un pavé de 640 pages intitulé «Naissances et renaissances de mille et un bonheurs parisiens»⁸⁰ qui regroupe l'ensemble des propositions faites par cette équipe. Parmi celles qui relèvent de la Culture il est préconisé, à l'image du Grand Londres, un nouvel intitulé des villes franciliennes à savoir : Paris Gennevilliers, Paris Marne-la-Vallée, Paris Asnières, Paris Montrouge, etc. L'équipe a également demandé à Daniel Buren d'intervenir sur la place de l'art dans la ville. «Cette hypothèse, explique Jean Nouvel, représente pour Paris la possibilité de renouer avec son histoire, de rappeler que Paris a longtemps été la capitale des arts, qu'il n'y a pas si longtemps, les plus grands artistes avaient décidé d'y vivre, d'y créer un milieu et des écoles. Qu'il y a un peu plus longtemps, l'art des jardins à la française et du siècle des Lumières puis l'art urbain du XIX^e siècle appelaient les artistes les plus prestigieux à éclairer Paris. Ce chantier serait l'occasion d'attirer de nouveau des artistes du monde entier. L'aura de Paris est un atout. Elle sera renforcée par cette politique : la conséquence en sera une attractivité écono-

80. *Naissances et renaissances de mille et un bonheurs parisiens*, Jean Nouvel, Jean-Marie Duthilleul, Michel Cantal-Dupart, Les éditions du Mont-Boron, mai 2009.

mique amplifiée, ce qui veut dire plus de visiteurs, plus d'étudiants, et de chercheurs, plus d'implantations d'entreprises de pointe dans les clusters».

Ces propos nous réjouissent puisqu'ils rejoignent les analyses de ce rapport. Aux côtés de l'équipe Nouvel, l'artiste Maud Le Floc'h et Fabrice Lextrait développent aussi l'idée que le Grand Paris soit l'occasion pour les artistes d'interférer avec les processus de transformations métropolitaines, afin que l'art ne soit plus considéré comme un « supplément d'âme », mais bien comme le cœur des mutations politiques, économiques, sociales et urbaines d'aujourd'hui. C'est la démarche que souhaite mettre en œuvre Jean Nouvel à l'île Seguin : les artistes seront associés dès le stade de la programmation urbaine. C'est aussi l'esprit des opérateurs qui vont intervenir sur le site : ainsi, le portail de l'art dirigé par Nelly Wenger pour le groupe Natural Lecoultre, la Fondation Cartier, le cirque Bouglione et le pôle musical porté par le Département des Hauts-de-Seine se mobilisent dans cette direction.

Équipe Roland Castro - Denissof - Casi : Roland Castro n'a pas attendu 2009 pour imaginer le Grand Paris du XXI^e siècle. Avec son confrère et ami Michel Cantal-Dupart, il avait mené une mission similaire – Banlieues 89 – il y a vingt ans sous le mandat de François Mitterrand. Pour l'équipe Castro, la culture est avant tout un esprit d'appartenance à des valeurs républicaines qui s'incarnent dans des lieux nouvellement investis. Des lieux qui forgent la mémoire et qui dessinent en pointillé la première décennie du XXI^e siècle, celle de la naissance du Grand Paris au service de l'humain. L'équipe propose ainsi la création de sept grands lieux culturels emblématiques et fédérateurs : l'Agora, nouvelle Assemblée du Grand Paris prendrait place à la confluence de la Seine et de la Marne ; le Champ-de-Mars de la République métissée planterait ses pavillons internationaux à Chelles ; le canal de l'Ourcq deviendrait le Canal du Savoir, sorte de seconde Sorbonne ; la Foire du monde multipolaire « culturelle et commerciale » prendrait ses quartiers à Gonesse ; un tronçon de la N305 serait dédié à « L'Allée des personnages Illustres », nouveau Panthéon du Grand Paris ; le Mont Valérien, lieu historique de toutes les mémoires rendrait hommage aux victimes de l'esclavage, de la Shoah, de la colonisation ; enfin, un Opéra et un bâtiment de l'éco-planète seraient implantés au port de Gennevilliers, nouveau phare de la métropole parisienne.

Sans se prononcer sur la faisabilité de chacun de ces projets, la mission soutient cette dynamique consistant à créer de grands symboles fédérateurs.

La prise en compte de la culture par les acteurs locaux est contrastée

Pour certains maires, la culture n'est pas une priorité et elle passe bien après les questions tenant au logement, au développement économique ou aux affaires sociales. Dans un récent sondage par exemple, seuls 4% des maires franciliens citent la culture comme priorité de leur action d'élu local,

l'intérêt porté à la culture étant plutôt du ressort de l'affinitaire, intimement lié à la personnalité des maires⁸¹.

Pour beaucoup d'entre eux, la culture reste encore largement vécue comme une dépense plutôt qu'un capital, avec un retour sur investissement plus long, sans effet immédiat. Elle reste ainsi insuffisamment envisagée comme un facteur de croissance économique et un gisement d'emplois.

Pour d'autres, l'acte artistique n'a qu'une dimension esthétique ou d'animation de l'espace public et la difficulté éprouvée par certaines municipalités à utiliser des dispositifs comme le 1% artistique sur les marchés de travaux publics peut agir comme un repoussoir. **En ce sens, l'annonce d'une réforme de ce dispositif par le Ministère de la Culture apparaît comme une réponse particulièrement opportune et la mission apporte son plein soutien à l'initiative.**

Alors que la territorialisation croissante des politiques publiques de la culture a permis aux collectivités locales (villes, départements et intercommunalités) de devenir les grands responsables de la vie culturelle aujourd'hui, on ne peut pour autant pas conclure à une généralisation de la prise en compte de la culture.

Bien sûr, il faut rendre hommage aux collectivités qui se sont pour la plupart, emparées de la culture et se sont dotées d'une gouvernance culturelle, de services culturels professionnalisés, d'une véritable capacité d'expertise et même d'instruments communs de rencontres et d'échanges de bonnes pratiques comme la Fédération nationale des collectivités territoriales pour la culture (FNCC) qui rassemble aujourd'hui plus de quatre cents communes de France, ou Culture et Départements qui réunit les responsables culturels départementaux (directeurs de la culture et directeurs d'offices culturels départementaux).

Mais il faut aussi souligner la diversité des situations, l'hétérogénéité des stratégies et des perceptions de la culture.

Au cours des entretiens qu'elle a menés, la mission de réflexion a ressenti cette diversité. Souvent, elle a été impressionnée par le nombre très important de projets, d'initiatives, de propositions relevant du domaine culturel qui lui ont été présentés et dont un certain nombre sont au stade de la programmation voire même en cours d'exécution.

Cette richesse, cette abondance ne peuvent que réjouir tous ceux qui s'intéressent à la dimension culturelle du Grand Paris. Elle témoigne de l'effet amplificateur et mobilisateur de la dynamique du Grand Paris même si beaucoup de ces projets existaient à un stade plus ou moins élaboré avant le lancement du Grand Paris. De ce point de vue, le Grand Paris a souvent servi de déclencheur pour réveiller un projet et le remettre en première ligne.

La dimension culturelle du Grand Paris réside à l'évidence dans tous ces projets et toutes ces propositions. La tentation est donc grande de

81. « Les priorités des maires en Île-de-France », Baromètre Amif – *Journal du Dimanche*, avril 2011.

les identifier, de les saisir, d'en dresser un inventaire exhaustif et actualisé. Cela suppose du temps et des moyens et de contourner toutes les difficultés inhérentes à l'établissement d'un tel inventaire.

S'agissant des projets culturels, ceux-ci n'obéissent pas toujours à une présentation logique, construite et rationnelle. Quelques lignes, relevant d'une intuition, d'une envie, d'une passion, peuvent être l'amorce d'un grand projet...

À l'inverse, certains projets qui nous ont été présentés – en particulier d'initiative privée – n'ont pas tous la consistance et la profondeur attendues. Ils relèvent parfois davantage de l'auto-promotion que de la culture. Autre difficulté, l'instabilité des projets : certains sont retirés, d'autres fusionnés, beaucoup font l'objet d'une redéfinition, notamment au gré des opportunités de financement.

Il est donc difficile de faire le tri parmi toutes ces initiatives, même si la mission propose que ce recensement soit établi en priorité. **Pour y voir plus clair et rationaliser la classification, nous suggérons de labelliser ces projets sous trois appellations : projets d'intérêt national, projet d'intérêt métropolitain, projet d'intérêt local.**

Par ailleurs, nous proposons que cet inventaire résulte de conférences culturelles, menées dans chaque département, avec l'ensemble des autorités politiques, administratives, culturelles concernées et bien sûr les différents opérateurs, institutionnels et informels, publics et privés. Ces « États généraux » conduiraient à l'établissement de schémas directeurs culturels départementaux qui pourraient être consolidés en un seul document d'ensemble, au terme du processus. Ces schémas pourraient être très utiles à la consolidation des futurs Contrats de Développement Territorial. Quelques départements nous ont indiqué leur disponibilité pour lancer ce processus et servir de pilote à cet exercice qui paraît nécessaire. D'autant plus que le tableau des projets et des initiatives est foisonnant, hétérogène et assez confus. Qu'on en juge.

Trois principaux instruments de construction du Grand Paris s'appuient sur la culture à des niveaux différents

Dans le foisonnement de projets culturels dont la mission a pris connaissance, trois grands vecteurs qui concourent à la construction du Grand Paris sont apparus comme les principaux contributeurs à la dynamique culturelle d'ensemble. Même si leur ambition n'est pas, loin s'en faut, strictement culturelle, ils méritent ici un rapide développement car c'est sur ces outils que s'appuie le futur maillage culturel du Grand Paris.

- Le premier vecteur est le Schéma Directeur de la Région Île-de-France (SDRIF). Ce document d'urbanisme détermine l'affectation des sols pour l'habitat, les activités, les localisations des grands équipements et des infrastructures. De portée très large, il couvre tout le champ des politiques. Les précédents SDRIF datent de 1965, 1976, 1994. Élaborés par l'État, ils relèvent depuis 1985 de la région Île-de-France.

Le projet de SDRIF adopté par le Conseil régional en 2008 a été rejeté par le Conseil d'État en 2011 car par définition, il ne pouvait tenir compte des évolutions législatives importantes qui étaient intervenues tout particulièrement avec les lois relatives au Grand Paris de juin 2010 et celle relative à l'environnement dite « Grenelle 2 », de juillet 2010. Grâce à un accord entre l'État et le Conseil Régional, des dispositions législatives et réglementaires ont permis de sortir de cette impasse. Le projet de SDRIF de 2008 est donc remis sur le métier.

Les objectifs poursuivis par le document cadre sont nombreux : le logement, l'activité économique, les transports, les ressources naturelles et l'environnement en sont les domaines d'application. Mais le SDRIF prévoit aussi un renforcement des équipements et des services notamment dans le domaine culturel, même si le document de 2008 consacre seulement deux pages à la culture.

En matière culturelle, le SDRIF poursuit quatre objectifs majeurs, visant notamment à « corriger les inégalités et les déséquilibres territoriaux qui freinent l'accès à la culture pour tous, tout en renforçant l'image et le rayonnement culturel de la métropole francilienne, en complétant certaines fonctions culturelles et en valorisant l'existant au travers de l'environnement et de l'urbanisme »⁸².

– En premier lieu, le SDRIF vise donc à renforcer l'attractivité de la région par de grands équipements structurants parmi lesquels nous retiendrons le Musée de l'air et de l'espace du Bourget, la Cité du cinéma à Saint-Denis, le musée des transports urbains à Chelles ou encore la Philharmonie de Paris.

– En second lieu, le SDRIF prévoit de créer ou renforcer des pôles de développement culturel par des équipements de niveau régional. Afin de pallier les manques d'équipements au-delà du cœur d'agglomération, particulièrement à l'est de Paris, il convient de renforcer certains équipements tels que le centre international de musique de chambre à Fontainebleau, la scène nationale de Sénart, la zone correspondant au sud-ouest de la Seine-Saint-Denis qui accueille de nombreux équipements culturels (l'Agora, la Maison internationale de l'illustration à Bobigny, les Archives nationales à Pierrefitte-sur-Seine, les Archives du ministère des Affaires étrangères, les Archives départementales ou encore le Fort d'Aubervilliers) ainsi que le sud de l'Essonne (domaine départemental de Méréville).

– En troisième lieu, il tend à renforcer le maillage des équipements de proximité et accompagner la diversité culturelle par la création de nouveaux lieux de diffusion et de création. Cet effort est encore tourné vers l'est de la région, notamment en matière d'arts plastiques, de lecture publique (basé sur le réseau dense de médiathèques) et de cinéma de proximité. L'apparition de nouvelles pratiques culturelles et de nouveaux modes d'expression culturelle entraîne par ailleurs l'émergence ou le développe-

82. « Les objectifs et orientations pour un développement durable de l'Île-de-France », SDRIF, adopté par délibération du Conseil Régional le 25 septembre 2008.

ment de lieux spécifiques : la Gaîté Lyrique et le 104 à Paris ; le centre de développement chorégraphique « Eureka » dans le Val-de-Marne ; la salle de concert de musiques actuelles « Plan II » en Essonne ; un grand équipement dédié aux expositions et congrès dans le Val-d'Oise ; de nouvelles structures en faveur des musiques actuelles ainsi qu'en faveur des enseignements artistiques à Melun et Provins.

– Enfin, en dernier lieu, le SDRIF 2008 vise à mettre en valeur le patrimoine d'Île-de-France et permettre son appropriation par les Franciliens. Cet objectif concernera spécifiquement les équipements suivants : le musée de la Batellerie à Conflans-Sainte-Honorine, le musée de la Gendarmerie nationale à Melun, le musée de la Grande Guerre à Meaux, le projet de Centre départemental du patrimoine de Seine-et-Marne, le Parc culturel de Rentilly axé autour des arts vivants et des jardins, le musée de la Photographie de Bièvres, le Musée volant de la Ferté-Alais-Cerny, le musée de l'Art vétérinaire de Maisons-Alfort, et enfin le musée de la Psychiatrie et le Centre régional des archives psychiatriques à Neuilly-sur-Marne.

• Le second vecteur par lequel transitent de nombreux projets réside dans les propositions transmises à Paris Métropole en réponse à l'Appel aux initiatives qu'elle a lancé en direction de 110 collectivités locales en mai 2010.

Cet appel visait à faire émerger des projets métropolitains, concrets, et réalisables à court terme, émanant de tous les territoires. Il prenait appui sur l'expérience des IBA (exposition internationale d'architecture) en Allemagne, démarche de projets qui fédère les maîtres d'ouvrage pour favoriser la transformation d'un territoire sur un temps limité. Travaillant conjointement avec l'APUR et l'Institut d'Aménagement de la Région Île-de-France, l'opération a aidé les élus de Paris Métropole à faire émerger leurs modèles propres.

Parmi ces initiatives, plusieurs sont d'ordre culturel et méritent d'être citées ici à titre d'exemple et sans prétendre à l'exhaustivité. On peut les ranger sous différents rubriques :

– Des initiatives faisant appel à l'événementiel : festival Métrociné porté par la Communauté d'agglomération Est-Ensemble (93), festival Aulnay All Blues porté par Aulnay-sous-Bois (93), Festival des Arts de vivre dans la métropole porté par Villecresnes (94), festival Printemps de la Parole porté par la Communauté de Marne et Gondoire (77).

– Des initiatives proposant la création de nouveaux équipements culturels : le Musée des transports urbains porté par la Communauté d'agglomération de Marne et Chantereine et la ville de Chelles (77), le pôle grand public du musée national de la Résistance porté par Champigny-sur-Marne (94), le Moulin Fondu (centre national des arts de la rue) destiné à s'implanter dans un entrepôt ferroviaire réhabilité à Noisy-le-Sec (93), une folie sur le Canal de l'Ourcq portée par la ville de Sevran (93) pour accueillir une librairie et plusieurs salles d'exposition, une salle des congrès portée par la ville de Villeteuse pour accueillir des spectacles et des expositions.

– Des initiatives faisant appel aux artistes et aux créateurs : celle de Neuilly-sur-Seine (92) « les artistes investissent l'axe majeur » destinée à

promouvoir les artistes soutenus par les entreprises et les commerces locaux, celle du département des Yvelines (78) pour confier aux artistes la préfiguration des projets d'aménagements qui s'inscrivent dans les grands paysages du département, celle de Chevilly-Larue (94) pour créer un imaginaire autour de la Nationale 7 grâce aux artistes conteurs de la maison du conte, celle de la communauté d'agglomération du plateau de Saclay (91) visant à rapprocher les champs de la création artistique et de la recherche scientifique.

• Dernier vecteur enfin, – les Contrats de Développement Territorial – sont dans les mains de l'État, notamment du Préfet de Région. Dix-sept contrats sont prévus sur le territoire du Grand Paris et leur coup d'envoi a été donné avec le décret du 24 juin 2011. Leur élaboration est donc en cours et ils devraient être finalisés et soumis à enquête publique dans un délai maximum de 18 mois à compter de la publication du décret approuvant le schéma d'ensemble du réseau de transport du Grand Paris.

La rubrique «développement culturel» figure au nombre des objectifs, poursuivis par chacun des 17 CDT avec l'appui de la DRAC Île-de-France. Afin de structurer le volet culturel des CDT, la DRAC, accompagnée dans certains cas, par des groupes de travail spécifique, a dégagé trois axes de lecture prioritaire :

- la mémoire des territoires au titre du développement durable (patrimoines matériels et immatériels);
- les services culturels à la population au titre de l'attractivité économique et résidentielle;
- les projets culturels (équipements et événements) d'envergure métropolitaine au titre de leur capacité à attirer un public qui ne travaille ni n'habite à proximité du territoire relevant du contrat en question.

Sur les dix-sept contrats, les volets culturels sont encore très inégalement développés. Par ailleurs, une grande partie des CDT ne contiennent que des projets répondant à leurs spécialités mais comprennent malgré cela quelques pistes d'ordre culturel, sûrement appelées à s'étoffer dans les mois à venir, même si les délais imposés par la loi et l'absence de vision précise sur leurs financements rendent difficiles l'exercice d'élaboration de ces contrats.

À ce stade, cinq CDT méritent en revanche d'être étudiés de façon plus détaillée sur la base des informations fournies par la DRAC. Trois intéressent la Seine-Saint-Denis et les deux autres s'étendent sur le territoire de plusieurs départements :

– **Le CDT «La Plaine Saint-Denis – Territoire de la création»**, qui recouvre une large partie du territoire de la communauté d'agglomération de Plaine Commune et la ville de Saint-Ouen, vise à faire de ce territoire un cluster de la création. La thématique de ce cluster s'appuie sur les nombreuses ressources mobilisables sur ce territoire : un tissu de petites entreprises culturelles autour du cinéma, du multimédia et du jeu vidéo, un foncier disponible important et encore peu onéreux, la présence de très nombreuses friches adaptables aux activités culturelles et artistiques, un volontarisme politique très fort en matière culturelle, des équipements structurants en matière de spectacle vivant et de musique notamment, et des projets en cours importants, comme la Cité du cinéma de Luc Besson.

– **le CDT «Paris Le Bourget»**, qui regroupe les communes de Dugny, Drancy, du Blanc-Mesnil et bien sûr du Bourget, vise à valoriser et développer l’aviation d’affaires et les activités liées à l’aéronautique. Au cœur du CDT, se trouve le musée national de l’air et de l’espace, établissement public sous la tutelle du ministère de la Défense qui mérite d’être valorisé par la richesse de ses collections uniques au monde. Le ministère de la Défense vient d’ailleurs d’annoncer qu’il consacrerait 20 millions d’euros pour la rénovation de ce musée majeur.

– **le CDT «Est de la Seine-Saint-Denis»**, qui regroupe Sevran, Aulnay-sous-Bois, Livry-Gargan, Clichy-sous-Bois, Montfermeil. Territoire enclavé, à l’habitat contrasté, il fait l’objet d’études sur le renouvellement urbain, conduites par le groupe Descartes (Yves Lion) et Finn Geipel. Il est aussi l’objet de nombreuses attentions des élus locaux qui souhaitent changer l’image de ce territoire ; quatre projets culturels sont à l’étude :

– *La Villa Médicis de Clichy Montfermeil* : projet phare et prioritaire du ministre de la Culture et de la Communication pour le Grand Paris, soutenu par le Ministre de la Ville et la Ville de Paris et au premier chef par les communautés locales concernées, ce projet vise à installer dans la Tour Utrillo au cœur du quartier des Bosquets un établissement artistique de rang international où des artistes et des créateurs de toutes les disciplines développeront en résidence des projets largement ouverts sur le territoire.

La mission se montre très favorable à ce projet et souhaite que ce chantier puisse être l’un des premiers emblèmes de la dynamique du Grand Paris Culturel.

– *Les résidences de la Poudrerie* : la poudrerie est un parc classé que traverse le Canal de l’Ourcq, principalement sur le territoire de la ville de Sevran. Le projet propose d’accueillir des équipes artistiques développant des actions en lien avec la population.

– *Le Centre d’éveil et de création artistique (CREA)* à Aulnay-sous-Bois qui mène depuis plus de vingt ans une action exemplaire auprès des amateurs et contribue au renouveau des arts lyriques et de la scène. Cette structure porte le projet du premier Centre Européen de Création Lyrique pour Enfants.

– Un événement autour de l’art des jardins et des paysages qui prendrait appui sur l’Arboretum de Montfermeil, les jardins partagés créés à Sevran et sur les espaces naturels de ce territoire, trop largement méconnus

– **Le CDT «Est parisien – Cité Descartes»** : territoire d’innovation pour un développement urbain durable, il se développe sur trois départements (77, 93, 94) et se fonde sur l’existence de centres de formation de prestige (École des Ponts, École supérieure d’architecture de la ville et des territoires) ainsi que sur le domaine national de Champs-sur-Marne. Le volet culturel s’ordonne autour du musée des transports urbains à Chelles qui disposera d’une collection unique en France, riche de 200 véhicules (bus, tramways, métros) et de nombreux éléments mobiliers (maquettes, photographies, documents etc.).

– Le CDT «cluster scientifique et technologique du Plateau de Saclay», réparti sur les deux départements de l’Essonne et des Yvelines est un territoire vaste et hétérogène avec une identité rurale et agricole encore marquée. Le contrat s’ordonne autour de la création d’un cluster scientifique de renommée mondiale, par l’installation de nouvelles unités d’enseignement et de recherche autour de celles déjà implantées. Du point de vue culturel et artistique, la DRAC a identifié deux axes de travail sur ce contrat : l’un autour des arts (arts plastiques et arts de la rue) dans l’espace public, notamment autour de Saint-Quentin-en-Yvelines et l’autre autour de la musique, notamment dans son lien avec les sciences et la recherche.

La culture est créatrice de Grand Paris et joue un rôle important dans la structuration du territoire métropolitain

Le Grand Paris culturel est l’héritage des politiques culturelles qui ont contribué à équiper la métropole

Paris fait partie des capitales qui ont cumulé dans leur histoire les trois fonctions de chef-lieu politique, économique et culturel et par là accumulé les signes et les attributs d’un État fort et centralisateur. On retrouve ce trait caractéristique dans la cartographie culturelle qui profite très largement au centre de Paris même si l’histoire de l’espace parisien – en expansion continue depuis l’île médiévale de la Cité, jusqu’aux fortifications du XIX^e siècle – a généré quelques grands pôles culturels hors les murs, comme Versailles, Saint-Germain-en-Laye, Fontainebleau ou encore Saint-Denis. Se sont ajoutés plus récemment les équipements culturels issus de la décentralisation et de politiques volontaristes, comme dans l’ancienne «ceinture rouge», qui ont laissé un nombre important de théâtres ou d’espaces polyvalents en proche périphérie (Nanterre, Gennevilliers, Saint-Denis, Aubervilliers, Bobigny) ou dans les villes nouvelles (opéra de Massy, d’Évry etc.).

Si la domination parisienne du point de vue culturel reste forte, elle n’est pour autant plus exclusive. La banlieue, loin d’être un désert francilien, est aussi un espace structuré avec ses lieux symboliques. Elle n’est pas un no man’s land uniforme et anonyme, ce constat valant autant pour la première couronne que pour la seconde.

En Île-de-France, hors Paris, la vie culturelle d’une commune s’articulait, selon son importance, autour d’une salle des fêtes, d’une bibliothèque, d’un conservatoire, d’un musée, parfois d’un théâtre. La création était aidée quelque fois par les commandes publiques à des artistes plas-

ticiens. Les premières expérimentations et créations de lieux culturels, tels que nous les connaissons aujourd'hui, datent d'après la Seconde Guerre mondiale. C'est la période de l'invention des politiques culturelles qui ont permis la multiplication des équipements culturels sur le territoire.

Il faut ici rappeler que ces politiques culturelles sont l'héritage du Grand Paris et que notre cartographie culturelle en est aussi largement la résultante.

La petite couronne est historiquement une terre d'innovation culturelle

De la Basilique de Saint-Denis au Fort d'Aubervilliers, de la Maison de Chateaubriand (Châtenay-Malabry) au Mac/Val (Vitry-sur-Seine), du Théâtre de la Commune (Aubervilliers) au projet de Cité européenne du Cinéma de Luc Besson (Saint-Denis), la banlieue parisienne s'est en effet progressivement équipée de lieux dont l'attrait culturel dépasse largement le cadre local. Les villes et, dans un deuxième temps, les départements ont progressivement, dans la seconde moitié du XX^e siècle, impulsé une dynamique culturelle qui se prolonge encore aujourd'hui.

• Des initiatives communales en banlieue parisienne se sont développées à côté d'une action de l'État tournée uniquement vers la province (années 1950-1960)

À la Libération, la reconstruction, le développement de l'industrialisation et l'essor démographique favorisent le développement d'une culture populaire : grandes fêtes, bals, harmonies et fanfares. Les jeunes sont principalement visés et les mouvements de jeunesse sont en pleine croissance. L'éducation populaire et l'animation culturelle sont les grandes priorités et c'est l'époque où les Maisons des jeunes et de la culture (MJC) connaissent un important développement, encouragé par le Secrétariat d'État à la Jeunesse et aux Sports. Le secteur associatif, les mouvements de jeunesse et les comités d'entreprises encadrent les loisirs, où le militantisme côtoie l'éducation et la culture.

Les équipements culturels se réduisent à des salles des fêtes, des théâtres lyriques où se produisent parfois des troupes de théâtre itinérant (le Franc-Théâtre, le Théâtre de l'Île-de-France de Jacques Sarthou), dans la continuité du théâtre ambulant ou de tréteaux pratiqué avant guerre.

L'État, plus particulièrement la Direction des Spectacles et de la musique, entreprend un grand mouvement de décentralisation théâtrale dans les régions consistant à implanter des troupes permanentes encadrées par un homme de théâtre. Celle de l'Île-de-France n'est pas concernée !

La banlieue ne peut alors compter que sur les initiatives de ses élus et de leur rencontre avec un homme de théâtre. Précurseur et visionnaire, Jean Vilar, fondateur du Festival d'Avignon et directeur du Théâtre National Populaire (TNP) décide d'aller au-devant du public et d'investir les salles de banlieue : « Il faut construire des théâtres en banlieue. Il faut supprimer ces absurdes salles des fêtes sinistres et inutiles. Il faut édifier vite des salles de spectacles simples et adaptées aux conditions de jeux actuelles

—

dans ce Paris qui est plus grand que Paris. Il n'y a plus de théâtres aux portes de Paris. Les sociétés de Louis XVIII, Charles X, Louis-Philippe, Napoléon III avait construit les théâtres Montmartre, Montparnasse, des Batignolles, des Gobelins, des Bouffes-du-Nord, des théâtres extérieurs. Qu'avons-nous fait depuis pour prolonger cet effort ? Oui qu'avons-nous fait ?

Paris aux yeux du monde se glorifie de ses nombreux théâtres, du plus modeste au plus charmant cabaret, aux plus immenses de ses salles. C'est sa parure et nous en sommes fiers. Mais passée la porte de Clignancourt ou la porte d'Orléans, il faut parcourir plus de soixante kilomètres avant de trouver le premier théâtre digne de ce nom où l'on puisse jouer la comédie... »⁸³.

Sa troupe investit plusieurs « bastions » : le théâtre de Suresnes, la Maison du Peuple à Clichy, la salle des fêtes de Gennevilliers, Saint-Denis, amorçant ainsi une tradition de circulation des hommes de théâtre entre les différents lieux culturels, habitude qui se poursuit encore aujourd'hui.

Parmi les pionniers de ce phénomène particulier de création de théâtre en banlieue, celui du Théâtre de la Commune à Aubervilliers est le plus marquant. Au tout début des années 60, l'homme de théâtre Gabriel Garran investit la commune où il fonde une école, crée un festival et travaille, en liaison avec le maire et son adjoint à l'enseignement et à la culture (Jack Ralite), sur le projet de création d'un théâtre qui ouvre ses portes en 1965.

Selon le même schéma, des théâtres municipaux voient le jour avec des hommes de théâtre comme directeurs : Saint-Denis avec José Valverde, Colombes avec Pierre Valde, Villejuif avec Raymond Gerbal, Boulogne avec Pierre Vielhescazes, Antony avec Jacques Sarthou, Vitry avec Jacques Lasalle, l'Ensemble théâtral de Gennevilliers avec Bernard Sobel. Parallèlement, les villes créent des centres culturels municipaux et des réseaux de MJC.

Dans un autre champ, celui du livre et de la lecture publique, il faut signaler l'originalité d'une démarche privée et innovante menée par un mécène (Mme Grüner-Schlumberger) qui crée l'Association « La Joie par les Livres » dans le but de fonder une bibliothèque pour enfants, moderne et dans un quartier populaire. Le choix se porte sur la Cité de la Plaine au Petit-Clamart. La Bibliothèque La Joie par les Livres, à Clamart (actuelle Petite Bibliothèque Ronde), inaugurée en 1965, fut la première bibliothèque française destinée aux enfants, avec des espaces et un mobilier conçus pour eux. Dirigée jusqu'en 2001 par Geneviève Patte qui développa une pédagogie spécifique pour les enfants et le développement de la littérature pour l'enfance et la jeunesse, inspirée de pratiques anglo-saxonnes, elle servit de modèle aux sections enfantines des bibliothèques municipales et est reconnue au niveau international.

En 1959, lors de la création du ministère des Affaires culturelles, André Malraux choisit de privilégier le théâtre (qui fait d'ailleurs l'objet de sa première conférence de presse). Avec une volonté de démocratisation

83. « La revue du TNP », Jean Vilar, Bref n°4, 1952.

culturelle et dans un souci de décentralisation théâtrale, il implante des centres dramatiques, met en place des troupes de théâtre permanentes et invente les Maisons de la culture (MC). Cette politique, à la fois culturelle et d'aménagement du territoire, concerne uniquement la province et ignore la banlieue parisienne. Celle-ci dépend entièrement de la détermination de ses maires ou de leur adjoint à la culture (poste qui commence à se généraliser).

Ce n'est qu'à la fin de la décennie 60 que certaines villes obtiennent du Ministère la perspective de construction de maisons de la culture, à Bobigny, Nanterre et Créteil.

- Les villes ont progressivement fixé leur cartographie culturelle et institutionnalisés leurs politiques culturelles (années 1970)

Les années 70 voient l'achèvement de la cartographie théâtrale et culturelle de la banlieue parisienne. Les villes se dotent petit à petit d'une véritable politique culturelle, avec les délégations et les équipes municipales nécessaires, action reconnue par l'État qui met en place une politique de contractualisation avec les premières chartes culturelles. Les rapports avec le Ministère se normalisent. Celui-ci crée un autre type d'établissement : « À côté des cathédrales, il faut des églises » (Jacques Duhamel). Ce sont les Centres d'Action Culturelle (CAC) pour permettre aux villes plus petites de se doter aussi d'un équipement culturel pour l'accueil et la diffusion, mais pas forcément la création, qui deviendront plus tard les Scènes Nationales d'aujourd'hui : Les Gémeaux à Sceaux-Bourg-la-Reine et le Théâtre 71 à Malakoff.

Par ailleurs, le Ministère reconnaît plusieurs théâtres de banlieue et les subventionnent en tant que Centre Dramatique National (CDN) : Théâtre de la Commune à Aubervilliers, les Amandiers à Nanterre et plus tard, Gennevilliers et Saint-Denis.

Ariane Mnouchkine installe son Théâtre du Soleil à la Cartoucherie de Vincennes. Jean-Claude Penchenat implante le Théâtre du Campagnol à la Piscine de Châtenay-Malabry. Apparaissent aussi de nombreux théâtres municipaux : Quartiers d'Ivry, Jean-Vilar de Vitry, Jean Arp à Clamart, Théâtre André Malraux à Rueil-Malmaison.

Cette décennie est riche en création d'autres équipements culturels. Le lancement par le compositeur Marcel Landowski, responsable du tout nouveau Service de la musique au Ministère de la culture, d'un plan de dix ans en faveur de l'enseignement musical suscite la multiplication des orchestres (Orchestre National de l'Île-de-France - ONIF - créé en 1974) et encourage la formation des amateurs, avec l'éclosion des Écoles de musique. Les plus importantes sont aujourd'hui les Conservatoires à Rayonnement Régional (CRR) d'Aubervilliers, Boulogne-Billancourt, Rueil-Malmaison et Saint-Maur-des-Fossés ou départemental (CRD) : on en compte une douzaine pour la Petite Couronne.

En 1975, les bibliothèques changent aussi de tutelle et passent de l'Éducation à la Culture. Les bibliothèques connaissent alors une lente et longue période de démocratisation culturelle, d'évolution et de développement. De bibliothèques savantes ou populaires, elles deviennent « publiques », offrant l'accès à tous les savoirs, pour tous les publics. D'une

fonction strictement patrimoniale, elles évoluent vers une fonction culturelle et éducative au sein de la cité, tenant compte à la fois de l'évolution de la société et de la révolution numérique qui «élargit» l'offre documentaire. Ces médiathèques sont devenues aujourd'hui, par les services offerts aux différents publics, l'équipement culturel de proximité par excellence, des maisons de la culture du XXI^e siècle.

Face à la fermeture de salles de cinéma, liées à la généralisation de la télévision, de nombreux maires choisissent de municipaliser leurs salles en les rachetant ou en équipant un centre culturel municipal.

Enfin, la décennie marque le début d'une période faste pour les musées. Les collectivités locales prennent en compte leur patrimoine monumental et muséal, le rénovent, créent des extensions ou inventent des collections qui valorisent les richesses artistiques locales et offrent un fort potentiel touristique et économique. Apparaissent ainsi par exemple, le Musée municipal de Nogent-sur-Marne, le musée Français de la carte à jouer d'Issy-les-Moulineaux, celui des Années 30 à Boulogne.

• Depuis les années 80, l'action culturelle des collectivités locales et du Ministère de la Culture monte en puissance

En 1980, l'Année du Patrimoine lancée par le Ministère à l'intention de toutes les collectivités locales, cristallise les actions de restauration et de valorisation des monuments menées par les communes. Elle permet une prise de conscience de l'intérêt du «petit» patrimoine rural comme du patrimoine industriel. Les Hauts-de-Seine et le Val-de-Marne se lancent alors dans l'Inventaire Général des Monuments et Richesses Artistiques (actuellement Inventaire Général du Patrimoine Culturel) de leur département. En 1984, les collectivités locales s'approprient les «Journées portes Ouvertes dans les Monuments Historiques» (futurs «Journées Européennes du Patrimoine») inventées par le Ministère qui connaîtront un succès durable.

Les lois de décentralisation de 82/83 favorisent par ailleurs la prise en compte de la compétence culturelle par un nouvel échelon de collectivités, les Départements. En leur attribuant les Archives et les Bibliothèques Centrales de Prêt (BCP) elles confortent et encouragent les Hauts-de-Seine, la Seine-Saint-Denis et le Val-de-Marne, jeunes Départements, nés en 1968, dans leur prise d'autonomie. Seuls départements à ne pas posséder de BCP, en raison de leur configuration très urbaine, les trois départements de la Petite Couronne mettent en place progressivement une politique en faveur du livre et de la lecture. Parallèlement, ils inventent et développent leur propre politique culturelle, tenant compte des spécificités de leur territoire à dominante urbaine, en périphérie de Paris et largement pourvu d'équipements culturels. Ces politiques culturelles se développent en complémentarité avec les actions menées par les communes et souvent en partenariat avec elles. Pour leurs mises en œuvre, les départements se dotent de budgets conséquents et de services culturels professionnels.

À partir de 1981, le nouveau ministère de la Culture sous l'impulsion de Jack Lang élargit aussi le champ de sa politique. Une nouvelle génération d'acteurs est nommée à la tête des grandes institutions théâtrales : Patrice Chéreau à Nanterre (lui succéderont Jean-Pierre Vincent puis Jean-

Louis Martinelli), Pierre Ascaride (Théâtre d'appartement) à Malakoff, Serge Noyelle à Châtillon, Catherine Dasté à Ivry-sur-Seine, Alfredo Arias à Aubervilliers, Olivier Meyer à Suresnes, Didier Fusillier à Créteil.

De nouvelles esthétiques font l'objet d'une nouvelle attention :

La danse d'abord, avec la Nouvelle danse française, est institutionnalisée par le ministère de la Culture qui crée les Centres chorégraphiques nationaux. L'École de danse du ballet de l'Opéra de Paris s'installe à Nanterre (1987) et le Centre national de la danse à Pantin (1998). Le Centre chorégraphique National de Créteil et du Val-de-Marne accueille la Compagnie Käfig, dirigée par Mourad Merzouki. Notons au passage qu'un Centre de développement chorégraphique a aussi ouvert depuis à la Briqueterie à Vitry-sur-Seine. De nombreux festivals voient le jour : Rencontres chorégraphiques internationales de Seine-Saint-Denis, Biennale de danse du Val-de-Marne, Rendez-vous chorégraphiques de Sceaux, Artdanthé à Vanves, Suresnes Cité Danse (1993), etc. Le mouvement hip-hop («street dance») importé des États-Unis rencontre un succès particulier en banlieue. Précurseur, le Théâtre de Suresnes – Jean Vilar crée en 1993 un festival et en 2007 un Pôle de production, de diffusion et de transmission : «Cité Danse Connexion» est lancé, où se croisent les danseurs hip-hop et les chorégraphes contemporains renommés.

Des disciplines artistiques connaissent un renouveau et attirent un public adulte : le conte avec de nombreux festivals de conteurs et la création de la Maison du conte à Chevilly-Larue, la Marionnette avec MAR. T. O, festival de marionnettes et de théâtre d'objet pour adultes (2000) qui rassemble plusieurs communes des Hauts-de-Seine, le cirque et les arts de la rue, dont le renouveau est concrétisé par l'ouverture de plusieurs lieux : L'École de Cirque de Rosny-sous-Bois (actuelle École Nationale des Arts du Cirque) (ENACR), le théâtre équestre Zingaro de Bartabas au Fort d'Aubervilliers, l'Académie Fratellini à Saint-Denis, et le Théâtre Firmin Gémier/Chatenay-Malabry (qui devient Pôle National des Arts du Cirque).

Les Années 90 voient enfin l'apparition de nouveaux lieux liés à l'évolution des pratiques culturelles : les multiplexes, complexes comportant au minimum 8 salles de cinéma, les Maisons des Arts, les Scènes de musique actuelles (SMAC), les espaces publics numériques ou multimédia.

La grande couronne n'a pas échappé à cette dynamique et a suivi un développement culturel proche, au moins dans les zones urbanisées

Entourant Paris et sa Petite couronne, la Grande couronne s'étend sur un vaste territoire où se côtoient urbain et rural. Constituée de petites et moyennes villes, cette zone limitrophe de la périphérie parisienne s'étend de Pontoise à Sarcelles et Gonesse pour le Val-d'Oise, de Palaiseau à Corbeil pour l'Essonne, et s'est développée le long de la Seine jusqu'à Mantes-la-Jolie à l'ouest et Melun au sud-est, de la Marne jusqu'à Meaux, de l'Oise, et le long d'axes routiers jusqu'à Rambouillet et Étampes au sud.

C'est un territoire aux grands écarts où le développement de l'urbanisation a suivi les grands axes de communication, (voies routières, ferroviaires, fluviales) où des Villes Nouvelles ont été créées mais où subsistent des massifs forestiers importants (forêts de Rambouillet et de Fontainebleau, pour les plus grandes) et des régions naturelles comme la Beauce, la Brie et le Gâtinais aux terres agricoles très fertiles. Des disparités administratives s'y observent : trois «jeunes» départements issus du redécoupage territorial de 1968, l'Essonne, le Val-d'Oise et les Yvelines, côtoient un département créé par la Révolution française, la Seine-et-Marne dont la surface représente environ la moitié de la région Île-de-France.

Par ailleurs, on y constate aussi une grande disparité culturelle : une culture de banlieue y côtoie celle, historique, des anciennes villes royales. Une culture contemporaine développée par les Villes Nouvelles cohabite avec une culture empreinte de tradition rurale. Quelques théâtres d'envergure, un très important patrimoine national de prestige émergent au milieu d'équipements culturels de proximité traditionnels et les marques d'un passé rural toujours présent. Dès les années 80, les départements, conscients des déséquilibres culturels de leur territoire, ont d'ailleurs fait de l'aménagement culturel équilibré de leur territoire une priorité, en mettant en place des politiques de diffusion de la culture pour irriguer leur territoire, en organisant des tournées de spectacles, concerts et animations diverses comme « Les Scènes rurales » en Seine-et-Marne, le « Festival Théâtral du Val-d'Oise » ou « Odyssées 78 » dans les Yvelines. Ils ont développé aussi des actions d'aide aux petites communes, de soutien aux associations qui mènent des activités en réseau (Créat'Yve, réseau de théâtres en Yvelines, Route 77 pour les groupes amateurs de musique actuelle en Seine-et-Marne).

Les zones les plus urbanisées sont largement pourvues d'équipements culturels

Comme les villes de la Petite Couronne, les zones urbanisées de la grande couronne ont connu un développement culturel assez similaire. Il convient cependant de souligner quelques grands traits caractéristiques propres à ce territoire :

– Une partie de l'histoire du théâtre y est écrite, notamment à Versailles et à Saint-Germain-en-Laye. Molière, repéré par Louis XIV lors de la fête donnée par Fouquet au Château de Vaux-le-Vicomte, crée en 1665 la Troupe du Roy à Saint-Germain-en-Laye, ville qui vit la construction de plusieurs théâtres du XVII^e au XX^e siècle dont l'actuel Théâtre Alexandre Dumas (en 1989). À Versailles, l'Opéra Royal au Château est inauguré en 1770. Marie-Antoinette fait construire le Théâtre de la Reine au Petit Trianon (1780), et la comédienne Mademoiselle Montansier, le Théâtre qui porte son nom (1777). Le Théâtre d'Étampes date du milieu du XIX^e siècle, celui de Fontainebleau «à l'italienne» est inauguré en 1912 et le Théâtre de Poissy voit le jour dans la salle Molière de l'Hôtel de ville en 1937. Dans les années 60, le Théâtre de Sartrouville, dirigé par Claude Sevenier qui accueille Patrice Chéreau, Jean-Pierre Vincent, Catherine Dasté, Françoise Pillet, est l'un des premiers à développer une politique de création théâtrale pour l'enfance et la jeunesse et est Centre Dramatique National. L'espace Germinal, scène de l'est val-d'oisien est inauguré dans un équipement municipal poly-

valent des années 70. De la même époque date le Théâtre du Louvrais à Pontoise qui sera l'une des entités de L'Apostrophe/Scène nationale de Cergy-Pontoise. L'Opéra de Massy, fondé en 1993, est la première structure à être labellisée « scène conventionnée lyrique » par le Ministère de la Culture. Quant à l'Académie du Spectacle Équestre, imaginée par Bartabas, le fondateur du théâtre équestre Zingaro, elle est inaugurée en 2003 dans les Grandes Écuries construites par Jules-Hardouin Mansart à Versailles. Tout récemment les Tréteaux-de-France, Centre Dramatique National itinérant installent leur siège social à Montereau-Fault-Yonne et amorcent un nouveau démarrage sous la direction de l'acteur et réalisateur Robin Renucci.

– Une longue tradition cinématographique existe depuis le début du xx^e siècle et les salles de projection cinématographique s'y sont multipliées. Peu subsistent de cette époque. Argenteuil inaugure sa première salle en 1908. À Beaumont-sur-Oise, l'ancienne salle des fêtes devient le cinéma « Le Palace », célèbre par son architecture « arts déco » et pour avoir servi de cadre à l'émission « La Dernière Séance ». Depuis une dizaine d'années les multiplexes se développent profitant de l'attrait des centres commerciaux, avec parkings et restaurants (Pathé Belle Épine) et des centres de loisirs (Gaumont Disneyland).

– Les musées municipaux valorisant les richesses et les diversités patrimoniales locales continuent à se développer. Par exemple, la prochaine inauguration prévue est celle du Musée de la Grande Guerre/Pays de Meaux le 11 novembre 2011. Situé à proximité du Monument américain, dans une architecture contemporaine de Christophe Lab ce musée d'histoire et de société est consacré à la Bataille de la Marne et à la Première Guerre mondiale.

– Un foisonnement de festivals s'y observe, du « Potager du Rock » à Versailles aux « Bains numériques à Enghien-les-Bains » et à « La Fête des Loges » de Saint-Germain-en-Laye ou à « Cinéma européen en Essonne » ...

– L'art contemporain est aussi présent avec le Cyclope de Jean Tinguely et Niki de Saint-Phalle à Milly-la-Forêt, des lieux d'exposition et de résidences : le Centre d'art contemporain de Brétigny-sur-Orge, le Domaine départemental de Chamarande, le Centre photographique d'Île-de-France à Pontault-Combault, etc. L'un des plus récents étant La Galleria Continua, originaire de San Gimignano (Toscane) qui, après une autre installation à Pékin, a investi un hangar à Boissy-le-Châtel et y présente des artistes internationaux de renom et émergents.

– Enfin, la deuxième couronne est aussi la zone de délocalisation de quelques grands établissements nationaux : les Archives Nationales à Fontainebleau (1969) qui connaîtront une nouvelle décentralisation en 2012 avec le Centre des Archives nationales à Pierrefitte-sur-Seine mais aussi les Archives Françaises du Film à Bois-d'Arcy, les Archives de la Cinémathèque à Montigny-le-Bretonneux. Cela dans la continuité du Service historique de La Défense au Château de Vincennes, de la Bibliothèque de documentation internationale contemporaine à Nanterre, de l'Institut national audiovisuel à Bry-sur-Marne. Autre projet, le Centre de Conservation des Patrimoines,

pour abriter les collections de grands musées nationaux, sera ouvert à Cergy-Pontoise, en 2015.

Les Villes nouvelles ont un statut culturel particulier sur le territoire

Face à la croissance démographique forte de la région parisienne, rappelons qu'il a en effet été procédé à la création de cinq Villes Nouvelles : Cergy-Pontoise au nord-ouest, Saint-Quentin-en-Yvelines au sud-ouest, Évry et Sénart au sud et Marne-la-Vallée à l'est. Cette dernière, la plus étendue (20 km de largeur) a été conçue pour rétablir le déséquilibre historique existant entre l'est et l'ouest de l'Île-de-France et comprend le parc de loisirs de Disneyland Paris. Créées entre 1969 et 1973 à partir de petites villes anciennes, de bourgs ruraux et de terrains agricoles, elles se caractérisent par le travail en commun d'architectes, d'urbanistes et d'artistes internationaux qui ont multiplié les expériences, dessiné de nouveaux espaces et permis l'émergence d'un art public intégré à la ville, tout en conservant des témoignages de leur passé. Les réalisations sont accompagnées d'une sensibilisation des habitants au cadre de vie, généralement avec l'appui du Fonds d'intervention culturelle (FIC). De longues missions d'études précèdent la création d'équipements intégrés, rassemblant en un même lieu un établissement scolaire, des établissements sociaux, socio-éducatifs, culturels et sportifs, dans une volonté de démocratisation de l'accès à la culture.

Ainsi à Évry est réalisé un centre urbain fort, en ajoutant à la préfecture, isolée dans les champs, un centre commercial régional et un important centre de loisirs et de culture : l'Agora rassemble avec trois salles de spectacle, une médiathèque, des salles associatives, des cinémas (aujourd'hui, un multiplexe), des équipements sportifs.

Et dans les cinq Villes nouvelles, rappelons que l'on retrouve cinq scènes nationales :

- le Théâtre de l'Agora inauguré en 1975, d'abord Centre d'action culturelle, puis Scène nationale d'Évry-Essonnes ;
- la Scène nationale de Sénart implantée sur deux des dix communes de la Ville nouvelle gère la Coupole (construite en 1986 par Jean Nouvel) à Combs-la-Ville et la Rotonde (1991, Witold Zandfos) à Moissy-Cramayel ;
- la Ferme du Buisson/Scène nationale de Marne-la-Vallée, à Noisiel, exemple de réhabilitation de patrimoine industriel, Le Théâtre de Saint-Quentin-en-Yvelines, scène nationale à Montigny-le-Bretonneux, L'Apostrophe/Scène nationale de Cergy-Pontoise qui gère le Théâtre des Louvrais à Pontoise et le Théâtre des Arts à Cergy, et côtoie le Théâtre 95, centre européen des écritures et scène conventionnée.

Elles sont considérées comme les seules «têtes de pont» du Ministère de la Culture et de la Communication pour ce qu'il est convenu d'appeler l'aménagement du territoire en région parisienne : situées entre vingt-cinq et quarante kilomètres de Paris, elles sont à la fois encore proches de Paris et pourtant les plus lointaines des institutions du spectacle vivant.

À côté de leurs Scènes nationales, les Villes nouvelles ont développé d'autres activités et lieux culturels. Par exemple : un réseau de musiques actuelles à Sénart (L'Empreinte), un conservatoire à rayonnement

régional, une médiathèque et le Théâtre 95 à Cergy, tandis qu'à Pontoise, ville d'art et d'histoire, les musées Pissaro et Tavet-Delacour voisinent avec le cinéma indépendant « Utopia ». À Évry : des Ateliers d'art plastique et un Espace public numérique. À Marne-la-Vallée : un réseau de médiathèques, le Conservatoire du Val-Maubuée.

Le patrimoine joue un rôle particulièrement déterminant sur ce territoire

Ancienne province relevant directement de l'autorité du roi de France, rappelons que l'Île-de-France, reste très majoritairement rurale. Ces zones rurales sont marquées par la présence de villes moyennes et petites, de nombreux sites patrimoniaux prestigieux et d'un patrimoine rural encore abondant. Les activités rurales, artisanales et industrielles ont également laissé des bâtiments et des friches susceptibles d'être réhabilités à des fins culturelles.

L'Île-de-France est riche de plus de 11 000 sites archéologiques, de 3 785 monuments inscrits et classés en Île-de-France (chiffres 2009). À côté des « Parcs naturels régionaux » : Vexin Français, Gâtinais Français, Haute Vallée de Chevreuse et Oise-Pays de France, des « Secteurs sauvegardés » : Saint-Germain-en-Laye et Versailles quartier ancien, des « Villes royales » : Fontainebleau, Marly-le-Roi, Rambouillet, Saint-Denis, Saint-Germain-en-Laye, Versailles, Vincennes, Dourdan, Étampes ; la cité épiscopale de Meaux, celle médiévale de Provins classée au Patrimoine mondial de l'Humanité par l'Unesco.

Châteaux, hôtels particuliers, abbayes, cathédrales, églises, architecture civile, militaire, maisons de particulier côtoient un patrimoine rural constitué de fermes, granges, lavoirs, moulins, pigeonniers, puits, fontaines, etc., mais aussi un patrimoine artisanal (blanchisseries) et industriel qui dessinent un inventaire à la Prévert : Château de Versailles, Granges de Port Royal, Cathédrale d'Évry (réalisée par l'architecte Mario Botta), Grands Moulins de Corbeil et leur tour élévatrice, Fondation cistercienne de Royaumont... Certains de ces lieux sont occupés par des Musées nationaux : le musée de la Renaissance à Écouen, ou le musée de l'Archéologie à Saint-Germain-en-Laye par exemple. D'autres connaissent des réutilisations culturelles, comme la Ferme du Buisson et la Chocolaterie Meunier à Noisiel.

Plusieurs labels récemment créés permettent de valoriser les villes dotées de sites patrimoniaux. « Villes et pays d'art et d'histoire », « Patrimoine du XX^e siècle » décernés à des réalisations architecturales et urbanistiques significatives comme la Villa Savoye de Le Corbusier à Poissy, le Théâtre municipal de Coulommiers, « Maisons des Illustres » pour les habitations d'hommes et femmes ayant joué un rôle, ainsi la Maison d'Elsa Triolet-Aragon à Saint-Arnoult-en-Yvelines, celle de Jean Cocteau à Milly-la-Forêt, « Jardin Remarquable de France » pour les parcs des Châteaux de Breteuil, Groussay, Thoiry et les Domaines nationaux de Rambouillet, Saint-Germain-en-Laye, Versailles et le Potager du roi, etc.

Des « Routes historiques » permettent de relier différents lieux ayant une même identité : « Route des Maisons d'écrivains de l'Île-de-France

à la Haute-Normandie», «Route Normandie-Vexin». Reste à imaginer un circuit des Impressionnistes pour relier les communes des Yvelines, Hauts-de-Seine, Seine-Saint-Denis jusqu'au Musée-jardin de Monet à Giverny. Sans oublier Auvers-sur-Oise et Barbizon.

Au total, un grand nombre d'acteurs sont au service de la politique culturelle francilienne

À côté de l'État, initiateur des politiques culturelles nationales et garant de l'exigence artistique, les collectivités territoriales sont donc devenues des acteurs majeurs de la vie culturelle.

Les communes, et aujourd'hui les intercommunalités dont beaucoup ont pris la compétence culturelle, sont devenues les principales initiatrices des équipements culturels. Deux exemples en petite et grande couronne :

– En 2005, la Communauté d'agglomération de Plaine-Commune, comprenant huit communes dont Aubervilliers, Saint-Denis et tenant compte de la dimension nationale de ces deux villes dans le domaine théâtral et musical, a mis en réseau les 22 bibliothèques-médiathèques de son territoire. Compétence culturelle qu'elle élargit aujourd'hui en finançant des festivals (Métis qui réunit des artistes urbains et Musique du monde), en soutenant l'Académie nationale des arts du cirque Fratellini et le projet de Cité du Cinéma de Luc Besson. S'appuyant sur la filière cinématographique de Seine-Saint-Denis, le projet de cluster de la création à vocation internationale de Plaine-Commune devrait développer l'axe audiovisuel, la nouvelle image et le numérique, avec un ancrage fort sur le développement culturel, et les arts vivants qui s'inscrit pleinement dans le cadre du projet du Grand Paris.

– Quant à Saint-Quentin-en Yvelines, l'actuelle Communauté d'agglomération gère huit médiathèques, la Maison de la poésie, la Maison de l'Environnement, des sciences et du développement durable, le Prisme (centre de développement artistique), le Musée de la Ville (écomusée devenu Centre d'Interprétation d'Architecture et du Patrimoine), et la Commanderie de la Villedieu à Élancourt.

À leurs côtés, les départements mènent chacun une politique culturelle propre mais adaptée à leur situation locale. Ils ont développé des politiques de soutien, de mise en réseau, d'événements s'appuyant sur les équipements locaux. Gérant quelques établissements, les archives départementales et des musées, ils soutiennent la vie artistique professionnelle, encouragent sa diffusion auprès de la population et aident les principaux équipements culturels.

La Région Île-de-France intervient par le biais d'organismes qu'elle a créés : l'orchestre symphonique ONIF, le chœur Vittoria, ARCADI, le MOTIF, l'Observatoire du livre et de la lecture en Île-de-France. Parmi les soutiens qu'elle apporte, citons les créations émergentes, les cultures urbaines et les fabriques de culture mais aussi le cinéma où elle fait preuve d'un dynamisme reconnu.

Si une meilleure articulation de ces compétences paraît nécessaire à la création d'un Grand Paris de la Culture, notons tout de même que la réforme annoncée des collectivités territoriales risque de modifier les partenariats tissés depuis près de 50 ans entre les différents acteurs publics et suscite une inquiétude certaine dans le monde culturel, inquiétude que la mission a ressentie à plusieurs reprises.

Le Grand Paris Culturel profite de la présence d'industries culturelles globalement performantes sur son territoire

Le Grand Paris est un pôle de référence pour l'implantation des industries culturelles

La notion d'industries culturelles s'est aujourd'hui imposée sur la scène internationale, comme sur le plan national. Le terme est ancien, certes. On a vite reconnu au cinéma sa double identité d'art et d'industrie. Mais la prise en considération de ces industries ne date que de la fin des années 80, moment où l'on a reconnu à ces activités, à la frontière de la culture et de l'économie, un rôle moteur dans l'économie de la connaissance, une source d'externalités positives, en termes d'emploi, de croissance et d'image. Cette évolution s'est faite notamment sous la pression anglo-saxonne, bien que le terme d'industrie culturelle n'ait pas d'équivalent en anglais où on utilise celui de «creative industries».

Précisons que les deux concepts se recoupent largement mais pas entièrement : leur contour, comme celui de la culture, est difficile à définir même si on peut trouver un noyau dur qui regroupe les activités liées à l'édition et au livre, à la musique, au cinéma, aux jeux vidéos, au spectacle vivant, à la mode, à la publicité, au design et à l'architecture – activités certes très variées et composites mais qui ont pour dénominateur commun la créativité. Mais les industries liées au patrimoine (entretien des sites et monuments historiques, métiers d'art traditionnels, PME de restauration) ne seront pas incluses dans les industries créatives, lesquelles mettent davantage l'accent sur la recherche artistique ou technologique.

Le mot «industrie culturelle» met pourtant encore mal à l'aise les milieux artistiques. D'abord parce que certaines activités ne relèvent pas de processus reproductibles : c'est le cas du spectacle vivant (opéra, théâtre, danse, cirque, arts de la rue). Ensuite parce que la préoccupation financière, l'optimisation des ventes, la compression des coûts, le retour sur investissement, l'utilisation des techniques de marketing étaient tenus pour contraires ou incompatibles avec l'activité artistique elle-même. Et c'est donc parfois à contrecœur qu'il a fallu prendre en compte ces activités le plus souvent de nature privée, tout en leur reconnaissant une spécificité «culturelle» en tant que marchandises.

C'est cette spécificité – d'autant plus difficile à définir que la frontière entre art et divertissement est devenue plus poreuse, notamment dans le domaine de la musique (chanson, variété), du jeu vidéo, du cinéma,

des parcs d'attractions – qui a justifié des dispositifs originaux promus par la France, comme le prix unique du livre, la taxe parafiscale du cinéma, ou encore les obligations de production des chaînes de télévision.

Malgré ces dispositifs qui sont d'ailleurs parfois contestés au nom du libéralisme, tous les avantages et les inconvénients économiques se sont donc invités dans le champ artistique : concentration, fusion, partage et conquête de marchés, rentes de situation, prévalence de la diffusion sur la production, au point que l'attractivité culturelle d'une ville ne tient plus seulement à la pertinence de sa politique culturelle et artistique mais à sa capacité à accueillir ces entreprises. En conséquence, les collectivités ont dû agir en direction des industries culturelles comme pour l'implantation de n'importe quelles autres entreprises avec tout un registre d'aides, directes ou indirectes : disponibilité de terrains, fiscalité locale, bassin d'emplois qualifiés, centres de recherche et de formation, transports et télécommunication.

Longtemps, la métropole parisienne a été soupçonnée d'être en retard d'une guerre, de négliger ces industries et d'être ainsi disqualifiée dans la course à l'attractivité que se livraient sur ce terrain des grandes villes comme Londres, New York, Milan, Montréal, Séoul etc. Contrairement à Paris, ces villes soutenues par leurs autorités nationales ou régionales auraient adopté depuis les années 90 des politiques visant à promouvoir les industries créatives prenant ainsi un avantage décisif dans la compétition inter métropolitaine.

Aujourd'hui pourtant, l'importance des industries culturelles s'est imposée à toutes les autorités politiques nationales.

Deux éléments en attestent :

D'abord l'étude menée par l'Institut d'aménagement et d'urbanisme de l'Île-de-France sur « Les industries créatives en Île-de-France », publiée en mars 2010, fait apparaître une situation bien différente de ce « pari perdu » qui autorise « un nouveau regard sur la métropole »⁸⁴.

En effet, le Grand Paris abrite une très forte concentration d'entreprises performantes relevant de ces industries et dont l'efficacité, le dynamisme et la flexibilité façonnent un nouveau visage métropolitain. Leurs poids en termes de PIB, d'emplois et de chiffre d'affaires à l'exportation sont considérables. Et le Grand Paris n'a rien à envier dans ce domaine à Londres, ville considérée jusqu'à récemment comme la capitale dominante de l'économie créative.

Comme l'étude de l'IAU l'a montré, les industries culturelles françaises sont extrêmement concentrées en Île de France (48% de l'emploi culturel national). C'est en effet surtout Paris et le cœur dense de l'agglomération qui en profitent, au niveau de l'emploi (28% de l'emploi culturel national et la moitié de celui d'Île-de-France) comme des établissements (18% des établissements culturels français et les deux tiers de ceux d'Île-de-

84. « Les industries créatives, un nouveau regard sur la métropole », Institut d'Aménagement et d'urbanisme d'Île-de-France, mars 2010.

France) ou encore des créations d'entreprises culturelles : 47% des entreprises culturelles créées en France le sont à Paris, loin devant les Hauts-de-Seine (17%) et les autres départements (chacun à moins de 10%).

Loin d'être disséminées sur le territoire métropolitain, les industries créatives jouent plutôt la carte de la spécialisation territoriale, privilégiant leur développement dans des secteurs bien identifiés de la métropole, dans une logique de concentration, qui conforte la puissance de l'aimant parisien. Paris intra-muros concentre en effet encore la majorité des acteurs de certains secteurs, comme le livre et l'édition, la gastronomie, la mode, le design, le cinéma notamment.

Deux zones limitrophes réussissent cependant à capter une partie de ces activités :

– À l'ouest, dans les Hauts-de-Seine où sont concentrées les grandes entreprises de l'audiovisuel (Boulogne-Billancourt), les activités tournées vers le numérique (Issy-les-Moulineaux), la publicité (autour de la Défense, Levallois-Perret, Neuilly-sur-Seine). À noter que les Hauts-de-Seine captent aussi une partie des effectifs liés à l'édition, au design, au cinéma (notamment la post production à Saint-Cloud et Issy-les-Moulineaux), et au jeu vidéo (notamment Courbevoie).

– Au nord, la Seine-Saint-Denis connaît aussi un essor nouveau en matière d'industries culturelles, notamment autour du cinéma et du jeu vidéo, essor qui devrait se développer avec l'arrivée de la Cité du Cinéma de Luc Besson. Le territoire bénéficie aussi de la présence sur son territoire de grands théâtres, des archives nationales, de l'antenne de l'école de journalisme de Lille à Bondy, de l'école de cirque qui contribuent à faire ressortir le département du point de vue des industries créatives.

Autre élément remarquable, un rapport, issu d'une initiative française, a été adopté par le Parlement européen, visant à « libérer le potentiel des industries culturelles et créatives »⁸⁵. Ce rapport est important car il reflète la conception française de ces industries, réaffirmant leur rôle moteur pour l'économie à l'ère numérique, pour l'innovation et l'essor des nouvelles technologies de l'information et de la communication (TIC) mais aussi en faveur de la cohésion sociale et territoriale, de la démocratisation de l'accès à la culture et de la promotion du dialogue interculturel.

Ce rapport réaffirme aussi qu'une meilleure connaissance de ces industries est nécessaire, impliquant notamment « d'analyser les industries culturelles et créatives et les effets de leurs activités sur l'économie européenne, en les décrivant filière par filière ».

Dans la mesure où le Grand Paris accueille sur son territoire l'immense majorité de ces industries, il a paru intéressant d'initier, à l'occasion de cette mission, cette analyse, filière par filière. En effet, l'importance de ces industries culturelles sur le territoire francilien ne peut pas être unique-

85. « Livre Vert. Libérer le potentiel des industries culturelles et créatives », Commission Européenne, 2010.

ment appréhendée sur le plan de leur distribution géographique. Il faut tenir compte d'éléments d'appréciation qualitatifs et à ce titre, **un diagnostic fin et précis devrait être poussé plus loin pour chaque grand secteur culturel afin de savoir dans quelle situation se trouve précisément la métropole parisienne et mettre en évidence les caractéristiques du secteur concerné, ses acteurs les plus innovants, les événements professionnels (salons, exposition, etc.) importants. Ce bilan est très attendu par les professionnels concernés et devrait permettre d'identifier les secteurs qui doivent être soutenus et accompagnés.**

Pour en donner de premières orientations, la mission a donc réalisé une première étude avec l'Agence Keneo sur douze secteurs d'activités : spectacle vivant, musique, architecture, livre et édition, gastronomie, arts visuels, musée et patrimoine, design, mode, cinéma, jeux vidéo et métiers d'art. Ces synthèses sont présentées en intégralité en annexe.

Une lecture transversale des industries culturelles met en évidence des lignes de forces mais aussi des lignes de faille

Plusieurs constatations peuvent être tirées d'une analyse transversale des études menées par Keneo. Nous insisterons tout particulièrement sur cinq aspects.

1. Les industries culturelles du Grand Paris n'échappent pas à la concurrence internationale et celle-ci s'intensifie dans tous les secteurs, y compris ceux sur lesquels Paris a longtemps pu compter sur une position de leader. Ainsi, par exemple sur la mode, avec l'apparition de villes concurrentes comme Anvers, Londres, New York, Milan mais aussi de la Chine. Sur le plan du jeu vidéo avec les États-Unis, le Japon et le Canada. Sur le design avec l'Italie, les Pays-Bas et le Danemark. Sur l'architecture avec le Japon, les États-Unis, la Suisse, les Pays-Bas et l'Espagne. Sur le spectacle vivant avec l'Allemagne et l'Autriche. Sur la musique avec l'Angleterre. Sur le cinéma avec les États-Unis, etc. Enfin, pour la gastronomie, c'est toute une génération de jeunes chefs créatifs qui apparaissent un peu partout et grignotent une partie de la suprématie historique de Paris. Et, même si le repas gastronomique des Français figure désormais à l'inventaire du patrimoine immatériel de l'Unesco ce sont des chefs étrangers qui font le buzz comme le danois René Redzepi avec son restaurant Noma à Copenhague ou Ferran Adria avec El Bulli à Barcelone.

2. Le Grand Paris dispose de niches d'excellence sur certains secteurs, notamment là où un soutien financier public ou privé est le plus important. Comme le note Bernard Faivre d'Arcier dans une note rédigée pour la mission, une corrélation positive existe donc entre la situation des industries culturelles et la pérennité de leur financement : ainsi le spectacle vivant, le cinéma, la musique classique paraissent être des industries plus solides. À l'inverse, le Grand Paris apparaît plus en retrait sur les secteurs plus fortement exposés au marché, comme les arts plastiques pour lesquels Paris est dominé par les grandes places financières de New York, Londres mais aussi de la Chine...

3. L'étude des industries culturelles de la scène francilienne met aussi en avant un paysage éclaté constitué d'une multitude d'acteurs : des structures publiques (grands musées et grands sites patrimoniaux, centres d'art, scènes nationales et grands théâtres), des grandes entreprises privées (grands groupes d'édition), des filières intégrées (cinéma, grandes majors du disque, etc.) coexistent avec un tissu de petites ou très petites structures – qui caractérisent l'organisation de secteurs d'activités comme l'architecture, le design, la mode, le jeu vidéo, la gastronomie, les arts plastiques et se retrouvent aussi dans les autres domaines, à côté de structures plus importantes (petits éditeurs indépendants, petites structures de production pour le cinéma ou la musique, petites compagnies de danse ou de théâtre).

Cette atomisation du paysage des industries culturelles paraît être un frein à leur développement, notamment parce que cet éclatement génère un saupoudrage des financements (subventions publiques et des mécénats), dont beaucoup de ces petites structures sont dépendantes (spectacle vivant, arts plastiques, cinéma...).

Il faut aussi noter que cette atomisation s'observe également au niveau des formations dans plusieurs domaines : arts plastiques, design, mode, jeu vidéo, architecture par exemple. À l'inverse, une meilleure concentration comme pour le jeu vidéo avec le cluster Capital Games et le pôle de compétitivité Cap Digital semble être un élément important pour le dynamisme et le rayonnement de ces industries culturelles au niveau international. La mission propose donc que cette politique de création de pôles soit étendue à d'autres secteurs d'activité. Nous en donnerons plus loin quelques exemples.

Enfin, **pour renforcer la notoriété et la visibilité de nos industries, la mission propose de mettre en place un programme de récompense des «nouveaux talents» – y compris et particulièrement de jeunes talents – qui distinguerait chaque année, dans plusieurs secteurs culturels, les personnes retenues au cours d'une cérémonie présentée par le chef de l'État.** Il faut rappeler que le Président des États-Unis distingue par exemple annuellement les nouveaux talents américains en parallèle au discours sur l'état de l'Union.

4. L'événementiel apparaît comme un outil stratégique pour développer la notoriété des industries culturelles du Grand Paris, tant auprès du grand public (festivals, manifestations) que des publics professionnels (salons, foires, congrès) qui sont d'ailleurs souvent ouverts au public non-professionnel. La capacité d'un secteur d'activité à s'appuyer sur un événement fédérateur d'envergure semble donc déterminante pour la vitalité du secteur concerné. On observe en effet cette corrélation positive à plusieurs niveaux : pour la mode, avec les deux saisons de défilés annuels – pour le livre avec le Salon de la Porte de Versailles et celui de Montreuil pour la littérature jeunesse – pour le design avec Maison et Objet et la Paris Design Week – pour le spectacle vivant avec le Festival d'Automne et Paris Quartier d'Été – pour les arts plastiques avec Monumenta, la FIAC et la Force de l'Art – pour le patrimoine et les musées, avec la Nuit des Musées et les Journées du Patrimoine – pour le jeu vidéo avec Paris Games Week. De ce point de vue, seuls le cinéma et la gastronomie peuvent paraître un peu

à l'écart de cette dynamique car ils ne bénéficient pas d'un événement de référence mondiale sur le territoire francilien. Il faut cependant relativiser ce constat : pour le cinéma, on compte en effet une quarantaine de manifestations organisées par an, notamment par la Région Île-de-France et la Ville de Paris, comme Paris Cinéma ou encore Le Jour le plus court, fête du court-métrage qui vient d'être lancée par le CNC et dont la première édition se tiendra en décembre.

Il manque peut-être une manifestation d'envergure rassemblant plusieurs initiatives et qui pourrait se tenir sur les Champs Élysées.

Quant à la gastronomie, cette année sera la première édition d'une Fête de la Gastronomie dont nous verrons la portée. **On osera quand même suggérer l'idée qu'une manifestation autour de la créativité culinaire s'organise sur le territoire du Grand Paris en parallèle au Salon de l'Agriculture, afin d'ouvrir cet événement traditionnel vers la création plus contemporaine.**

5. Un aspect important tient enfin à la capacité d'un secteur à organiser des points de rencontre et de passage avec d'autres disciplines. L'ouverture à d'autres formes de création ou à d'autres univers paraît être un élément crucial pour le succès de nos industries culturelles. On le voit pour les musées et le patrimoine : certains établissements comme le Château de Versailles ou le Louvre ont développé de vraies stratégies en direction de la création contemporaine ou de l'événementiel. On l'observe aussi dans le spectacle vivant qui va vers plus d'interdisciplinarité, avec des expériences qui mêlent des esthétiques nouvelles : le hip hop, le cirque de création, la danse, etc.

Au-delà, certaines passerelles sont indispensables à la vitalité de nos industries culturelles.

Une zone de contact entre l'industrie de pointe et la recherche technologique est tout particulièrement indispensable pour des secteurs comme l'architecture, le design, le cinéma, la mode, l'édition, le jeu vidéo car ces activités sont la résultante de l'interaction entre des métiers de création et un savoir-faire technique. À ce titre, on peut saluer le rôle unique que joue en ce sens le Lieu du design en Île-de-France et une structure comme le VIA. Ces deux institutions devraient être utilisées comme modèle pour d'autres secteurs d'activité.

Une autre zone de contact doit s'ouvrir entre acteurs culturels et acteurs du numérique et des nouvelles technologies, le numérique étant tout autant un défi pour des industries, comme la musique, le livre et le cinéma, qu'un enjeu, notamment celui de la numérisation des collections et des œuvres sur laquelle les industries culturelles doivent se mobiliser.

Enfin une dernière jonction doit s'opérer avec l'université qui forme un bassin naturel de création, d'innovation de recherche, d'envie d'entreprendre. Nous y reviendrons plus spécifiquement.

Si l'on examine de façon synthétique les grandes industries culturelles du Grand Paris, on voit rapidement la validité des points de convergence que nous venons d'évoquer.

C'est le cas pour le **spectacle vivant**, secteur pour lequel la contribution publique est largement majoritaire (50 à 60% du budget). Paris compte un Opéra et ses deux salles, l'Opéra-comique, quatre Théâtres nationaux sur cinq et deux grands théâtres municipaux.

Le Grand Paris peut également compter sur un réseau de Centres dramatiques nationaux, Centres Chorégraphiques nationaux et Scènes nationales que nous avons déjà largement évoqué. Il faut y ajouter dix-huit scènes conventionnées, les théâtres municipaux, les centres culturels locaux, et les grands festivals (festival d'Automne, Paris Quartiers d'Été, Rencontres Chorégraphiques de Seine-Saint-Denis, Biennale du Val-de-Marne etc.).

Dans ce registre, seuls le cirque (exception faite de la Villette, lieu de coproduction et de diffusion) et les arts de la rue restent faiblement présents sur le territoire du Grand Paris. Les principaux festivals et pôles nationaux de création étant situés dans d'autres régions comme Nantes, Aurillac, Châlons-en-Champagne ou Marseille.

En outre, Paris bénéficie de la présence sur son sol d'institutions d'État pour la formation avec les deux Conservatoires nationaux. Elle accueille également la totalité du théâtre privé français. Le défaut majeur de l'organisation du spectacle vivant sur le territoire du Grand Paris est la difficulté de la circulation des œuvres et des artistes entre Paris intra-muros et sa périphérie, et notamment l'absence d'un lieu/vitrine dans la capitale pour les productions réalisées en banlieue, alors même que la Région Île-de-France concentre grosso modo la moitié des professionnels et des intermittents du spectacle du pays.

Proche de la situation du spectacle vivant est celle de **la musique** lorsque celle-ci est diffusée sur scène, en direct : opéras, concerts, festivals. L'aide des pouvoirs publics connaît un decrescendo régulier lorsqu'on passe de la musique savante (ancienne, baroque, classique ou contemporaine) aux musiques populaires. Paris est bien doté en termes d'institutions musicales avec ses opéras, ses orchestres (qu'ils soient financés au niveau national ou local), ses ensembles de musique de chambre, ses lieux de formation ou ses centres de recherche ou de production en musique contemporaine (IRCAM, Festival d'Automne, festival Présences de Radio France). Cependant dans ce domaine précis de la musique, Berlin, Londres ou Vienne l'emportent encore sur Paris qui cherche à rattraper son retard par de futurs investissements importants comme la nouvelle salle philharmonique dont la construction doit commencer à la Villette en 2012.

Les autres formes de musique en scène connaissent en revanche des situations plus variables. Le jazz a élu domicile dans le Sud (Côte d'Azur, Marciac) et les salles de jazz parisiennes indépendantes ont du mal à vivre. Seuls les festivals Jazz à la Villette et Banlieues Bleues (en Seine-Saint-Denis) tiennent leur rang ce pourquoi, Michel Legrand recommande la création d'un espace dédié au jazz dans Paris.

Les musiques actuelles couvrent un champ fort large : musiques du monde, rock, house, musique amplifiée, rap, etc. Elles relèvent plus d'une économie privée, et la région Île-de-France est relativement pauvre en SMAC (scènes de musiques actuelles dont les financements sont essentiel-

lement locaux). Seul le festival d'Île-de-France cherche à mettre en valeur des lieux remarquables du territoire par la présence de ces musiques. Mais depuis quelques années se multiplient avec réussite des festivals pour grandes audiences qui jusqu'alors n'existaient qu'en province (Vieilles Charrues, les Eurockéennes) avec Solidays et Rock en Seine qui viennent utilement compléter la programmation de salles permanentes comme l'Olympia, Bercy et le Zénith. Il existe donc bien à Paris un secteur représentant la musique populaire, au demeurant dominé de plus en plus par des opérateurs anglo-saxons qui rachètent des salles et des agences de production. Mais Paris reste en revanche absente du secteur de la comédie musicale (générateur de fortes recettes) comme on peut en entendre à Londres, Montréal ou New York (seuls le Châtelet, le Palais des Congrès de la Porte Maillot ou le théâtre privé Mogador en présentent à l'occasion, dans le cadre de tournées internationales).

Dès qu'il s'agit de penser la musique en termes d'industrie culturelle, il en va tout autrement. Car cette industrie musicale majeure semble définitivement dominée par des partenaires étrangers (anglais, américains, japonais) au point que la créativité nationale, hormis les filiales françaises des quatre majors Universal, Sony, EMI, Warner qui tiennent 90% du marché, ne peut s'exprimer qu'au niveau d'éditeurs de petite ou moyenne taille (Naïve, Abeille, Wagram etc.) agissant dans des «niches» musicales. En outre l'industrie musicale est lourdement dépendante de l'évolution des supports de diffusion non seulement du développement du piratage mais aussi de la généralisation de l'accès gratuit à la musique par le biais du streaming ou des web radios.

Le secteur musical en tant qu'industrie est donc fragile. Son avenir dépend des usages à venir des technologies de communication et de la stratégie de centres de décision étrangers. Ce sont les deux causes de la faiblesse de Paris par rapport à Londres : Paris ne peut concurrencer ni les studios britanniques, ni l'attractivité de l'anglais pour aborder le marché mondial. Il n'y a pas de projet parisien de «cluster» comme à Londres, reconstituant la chaîne de valeur «création-production-diffusion», indispensable à la rentabilisation des investissements.

On rapprochera de la situation de la musique actuelle celle de **l'image** qu'il s'agisse de cinéma ou de télévision. On dit volontiers que le cinéma français est le deuxième au monde, en termes de réputation et de notoriété artistique, même si nous restons loin derrière les États-Unis. Le cinéma n'est pas une activité aussi soutenue que le spectacle vivant par les pouvoirs publics. L'aide publique ne représente que 5 à 6% de son chiffre d'affaires global. Mais c'est une activité bien régulée notamment par les mécanismes parafiscaux mis en place il y a plus de soixante ans et qui ont conduit à la création du CNC. Cela a évité au cinéma français le sort du cinéma britannique ou italien. En outre le législateur a imposé aux réseaux de diffusion massive du film que sont les chaînes de télévision, des obligations en termes de quotas, de chronologie des diffusions, d'apports en coproduction qui ont fait tenir et évoluer le délicat équilibre entre les métiers : création, production, distribution, diffusion et a permis la remontée des recettes sans perte de charges. Le secteur bénéficie donc d'un arsenal de moyens : compte de soutien, SOFICA, crédit d'impôts pour les créations numériques, afin de

résister à l'hégémonie américaine comme aux menaces nées de l'usage non contrôlé de la copie. Cela a maintenu un haut niveau d'investissements dans la Région Île-de-France qui occupe une position tout à fait hégémonique par rapport aux autres régions françaises et entend bien la garder en aidant financièrement au tournage de films sur son territoire.

Paris reste donc une capitale européenne du cinéma par la densité de son réseau de salles (y compris art et essai), l'importance de son public, la concentration de ses métiers. Avec des localisations précises : production et postproduction dans les Hauts-de-Seine, studios et industries techniques dans le Nord (la Plaine Saint-Denis, Épinay) et l'Est (Joinville, Bry-sur-Marne).

Un autre ensemble d'activités artistiques relie les arts plastiques, **les arts appliqués, les arts numériques, les métiers d'art, le design** c'est-à-dire des activités de création d'images ou d'objets à caractère unique ou produits en petites séries. Dans ce secteur des industries créatives, les pouvoirs publics n'agissent pas directement pour financer les carrières professionnelles. Ces métiers – du graphiste au photographe – ne bénéficient pas du fameux régime, spécifique à la France, de l'intermittence, régime uniquement réservé aux interprètes et aux techniciens du spectacle et de l'audiovisuel. L'aide publique se tourne donc plutôt vers les formations professionnelles (écoles des Beaux-Arts, écoles d'art décoratif, écoles de design), la mise en place de résidences d'artistes, les commandes publiques (dont le 1%, mécanisme spécifique à la France), le financement de manifestations comme des biennales ou des expositions temporaires.

Mais le cœur du modèle économique de ce secteur reste le marché et ses aléas. Et, en ce cas, ce sont les collectionneurs, les commanditaires d'art contemporain qui en désignent les lignes de force. Paris, il est vrai, a perdu son aura acquise au temps de l'impressionnisme et du cubisme du fait du déplacement des zones de richesse. La ligne New York, Londres, Berlin, Munich est désormais dominante en termes de galeries et cet axe sera lui-même modifié par l'apparition sur le marché de nouvelles fortunes, amateurs d'art contemporain (Russie, Chine, Inde). Villes et pays se font concurrence pour attirer ces acheteurs, en mettant en place des incitations comme le régime fiscal applicable à la vente, à la possession et à la plus-value des œuvres d'art. Or, sur ce plan, Paris ne saurait se mettre au même niveau d'avantages que Genève, Bâle ou Singapour.

La vitalité de ce marché dépend aussi de la bonne coopération entre initiatives publiques et acteurs privés. Des galeries françaises qui ne tenaient pas le haut du pavé, ont retrouvé un dynamisme que consacre d'ailleurs l'implantation à Paris d'annexes des grandes galeries internationales notamment new-yorkaises. Paris dispose avec la FIAC d'une foire au niveau de ses homologues européens, Madrid (ARCO) et Londres (Frieze). La capitale n'a pas su, en revanche, installer une grande biennale, laquelle a pris racine à Lyon. Même si des efforts ont été récemment accomplis avec le lancement de « La Force de l'art », triennale présentée au Grand Palais.

Le secteur public de l'art contemporain est en revanche d'un niveau tout à fait honorable dès qu'on prend en compte la vitalité des musées d'art contemporain (celui de l'État au Centre Pompidou ou au Palais de

Tokyo, comme celui de la Ville au Musée d'art Moderne) ainsi que la création récente de centres d'art en banlieue comme le MAC/VAL implanté à Vitry. Mais du retard a été pris dans ce secteur assez versatile et concurrentiel (il se crée une biennale par semaine dans le monde) avec les tergiversations et contrordres qui ont retardé l'aménagement du Palais de Tokyo dans son ensemble. Bref, Paris, même avec le Fonds national d'Art contemporain, le FRAC Île-de-France installé aux Buttes-Chaumont ou les Gobelins reste «petit bras». La mission rappelle que le Centre Georges Pompidou attend toujours des espaces supplémentaires pour présenter ses collections qui se sont beaucoup enrichies depuis son origine.

L'action des autorités locales en direction des métiers d'art reste, quant à elle, fort modeste malgré le récent rapport de la sénatrice Catherine Dumas. Et le design n'a pas encore Paris pour capitale face à Milan par exemple. On attend encore beaucoup de récentes initiatives comme la «Design week» qui vient d'être lancée ou de la Cité de la Mode et du design en attente d'un projet quai d'Austerlitz. Il manque en effet un grand lieu sur territoire du Grand Paris sur lequel on peut retrouver l'histoire du design.

Les vrais piliers de l'attractivité de Paris dans le domaine des activités créatives restent **la mode et la gastronomie**. Leur réputation est solidement établie dans le monde entier même si elle est parfois usurpée. Ce sont là des activités qui ne dépendent pas des pouvoirs publics. Elles sont liées aux destins des industries du luxe. Ce sont ces dernières qui les gèrent, assurent leur promotion (Comité Colbert), développent leurs exportations. La clientèle internationale qui garantit par l'importance et la constance de ses achats, l'avenir de ces deux secteurs (de plus en plus liés par leurs entreprises mères qui regroupent mode, maroquinerie, parfums, joaillerie, vins et alcools) variera en fonction du déplacement des richesses financières. Les pays émergents, qui comptent les fortunes les plus récentes, sont désormais la cible principale du marketing de ces industries. Celles-ci ont cependant de moins en moins d'activités de production en Île-de-France mais leurs quartiers généraux, leurs vitrines commerciales, sont tous situés au centre de Paris.

L'architecture est une industrie créative par excellence. Sa particularité est que ses créateurs (architectes, dessinateurs décorateurs) ont d'emblée une activité internationale et donc délocalisable. Ce sont les chantiers seuls qui ont une réalité territoriale : celui de la Défense à Paris, celui du centre de Berlin dans les années 90, celui du quartier olympique 2012 pour Londres. On peut donc analyser ce secteur par les réalisations à venir : le «Pentagone français» sur le site Balard, l'île Seguin à Boulogne-Billancourt, le réaménagement des Halles, les tours en projet à la périphérie de Paris, etc. Mais la créativité des architectes français ne se jugera qu'à l'aune de leurs réalisations autant, voire plus, étrangères que françaises.

Paris accueille les agences d'architectes français de grande réputation. Mais comment apprécier leur avenir sinon aux résultats de grands concours internationaux que d'autres pays lancent : de la péninsule Arabique à la Chine ; comme la France le fit au temps des «grands travaux présidentiels». Pour l'instant, dans ce secteur très concurrentiel, nous tenons une place flatteuse mais ni plus ni moins que les Britanniques, les Hollandais,

les Italiens, les Espagnols, les Américains ou les Japonais... et une jeune génération d'architectes auteurs français peine aussi à émerger. Nous développerons ce point un peu plus loin.

L'industrie du **livre** et de l'imprimé présente une double face dont les destins peuvent diverger.

D'abord un secteur privé concurrentiel où l'État n'agit qu'en mode mineur et les collectivités territoriales qu'à la marge. La vie éditoriale est concentrée au centre de Paris. C'est là où la littérature française a acquis ses lettres de noblesse avec une maison centenaire comme Gallimard. Mais la structuration de ce secteur connaît beaucoup de bouleversements depuis dix ans au gré de prises de participation qui ont des visées plus financières que culturelles. L'avenir de ce secteur est, dit-on, dépendant de la capacité de groupes français d'édition à acquérir une masse critique, une stature internationale. Hachette est devenu le troisième éditeur européen après le britannique Pearson et l'allemand Bertelsmann. Ce secteur présente donc un visage assez diversifié avec quatre grandes maisons (Gallimard, le Seuil, Albin Michel, Flammarion) en situation intermédiaire entre les deux premiers (Hachette, Editis) et la cohorte de petites entreprises éditoriales. Le tout assure un certain équilibre entre nécessité économique et diversité culturelle. Car sont ainsi compensés les taux de rentabilité espérés, fort variables selon les collections dès lors qu'il s'agit de livres scolaires, de guides pratiques, d'ouvrages de sciences humaines, de littérature générale ou de poésie.

L'activité éditoriale de la capitale reste fortement concentrée sur la rive gauche de la Seine, même si le cœur historique de Saint-Germain-des-Prés est abandonné pour des arrondissements périphériques et les Hauts-de-Seine. Le sort de ce secteur tient à l'usage de la langue (le bassin de lecteurs/locuteurs) et à son dynamisme commercial dont témoigne le Salon du Livre qui a Francfort pour modèle.

Cela dit, l'équilibre économique dépend d'autres facteurs et notamment de la pratique de la lecture dont on constate la baisse régulière, car le temps et le budget du lecteur potentiel sont en effet fortement concurrencés par la consommation quotidienne de l'image. Aussi de grandes inquiétudes se sont-elles révélées sans qu'on sache pour le moment en deviner l'issue optimiste ou pessimiste. La librairie restera-t-elle un commerce culturel de proximité ou connaîtra-t-elle le sort des salles de cinéma de quartier de jadis? Toutefois l'exemple du cinéma montre que le nombre d'écrans a malgré tout remonté après une baisse sensible... La vente du livre sera-t-elle dominée par le e-commerce remplaçant clubs de lecteurs, groupements d'achats et sociétés de vente par correspondance? Et le livre lui-même ne sera-t-il pas dématérialisé avec la généralisation du livre électronique accessible sur tablettes, ou y aura-t-il coexistence des deux supports?

Pour l'instant on constate une surproduction qui dépasse de loin la demande. D'un côté c'est le gage d'une diversité certaine mais elle comporte aussi le risque d'une évolution vers une bestsellerisation organisée par la grande distribution elle-même, qui compte pour une part croissante dans la diffusion du livre.

Le rôle des pouvoirs publics ne peut être central pour l'avenir économique de ce produit culturel sinon par deux biais :

- la réglementation. La loi Lang sur le prix unique du livre, destinée à protéger les réseaux de libraires, bien que formellement contraire aux principes de la libre concurrence, a eu des effets positifs, mais elle ne pouvait à l'époque ne prendre en considération que le livre/papier ;
- le développement du lectorat notamment par le réseau des bibliothèques publiques. L'État a décidé de construire à Paris une grande Bibliothèque Nationale de France pour abriter les collections d'objets/livres alors même que leur numérisation – enjeu d'un grand combat entre américains et européens – change la donne et plaide pour un réseau mondial immatériel des sources. En revanche, le maillage du territoire francilien en bibliothèques universitaires, départementales et de quartier reste un enjeu important et accessible, comme toutes les actions de promotion de la lecture (« À vous de lire », « le Printemps des poètes »), les salons locaux, les festivals littéraires, les lectures publiques...

Le renforcement de l'identité culturelle du Grand Paris passe par sa capacité à créer du lien

62% des personnes interrogées estiment toutefois que la richesse culturelle de l'Île-de-France n'est pas suffisamment mise en valeur, contre 36% qui pensent l'inverse. Cette opinion est partagée par l'ensemble des catégories socioprofessionnelles, mais est perçue différemment en fonction du lieu d'habitation. Les personnes habitant dans une ville centre sont ainsi moins sévères (55%) sur ce point que celles qui habitent en banlieue (63%).

Seuls 50% des franciliens affirment être au courant de l'actualité culturelle.

(sondage CSA).

L'optimisation de la carte culturelle du Grand Paris est une priorité

Une lecture optimiste des développements précédents invite à penser que le maillage culturel du Grand Paris est dense et que le Grand Paris a tout, et même plus qu'il n'en faut !

Une lecture plus critique invite au contraire à voir dans ce foisonnement un vrai patchwork, d'équipements, une juxtaposition d'acteurs qui vivent côte à côte sans forcément se connaître, sans vision d'ensemble, sans lien ni cohérence.

En effet, les politiques culturelles des villes, de la Région Île-de-France et de l'État, sont parfois apparues concurrentes entre elles. C'est particulièrement vrai pour Paris avec par exemple le Théâtre de la Ville face

aux quatre théâtres nationaux, le Châtelet, théâtre musical de Paris face à l'Opéra et à l'Opéra-comique, le Petit Palais en regard du Grand Palais, le Musée d'Art Moderne de la Ville face au MAM (Centre Pompidou) les conservatoires d'arrondissement par rapport aux conservatoires nationaux etc. Rares ont été les lieux à financement croisé, comme le Rond-Point, le Théâtre de la Bastille, le Festival d'Automne ou Paris Quartiers d'Été. Les réalisations culturelles de l'État et la Ville se sont développées en s'ignorant voire en s'excluant et la municipalité de Paris a mis du temps à s'inventer des projets propres comme le « 104 » ou la Gaîté Lyrique. Cette absence de concertation a fait perdre du temps, a dispersé les financements et c'est l'un des grands sujets sur lequel le Grand Paris doit agir.

Dans les auditions et les échanges que la mission a eus avec de nombreux porteurs de projets culturels, la question d'une meilleure coopération entre les acteurs culturels, d'une mise en réseau plus efficace et systématique est revenue très fréquemment.

Tous semblent s'accorder sur la nécessité d'améliorer les choses.

Par ailleurs, beaucoup de personnalités interrogées ont souligné qu'il était temps de mettre fin à la politique de création d'équipements, notamment pour Paris intra-muros mais aussi pour la première couronne, qui s'est considérablement développée au cours des dernières années et où de nombreux projets à caractère culturel devraient prochainement voir le jour (Seine-Saint-Denis, Île Seguin etc.).

Paris est en effet hyper doté du point de vue culturel et on peut parfois aller jusqu'à se demander s'il n'y a pas un suréquipement culturel de la ville. Lorsque l'on sait que Paris propose parfois jusqu'à 500 spectacles par soir, on peut effectivement s'interroger. Il faut pourtant rendre hommage à la politique ambitieuse conduite depuis 10 ans par le Maire Bertrand Delanoë et son équipe qui a densifié la carte culturelle parisienne, hormis pour la Gaîté Lyrique, dans des arrondissements qui étaient un peu plus en retrait par rapport au centre de l'agglomération : le 104 dans le 19^e, les Trois Baudets dans le 18^e, la Cité de la Mode et du Design dans le 13^e.

Mais il est vrai qu'il semble aujourd'hui primordial d'optimiser avant tout ces nouvelles institutions, dont certaines sont notamment en situation de sous-régime (Cité de la Mode et du Design) ou ont connu des démarrages difficiles (104) avant d'engager de nouvelles créations d'établissements.

Ce même constat vaut pour les projets conduits par l'État comme la Philharmonie ou l'aménagement des sous-sols du Palais de Tokyo. L'achèvement de ces chantiers dont les retards successifs nuisent à l'image de dynamisme de notre capitale est impératif, avant d'engager tout autre nouveau projet. Même s'il faut mener à leur terme les deux projets de la maison de l'Histoire de France et de la réaffectation de l'Hôtel de la Marine (situé place de la Concorde), ainsi que l'important chantier de rénovation des Archives nationales.

Tous ces projets vont encore densifier la cartographie culturelle de Paris et c'est pourquoi la mission insiste pour que la priorité du Grand

Paris culturel soit donnée avant tout à une meilleure articulation des institutions et des porteurs de projets, à un maillage interinstitutionnel plus efficace.

Des mises en réseau peuvent être envisagées sous différentes formes et à différents degrés.

Nous avons choisi de présenter plusieurs options qui peuvent d'ailleurs être combinées les unes avec les autres.

- **Une première option consisterait à généraliser l'inscription d'un objectif de rayonnement métropolitain au cahier des charges des grands établissements publics, notamment parisiens et de la première couronne.**

Notons que les festivals jouent déjà facilement le jeu de la coopération métropolitaine. Ainsi, par exemple, le Festival Banlieues Bleues développe une coopération entre diverses institutions de la Seine-Saint-Denis (MJC, Théâtre Gérard Philipe, Théâtre de la Commune, conservatoire de région) et le musée du Quai Branly. Dans un même esprit, le festival « Vive l'art rue ! » implique, à l'initiative de la fédération des MJC du Val-de-Marne, neuf communes, une dizaine d'institutions, tout comme le « Festival de L'Oh » qui explore également de nouvelles formes de coopération interdépartementale et interinstitutionnelle. De même, quelques exemples de coopération existent aussi avec de grandes manifestations parisiennes, notamment sous l'impulsion de la Ville de Paris. De grands festivals font notamment le lien et présentent leur programmation dans la capitale et en périphérie : Festival d'Automne de Paris, Paris Quartier d'été, Nuit Blanche (les commissaires de la dernière édition venaient d'ailleurs du MAC/VAL).

En revanche, les grands établissements semblent plus réticents, en dépit de contre-exemple : comme le partenariat du Musée Galliera de la Mode et du Château de Versailles qui présentent une exposition en commun, ou le 104 et la Ferme du Buisson qui devraient aussi prochainement travailler ensemble.

Pour autant, il serait souhaitable de généraliser ce type de coopération notamment pour les grands établissements culturels, qui en vertu de l'autonomie que leur confère le statut d'établissement public, peuvent parfois jouer cavaliers seuls. Soulignons cependant la délicatesse avec laquelle ces coopérations doivent être mises en place. L'échec de la tentative de partenariat entre la Comédie-Française et la MC 93 de Bobigny a montré que ce type d'action n'allait pas de soi...

- **Une solution serait peut-être d'encourager les jumelages de villes du Grand Paris, pour faciliter ce dispositif.**

- **Une deuxième option consisterait à poursuivre et intensifier la politique de mise en réseau entre les acteurs culturels.**

Quelques réseaux culturels professionnels à l'échelon de l'Île-de-France favorisent déjà les échanges entre structures de même discipline artistique : ACTIF, Association culturelle de théâtres en Île-de-France (25 adhérents), le Groupe des 20 théâtres en Île-de-France, TRAM/Réseau art contemporain Paris/Île-de-France, Galerie Mode d'emploi qui regroupe

plusieurs galeries d'art en une association. On peut également souligner positivement que la Ville de Paris a aussi choisi de regrouper ses 14 théâtres municipaux et va poursuivre aussi cette action en direction de ses musées municipaux.

La mission a la conviction que cette politique de réseaux doit être poussée plus loin, pour remédier aux dysfonctionnements qu'engendrent des comportements encore trop autarciques et une atomisation de petites structures qui peinent à trouver leur notoriété.

Une solution serait d'encourager les mises en réseau sur une base affinitaire, par exemple entre les musées témoins du passé artisanal et industriel francilien, comme la Cité de la Céramique de Sèvres, l'Écomusée du Val-de-Bievre, le musée de l'Air et de l'Espace du Bourget, l'Archéosite de la Haute-Île à Neuilly-sur-Marne, etc. Un autre réseau pourrait aussi relier les anciennes demeures d'artistes qui ont vécu à Paris ou ont choisi de s'établir au-delà du périphérique, y ont travaillé, vécu et laissé traces de leur œuvre : Musée Rodin à Meudon, Fondation Arp à Clamart, Dubuffet à Périgny-sur-Yerres, l'Île-Saint-Germain et Vitry-sur-Seine, Moretti à La Défense, Raynaud à la Garenne-Colombes...

Par ailleurs, il semblerait nécessaire de poursuivre une politique de création de clusters pour pousser à une meilleure intégration des industries culturelles qui s'organisent, comme nous l'avons vu, autour de très nombreuses petites structures. D'autres filières d'activités comme la mode, la gastronomie, le spectacle vivant qui ne dispose par exemple pas de la force d'un réseau pour gérer en commun le matériel technique et les décors, pourtant nécessaire aux productions de toutes les compagnies pourraient ainsi être concernées.

• Une troisième solution consisterait à donner au centre et à la première couronne, un rôle d'appui et de structuration de la deuxième couronne.

Parmi les éléments qui freinent l'accès à la culture des populations, certains, qui sont d'ordre matériel, sont peu ou prou communs à l'ensemble du territoire national. Il s'agit essentiellement de l'insuffisance ou de l'inadaptation des infrastructures et des moyens de transport, des difficultés à disposer d'une bonne information, de l'image prestigieuse de la capitale qui peut parfois phagocytter la visibilité de l'offre culturelle locale, qui est pourtant loin d'être négligeable. Cela est d'autant plus vrai que les habitants ont plus de facilité (matériellement et culturellement) à se rendre à Paris qu'à se déplacer au sein de leur département ou vers les départements voisins, comme l'a montré par exemple une étude menée par le département des Yvelines⁸⁶.

L'un des enjeux est bien de rendre plus visible et plus lisible cette offre culturelle qui reste trop largement méconnue. Rappelons que ces territoires ont pourtant aussi une dimension culturelle très importante pour comprendre la profondeur historique et géographique du Grand Paris. Que

86. «Rapport d'orientation Politique culturelle 2009-2011», Conseil général des Yvelines / CS, janvier 2009.

l'on en juge par cet inventaire qui n'a rien d'exhaustif : les quatre départements de la grande couronne – comparés aux trois départements de la petite couronne – possèdent davantage de musées et de sites patrimoniaux (272), plus d'espaces consacrés à la création plastique contemporaine (213), plus de salles de spectacle et de cinéma (292 et 199), beaucoup plus de bibliothèques/médiathèques (711) et des lieux d'enseignement des pratiques artistiques (plus de 250). Certes leurs territoires sont beaucoup plus vastes (plus de 8 000 km², les 2/3 de la superficie de l'Île-de-France), mais leur population, bien qu'ayant doublé depuis 1970, ne correspond, avec un peu plus d'1,2 million d'habitants, qu'à un dixième des Franciliens.

L'offre culturelle de ces territoires est à la fois diversifiée et de qualité. Revenons-y rapidement :

C'est le cas notamment du département des Yvelines avec les châteaux de Versailles et de Saint-Germain-en-Laye, la ville de Rambouillet (Ville d'art et d'histoire, comme la communauté d'agglomération de Saint-Quentin-en-Yvelines), son château et sa forêt. Citons également le Chemin des Impressionnistes qui regroupe neuf communes du nord du département.

Dans le Val-d'Oise, la richesse patrimoniale est aussi remarquable. Les abbayes de Maubuisson (membre du réseau TRAM) et de Royaumont, le château de La Roche-Guyon en témoignent, de même que la ville d'Auvers-sur-Oise. Patrimoine et action culturelle pluridisciplinaire s'y conjuguent. Un même dynamisme culturel se développe à Cergy-Pontoise, forte de ses sept salles de spectacle et à Enghien-les-Bains autour du numérique, avec le Festival des Bains Numériques et du centre d'art. Deux grands projets à venir complètent ce panorama : l'installation en 2014 du Centre de conservation des patrimoines, qui sera aussi un centre de médiation culturelle pour le public qu'il accueillera et la construction, prévue dans le cadre du CDT Gonesse Val de France, de l'Aréna « Le Dôme », salle de sport et de spectacle située à Sarcelles.

La Seine-et-Marne est le plus grand département de l'Île-de-France et le plus ancien dans sa configuration. Il dispose lui aussi d'un patrimoine exceptionnel : les villes de Meaux et de Provins (cités épiscopale et médiévale), la ville, le château et la forêt de Fontainebleau, les musées et « maisons-ateliers » de Barbizon. En matière de création et de spectacle vivant, on peut citer, la Ferme du Buisson à Noisiel, la Galleria Continua/Le Moulin à Boissy-le-Châtel, le centre photographique de Pontault-Combault, la scène nationale Les Tréteaux de France à Montereau-Fault-Yonne.

En Essonne, Évry et Ris-Orangis apparaissent comme les deux pôles majeurs en matière de spectacle vivant. Au nord du département, se trouve aussi l'Opéra de Massy qui s'impose comme l'élément structurant, tandis que Palaiseau et ses environs concentrent de nombreux équipements culturels de proximité. Au sud, Étampes s'impose comme le principal pôle culturel, notamment en ce qui concerne les espaces dédiés à la création contemporaine.

En complément de cette offre culturelle abondante, il faut rappeler que ces territoires abritent deux moteurs de développement culturel importants :

Rappelons d'abord qu'ils regroupent quatre parcs naturels régionaux (PNR) : le Vexin Français (Val-d'Oise/Yvelines), la Haute Vallée de Chevreuse (Yvelines), le Gâtinais français (Essonne et Seine-et-Marne) et l'Oise, Pays de France (Picardie/Île-de-France) auxquels devraient s'ajouter le PNR du Bocage Gâtinais et celui de Brie et deux Morins. Ces Parcs naturels régionaux, issus d'un décret du 1^{er} mars 1967, modifié à multiples reprises, offrant des « zones de respiration », sont régis par des chartes qui visent « la valorisation de leur patrimoine naturel, culturel et humain ».

En outre, ces territoires de deuxième couronne abritent les grands équipements de loisirs internationaux et régionaux comme Disneyland Paris à Marne-la-Vallée, le port de plaisance de Meaux, la Réserve africaine de Thoiry, le parc France Miniature. Le Parc Astérix et la Mer de Sable jouent par ailleurs un rôle moteur, mais ces deux sites sont situés dans le département de l'Oise.

Les espaces de la seconde couronne de l'Île-de-France ne sont donc pas un désert culturel. Les ressources patrimoniales (architecturales et naturelles), les équipements, les initiatives et les propositions en matière culturelle et événementielle, sont portées par les quatre Conseils généraux et par des maires particulièrement dynamiques. Et pourtant, un fait est là : de nombreux élus et responsables (économiques ou autres) de la deuxième couronne estiment que leurs territoires sont « les oubliés du Grand Paris ».

Ce sentiment a été récemment exprimé par le rapport du CESER d'Île-de-France consacré aux « territoires interrégionaux et ruraux franciliens »⁸⁷. La démarche relative au Grand Paris traduirait selon ses auteurs la concentration des pouvoirs publics sur la zone agglomérée et ses extensions possibles, ce qui conduirait à augmenter les déséquilibres sociaux et territoriaux déjà constatés en Île-de-France et à en créer de nouveaux. Des maires (également parlementaires pour plusieurs d'entre eux) de villes importantes ont publiquement fait écho à cette inquiétude, parfois avec colère⁸⁸.

C'est dans ce contexte que pourraient être générés des faisceaux culturels pour ces territoires, permettant une mise en commun des ressources, des méthodes et des moyens.

La procédure des « faisceaux » telle que le Conseil régional d'Île-de-France l'a conçue pour élaborer le SDRIF pourrait ainsi être utilisée sur le terrain culturel et au bénéfice du rayonnement et de l'attractivité des territoires de la deuxième couronne. Un faisceau est défini comme « un cadre de dialogue et de coordination stratégique » destiné à favoriser les solidarités entre territoires et jouer le rôle de facilitateurs. Le schéma directeur de la région découpe ainsi l'Île-de-France en cinq grands faisceaux qui comprennent les territoires ruraux comme suit :

87. « Les territoires interrégionaux et ruraux franciliens : territoires de contact entre la zone agglomérée et les régions limitrophes du bassin parisien », Rapport préparé par Marc Rémond au nom de la Commission aménagement du territoire du CESER Île-de-France, janvier 2011.

88. « Les oubliés du Grand Paris », *Journal du Dimanche*, 9 janvier 2011.

- Faisceau Ouest : Vexin français, Haute vallée de Chevreuse, Pays Houdanais ;
- Faisceau Nord : Persan-Beaumont, Oise-Pays de France ;
- Faisceaux Est : Est de la Seine-et-Marne, Meaux, Coulommiers, Provins, Brie et Deux Morins ;
- Faisceau Sud-Est : Fontainebleau, Montereau-Fault-Yonne, Bassée-Montois, Nemours/Val de Loing, Gâtinais ;
- Faisceau Sud : Étampes, Dourdan, Milly-la-Forêt, Rambouillet.

Ces faisceaux qui partent de l'agglomération parisienne et englobent des territoires de plus en plus larges jusqu'aux régions limitrophes de la région parisienne devraient pouvoir s'appliquer au domaine culturel. Les équipements et les événements appelés à s'intégrer dans chaque faisceau, à partir de solidarités historiques, de convergences artistiques et culturelles – devraient initier une dynamique de coopération et de mise en réseau importante. Ces faisceaux culturels ouvriraient des « routes culturelles » pour les touristes franciliens et étrangers, sur la base de solidarités thématiques. Une approche cohérente des liaisons et transports devrait en découler.

La mise en place de faisceaux culturels nous paraît riche de promesses pour créer un double mouvement de Paris, au-delà de sa proche banlieue, vers les territoires qui nous occupent ici, et de ces territoires vers l'agglomération capitale. C'est une condition essentielle à la réussite du projet. Le Grand Paris ne pourra exister que s'il se construit à l'image du monde qu'il souhaite, à savoir un territoire polycentrique qui fonde sa richesse non sur l'exclusion mais sur la reconnaissance et l'intégration de ses nombreuses richesses. Comme l'a déclaré Vincent Eblé, Président du Conseil général de Seine-et-Marne lors de son audition : « comme la métropole fonctionne en archipels, on a besoin de voir émerger des centralités différentes ». L'Île-de-France est un territoire beaucoup moins visité que Paris, non pas à cause d'un manque de motivation mais d'un déficit de visibilité et d'informations sur les activités, le temps à leur accorder et les moyens de transport pour s'y rendre. Pour y remédier, il est nécessaire de mettre en évidence l'offre culturelle de la deuxième couronne et de convaincre le public (touristes, parisiens, banlieusards) que Paris n'est pas le seul lieu de ressources culturelles, qu'en la matière il n'est pas de « bon bec que de Paris ».

• Enfin une quatrième option consiste à pousser les offres de billetterie culturelle groupées.

Ce type de système qui permet de vendre des entrées dans plusieurs lieux culturels à un tarif préférentiel sous la forme de package devrait être étendu : pour favoriser le développement d'un tourisme métropolitain et redistribuer une partie de la manne touristique en direction de lieux moins connus. La création en 1988 du Paris Museum Pass (7 millions de pass vendus) qui regroupe 31 musées est un exemple positif du type d'initiative qu'il faudrait développer. Pour reprendre l'analyse de Jean-Yves Durance, Président du Conseil d'Administration de VIPARIS, « il est indispensable de renouveler cette offre, en l'orientant vers les services intégrés, c'est-à-dire la mobilité (ticket de transport en commun pour éviter la file d'attente en arrivant au métro, taxis), mise à disposition de pass (un accord a

récemment été trouvé avec le STIF autour de la création d'un Pass parisien), possibilités d'hébergement et/ou de restauration, etc.»

Mis à part quelques sites emblématiques comme Versailles, Disneyland Paris ou le Stade de France, rappelons que la fréquentation touristique de l'Île-de-France reste extrêmement concentrée sur le cœur de l'agglomération parisienne, au détriment de l'attractivité touristique des espaces limitrophes. À titre d'exemple, le MAC/VAL d'Ivry, ne reçoit que 1% de visiteurs étrangers par an.

Le développement d'une attractivité touristique métropolitaine est donc un levier stratégique pour le Grand Paris et pour les territoires périphériques, pour mieux diffuser les flux existants et prospectifs sur l'ensemble de la région parisienne (gardons en tête qu'un doublement attendu du nombre de touristes est prévu dans 20 ans⁸⁹) et pour faire de notre « capitale augmentée » un pôle d'attraction touristique encore plus fort.

Il faut certes saluer la réponse apportée en ce sens dès l'année 2000, par le Conseil Régional, l'État et les Conseils Généraux avec la mise en place de pôles touristiques régionaux prioritaires, dans le cadre du Schéma régional du Tourisme et des loisirs en Île-de-France. Mais il semble cependant nécessaire de pousser encore plus loin cette politique notamment par une communication plus coordonnée et par des offres culturelles packagées.

En effet, en dépit du rôle de coordination du Comité Régional du Tourisme et du Schéma Régional du Tourisme, on peut regretter que subsiste encore une forte départementalisation dans l'appréhension de la problématique touristique avec une coexistence d'acteurs (Comités Départementaux, Offices du Tourisme municipaux, Comité Régional, etc.) dont la multiplication se fait au détriment de la lisibilité d'une offre touristique intégrée et cohérente.

C'est dans cet esprit que la Caisse d'Épargne Île-de-France soutient l'idée d'un pass culture et qu'un rapport traitant de ces questions a été rendu par Élise Longuet le 15 mars 2010 au ministre de la Culture.

89. Compte-rendu de l'audition de Paul Roll, directeur général de l'Office du tourisme et des congrès de Paris.

Troisième partie :

Quels sont les enjeux du Grand Paris Culturel ?

—

On ne saurait raisonnablement opposer l'ambition de renforcer la place qu'occupe la métropole parisienne parmi les grandes capitales culturelles mondiales à l'ambition de créer une métropole solidaire, stimulante et conviviale, attentive aux besoins de ses habitants et à leurs difficultés.

À ce titre, penser la dimension culturelle du Grand Paris implique aussi de réfléchir au niveau interne. Ce regard sur le territoire, en tenant compte des réalités qui dépassent le seul point de vue culturel, fait apparaître de nombreux déséquilibres d'ordre socio-économiques que le passage à la grande échelle met en évidence et exacerbe.

Ces déséquilibres engendrent une fragmentation du territoire et une ségrégation spatiale marquée entre les quartiers défavorisés, les quartiers bourgeois et les zones à plus faible densité où s'installent les classes populaires, attirées par la promesse d'une meilleure qualité de vie, à moindre coût. Ils entraînent aussi une augmentation des tensions sociales dans les quartiers les plus déshérités, la montée d'un sentiment d'exclusion et de ghettoïsation chez les populations qui y vivent. Comme l'ont montré les émeutes de 2005 dans la banlieue parisienne ou les récentes explosions de violence dans les villes du nord parisien à Sevran ou Montfermeil, il en faut peu pour que cette situation ne se transforme en poudrière, menaçant la sécurité de la population francilienne et la cohésion de notre modèle républicain.

Ces clivages économiques et sociaux qui divisent notre espace métropolitain et le climat de plus en plus dégradé dans certaines banlieues est bien évidemment un enjeu national qui mobilise déjà de nombreux acteurs politiques, publics et associatifs et dépasse le cadre de cette mission.

Pourtant, cette réalité s'inscrit aussi en toile de fond de la réflexion sur la dimension culturelle du Grand Paris et ne doit pas être occultée car elle renvoie à deux interrogations fondamentales :

– Tout d'abord, comment la culture peut-elle positivement agir sur le vivre ensemble, la qualité de vie des habitants et leur sentiment d'appartenance à un même espace métropolitain, en l'occurrence le Grand Paris ?

– Au-delà, quel modèle culturel le Grand Paris propose-t-il pour que tous les habitants trouvent dans cette grande agglomération des conditions de vie agréables et stimulantes ?

Construire le Grand Paris implique en effet de se poser la question : qu'est ce qu'une ville qui se veut capitale ? Par analogie, penser la dimension culturelle du Grand Paris, c'est se demander quels enjeux notre métropole doit relever pour (re) conquérir son statut de grande métropole culturelle mondiale, ouverte, conviviale, vibrante et animée.

Le Grand Paris doit être l'incarnation de la «ville-monde» et s'ouvrir davantage à la diversité culturelle

Le Grand Paris est considéré par une majorité de Français comme un territoire où sont présentes de nombreuses cultures (89%)

(Sondage CSA)

Le Grand Paris doit renouer avec sa vocation historique d'être une capitale culturelle universelle

La vie culturelle de Paris s'est largement nourrie de l'étranger

L'appellation «ville-monde» est le plus souvent utilisée pour qualifier Londres. Il est vrai que la capitale du Royaume-Uni est probablement la ville qui reflète le mieux cette image d'un monde, riche de toutes les nationalités, groupes ethniques, communautés qui composent la population mondiale. À Londres, cette diversité se voit partout, dans les rues et dans tous les quartiers du Grand Londres, et va bien au-delà d'une représentation des anciennes colonies britanniques même si c'est bien l'héritage du Commonwealth qui a structuré la présence étrangère à Londres. Le Grand Londres capitalise d'ailleurs sur cet atout dans sa stratégie de communication, comme en témoigne le slogan choisi pour les Jeux olympiques de 2012 : «see the world, visit London».

Pourtant à plusieurs égards, le Grand Paris est aussi et autant que Londres une «ville-monde».

Il faut bien comprendre que cette diversité de populations du Grand Paris est bien antérieure à la mondialisation. Toute l'histoire de la France a contribué à faire de Paris un creuset de populations, de groupes ethniques, de communautés culturelles, linguistiques, religieuses qui ont intégré la communauté nationale au gré des soubresauts de l'histoire au point de faire de la capitale, dès le XVIII^e siècle, une terre d'accueil de très nombreux étrangers et une véritable capitale cosmopolite. Après les soubresauts de la Révolution, cette vocation s'est renforcée au XIX^e siècle et s'est accélérée au XX^e siècle.

Comme nous l'a rappelé Pascal Ory dans une note rédigée pour la mission, la vie culturelle française en témoigne abondamment, au travers du nombre considérable d'artistes et d'intellectuels d'origine étrangère qui ont choisi la France soit pour s'y former, s'y exprimer et/ou s'y réfugier. Et, dans le secteur culturel, qui dit France dit le plus souvent – et de

loin – Paris. D’abord parce que c’est à Paris que se situe, jusqu’à une date récente, l’essentiel des écoles de référence dans tous ces domaines (École des Beaux-arts, Conservatoire, Sorbonne, etc.). Ensuite parce que c’est dans la capitale que se concentrent les institutions culturelles de rayonnement international, qu’elles soient publiques (Opéra, Comédie-Française, etc.) ou privées (maisons d’édition, médias...). A quoi s’ajoutent deux éléments décisifs, tenant à l’histoire nationale : d’une part, l’importance et la visibilité des enjeux culturels dans la vie de ce vieux pays longtemps prédominant sur le plan démographique et politique et qui, après avoir décliné sur ces deux plans, tient du moins à conserver un rang d’excellence dans le domaine « des arts, des lettres et des sciences », au mécénat monarchique se substituant peu à peu les multiples formes d’une sorte de mécénat républicain et démocratique ; de l’autre, l’image, selon les cas fondée ou idéalisée, d’un pays de liberté d’expression et d’égalité, le pays des Droits de l’Homme.

Ainsi s’explique, par exemple, qu’au début du XX^e siècle quantité d’architectes américains soient élèves des Beaux-arts, et ramènent dans leur pays, avec leur diplôme français, une manière de bâtir dite aujourd’hui « Beaux-arts style ». Ainsi s’explique aussi que la notion d’« École de Paris », en matière d’arts plastiques, se caractérise par la participation exclusive d’étrangers, de Chagall à Kisling, de Soutine à Zadkine.

De même, c’est l’attractivité de la vie théâtrale française, aidée par les pouvoirs publics et portée par des élites ouvertes à une certaine modernité, qui explique à la veille de la Première Guerre mondiale le phénomène des « Ballets russes » comme après 1945, l’essor d’un « Théâtre de l’absurde » dont la moitié des auteurs, d’Adamov à Ionesco, sont d’origine étrangère.

C’est aussi l’atmosphère de liberté qui règne sur la ville qui explique, dans l’Entre-deux-guerres, que tant d’artistes et d’intellectuels, russes (après la Révolution d’octobre), italiens, allemands ou espagnols, (après la prise du pouvoir du fascisme et de ses alliés) choisissent de s’établir à Paris. Cela se prolonge après la Seconde Guerre mondiale et explique que l’on puisse repérer ici une diaspora intellectuelle grecque (Castoriadis, Poulantzas, Axelos), là une sorte d’école argentine des arts du spectacle (Lavelli, groupe Tsé, Copi).

Sans cette atmosphère on ne comprendrait pas non plus le rôle joué par Paris dans l’histoire de la culture anglo-saxonne, d’Oscar Wilde à Henry Miller, de la *lost generation* aux musiciens ou écrivains *African American* des années 50 fuyant le racisme.

De 1945 à 1965, Paris est donc, il faut le rappeler, le pôle d’attraction culturelle du monde entier. Position que la capitale cherche aussi à consolider.

Ainsi, le festival international qui se déroulait au théâtre Sarah-Bernhardt constitue un épisode marquant de cette histoire, un chaînon capital entre l’après-guerre et 1968. Dans une Europe qui avait été déchirée par les conflits et restait divisée en blocs, le festival imaginé par A. M. Julien, né Maistre Aman était porteur d’une utopie : réconcilier les peuples par l’ouverture à la culture de l’autre, grâce aux arts du spectacle et notamment grâce au théâtre.

Le théâtre Sarah-Bernhardt accueillit dès sa première programmation en 1957 une douzaine de pays européens et une vingtaine à chacune des saisons suivantes. C'est là que tout fut découvert ou redécouvert : tragédie grecque, comedia dell'arte, œuvres shakespeariennes, farces moliéresques, théâtre d'ombres ou marionnettes, Brecht, l'Opéra de Pékin, le Berliner Ensemble, le théâtre Habima et le Dibbouk, Goldoni et le Workshop Theater, Peter Brook, le Nô, le théâtre d'art de Moscou, Jérôme Robbins, l'Ensemble national du Mali ou le Schauspielhaus de Düsseldorf, le happening et les avant-gardes américaines, etc.

Le théâtre Sarah-Bernhardt se transforma d'ailleurs en 1957 en Théâtre des Nations, affirmant ainsi plus clairement sa vocation à être tous les théâtres du monde à la fois. Il engendra l'Odéon de Jean-Louis Barrault, prépara le festival de Nancy qui deviendra mondial en 1968, le théâtre de la Ville fondé en 1968 par Jean Mercure et le Festival d'Automne et enfin l'Odéon, Théâtre de l'Europe en 1981.

Ce rapport n'a pas pour objet de retracer toutes les étapes de cette histoire qui a constitué le Grand Paris de la culture. Il est renvoyé pour approfondir cet aspect particulier à l'ouvrage d'Odette Aslan, « Paris Capitale mondiale du théâtre – Le Théâtre des Nations »⁹⁰.

Mais soulignons, pour prendre les plus grands, que c'est à Paris qu'un Espagnol comme Picasso, un Roumain comme Brancusi, un Suisse comme Le Corbusier, un Irlandais comme Beckett s'installent à demeure. Rappelons aussi le rôle joué par l'American Center, installé boulevard Raspail, qui amènera à Paris Léonard Bernstein, Merce Cunningham et tant d'autres personnalités majeures de l'avant-garde américaine, comme Carolyn Carlson.

Enfin, c'est aussi dans la capitale française que s'installent les journaux et maisons d'édition qui, à partir des années 70, promeuvent la bande dessinée de tout pays comme « neuvième art », ou que s'épanouissent le raï et le zouk, musiques métisses portées par les communautés immigrées. Paris n'aura donc jamais été aussi rayonnante qu'en s'ouvrant à l'étranger.

Le Grand Paris abrite de nombreux relais qui incarnent son ouverture au monde

Tous les grands établissements culturels du Grand Paris développent une action en direction de l'étranger et avec l'étranger. Mais Il a paru intéressant de rappeler à ce stade du rapport plusieurs aspects spécifiques trop souvent négligés. Ils méritent d'être soulignés car ils confortent le statut de Paris comme capitale culturelle universelle.

– Tout d'abord, c'est à Paris que les vainqueurs au sortir de la Seconde Guerre mondiale, ont fixé le siège de l'Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture (Unesco) installée place de

90. « Paris Capitale mondiale du théâtre – Le Théâtre des Nations », Odette Aslan, CNRS Éditions, 2009.

Fontenoy dans le 7^e arrondissement. Ce choix, qui doit beaucoup à l'énergie et à l'autorité de René Cassin, reflétait à l'époque la reconnaissance de l'autorité intellectuelle et culturelle de la France et de Paris en particulier. Il continue de faire peser sur l'État hôte de cette organisation du système des Nations unies, des devoirs qu'il serait utile de rappeler.

Cette organisation multilatérale reste une des seules – avec les institutions européennes – où la pratique de la langue française est dans l'ensemble assurée, comme langue de travail. Notre influence y reste forte tant par nos experts que par nos ressortissants qui y travaillent. De plus, la France est à l'origine de l'adoption de plusieurs conventions internationales qui fixent le droit des États notamment sur la diversité culturelle et sur le patrimoine non tangible.

À cet égard, il serait souhaitable que, profitant de cette nouvelle dynamique culturelle que va engendrer le Grand Paris, des liens de coopérations ambitieux entre l'Unesco et la France soient renforcés et que le territoire francilien puisse accueillir des activités culturelles organisées par l'Unesco qui ne dispose pas, place de Fontenoy, des espaces de présentation et d'expositions suffisants, alors qu'elle est plutôt bien dotée en espaces de congrès et de réunions.

De même, les ambassadeurs nommés Délégués permanents de la France doivent apporter à la représentation de nos intérêts toute l'attention qu'elle mérite et la Commission nationale française auprès de l'Unesco doit être composée avec un souci vigilant d'excellence intellectuelle et de présence engagée.

– Autre aspect, Paris est la seule capitale au monde à accueillir sur son territoire plus de quarante centres culturels étrangers, installés pour certains depuis longtemps dans notre capitale. Le Goethe Institut, la Maison du Danemark, l'Institut Cervantès, l'Institut Italien, la Maison de la Culture du Japon, le British Council, cohabitent avec le Centre de recherches sur la diaspora arménienne, le Centre Wallonie-Bruxelles, l'Institut finlandais, l'Institut hongrois de Paris et tant d'autres qui assurent une présence vivante des cultures étrangères à un haut niveau de programmation. La mission a pris contact avec ces centres dont beaucoup font aujourd'hui partie d'un réseau les regroupant, le FICEP (Forum des Instituts culturels étrangers à Paris) avec lequel la mission a également dialogué.

Les directeurs de ces centres ont fait part à la mission des difficultés qu'ils rencontrent pour établir des relations constructives avec les grandes institutions culturelles parisiennes. Celles-ci semblent les ignorer et programment des activités artistiques intéressant leurs pays sans les associer voire même sans les informer. **Un travail de sensibilisation est donc nécessaire à destination de nos institutions les plus importantes comme les plus modestes.** Ainsi la directrice du centre culturel italien, Rosanna Rummo, soulignait le risque que les centres culturels étrangers implantés à Paris, finissent par ne parler qu'aux Italiens de Paris, de passage ou établis dans la capitale, et plus aux Parisiens!

Pour lutter contre ce danger d'un repli sur soi, parmi les recommandations, figure aussi celle qu'un plus large écho soit donné à «la semaine

des cultures étrangères», organisée chaque année en septembre par le FICEP, avec un parcours et des animations notamment autour de la connaissance des langues.

Tous les États ne possèdent pas de centres culturels à Paris, faute de moyens souvent, faute d'intérêt parfois. Il faut ainsi souligner une sous représentation des pays de l'Afrique hors Maghreb. En revanche, les pays de l'Europe de l'est témoignent d'un intérêt grandissant à ouvrir des antennes culturelles à Paris, comme la Serbie, le Monténégro, ou encore la Roumanie. Arrivés tardivement sur la scène culturelle parisienne, ils sont très dynamiques et se servent de ces vitrines pour faire avancer l'acceptation de leurs pays dans l'élan européen.

Paris doit être très vigilant pour ne pas perdre cet engagement culturel très fort de la part des centres culturels étrangers. La tentation est grande pour certains pays, dans un contexte de crise économique et d'austérité budgétaire, de sacrifier ce type de programmes pourtant essentiels pour faire progresser la connaissance et l'ouverture à la diversité culturelle du monde.

– À ce propos, rappelons aussi que dans un mouvement inverse, le Grand Paris rayonne bien au-delà de son territoire, par l'action culturelle extérieure française. Une étude consacrée aux échanges entre la France et l'Europe dans les domaines du théâtre, de la danse, du cirque et des arts de la rue, pilotée par l'Office national de diffusion artistique (ONDA) et rédigée par la sociologue Marie Deniau souligne que 334 compagnies françaises tournent à l'étranger et ont présenté, en 4 saisons, 920 spectacles. Beaucoup de compagnies installées en région parisienne ont participé à ces échanges, notamment la Comédie-Française. Il faut noter à ce propos l'intérêt des bureaux spécialisés, installés dans les villes étrangères, notamment européennes, comme celui de Berlin, tourné vers le théâtre et la danse et géré par les professions concernées : leur développement devrait favoriser la diffusion de la «résonance française».

Par ailleurs, au réseau des centres culturels étrangers installés à Paris répond le réseau des 144 instituts et centres culturels français, répartis sur toute la planète. Chargés de diffuser la culture française, ils sont coordonnés par l'Institut français créé par la loi du 12 juillet 2011 et qui succède à Cultures France (anciennement AFAA) avec un périmètre d'action élargi et des moyens renforcés.

Ce réseau est un puissant relais du Grand Paris Culturel : il a ainsi soutenu l'itinéraire de l'exposition organisée par la Cité de l'Architecture sur l'avenir de la métropole parisienne et il peut se mobiliser de multiples façons pour en assurer la promotion et le rayonnement. Très diversifié dans les formes qu'il emprunte, ce réseau jouit d'une grande autorité due à son ancienneté – le premier institut français a été créé en 1907, à Florence, par Lucien Luchaire, grâce à la Faculté de Lettres de Grenoble – à la qualité de ses animateurs et à l'étendue de ses champs d'intervention en matière d'échanges artistiques au bénéfice du spectacle vivant, des arts plastiques, du cinéma, du livre, de la langue française, de l'enseignement supérieur et de l'architecture. L'action de ces instituts et centres culturels est amplifiée et soutenue par les conseillers culturels de nos ambassades dont certains sont

devenus des experts reconnus mondialement. De façon plus spécifique, le Grand Paris ne peut que bénéficier de cette nouvelle dynamique impulsée à l'action culturelle extérieure française, en continuant d'accueillir les manifestations artistiques des pays étrangers avec lesquels, des accords ont été conclus. Les festivals, les saisons (de 6 mois), les années, importent à Paris la scène artistique et intellectuelle de nombreux pays (la Chine en 2010, la Croatie en 2012), mettant en évidence la complicité entre deux capitales (Paris – Buenos Aires, printemps – automne 2012), l'importance d'un artiste majeur et mondial (Franz Liszt depuis le 18 janvier 2011) ou offre une hospitalité à une ville sans réciprocité automatique (Tallinn, capitale européenne de la culture en 2011 au travers du festival « Estonie tonique »).

Un autre réseau est constitué par l'Alliance française. Créée le 21 juillet 1833 à l'initiative de Paul Cambon, chef de cabinet de Jules Ferry et destinée à enrayer le déclin de la France après la défaite française de 1870, elle regroupe plus de 1 072 comités installés dans 135 pays. Ces alliances françaises locales sont très intégrées à la vie locale. Elles se financent seules notamment par le mécénat, avec un succès inégal.

On peut souligner la réussite exemplaire du French Institute Alliance Française de New York. Ces établissements sont indépendants de l'Alliance française Île-de-France – qui accueille 11 000 étudiants de 160 nationalités – et a le statut d'un établissement privé d'enseignement supérieur et d'un organisme de formation reconnu. Ils le sont également de la Fondation Alliance française, créée en 2007, qui a reçu en donation de l'Alliance française Paris Île-de-France, l'immeuble du boulevard Raspail et qui est désormais la seule propriétaire de la marque « Alliance Française » dont elle peut autoriser l'utilisation par les alliances locales qui fonctionnent ainsi en franchise. L'expertise pédagogique et culturelle de ce réseau est reconnue. Il est donc aussi un acteur majeur du Grand Paris culturel en contribuant au respect de la diversité culturelle.

– Rappelons également que Paris accueille l'organisation de la francophonie présidée par Abdou Diouf, qui accueille 75 États qui se réclament de l'usage de la langue française. Son objectif est d'en assurer la plus large diffusion et de soutenir toutes les initiatives qui y contribuent. Notre capitale est ainsi le siège de cette instance de représentation qui s'adresse à 200 millions de francophones.

Le français est situé au 8^e rang des langues internationales, après le mandarin, l'anglais, l'espagnol et l'arabe. Selon l'Observatoire de la langue française, le nombre des francophones dans le monde a été multiplié par trois depuis soixante ans et seuls la Syrie, le Vietnam, le Laos et le Cambodge connaissent une tendance régressive. Si l'on réfléchit au nombre des États se réclamant d'une langue, soixante-trois États se réclament de l'anglais qui figure donc au premier rang, le français est au 2^e rang avec trente-six États qui s'en réclament, alors que la langue arabe et la langue espagnole sont les langues officielles de vingt et un États pour chacune. L'accueil de la francophonie sur le territoire parisien est donc beaucoup plus qu'une opération symbolique car elle soutient le dynamisme, la réputation de la capitale et renforce sa vocation internationale.

Malgré la domination de la langue anglaise, l'usage du français reste un enjeu culturel majeur dans l'univers de la création et il doit être facilité, encouragé et conforté. Il n'est pas neutre que sur les trente-cinq immortels vivants, membres de l'Académie française (en janvier 2011), quatre n'ont pas la langue française pour langue maternelle : François Cheng (pour le chinois) Hélène Carrère d'Encausse (pour le russe), Assia Djebar (pour l'arabe) et Hector Bianciotti (pour l'espagnol), participent à l'élaboration du dictionnaire, au sein du temple de la langue française. Et cette ouverture caractérise aussi le Prix Goncourt qui depuis 1987 a couronné un quart de ses lauréats qui ne sont pas de langue maternelle française : Tahar Ben Jelloun (marocain), Amin Maalouf (libanais), Andréï Makine (russe), Jonathan Littel (américain), Atiq Rahimi (afghan) ...

Le Grand Paris joue donc un rôle important dans la dynamique des langues internationales et en son sein de la langue française. **Afin de mieux mettre en évidence cette dimension linguistique, la mission souhaite mettre en évidence une manifestation importante de la francophonie et qui passe trop inaperçue : la célébration officielle de la Journée Internationale de la francophonie, qui s'est tenue, cette année, le 16 mars 2011.** Cette célébration devrait revêtir un éclat supérieur à Paris et devenir une journée importante dans le calendrier culturel du Grand Paris. Il faut pouvoir en faire une fête du partage, alors même qu'une partie des populations vivant sur le territoire du Grand Paris ne maîtrise qu'imparfaitement notre langue, ce qui constitue un handicap très lourd pesant sur leur faculté d'intégration sociale, professionnelle, culturelle.

– Un autre aspect qui consacre la vocation universelle de Paris tient à la présence sur le sol parisien de puissants établissements culturels de caractère régional : l'Institut du Monde Arabe, la Maison de l'Amérique Latine, la Maison d'Europe et d'Orient, l'Union latine, et depuis 2006, l'Institut des cultures d'Islam, couvrent des champs culturels très larges. On peut toutefois regretter que l'Afrique subsaharienne ne dispose pas d'un espace culturel dédié.

La création d'un centre des cultures africaines contemporaines, viendrait combler un vide qui est d'autant plus regrettable que de nombreux pays africains connaissent un regain de créativité culturelle qui mériterait de trouver sa vitrine de diffusion dans le Grand Paris. De même, la Chine dispose d'un centre culturel, boulevard Latour-Maubourg, qui bien que rénové et modernisé n'est pas à la mesure de la culture de ce très grand pays. Il y aurait là matière à ouvrir des discussions au plus haut niveau politique.

Par ailleurs, rappelons que la métropole accueille également sur son territoire de remarquables institutions qui croisent le regard historique et scientifique, et des collections d'origines très variées qui sont exceptionnelles. Ne seront cités ici que le musée Guimet d'un côté et le musée du Quai Branly de l'autre, qui font l'admiration de tous pour la qualité de leurs programmations.

Il faut aussi distinguer ici deux lieux qui mettent en valeur l'importance des cultures du monde sur le territoire parisien :

• La Cité nationale de l'histoire de l'immigration, située Porte Dorée et chargée de rassembler, sauvegarder, mettre en valeur et rendre accessibles les éléments relatifs à l'histoire de l'immigration en France pour contribuer ainsi à la reconnaissance des parcours d'intégration des populations immigrées dans la société française comme pour faire évoluer les regards et les mentalités sur l'immigration.

• La Maison des cultures du monde fondée et présidée par Chérif Khaznadar qui œuvre à la promotion et à la défense du patrimoine culturel immatériel de l'humanité et est dédiée à l'accueil de manifestations étrangères selon tous leurs modes d'expression et quel que soit leur milieu d'origine : profane ou sacré, savant ou populaire, professionnel ou non professionnel, lettré ou oral, traditionnel ou contemporain...

En dernier lieu, mentionnons enfin que Paris abrite aussi la Cité internationale universitaire de Paris. Ce campus très original, créé en 1920, boulevard Jourdan dans le 14^e arrondissement, poursuivait plusieurs objectifs, rappelés dans ses statuts : «favoriser les échanges entre étudiants de toutes nationalités», mais également «accueillir les chercheurs, professeurs, artistes et techniciens confirmés pour des missions temporaires» et «fournir un support matériel à l'organisation de congrès, colloques, séminaires et réunion à caractère international»⁹¹.

L'objet de la Cité est donc d'ordre culturel. Son mode de financement original doit être rappelé. Les trente-sept pavillons qui la constituent ont en effet été financés par des États étrangers, par des mécènes ou par des écoles. Pour la première fois, la région Île-de-France va accéder à la Cité internationale, en finançant un pavillon dont l'architecture est spectaculaire et qui sera à énergie positive. Il accueillera près de cent cinquante étudiants et chercheurs. Ce pavillon donnera le signal d'un vaste programme de nouvelles constructions grâce au déblocage des contraintes financières qui pesaient depuis cinquante ans sur le site.

La mission s'interroge sur la possibilité de transférer cette formule de financements extériorisés au bénéfice d'une cité internationale d'artistes qui fait défaut à l'échelle du Grand Paris, et d'en évaluer la faisabilité. La valeur d'exemplarité de la Cité internationale pourrait dans ce sens être exploitée.

Une meilleure articulation doit être trouvée entre la préservation de l'identité nationale et l'ouverture à la diversité culturelle

Au total, aujourd'hui ce sont cent quatre-vingt-douze nationalités du monde qui sont représentées sur le territoire de l'Île-de-France. La population étrangère atteint 12,4% de la population totale francilienne, 16% à Paris, et 21% en Seine-Saint-Denis⁹².

91. *La cité internationale universitaire de Paris*, Bertrand Lemoine, Hervas, 1996.

92. «Étrangers en 2008 : comparaisons départementales», Insee, 2008.

Paris a un rôle de plaque tournante dans les échanges migratoires comme toutes les « villes-monde ». Un Parisien sur cinq est un immigré. Cent dix nationalités y sont présentes. Rien qu'à Barbès et La Chapelle, soixante-cinq nationalités sont représentées. La population étrangère de Paris présente trois caractéristiques, comparée à celle de l'Île-de-France : les nationalités d'Afrique y sont moins représentées, les nationalités européennes y sont comparables, les personnes asiatiques et du continent américain sont plus nombreuses à Paris que dans le reste de l'Île-de-France.

Au sein de l'Île-de-France, la Seine-Saint-Denis a une situation encore plus exceptionnelle. Les immigrés y représentent près du quart de la population et pour certaines communes, plus du tiers (Aubervilliers, Clichy-sous-Bois, la Courneuve, Saint-Denis, Saint-Ouen, Villetaneuse, Bobigny par exemple). Les Maghrébins forment le principal groupe d'étrangers, devant les ressortissants du reste de l'Afrique dont le nombre augmente rapidement, et les Portugais qui forment la principale nationalité étrangère européenne en Seine-Saint-Denis. Montfermeil à elle seule, accueille quarante nationalités !

Désormais, ces données révélatrices de l'extrême diversité des peuplements représentés changent la nature du Grand Paris. Cette diversité démographique et géographique induit aussi une diversité culturelle, linguistique, artisanale, artistique, etc. qui apporte une très grande richesse au Grand Paris, élargit les perspectives et renforce la tradition d'hospitalité et la vocation d'ouverture de notre territoire. Cette diversité doit donc être vécue de façon positive et constructive qui appelle un regard positif et tolérant de la part des Franciliens.

Il faut quand même rappeler que les idées, les comportements tolérants et accueillants ont progressé dans la société française.

De même, Il faut souligner le rôle positif qu'a joué l'Unesco dans le changement de regard de la communauté internationale sur les grandes métropoles métissées et cosmopolites.

Après l'adoption de la Déclaration universelle de l'Unesco sur la diversité culturelle en novembre 2001, l'Assemblée générale des Nations Unies, a en effet adopté la résolution qui proclame le 21 mai « Journée Mondiale de la Diversité culturelle pour le dialogue et le développement »⁹³. Cette déclaration reconnaît, pour la première fois, la diversité culturelle comme « héritage commun de l'humanité » et considère sa sauvegarde comme un impératif concret du respect de la dignité humaine.

C'est pourquoi l'Unesco fait appel aux États membres et à la société civile pour célébrer cette journée en y associant le plus grand nombre d'acteurs et de partenaires. Cette journée donne l'occasion de mieux connaître et apprécier ce que nous devons aux autres cultures et de prendre la mesure de la diversité de leurs apports, de leur unicité, de leur complémentarité et de leur solidarité. **La mission propose de lui donner un plus grand éclat.**

93. Résolution 57/249, Culture et développement, adoptée par l'Assemblée générale, Nations unies, 20 Février 2003.

—

Si la compréhension mutuelle entre les cultures progresse, elle n'en reste pas moins délicate :

D'une part, parce que, cette diversité de populations engendre aussi de nombreuses difficultés et crée de très nombreux problèmes d'assimilation et d'intégration. Il ne faut pas s'en cacher et ignorer la réalité de cette situation. Notre modèle républicain d'intégration est en effet mis à mal par des incidents fréquents qui remettent en cause nos valeurs : laïcité, droits des femmes etc.

Il faut dire que la France, de ce point de vue, ne s'est pas engagée à la légère dans des politiques de multiculturalisme, dont se sont inspirés des pays comme le Canada, le Royaume-Uni, les États-Unis, l'Allemagne qui toutes ont fait machine arrière. L'attitude consistant à réclamer, proclamer, orchestrer l'égalité des cultures a été exploitée par des cultures minoritaires pour ouvrir la voie à l'expression de formes de communautarismes, où la loi du collectif, du groupe l'emporte sur la liberté de chacun et où l'assignation identitaire finit par venir occulter les droits de l'homme. Dans les pays précités, on est allé sans doute trop loin dans cette voie des accommodements successifs au point d'affaiblir les fondements de l'unité d'une société.

À cet égard, la France a su se garder de tels emballements. Elle reste fidèle à sa tradition généreuse, solidaire, mais dans le cadre républicain. Il vaut mieux en effet être attentif à la vulnérabilité sociale et économique de certaines populations, qu'à l'identité des minorités. Il n'en demeure pas moins que la France a connu des explosions de violence et des épisodes de tension qui ont dégradé durablement l'image des banlieues concernées, ruinant l'effort des élus locaux et de beaucoup de travailleurs sociaux et d'associations pour déstigmatiser ces territoires.

D'autre part, l'ouverture à la diversité conduit toujours certains à s'interroger sur la place que tient la culture nationale dans la mondialisation. C'est une question très complexe car si certains redoutent que la culture nationale soit « diluée » dans la mondialisation et fragilisée par une certaine homogénéisation du monde, d'autres considèrent en même temps, et bien souvent de façon excessive, l'identité nationale comme une question dépassée ou comme l'expression d'un nationalisme d'arrière-garde. Un travail de conciliation entre la préservation de l'identité nationale et l'ouverture à la diversité culturelle paraît donc nécessaire pour favoriser un climat d'apaisement entre deux attitudes extrêmes.

Le Grand Paris doit être l'incarnation de la ville créative

Pour renforcer l'attractivité du Grand Paris, 28% des Franciliens citent en premier la mise en place de grandes manifestations culturelles et événementielles (53% au total). Viennent ensuite de nouveaux équipements culturels (20% en premier, 39% au total), une meilleure visibilité de la création et des artistes (19% en premier, 40% au total), une vie nocturne plus animée (16% en premier, 30% au total) et de grands projets architecturaux (16% en premier, 34% au total). Les jeunes privilégient eux aussi des grandes manifestations culturelles (23%), mais souhaitent également une vie nocturne plus animée (22%). Les plus âgés insistent quant à eux sur un soutien plus marqué aux grandes manifestations culturelles (31%) et aux grands projets architecturaux (21%). À noter enfin que les CSP- préféreraient de nouveaux équipements culturels (29% en premier) tandis que les CSP + souhaitent des grandes manifestations culturelles (27%, en premier) et une meilleure visibilité de la création et des artistes (26%).

(Sondage CSA)

La créativité est devenue un nouvel impératif pour les villes

En Europe, les villes ont été les principaux centres de l'innovation et du développement culturel et c'est en ville que depuis le Moyen Âge sont nés les principaux courants de la culture européenne. Mais avec la fin de l'ère industrielle et l'avènement de l'économie de la connaissance de profonds changements ont eu lieu ; le curseur s'est en effet déplacé de l'industrie vers la créativité et l'innovation, perçus comme les principaux ressorts de la croissance économique. Ces deux notions ont aujourd'hui, et depuis plus de dix ans, le vent en poupe à tel point que certains regrettent même une relative instrumentalisation de ces concepts.

Plusieurs grandes étapes ont notamment conduit à ce succès :

- la stratégie de Lisbonne d'abord qui, dès l'an 2000, a fait de la construction de l'économie de la connaissance l'objectif prioritaire pour l'Union européenne ;
- peu de temps après, en 2001, le rapport du Department for Culture, Media and Sport a démontré le poids considérable des industries de la création dans l'économie anglaise, et notamment dans la croissance de l'économie londonienne⁹⁴ ;

94. «Estimates of productivity of the «creative» and «tourism & leisure» industries», Department for culture, media and sport, 2001.

- parallèlement, la médiatisation des travaux de chercheurs comme Richard Florida («The Rise of the Creative Class») ou Charles Landry a mis en lumière l'importance de la créativité dans l'économie en popularisant respectivement les notions de «classe créative» et de «ville créative» (creative class ou creative/smart city) qui sont deux terreaux fertiles pour que naissent et s'épanouissent la créativité et l'innovation ;
- encore tout récemment, c'est la Commission européenne qui a proclamé l'année 2009 «année européenne de la créativité et de l'innovation».

L'engouement pour les notions de créativité et d'innovation a un impact très fort sur la perception de ce qu'est la culture aujourd'hui et sur le rôle qu'une politique culturelle doit désormais remplir, au service de la créativité et de l'innovation. C'est une transformation profonde, particulièrement pour les villes du vieux continent comme Rome, Vienne, Paris, Prague ou Venise puisque c'est dorénavant moins sur le terrain de l'offre culturelle artistique classique et du patrimoine que les villes se distinguent mais sur le soutien affiché à la création et à la promotion du talent.

C'est cet axe qui, sous la pression anglo-saxonne, devient le premier atout culturel distinctif et qualifiant, permettant de construire une image culturelle forte, positive, dynamique et rajeunie d'un territoire donné. Face à ces changements, le patrimoine a d'ailleurs opéré sa révolution culturelle et s'est adapté à ce nouveau défi : on l'observe aujourd'hui dans la plupart des grands sites patrimoniaux comme le Louvre ou le Château de Versailles qui développent depuis quelques années une programmation orientée vers la création.

De même, la réalisation de grands équipements issus d'une politique culturelle volontariste souvent portée par l'État n'incarne plus autant qu'auparavant la vitalité culturelle d'un pays. Les grandes réponses institutionnelles, dont la France – et Paris en particulier – ont toujours été les chantres au niveau mondial, correspondent aujourd'hui moins au nouveau paysage culturel mondial, dans lequel l'enjeu est plutôt de penser la culture comme une activité économique à part entière, génératrice d'externalités positives, au niveau des revenus et des emplois.

Dans ce contexte, la plupart des villes françaises, européennes et internationales ont déjà pris la mesure de ces changements et ont adapté en ce sens leur politique culturelle et leur stratégie d'aménagement du territoire, en s'inscrivant dans la mouvance des villes créatives.

Aujourd'hui la ville créative est si à la mode que plus d'une centaine de villes se revendiquent comme telles.

Cette notion de «ville créative» est bien entendu subjective car elle met en avant des villes aux qualités extrêmement variées, compromettant toute tentative de benchmarking entre les villes. Il faut aussi rappeler que cette comparaison est d'autant plus difficile que l'histoire et la géographie propres à chaque ville génèrent des dynamiques différentes sur leurs territoires respectifs. Leur niveau de vie et d'éducation, leur cadre politique et légal, leur poids économique, les équipements et les infrastructures, leur capacité d'influence sur la scène internationale etc., diffèrent en effet

beaucoup d'une ville à l'autre rendant difficiles de déterminer quelles villes peuvent rentrer dans le club des villes créatives.

Comme Charles Landry nous l'a rappelé dans son étude (*cf.* annexe), certaines métropoles, dans les pays émergents notamment, ont avant tout un statut de «hub civilisationnel», avec une faculté d'entraînement et un poids décisionnel plus limités sur la scène internationale mais une importance sur le plan régional. Sydney, Moscou, Johannesburg, Dubaï, Hong Kong, São Paulo, peuvent entrer dans cette catégorie.

D'autres grandes villes ont un atout distinctif sur le plan économique, commercial ou culturel qui leur permet d'accéder à un certain niveau de reconnaissance en apparaissant comme des «niches» sur un plan particulier. On peut dans cet esprit penser à Dubaï qui se positionne comme le grand centre commercial du monde, à Milan qui s'est spécialisée sur la mode et le design, à Boston très orientée sur la recherche grâce notamment au MIT, aux villes de l'Europe du Nord (Copenhague, Hambourg, Stockholm) qui font de l'écologie et du développement durable un de leurs atouts distinctifs et caractéristiques ou encore à Bâle qui se spécialise sur le marché de l'art (Art Basel) et vient de renforcer sa position en achetant la majorité des actions de Hong Kong International Art Fair.

Cependant, par-delà leurs particularismes, ces métropoles sont toutes confrontées à des défis communs, qui concernent aussi la métropole parisienne : comment incarner et renvoyer l'image d'une ville capable de s'adapter à un monde où tout change de plus en plus vite, de se renouveler et d'être à la fois performante et désirable ?

De nombreuses réponses peuvent être apportées à cette question, aussi diverses que les villes qui les proposent et il n'existe pas une formule magique permettant de donner corps à la ville créative, qui dépend aussi bien de facteurs tangibles qu'intangibles. Quelques grands archétypes peuvent néanmoins être observés sur la scène nationale et internationale qui correspondent à des stratégies différentes, non exclusives les unes des autres et que les villes peuvent combiner et mettre en œuvre simultanément.

Différentes stratégies peuvent être mises au service de la créativité, que le Grand Paris doit combiner

Sans pouvoir prétendre à l'exhaustivité, il est possible d'établir une typologie des grands modèles de développement culturel que la plupart des villes utilise actuellement pour peser dans la compétition mondiale.

Si des stratégies similaires ressortent à l'échelle internationale, il faut pourtant souligner qu'elles ne constituent en aucun cas des «franchises» potentiellement adaptables et transposables telles quelles. Elles offrent en revanche une idée des grandes tendances caractéristiques de la scène culturelle mondiale et pointent quelques faiblesses sur lesquelles le Grand Paris Culturel pourrait utilement agir, bien que la politique culturelle de Paris et de sa périphérie aient déjà intégré, à des degrés divers, la plupart de ces stratégies.

Il faut souligner enfin que les grandes métropoles françaises, comme Lyon, Nice, Marseille, Lille, Nantes et Toulouse, tiennent aussi dans ce registre une place particulière. Ces villes dans lesquelles la mission s'est déplacée peuvent à plusieurs titres servir de modèles au développement d'un Grand Paris culturel. Outre qu'elles fournissent des exemples qui illustreront les propos ci-dessous, il nous a semblé nécessaire de leur consacrer de plus amples développements.

La créativité par la réalisation d'un projet architectural à fort rayonnement

C'est une stratégie ancienne comme en attestent le patrimoine et les monuments légués par l'histoire aux grandes villes européennes.

À travers la réalisation d'une œuvre architecturale emblématique, il s'agit de renforcer l'image de marque d'un territoire et d'augmenter son rayonnement et son pouvoir d'attraction auprès des touristes, des investisseurs et des habitants.

Le musée Guggenheim de Frank Gehry à Bilbao, l'opéra de Sydney, la Tate Modern de Londres, la Sagrada Familia de Barcelone sont l'incarnation parfaite de cette logique de mise en scène de la ville créative avec une architecture spectaculaire et iconique. Plus récemment, c'est l'approche choisie par Abou Dhabi qui prépare l'après pétrole en misant sur des équipements culturels spectaculaires.

De nombreuses villes, particulièrement celles ayant subi les conséquences de la désindustrialisation, cherchent cet «effet Bilbao» en réalisant de grands projets architecturaux, souvent de nature culturelle. On peut citer par exemple la construction du grand auditorium de Hambourg, la Philharmonie de l'Elbe, la réalisation du nouvel opéra d'Oslo, le Millennium Park de Chicago, la Punta della Dogana de Venise mais aussi le Burj Khalifa de Dubaï ou les grands projets de tours qui confèrent à plusieurs villes asiatiques (Hong Kong, Shanghai, Singapour) une certaine renommée sur la scène culturelle, au travers de leur architecture contemporaine.

Paris aussi a utilisé l'architecture au service d'un renouvellement de son image. Les grands projets mitterrandiens, notamment la Pyramide du Louvre (Pei), en sont l'exemple. Plus récemment, le musée du Quai Branly (Nouvel), la Cité de la Mode et du Design (Jakob/Mac Farlane), le 104 (Pajot) sont en partie des réponses architecturales destinées à imposer de nouvelles balises urbaines qui changent l'esthétique de la ville et démontrent sa capacité créative. En périphérie, le projet de l'île Seguin porté par Jean Nouvel dont «la forme urbaine elle-même sera un monument»⁹⁵ selon la formule du Président de la République rentre dans ce type de stratégie, tout comme la construction du Stade «Arena 92» qui va être un nouveau signal dans le paysage urbain de l'ouest parisien. En province, le Centre Pompidou Metz ou le Louvre Lens ont aussi été de nouvelles balises architecturales pour ces territoires.

95. «L'île Seguin demain», Anne-Sophie Coppin, *Beaux-Arts*, 2010.

Cependant, alors même que la France a frappé les esprits du monde entier en lançant le chantier du Grand Paris qui fait aujourd'hui école dans le monde, il semble qu'une revitalisation de la scène architecturale s'impose pour tenir notre rang aussi bien sur le plan universitaire et théorique que sur le plan de la diffusion et de l'événementiel afin de valoriser notamment une nouvelle génération d'architectes qui peine à construire sa notoriété.

Les premières réalisations du Grand Paris passeront par le développement de nouvelles lignes de transport d'ici 2020 pour le Grand Paris. Il faut profiter des opportunités qu'offre ce projet d'infrastructures (stations et gares) pour commander des œuvres à des architectes «auteurs» et leur confier la réalisation de quelques bâtiments importants. Aujourd'hui, les architectes «auteurs» confirmés sont présents ou vont être présents à Paris grâce à la ville de Paris qui a fait appel à SANAA, Herzog et de Meuron ou Rem Koolhaas, pour des programmes aussi divers que des logements ou des bureaux. Des maîtres d'ouvrage privés ont aussi fait appel à des architectes «auteurs», comme la Fondation LVMH avec Frank Gehry. Cette politique culturelle doit continuer et être renforcée. Mais on doit aussi appeler des architectes «auteurs» plus jeunes. Frank Gehry ou Zaha Hadid avaient peu construit lorsqu'on leur a confié des bâtiments aussi importants que le Guggenheim de Bilbao ou le centre scientifique de Phaeno en Allemagne. **Il est important que le Grand Paris offre des opportunités pour faire basculer l'œuvre théorique d'un jeune architecte «acteur», déjà reconnu par les institutions culturelles, dans la réalité de constructions d'envergure.**

Frédéric Edelmann rappelait très opportunément les difficultés que doivent franchir ces jeunes architectes de talent, confrontés à une situation parisienne étrange : «Paris apparaît comme un microcosme où les tensions entre partisans d'une architecture audacieuse et défenseurs d'un patrimoine rêvé comme immuable peuvent devenir paroxystiques»⁹⁶.

Avec la construction d'immeubles à l'est de Paris, signés Thomas Corbasson et Karine Chartier, Brigitte Metra, Laurent Niget, Michel Lombardini, cités comme exemples par Frédéric Edelmann, on voit émerger «une génération douée à l'architecture éclectique». La décision de poursuivre cette politique est dans les mains des maîtres d'ouvrage de la ville de Paris, des maires des communes de l'Île-de-France, des présidents des Conseils généraux qui avec leurs aménageurs doivent se réengager dans cette bataille architecturale.

Par ailleurs, Nicolas Sarkozy avait annoncé le projet de créer une formation d'excellence au niveau des meilleures écoles suisses ou américaines. Ce projet de nouvelle école d'architecture prenait comme modèle l'Académie des Beaux-Arts de Vienne. Il devait prendre place sur le site actuel des Beaux-Arts de Paris. Mais sa mise en œuvre semble s'être butée sur la complexité fonctionnelle des nombreuses écoles d'architecture déjà existantes et de projets contradictoires des écoles en place. **Plutôt qu'une nouvelle école ou que la transformation complète d'une école existante, nous proposons la création d'un «master» sur une année, plus léger et facilement réalisable,**

96. «Les architectes livrent bataille à Paris», *Le Monde* 24 Avril 2011.

sur le modèle structurel du tout nouveau BIArch, le Barcelona Institute of Architecture qui pourrait remettre Paris dans le circuit universitaire international de l'architecture, en permettant de refaire venir les architectes les plus intéressants du moment, en reconnectant directement les étudiants français avec les recherches théoriques architecturales les plus novatrices.

Enfin, rappelons ici l'opportunité qu'il y aurait à créer une nouvelle structure d'exposition de l'architecture dans le cadre du Grand Paris. Les structures de diffusion et d'exposition de l'architecture d'auteurs existent en France en province avec le Frac Centre et Arc en Rêves à Bordeaux et à Paris, le Centre Pompidou, trois belles et importantes structures de validation culturelle et de diffusion théorique en France auxquelles il faut ajouter, pour la saluer, l'action que poursuit le Ministère de la Culture et de la Communication avec les Albums des jeunes architectes et des paysagistes (AJAP). Mais le Frac Centre est à Orléans, Arc en Rêves à Bordeaux et le Centre Pompidou n'a pas la mission de montrer en continu de l'architecture et ne peut organiser que de rares expositions monographiques comme celles sur Thom Mayne de Morphosis, sur Jean Nouvel et celle sur Dominique Perrault, et encore plus rarement des expositions prospectives comme ce fut le cas en dernier lieu avec l'exposition sur l'architecture non standard en 2003. Les autres lieux d'expositions parisiens comme la Cité de l'Architecture ou le Pavillon de l'Arsenal font aussi un remarquable travail, mais leur mission est plus généraliste ou plus informative. La mission du Pavillon de l'Arsenal est celle d'informer le grand public des projets lancés à Paris tout en promouvant la qualité architecturale. La Cité de l'Architecture et du Patrimoine, à travers l'IFA, a un excellent programme de conférences, mais son programme d'expositions a souffert d'un manque de financement concernant la promotion régulière qui devait être faite des jeunes agences prospectives. **Notre proposition serait d'ouvrir par exemple dans les futurs espaces des niveaux inférieurs du Palais de Tokyo, et en étroite association avec la Cité de l'Architecture, un espace qui accueillerait en continu des expositions d'architecture** d'un niveau comparable à celles organisées au Centre De Singel d'Anvers, Storefront à New York ou du Frac Centre d'Orléans : des lieux de valorisation de l'expression d'architectes plus jeunes. En complément, **un événement comme un festival accueillant, sur deux jours, des rencontres pourrait être organisé tous les deux ans à la manière du Festarch italien organisé d'abord en Sardaigne et aujourd'hui à Pérouse en Italie ou d'Archilab à Orléans.** Le but de ces expositions serait de remettre la théorie et la recherche au cœur de la cité, afin qu'elles puissent influencer directement les maîtres d'ouvrage dans leur choix d'un architecte.

La créativité par la réhabilitation de bâtiments industriels désaffectés

La transformation d'anciennes friches industrielles à l'abandon en quartier culturel ou créatif est une autre stratégie, proche de la première – car elle s'accompagne souvent d'un grand geste architectural – capable de renouveler positivement l'image d'une ville, de symboliser son passage à la nouvelle économie et de souligner sa capacité d'adaptation aux attentes de la « classe créative » dont les travaux de Richard Florida ont montré la sensibilité à un environnement culturellement attractif et tolérant.

Pour ces agglomérations, le handicap lié à la présence de friches industrielles tourne à l'avantage, dans la mesure où la disparition des industries laisse place à des ressources foncières considérables et à des bâtiments désaffectés dont la réhabilitation peut devenir une vitrine spectaculaire de la créativité.

La transformation de l'ancien chantier de la marine danoise, sur l'îlot de Holmen qui accueille les principales écoles créatives (cinéma, architecture, théâtre etc.) de Copenhague en est une illustration. On peut aussi citer en exemple les projets de la région de la Ruhr autour de Essen, ceux de Glasgow, de Helsinki autour de la Cable Factory, ceux de l'axe Lille-Roubaix autour de la Gare Saint-Sauveur, du Tri postal et de la Condition publique par exemple, ceux de l'île de Nantes, et bien sûr Berlin qui est l'archétype de la ville européenne ayant su le mieux tirer profit de la présence de friches sur son territoire.

Ce type de stratégie est plus difficile à mettre en œuvre dans des villes fortement patrimoniales, comme Paris qui ne disposent plus du foncier disponible pour ce type de projet. C'est en revanche une solution intéressante pour les villes de la périphérie notamment en première couronne qui disposent encore de tels espaces inexploités et d'une réserve immobilière hybride, facilement adaptable à la culture. Certaines communes se sont d'ailleurs déjà engagées dans cette voie comme en Seine-Saint-Denis, autour du projet de la Cité du Cinéma de Luc Besson qui va investir le site d'une ancienne usine EDF dans le quartier Pleyel à Saint-Denis.

Au cours de ces auditions, la mission a pris connaissance d'un certain nombre de lieux en attente d'affectation. Cette liste est bien sûr non exhaustive et elle devrait être complétée et enrichie. Citons quand même déjà à l'appui de cette démonstration trois lieux symboliques actuellement disponibles :

– Les anciennes usines et ateliers de l'orfèvrerie Christoffle, caractéristiques de l'architecture industrielle du XIX^e siècle, inscrits à l'inventaire supplémentaire des monuments historiques et situés au bord du canal Saint-Denis à moins de 800 m du Stade de France. Le projet d'y implanter une Cité de la Gastronomie est en cours d'étude.

– Le site du «dépôt de la Plaine», anciens locaux de la Compagnie du Nord mis en service en 1874 à la Plaine Saint-Denis pour l'entretien et la gestion des locomotives à vapeur. Désaffectés dans les années 1990, propriétés de RFF, les bâtiments subsistant surnommés «les cathédrales du rail», dont les façades sont inscrites sur la liste supplémentaire des monuments historiques, cherchent une affectation et offrent une surface en mètres carrés et une hauteur dont l'art contemporain et les grands événementiels culturels pourraient aisément profiter.

– Les grandes halles de l'île ferroviaire des Groues situées à Nanterre, derrière la Grande Arche de la Défense, à la limite de Courbevoie et de la Garenne-Colombes. Aujourd'hui lourdement enclavé par des voies ferrées, le site va profondément changer de physionomie avec notamment le prolongement du RER E et la transformation de l'actuelle gare de triage en gare voyageurs, ce qui implique de trouver un nouvel usage pour les halles.

La créativité par l'événementiel

L'événementiel qui joue aujourd'hui un rôle croissant, est un autre levier fortement utilisé par les villes pour mettre en avant leur créativité et leur dynamisme. La fin du XX^e siècle et le début du XXI^e ont en effet été marqués par une véritable explosion de l'événementiel sous toutes ses formes (congrès, salons, festivals etc.) qui est un moyen de valoriser l'image de marque d'un territoire, de renforcer la cohésion sociale et de développer l'économie locale.

Cet événementiel peut prendre différentes formes :

– Cela peut être l'organisation ou la participation à des événements internationaux, comme les Jeux olympiques, les expositions universelles, les capitales européennes de la culture qui véhiculent un capital d'image considérable et profitent beaucoup à la notoriété des villes qui les organisent (Glasgow, Shanghai, Lille, Liverpool, bientôt Londres ou Istanbul). Il suffit de se rappeler l'importance du legs des expositions universelles (la Tour Eiffel, le Grand et le Petit Palais) qui se sont tenues à Paris, pour comprendre leur effet sur le remodelage de la ville et sur sa capacité à incarner la modernité.

– Cela peut aussi être l'organisation d'événements nationaux, manifestations et festivals qui jouent un rôle régénérateur et permettent de construire la réputation d'une ville festive et animée, donnant l'impression qu'il s'y passe toujours quelque chose. Aujourd'hui beaucoup de villes françaises et internationales utilisent l'événementiel pour accéder à un niveau de reconnaissance internationale. C'est le cas de San Sebastián, Cannes, Berlin pour le cinéma, d'Avignon pour le théâtre, de Bâle, Londres, Paris, Miami et Singapour pour l'art contemporain, d'Angoulême pour la bande dessinée, de Venise pour l'architecture, d'Arles pour la photographie, Montreux pour le jazz ou Glyndebourne pour la musique classique, sans parler de Salzbourg pour Mozart ou Bayreuth pour Wagner.

L'Île-de-France – notamment Paris et la première couronne – n'a comme on l'a vu, pas échappé à cette tendance. Cependant, peu d'événements arrivent à atteindre une grande renommée internationale, allant au-delà du secteur, du territoire et des personnes naturellement concernées par la thématique choisie, même s'il faut souligner que deux manifestations annuelles, nocturnes et culturelles ont été initiées par Paris et ont fait l'objet d'une reprise à l'échelle planétaire : la Fête de la Musique d'abord qui s'est exportée à Amsterdam, Barcelone, Berlin, Londres, Rome, Montréal, New York, San Francisco et Osaka, et Nuit Blanche, aujourd'hui reprise à Rome, Montréal, Madrid, New York, Toronto, Helsinki, Bruxelles, Istanbul, Riga, Miami, Séoul, Tokyo.

Ainsi des voix s'élèvent mettant en cause la capacité de Paris à accueillir de « grands événements », comme celle de Philippe Augier, Maire de Deauville et Président de France Congrès, qui vient de remettre un

rapport au Président de la République intitulé « Pour une politique gagnante des grands événements »⁹⁷.

Selon ce rapport, un grand événement est « une manifestation qui, concernant principalement un secteur d'activité (sport, culture, économie), a des répercussions territoriales de tous ordres (création de valeur, effet d'image, facteur de cohésion sociale, divertissement) et a, à un titre ou un autre, un impact international (venue de touristes étrangers, effet d'image, effet de réplication de l'événement à l'étranger) bénéfique pour le pays ou le territoire d'accueil ».

Dans l'annexe 3 du rapport de Philippe Augier, est donnée une liste de grands événements internationaux qui réserve une place éminente aux grands événements sportifs (compétitions omnisports comme les J. O., championnats du monde, championnats d'Europe, événements uniques, comme les 24 heures du Mans, le Bol d'Or, Roland Garros, le Tour de France, les Marathons de Paris, le Vendée Globe Challenge, la Solitaire du Figaro, les courses hippiques, le tournoi des nations, etc.) mais auxquels s'ajoute aussi une liste de 26 grands événements culturels.

Sur ces 26 événements culturels, seuls trois sont organisés sur le territoire du Grand Paris : les grandes ventes (collections Yves Saint Laurent et Pierre Bergé), la Fiac, la semaine de la Haute Couture. Philippe Augier y ajoute, certes, les grandes expositions (Picasso et ses maîtres par exemple) mais sans entrer dans plus de détails. Bien évidemment, cette définition est sujette à critique et le choix effectué peut apparaître trop limitatif.

Au-delà de cette réserve, il résulte de son analyse que la culture n'est pas génératrice de grands événements sur le territoire du Grand Paris, alors que la province fait au contraire preuve en la matière d'un extraordinaire dynamisme puisqu'elle accueille les 23 autres grands événements répondant aux critères définis par le rapport de Philippe Augier : Marseille capitale européenne de la culture, Belfort avec les Eurockéennes, Lorient avec le festival Inter Celtique, Cannes, Deauville, Annecy, Clermont-Ferrand, Beaune, Gérardmer avec le cinéma, Lyon avec ses deux biennales (danse et art contemporain), Avignon avec le théâtre, Marciac et Antibes avec le jazz, Nantes et sa « Folle journée », Orange et les Chorégies, Aix-en-Provence et le festival d'art lyrique, Angoulême et la bande dessinée, Limoges et le Webdesign, Arles et la photographie, Saint-Étienne et le design... Cette liste impressionnante qui témoigne de la vitalité culturelle des villes de province sert le propos visant à réinscrire Paris dans le circuit des grandes manifestations culturelles internationales et à proposer la création d'une grande manifestation événementielle sur le territoire du Grand Paris. Nous avons déjà donné en la matière quelques premières idées et orientations.

97. *Pour une politique gagnante des grands événements. Les grands événements, outil stratégique et levier de croissance pour la France*, Philippe Augier, Rapport remis au Président de la République, Juillet 2009.

La créativité par la valorisation des industries créatives et des créatifs culturels

Le soutien aux industries créatives, qui passe souvent par l'émergence de « clusters » – ou systèmes productifs locaux – dans un domaine particulier, est un autre outil à disposition des villes pour valoriser la performance économique de son tissu créatif, le potentiel de ses talents et créer des synergies entre les acteurs économiques et professionnels. L'exemple historique de la Silicon Valley et de son succès font que cette stratégie s'est largement diffusée dans le monde, avec plus ou moins de succès car elle impose des logiques contradictoires, nécessitant de trouver un juste équilibre entre un volontarisme politique et une spontanéité émanant du tissu créatif composé des acteurs privés : entrepreneurs de PME-PMI, industriels, etc.

C'est tout de même une approche privilégiée par certaines villes, comme Los Angeles autour de l'industrie de l'image, la Nouvelle-Orléans, Manchester, Liverpool autour de la musique, Montréal autour du jeu vidéo, Milan autour du design et de la mode, qui sont des écosystèmes créatifs spécialisés.

On retrouve dans l'agglomération parisienne plusieurs exemples de ces clusters autour de la mode (quartier du Sentier), autour du jeu vidéo (Capital Games), des musiques du monde (Paris Mix dans le 18^e), de la création (en Seine-Saint-Denis).

Mais il semble que cette politique pourrait être renforcée et poussée encore plus loin pour renforcer la solidité de ce tissu créatif qui, comme nous l'avons vu, affronte une concurrence de plus en plus rude de la part des villes étrangères. La mission propose ainsi plusieurs pistes à étudier :

– **La consolidation des pôles existants tournées vers l'image, les médias et l'audiovisuel en prenant appui sur trois territoires.** Ce renforcement pourrait capitaliser sur la création d'un musée de la télévision et de la radio attendu avec impatience. Notons qu'une première approche de ce musée a été menée dans le cadre du Millénaire à Aubervilliers qu'il faudrait développer.

– **La mise en place d'un cluster de l'édition à Ivry-sur-Seine** en s'appuyant sur les projets de renouvellement urbain en cours pour son émergence et qui viendrait compléter l'action menée par la Ville de Paris dans le 6^e arrondissement. Ce cluster bénéficierait de la présence des imprimeries du Monde et de l'Imprimerie Nationale comme de la proximité de la grande bibliothèque et des universités côté Paris et Ivry. Ce cluster pourrait aussi utilement être complété par un projet tourné vers la bande dessinée, neuvième art au sein duquel la France occupe pourtant une place mondiale reconnue et qui n'a pas sur l'espace parisien un lieu ou un événement à la hauteur de la cité et du festival d'Angoulême. Il y aurait là une occasion à saisir et un signal fort à envoyer à la jeunesse.

– **La mise en place d'un cluster de la gastronomie qui pourrait valoriser l'excellence de la culture culinaire française et sa créativité.** Le projet d'une Cité de la Gastronomie à l'étude sur le territoire du Grand Paris pourrait y trouver sa place, notamment au contact de Rungis. On pourrait aussi suggérer que ce cluster fasse le lien avec le Salon de l'Agriculture qui pour-

rait être l'occasion d'un grand événement autour de la créativité culinaire française et qui viendrait moderniser l'image traditionnelle du salon.

– **La mise en place d'un cluster sur les cultures urbaines** serait un dernier axe intéressant pour le territoire de la Seine-Saint-Denis (rappelons qu'un lieu tourné vers ces disciplines est à l'étude dans le cadre du CDT) car il n'existe pas en Île-de-France de lieu de référence favorisant le foisonnement de la création et la valorisation de toute la richesse des cultures urbaines et hip hop, en dépit de la capacité créative de la Seine-Saint-Denis en la matière. En effet, les espaces ressource ou les lieux mis à disposition le temps d'un festival ou d'une résidence ne répondent pas à l'ambition que la France devrait avoir pour ses cultures urbaines et la création d'un cluster serait l'occasion de faire fructifier ce potentiel considérable dont le rayonnement artistique international est une réalité. Notons que ce cluster pourrait aussi accueillir le projet d'un musée consacré au graffiti, art de la rue par excellence, né avec les mouvements contestataires du début des années 1970 dans les quartiers nord de Manhattan, du Bronx et de Brooklyn, récupéré et magnifié par la jeunesse européenne qui s'est saisie des friches industrielles et du mobilier urbain pour s'exprimer. De plus en plus apparaissent des formes d'expression abouties avec une stylisation croissante qui font entrer ces œuvres dans les musées : ainsi de l'exposition organisée en 2009 au Grand Palais par Alain Dominique Gallizia, collectionneur passionné, et qui a accueilli 80 000 visiteurs en un mois.

Par ailleurs, on constate sur le territoire francilien un foisonnement d'initiatives culturelles et artistiques portées, à côté des acteurs publics traditionnels, par des acteurs privés (Manufacture des Œillets à Ivry, la Bellevilloise dans le 20^e) ou associatifs, par des artistes, qu'ils agissent individuellement (démarche Trans 305 à Ivry-sur-Seine) ou en collectifs (la Générale auparavant à Sèvres, le CAES à Ris Orangis, le 6B à Saint-Denis).

Ces initiatives qui se superposent et s'entrecroisent restent encore trop largement peu soutenues et reconnues publiquement. Nombreux sont ceux qui dénoncent en ce sens la persistance d'un clivage trop grand entre public et privé et d'une certaine forme d'ostracisme.

Comme nous l'avons déjà indiqué, le soutien à cette dynamique privée est pourtant un enjeu majeur de la politique culturelle.

Quelques initiatives remarquables existent déjà en ce sens, même si elles restent encore embryonnaires. On peut notamment citer, à Paris, le dispositif CLARA (Coopérative de Liaison des Activités et des Ressources Artistiques) sur le modèle de la coopérative d'activités et d'emploi, ou celui du SOCLE, couveuse pour artistes (Solidarité, Culture, Lien Social, Emploi). **Ces expériences mériteraient d'être développées pour fertiliser l'ensemble du territoire du Grand Paris. À ce titre nous suggérons de fixer un quota obligatoire (1 % des surfaces bâties) de résidences et d'ateliers d'artistes ou de pépinières de jeunes entreprises innovantes, dans tous les programmes de construction se développant dans le Grand Paris.**

La créativité par le « marketing territorial » et le « city branding »

Elle est une autre stratégie de plus en plus importante qui permet de valoriser la ville en transposant des techniques de commercialisation modernes et en l'imposant comme une marque avec un logo, des slogans publicitaires qui doivent la rendre identifiable et désirable. Cette démarche permet de faire ressortir des attributs matériels de la ville (patrimoine, technopole, capitale, etc.) ou d'autres atouts plus immatériels tenant à sa personnalité, son esthétique, son dynamisme, son animation...

I Love New York, I Amsterdam, Only Lyon, MADrid about you, Visit London, Lille 3 000 sont quelques exemples des slogans que certaines villes ont mis en place avec succès. Dans un autre registre, Barcelone a eu des ambassadeurs de bonne volonté chargés de promouvoir l'image de la ville et Nantes a lancé une campagne « les fous de Nantes » avec une dizaine de personnalités (ambassadeurs, artistes, chercheurs, entrepreneurs) qui ont porté cette promesse de folie créatrice. Comme nous l'avons dit, nous suggérons aussi que le Grand Paris imite ces villes et se dote d'ambassadeurs de bonne volonté.

D'autres villes encore ont misé sur les logos et sur une identité graphique forte (Hong Kong, Bilbao, New York avec sa fameuse pomme). Quelle que soit la forme, l'idée est bien de structurer les modes de communication de la ville pour renforcer sa visibilité et son positionnement international.

Il est d'ailleurs intéressant de noter que de nombreuses villes, comme Londres, Lyon ou Amsterdam, se dotent d'un service de marketing urbain pour développer tous les types d'action de communication relative à ce produit très particulier qu'est la ville. C'est ce que révèlent les quelques exemples détaillés ci-après.

Sur ce plan, Paris ne dispose pas d'un logo ni d'un slogan unique mais au contraire d'une multiplicité de signatures, gérées par différents organismes publics et privés. **La naissance du Grand Paris est donc l'occasion de mettre en place une stratégie de marque nouvelle qui devrait être portée par l'ensemble des acteurs économiques et institutionnels à l'échelle de la métropole. Nous y reviendrons plus loin, même s'il faut d'emblée saluer qu'après un travail participatif associant notamment le Service d'Information du Gouvernement, les équipes du Premier ministre et de la Présidence de la République et celles du Ministère de la Ville, un premier logo du Grand Paris vient de voir le jour. Cette initiative va évidemment dans le sens de la recommandation de la Mission.**

	Parties prenantes	Objectifs	Moyens	Budget
NEW YORK	<ul style="list-style-type: none"> L'adjoint au responsable du Département du Commerce de l'Etat de New York, William S. Doyle Agence de publicité, Wells Fich Greene, chargée de créer une nouvelle campagne axée sur le tourisme Milton Glaser, designer réputé 	<ul style="list-style-type: none"> Exploiter le potentiel de la ville de NY en tant que destination touristique pour ses visiteurs (44 millions de touristes en 2006) 	<ul style="list-style-type: none"> Créer un sentiment d'appartenance pour les résidents et les visiteurs de la Grosse Pomme. Après le attentats du 11 septembre, I ♥ NY est devenu un cri de ralliement et un symbole de fierté 	<ul style="list-style-type: none"> La crise économique a entraîné une réduction des budgets, surtout pour la publicité. Mais I ♥ NY étant devenue la principale marque des vendeurs de souvenirs, la ville n'a pas d'inquiétude à avoir pour son budget. <p>I ♥ NY</p> <p><i>Année de lancement : 1977</i></p>

AMSTERDAM	<ul style="list-style-type: none"> Ville d'Amsterdam Conseil de surveillance présidé par le maire d'Amsterdam ~1 000 partenaires in 2010, dont diverses organisations publiques / semi publiques et des entreprises privées de la région d'Amsterdam 	<ul style="list-style-type: none"> Promouvoir et améliorer l'image de la zone métropolitaine d'Amsterdam à l'échelle internationale Développer un « concept unique » pour mieux faire connaître Amsterdam - mix de créativité, d'innovation et d'esprit commercial Attirer des touristes et entreprises de tous pays 	<ul style="list-style-type: none"> Principaux outils marketing : campagne dans des médias internationaux, publicité gratuite, magazine Proud, portail internet, festivals et événements internationaux, merchandising et visites promotionnelles 	<ul style="list-style-type: none"> Budget annuel : 1,7 million d'€ en 2010 <p>I amsterdam.</p> <p><i>Année de lancement : 2003</i></p>
------------------	---	---	---	--

	Parties prenantes	Objectifs	Moyens	Budget
LYON	<ul style="list-style-type: none"> Initiative conjointe de 12 grands acteurs de l'économie locale (dont la CCI de Lyon, l'Agence de Développement Economique et Régional de Lyon, l'office du tourisme et l'aéroport de Lyon) Le logo du Grand Lyon se décline par exemple pour le tourisme 	<ul style="list-style-type: none"> Encourager les entreprises nationales à s'établir dans la région, attirer des touristes et faire de Lyon une grande ville européenne 	<ul style="list-style-type: none"> Création d'un réseau d'ambassadeurs volontaires : locaux, organisation d'événements, relations avec la presse 	<ul style="list-style-type: none"> 1,4 million d'€ <p>ONLY LYON</p> <p><i>Année de lancement : 2007</i></p> <p>ONLY LYON</p> <p>TOURISME ET CONGRES</p>

	Parties prenantes	Objectifs	Moyens	Budget
PARIS	<ul style="list-style-type: none"> Pas de logo unique porté par l'ensemble des acteurs de la vie économique de Paris et sa région Chaque département d'Ile-de-France affiche son propre logo de tourisme Le logo du Grand Paris se décline par exemple pour le tourisme 	<ul style="list-style-type: none"> Encourager les entreprises nationales à s'établir dans la région, attirer des touristes et faire de Paris une grande ville européenne 	<ul style="list-style-type: none"> Création d'un réseau d'ambassadeurs volontaires : locaux, organisation d'événements, relations avec la presse 	<ul style="list-style-type: none"> 1,7 million d'euros <p>Le Nouveau Paris Ile-de-France</p> <p><i>Année de lancement : 2008</i></p>

	Parties prenantes	Objectifs	Moyens	Budget
LONDON	<ul style="list-style-type: none"> Fondée par l'agence de développement de Londres (LDA), placée sous le contrôle de la Greater London Authority, en coopération avec des organisations publiques et privées <p><i>Année de lancement : 2004</i></p> <p>LONDON & PARTNERS</p> <p><i>Année de lancement : 2011</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> Conformément à la stratégie de développement économique du maire : promotion de Londres comme la capitale mondiale des affaires, la première destination mondiale des visiteurs internationaux, et le plus important pôle international d'enseignement et de créativité du monde Se faire le chantre de l'excellence de Londres en parlant d'une seule voix : aux entreprises, étudiants et visiteurs afin que Londres soit mondialement reconnue comme la meilleure grande ville sur terre Attirer touristes et hommes d'affaires, accueillir de nouvelles entreprises ; promouvoir les universités auprès des étudiants étrangers 	<ul style="list-style-type: none"> Quatre organisations ciblant investisseurs, touristes, étudiants et cinéastes via des campagnes, promotions, des événements et des activités : Visit London, Study London, Think London, Film London. Création d'une agence de promotion regroupant les attributions des anciennes agences. Campagnes axées sur le tourisme de loisirs et d'affaires, les IDE*, l'enseignement supérieur, réponses à des appels d'offres pour que Londres accueille des événements majeurs 	<ul style="list-style-type: none"> En 2009-10, la LDA a investi 33 M€ dans les quatre organisations (dont 11,7 pour Visit London) Budget alloué par la Greater London Authority : <ul style="list-style-type: none"> — 2011-12 : 19 M€ — 2012-13 : 16 M€ — 2013-14 : 15 M€ — 2014-15 : 15 M€ <p><small>1 Taux de change GBP/EUR 2010 2 Investissements directs étrangers</small></p>

La créativité par l'insertion dans des programmes internationaux

C'est encore une autre stratégie souvent choisie par des villes de plus petite taille qui profitent du capital image que leur confère un tel label, porté par de grands programmes de coopération internationale. Différents réseaux existent en ce sens, notamment celui des villes créatives de l'Unesco au niveau international. Au niveau européen, deux autres plateformes sont en place autour du programme Urbact et du programme ECCE Innovation, tournées vers le développement des industries culturelles et créatives.

Il est intéressant de noter que les grandes métropoles – Paris, Londres et New York, ne figurent pas dans ces réseaux auxquels participent en revanche certaines villes françaises comme Lyon ou Saint-Etienne (villes créatives de l'Unesco), Lille (Urbact), Nantes (ECCE) et des métropoles culturelles internationales et européennes comme Montréal, Berlin et Edimbourg (Unesco), Dublin (ECCE), Amsterdam, Helsinki, Manchester, Naples et Budapest (Urbact).

L'implication de certaines villes du Grand Paris dans certains de ces réseaux pourrait donc être encouragée. Il faut noter d'ailleurs que la ville d'Enghien-les-Bains a déjà fait acte de candidature pour s'inscrire, au titre du numérique dans le réseau des villes créatives de l'Unesco.

La créativité par l'assouplissement de la réglementation publique

Elle est un dernier axe intéressant car peu coûteux pour dynamiser l'image d'une ville. Cette stratégie peut prendre différentes formes : la flexibilité de la réglementation en matière d'ouverture de bars et de commerces la nuit comme à Londres ou à Berlin, le soutien public au marché immobilier pour les ateliers résidences d'artistes ou pour les pépinières de jeunes entreprises innovantes (programme Broedplaats à Amsterdam, Danemark, Suède), les facilités offertes pour l'installation des talents (Londres).

À cet égard, le poids légendaire de l'administration et de la bureaucratie française peut apparaître particulièrement lourd et freiner ou inhiber l'innovation. Il est aussi un obstacle pour faire de la métropole parisienne une ville 24h/24 comme on l'a déjà évoqué plus haut.

Après ce rapide survol des bonnes pratiques mises en œuvre par de nombreuses métropoles culturelles dans le monde et dont le Grand Paris a été – ou précurseur, ou disciple – il a paru pertinent de distinguer, sur le territoire national, ce que quelques grandes villes de province ont pu réaliser dans le domaine culturel. Et il faut bien constater que ces villes ont fait preuve d'un très grand dynamisme depuis une dizaine d'années.

Six métropoles régionales françaises ont été retenues. Et les entretiens que nous avons pu effectuer, grâce à l'extrême obligeance des Maires et de leurs collaborateurs, ont permis de dresser un tableau riche des politiques culturelles conduites par ces six villes.

—

—

Zoom sur

les métropoles culturelles régionales françaises

Nantes

Lille

Marseille

Toulouse

Lyon

Bordeaux

—

—

Nantes

Depuis la fin des années 1980, la spécificité de la métropole nantaise⁹⁸ a été d'aménager et développer le territoire en prenant la culture comme axe majeur. À cette époque, Nantes subit une phase de désindustrialisation qui menace sa vitalité économique, sociale et culturelle. Tour à tour, les chantiers navals de l'Île de Nantes, dont les halles Alstom, ainsi que la biscuiterie Lefèvre – Utile (transférée de l'usine de Nantes à l'usine de La Haie-Fouassière en périphérie), véritables réalisations industrielles du savoir-faire nantais vont fermer leurs portes et laisser la place à d'imposantes friches industrielles en plein cœur de la ville.

La ville de Nantes va alors se reconstruire grâce à la convergence de personnalités qui partagent la même philosophie :

« *On joue collectif pour impulser le même projet* », affirme Jean-Louis Jossic, co-fondateur des Tri Yann, l'un des plus anciens groupes musicaux français, et actuel adjoint à la Culture de Nantes.

« *Nous nous basons sur une synergie, une mutualisation des compétences et une bonne entente* », ajoute Gérard Pardessus, directeur général adjoint à la Direction de la culture de la ville de Nantes.

Enfin, Jean-Luc Charles, jusque-là directeur de cabinet à la mairie de Nantes et à Nantes Métropole, a été nommé en juin 2010 par le maire de Nantes, à la direction de la société d'économie mixte en charge de l'aménagement de l'Île de Nantes (SAMOA). Ce dernier est donc en charge de l'imposant projet d'aménagement et de renouvellement urbain de l'Île de Nantes, qui vise à transformer un territoire composite (aujourd'hui 337 hectares, 18 000 habitants, 10 000 logements, 16 000 emplois et de nombreuses friches industrielles) en une véritable ville durable et dynamique en plein cœur de la métropole nantaise. L'Île de Nantes accueillera le « Quartier de la création », dont l'objectif est d'engendrer une émulation autour des arts et des industries créatives, sous la forme d'un cluster regroupant des entreprises privées, des médias, le monde de la recherche et de l'enseignement supérieur. Selon le directeur général de la Samoa, « les industries culturelles naissent sur des friches et des niches », c'est pourquoi le « Quartier de la création » prévoit la transformation d'anciens bâtiments industriels pour l'accueil d'activités d'enseignement (École supérieure des Beaux-Arts de Nantes dans les anciennes halles Alstom), de production culturelle (Machines de l'Île) et de diffusion culturelle (La Fabrique).

98. 284 000 habitants à Nantes et 805 000 habitants dans l'agglomération nantaise, en 2008.

Les Machines de l'Île

François Delarozière et Pierre Orefice ont imaginé un projet artistique inédit pour l'Île de Nantes sous les neufs des anciens chantiers Dubigeon fermés en 1987, en mêlant artisanat, spectacle vivant et utopie. Dans le cadre du projet de réhabilitation de l'Île de Nantes, ces deux directeurs artistiques conçoivent et réalisent les Machines de l'Île dont Le Grand Éléphant inauguré en 2007 est la première création. Le deuxième volet, le Manège des Mondes Marins, carrousel géant de 25 m de haut et de 20 m de diamètre, peuplé de créatures marines, sera bâti sur les bords de la Loire en 2012. L'Arbre aux Hérons, arbre en acier de 45 m de diamètre et de 28 m de haut, est en projet.

« Jean Blaise, l'allumeur de la vie culturelle nantaise »⁹⁹

Du 15 au 20 octobre 1990, a lieu la première édition des « Allumées Nantes-Barcelone » qu'orchestrent le Centre de recherche pour le développement culturel et son directeur Jean Blaise. Suivront les éditions en 1991 à Saint-Petersbourg, en 1992 à Buenos Aires, en 1993 à Naples, en 1994 au Caire et finalement, en 1995 à La Havane. Les Allumées, manifestation culturelle internationale rassemble des artistes de six grandes villes du monde invités à se produire à Nantes, six années durant. Les manifestations ont lieu durant six jours dans des lieux éclatés et hétéroclites (de l'Opéra à la friche industrielle).

Dans le centre-ville, à proximité de la gare, se trouvait depuis les années 1880 l'usine Lefèvre-Utile, dotée de ses tours caractéristiques du début du XX^e siècle. L'usine continue de fonctionner jusqu'aux années 1980, jusqu'au jour où Jean Blaise propose à la municipalité de créer un lieu pluridisciplinaire pour réconcilier les Nantais et la culture, dans ses formes les plus contemporaines, voire « dérangeantes ». Le projet consiste aussi à inclure des espaces de services (bar, restaurant, librairie, crèche, hammam). La tour LU est reconstruite, l'usine est réhabilitée par Patrick Bouchain dans le respect de l'identité industrielle du site. L'ancienne usine devient le siège du CRDC, qui crée le Lieu Unique, scène nationale en 2000. Au rez-de-chaussée, la cour d'une superficie de 1 200 m² est à géométrie variable. Une cloison mobile la sépare du Grand Atelier transformable en salle de spectacle. Au premier étage, un salon de musique insonorisé se prête aux conférences. Les espaces bruts des Ateliers s'étendent sur 1 000 m², la surface totale du lieu étant de 8 000 m².

99. « Jean Blaise, l'allumeur de la vie culturelle nantaise », *Le Monde*, décembre 2008.

Issu du regroupement de l'Office de Tourisme Nantes Métropole et Nantes Culture et Patrimoine le 18 janvier dernier, Le Voyage à Nantes a pour objectif de développer l'attractivité de la métropole tant au niveau local qu'international en misant sur la culture, l'art et le patrimoine. « Il s'agit d'imposer Nantes dans le concert des capitales touristiques européennes et mondiales et de l'affirmer en tant que destination incontournable » annonce Jean Blaise, directeur de la nouvelle structure. Cette ambition symbolise le point de départ du projet Estuaire, biennale de création contemporaine où les artistes internationaux retenus créent des installations entre Nantes et Saint-Nazaire. Ce parcours artistique permet à la fois de mettre en lumière un territoire peu ou pas exploité, mais aussi de revitaliser des zones jusqu'alors laissées à l'abandon. 7,5 millions d'euros sont consacrés à chaque édition, qui voit la pérennisation de certaines œuvres d'artistes nationaux et internationaux.

Lille

En devenant en 2004 capitale européenne de la culture, Lille a modifié en profondeur son image de la métropole du Nord, souffrant de la désindustrialisation de la région, et du poids de sa mémoire ouvrière.

En quelques années, l'équipe rassemblée autour de Didier Fusillier, par ailleurs directeur de la Maison des Arts de Créteil, a insufflé une dynamique qui a métamorphosé la ville, moins en créant de nouveaux chantiers qu'en investissant des friches industrielles (Gare Saint-Sauveur en particulier) ou en fédérant les animateurs des grandes institutions culturelles qui travaillaient jusqu'alors de façon indépendante. Mais surtout, les habitants ont été les acteurs majeurs de cette transformation.

Handicapée par une organisation géographique inégalitaire, Lille regroupe 220 000 habitants dans dix quartiers, dont trois à l'extérieur du périurbain, qui comme à Paris encerclent la ville.

Lille est ainsi une ville multipolaire constellée avec Tourcoing, Roubaix, Villeneuve-d'Ascq, autant de villes qui concentrent 90 % des équipements et des budgets culturels. Selon Didier Fusillier : « le problème était de faire la jonction entre les quartiers riches et les quartiers pauvres, ici la classe moyenne on ne sait pas ce que c'est. J'ai été nommé fin 1999 par Martine Aubry et j'ai tenu à ce que cela ne soit pas dévoilé pendant 6 mois, durant lesquels nous avons visité la ville, appris à connaître un territoire particulièrement hétérogène et éclaté ».

Les « Maisons Folie »

Avec pour vocation de promouvoir les cultures populaires et de provoquer les rencontres, leur principe est la diversité : elles sont au cœur d'échanges et de croisements multiples entre les disciplines, les artistes de tous horizons, et surtout les publics. Ce sont à la fois des lieux de diffusion où sont programmés du spectacle vivant, des expositions, des ateliers créatifs, des performances, des festivals... Ce sont aussi des lieux de création, de fabrique : elles accueillent de nombreuses équipes artistiques en résidence, particulièrement les artistes de la région. Ce sont des lieux de proximité à l'écoute des initiatives locales, qui accueillent et accompagnent de nombreux acteurs associatifs et/ou culturels, et qui mettent régulièrement leurs espaces à disposition. Ce sont enfin des lieux de partage et de démocratisation culturelle. Les Maisons Folie proposent des actions de médiation autour de leurs activités (visites, ateliers, parcours découverte, rencontres avec des équipes artistiques, répétitions ouvertes, séances scolaires...), travaillent à la sensibilisation des publics avec leurs partenaires du secteur éducatif, associatif social et culturel... et développent des projets participatifs qui favorisent la rencontre entre artistes et habitants. Il fallait créer des symboles modernes d'un nouvel art de vivre, des lieux de vie et de fête qui rassemblent à la fois les habitants et les artistes.

Ces lieux phares ont été installés dans d'anciennes usines ou lieux de patrimoine. On en compte douze (dont deux en Belgique) et chacune d'elle bénéficie d'équipements spécifiques : salle de spectacle, atelier d'artiste, espace multimédia, salle de restauration, voire cuisine, etc. En les présentant dans chaque quartier, il s'agissait de demander aux résidents quels étaient leurs souhaits. « Dans un premier temps nous avons réuni des populations pour présenter des projets architecturaux et les élus ont été dépassés par la réactivité des habitants. Nous leur avons demandé ce qu'ils voulaient ajouter ou retrancher par rapport au projet que nous voulions représenter. Par exemple, dans le quartier de Wazemmes, où 21 communautés vivent, un hammam a été demandé », affirment les programmeurs de la vie culturelle lilloise. Et d'ajouter que « ces Maisons ne sont pas seulement des lieux de rencontre mais aussi des espaces que chacun peut s'approprier, où l'on se sent comme chez soi, en empruntant des livres, en écoutant de la musique, en regardant des films, etc. Elles servent de relais aux MJC. Notre souci majeur était de ne pas muséifier la ville, de ne pas créer de nouvelles structures, mais de faire ressortir sa mémoire en revenant sur la force du patrimoine populaire, relançant les grandes fêtes du Nord comme les Géants ».

L'expérience de la gare Saint-Sauveur

Cette gare est située dans un quartier très défavorisé au sud de Lille, et la transformation du lieu a été confiée à Fusillier et son équipe. L'esplanade qui mène à l'ancienne gare s'est convertie en terrain de jeu avec des équipements mis gratuitement à la disposition des familles. Dans le hall de la gare, un café-restaurant a été ouvert, un cinéma a été créé, et les équipements attenants accueillent désormais des lieux d'exposition. Le but étant d'ouvrir tous ces espaces gratuitement, en les protégeant surtout du consu-

mérisme. Ici, on ne peut rien acheter, on peut emprunter (sauf en ce qui concerne le café-restaurant). Pour réhabiliter la gare, Lille 3000 a fait appel au mécénat des entreprises : EDF a créé un toit photovoltaïque; Eiffage a financé la cuve de récupération des eaux de pluie; Décathlon a fourni les équipements ludiques et sportifs.

La gare Saint-Sauveur est un équipement déspecialisé dédié à tous les publics (jeunes, seniors, familles) qui doivent s'y sentir « mieux qu'à la maison ». On a permis aux gens de vivre comme ils veulent vivre chez eux.

Depuis l'ouverture le 14 mars 2009, plus de 600 000 visiteurs sont venus voir les grandes expositions présentées à la gare Saint-Sauveur : XXL, Nouveaux Monstres, Traffic Jam, Dancing Machine, soit 2 600 artistes.

Marseille

Depuis 2008, la ville de Marseille est lancée dans l'organisation de Marseille – Provence comme Capitale européenne de la Culture pour l'année 2013.

Le déclin de la ville était entamé depuis les années 90, lorsque le port, dernier grand bastion industriel de Marseille avait commencé à périlcliter (perte de près de 150 000 habitants, disparition de 50 000 emplois, succession de grèves). Ainsi le fait que sa candidature ait été retenue est un formidable accélérateur de son développement culturel et touristique, donc économique.

Pour Bernard Latarjet, ancien patron de la Villette et ex-directeur de la candidature marseillaise, chaque grande ville doit se poser une question : pourquoi n'y a-t-il pas de manifestation culturelle de référence? Pourquoi Marseille ne porte-t-elle pas l'attractivité d'une ville comme Berlin ou Barcelone? Il explique : « l'attractivité d'une métropole, c'est la conjonction de deux facteurs, le premier est d'avoir une identité culturelle forte, nationale et internationale; le second est d'être un lieu d'accueil et de création permanente pour les artistes internationaux de haut niveau ». Dans cette optique, Marseille – Provence 2013 a notamment pour objectif d'ouvrir de nouveaux festivals pérennes et sans équivalent en France et à l'étranger (InterMed, Via Marseille), de créer de nouveaux « temps forts » européens (Biennale Internationale des Arts du Cirque), tout en soutenant les festivals existants (Festival des Musiques Sacrées). Mais la Capitale européenne de la Culture a également pour but d'engager un programme de commandes internationales (Digue du Large), ou encore d'encourager certaines productions exceptionnelles (création d'un opéra, d'une trilogie théâtrale et musicale pour le centenaire de Camus par exemple).

Enfin, en 2008, lorsque Marseille concourrait avec Bordeaux, Lyon et Toulouse, pour être capitale européenne de la culture, le Premier ministre François Fillon s'était alors prononcé en faveur d'un projet de Musée des Civilisations Europe Méditerranée, comme projet structurant de la candidature marseillaise. Selon Bruno Suzzarelli, directeur du MuCEM, «le musée qui ouvrira ses portes en 2013, s'intéressera principalement aux cultures de la Méditerranée selon une optique comparatiste et pluridisciplinaire dans laquelle l'Europe et les autres continents bordant la Méditerranée occuperont une grande place». Sur 40 000m², le site regroupera un espace muséographique héritant de certaines collections du Musée des Arts et Traditions Populaires, d'un espace d'expositions construit par Rudy Ricciotti, ainsi que d'un centre de conservation des ressources construit par Corinne Vezzoni situé dans le quartier de la Belle de Mai.

Par ailleurs, les investissements culturels décidés dans le cadre de Marseille – Provence 2013 vont s'inscrire dans une stratégie de rénovation urbaine et d'aménagement du territoire global et participer à la reconversion culturelle de certains espaces : au premier plan le port de Marseille et les friches industrielles. La candidature de Marseille – Provence a provoqué dès son origine, la création d'une association qui assure la maîtrise d'ouvrage de l'opération. Au sein de cette association, les élus de toutes les collectivités publiques du territoire sont présents, mais à leurs côtés siègent des représentants de la vie économique, culturelle, éducative, associative et scientifique.

Les Mécènes du Sud

En 2003, huit chefs d'entreprise (la plupart étant des collectionneurs d'art) ont constitué un club pour faire parler de la culture à Marseille. Ils ont défini une approche originale, non pas en constituant un fonds d'œuvres d'artistes, mais en soutenant et accompagnant des projets de création liés au territoire Marseille – Provence. Le budget est relativement faible, puisqu'il est de l'ordre de 100 000 euros, et les entreprises de moins de 500 employés participent au club à hauteur de 5 000 euros, et au-delà de 500 salariés, le ticket d'entrée au club est de 10 000 euros.

Il y a aujourd'hui 32 entreprises participantes. Tous les arts sont concernés par ce mécénat, notamment les musiques actuelles. L'ambition des Mécènes du Sud est moins d'obtenir un retour d'image pour chaque entreprise, que de développer les liens entre l'entreprise, le mécène, l'artiste et les employés. Ce modèle a été présenté lors des Assises du Mécénat qui se sont tenues à Marseille en mai 2011, durant lesquelles les villes de Nice, Grenoble et Rennes ont montré un intérêt à l'égard de la culture en entreprise. Selon Bénédicte Chevallier, seule salariée des Mécènes du Sud, «à l'avenir, il est légitime de se demander pourquoi ne pas constituer une fédération ? ».

Pour combler ses retards culturels, Marseille a l'ambition de fédérer les activités et les moyens des acteurs existants sur des projets communs forts. Le principal handicap marseillais réside dans l'absence de consensus (politique et culturel) entre la mairie et l'agglomération ; car pour réaliser un grand Marseille culturel, il est nécessaire que les ambitions de la ville, de l'agglomération et de la région se rejoignent.

De plus, la stratégie culturelle définie par la municipalité à Marseille a toujours été de favoriser l'émergence d'initiatives micro-locales, de voir ensuite ce qu'il se passe pour finalement porter les meilleurs projets : il y a 10 000 acteurs culturels dans la grande région de Marseille, et la ville finance environ 500 structures, ce qui implique néanmoins une relative dilution des budgets culturels. De manière générale, lorsqu'une municipalité regroupe en un seul et unique service différentes composantes telles que la culture, l'éducation, la solidarité et le sport, le budget ou la programmation culturelle sont alors affaiblis par cette dilution.

Parmi ces structures, nous retiendrons particulièrement les deux suivantes :

- le Centre national des arts de la rue, qui est un « espace d'expérimentation et de développement pour la création en espace public ». Il regroupe notamment des rappeurs, des acrobates, etc. ;
- la friche « la Belle de Mai » tournée vers les arts du spectacle et qui va devenir une société coopérative d'intérêt collectif. À côté du pôle de création seront construites des résidences pour artistes pour les opérateurs invités et les habitants de toutes origines. Une école de formation professionnelle aux métiers du spectacle va être ouverte en 2011.

Toulouse

Dans les engagements électoraux de la dernière campagne municipale, le projet culturel a tenu une place prépondérante. Pour le préparer, des assises de la culture ont été organisées, auxquelles ont assisté près de 5 000 personnes.

Quatre objectifs majeurs ont été privilégiés :

- Toulouse, métropole solidaire visant à instaurer un plan jeunesse, favoriser les pratiques artistiques amateurs, transformer les lieux culturels en des espaces ouverts et vivants, favoriser l'implication des artistes auprès des populations, accompagner la transmission des mémoires et des cultures.
- Toulouse, métropole créative visant à promouvoir la culture scientifique et technique, ouvrir le « chantier numérique », valoriser la place de l'artiste et l'innovation culturelle, encourager le développement des industries créatives, soutenir l'emploi culturel en structurant les filières, renforcer le rayonnement international et les partenariats européens, se confronter à la création contemporaine internationale.

– Toulouse, métropole équilibrée visant à rééquilibrer le maillage du territoire, intensifier la permanence de la politique culturelle dans l'ensemble des quartiers, renforcer l'implantation et les usages des lieux culturels de proximité, instituer une politique de passerelles entre les institutions culturelles et les quartiers, valoriser le patrimoine bâti et le moderniser, placer la culture au cœur de la réflexion urbaine, penser la culture à l'échelle de l'agglomération et de la région.

– Toulouse, métropole participative visant à rassembler les acteurs socio-économiques autour d'un projet culturel fédérateur, inventer de nouvelles modalités de concertation, de suivi et d'évaluation, inscrire la politique culturelle de la ville dans le cadre de l'Agenda 21 de la culture, structurer une direction culturelle au service d'un projet ambitieux et fédérateur, développer une information professionnelle et grand public.

Le mot d'ordre était donc de mailler le territoire par la culture.

La Mairie a ainsi créé des projets « tandem » d'abord expérimentaux, reconduits cette année, et qui allient un centre culturel et une équipe artistique (par exemple, le réseau socio-culturel de la ville et les artistes musiciens du festival Rio Loco s'associent). Les équipements structurants doivent aussi être redistribués sur un territoire maillé; il doit y avoir une correspondance permanente entre les pratiques culturelles amateurs et de haut niveau. De même, grand spectacle et culture de proximité doivent être le plus possible associés, aussi bien que certaines pratiques culturelles doivent être valorisées dans des quartiers où elles ne le sont traditionnellement pas (cultures urbaines à mettre en valeur ailleurs que dans des quartiers en difficulté).

Au niveau de la programmation événementielle, la ville de Toulouse se repose principalement sur le Printemps de Septembre, événement le plus international, annuel, entièrement gratuit, de création contemporaine, expositions, spectacles vivants, dans divers sites historiques du centre de Toulouse. L'événement le plus populaire est le festival Rio Loco, festival pluridisciplinaire des musiques du monde.

Les Abattoirs

En 1989, la fermeture des abattoirs de la ville de Toulouse, construits de 1828 à 1831, pose la question de leur réhabilitation. En 1992, un protocole d'accord est signé entre l'État, la Région et la Ville pour la création d'un espace d'art contemporain sur le site. Alain Mousseigne est nommé en 1995 au poste de directeur, et le site ouvrira ses portes en juin 2000 au public. Les Abattoirs sont alors un établissement « prototypique » qui regroupe le FRAC (Fonds Régional d'Art Contemporain) dépendant de la délégation aux arts plastiques du Ministère, et le musée d'art moderne dépendant de la RMN (Réunion des Musées nationaux). L'administration du lieu regroupe alors en 1995 un directeur, un responsable FRAC ainsi qu'un responsable musée sous la forme d'un syndicat mixte. Le patron du musée n'a par la suite pas été remplacé, laissant deux administrateurs à la tête de l'établissement.

Les Abattoirs commencent à cette période à se développer au service du tourisme culturel : ils deviennent le second lieu en termes de fréquentation (140 000 visiteurs par an), le FRAC le plus visité de France et le musée d'art moderne le plus visité après Beaubourg.

Il existe un équilibre entre conservation et gestion puisqu'un tiers de la collection est exposé chaque année, ce qui représente environ 3 500 œuvres acquises grâce à une synergie entre les fonds d'art moderne et contemporain.

Les Abattoirs font partie du futur projet de Cité des arts du site de la Grave qui est un projet d'envergure prévu au cœur de l'arc culturel Garonne, et qui permettra de faire cohabiter et interagir plusieurs disciplines comme la danse ou la photographie, et d'accueillir des artistes en résidence.

Lyon

La ville de Lyon possède sur son territoire de multiples ressources et compétences dans tous les domaines culturels et artistiques, que ce soit un tissu dense de créateurs et de porteurs de projets, de nombreux lieux de production ou de diffusion artistique, un réseau institutionnel pluridisciplinaire et de qualité, un réseau associatif dont l'action paraît durablement inscrite dans les quartiers, et aussi des manifestations culturelles fréquentes et variées.

À la fin des années 70, les acteurs politiques lyonnais se sont décidés à bâtir une stratégie de développement culturel, sur un territoire en situation de renouvellement urbain depuis des années : la Part-Dieu, le Vieux Lyon (préparation à l'inscription sur la liste du patrimoine mondial, effective en 1998), les berges du Rhône (requalification récemment achevée) qui a permis de transformer de vastes espaces et quais en déshérence, en promenades.

L'aménagement des rives de Saône est actuellement en cours, tout comme l'opération «Lyon confluence», ambitieux projet de rénovation urbaine qui a pour objectif de transformer un site industriel en une véritable extension urbaine ; son principal équipement culturel sera le «Musée des Confluences» qui remplacera l'ancien Muséum de Lyon.

En 2001, c'est le nouveau maire de Lyon, Gérard Collomb qui met en œuvre cette politique.

Dès le départ, l'idée force a été de construire une politique de développement urbain dont la culture était le vecteur de la mobilisation, grâce à la signature de 9 contrats de ville (Contrats Urbains de Cohésion Sociale). Afin de faire marcher les différents acteurs politiques du même pas, Marc Villarubias, chef de projet, a construit une charte de coopéra-

tion culturelle accessible à tous sur le site de la Ville dès les années 2000, en s'appuyant sur les actions déjà menées dans le cadre des CUCS. C'est un document de travail qui s'adresse aux acteurs associatifs, sociaux, éducatifs, culturels et artistiques, et présente les engagements et les actions proposées par les institutions culturelles lyonnaises en direction des quartiers et sur les thématiques prioritaires, parmi lesquelles on peut citer la «diversité culturelle», les «mémoires et trajectoires», les cultures urbaines, les pratiques culturelles des habitants, l'axe Culture et insertion, les cultures numériques et enfin le lien entre Art et rénovation urbaine.

Cette politique culturelle urbaine s'accompagne à Lyon, d'une politique culturelle «de prestige». Afin d'illustrer de point, il faut avoir à l'esprit que l'Opéra de Lyon, scène nationale reconnue, participe à cette politique selon trois axes stratégiques dédiés aux quartiers, comme le programme «Kaléidoscope», qui est la production complète d'un opéra populaire participatif avec la population. L'ouverture de quotas pour l'accès des enfants des quartiers défavorisés, un travail d'accueil de danses urbaines (hip-hop), ainsi qu'une fabrique de costumes et de décors «délocalisée» s'y ajoutent.

Deux acteurs majeurs de la vie culturelle lyonnaise se détachent par ailleurs : Vincent Carry, créateur du festival «Nuits Sonores» et conseiller artistique de la Gaîté Lyrique, et Thierry Raspail, directeur de la Biennale d'art contemporain.

Lorsque Michel Noir, alors maire de Lyon demande à Thierry Raspail de créer une antenne d'art moderne à Lyon, Jack Lang met en place la première politique culturelle décentralisée. C'est donc le contexte idéal pour le directeur du Musée d'Art Contemporain de Lyon, qui va progressivement installer une stratégie de niche :

- en choisissant des artistes vivants et peu représentatifs (donc accessibles) mais qui ont une réflexion forte sur le rapport de l'œuvre avec le musée (John Baldessari par exemple);
- «C'est le dialogue avec l'artiste qui fait l'exposition». Toute l'exposition (ainsi que les œuvres qui la composent) est une œuvre à part entière : «Il s'agit de faire une collection d'expositions plus que d'œuvres»;
- le musée est permanent, mais il est fermé entre deux expositions ce qui permet d'importantes économies budgétaires. De plus, les monteurs d'expositions sont des étudiants des écoles des Beaux-arts de Lyon auxquels il fait appel et qui deviennent des professionnels très demandés : un vivier de professionnels a ainsi été créé sans peser sur les finances;
- en connectant le musée et une biennale d'art contemporain, qui crée un effet de niche dans le choix des artistes «comme les deux faces d'un même projet». La biennale renforce son réseau international qu'il cultive en allant voir les autres manifestations sur place. Lyon a ainsi acquis un positionnement international au travers des artistes choisis.

En matière de culture, Lyon «marche sur deux jambes» : la culture urbanistico-sociale et l'international culturel soutenant le marché de l'art. Ce sont ces deux mondes parallèles et complémentaires qui se rejoignent dans l'organisation de la Fête des Lumières, populaire et signée par de grands artistes.

Bordeaux

Bordeaux et son agglomération présentent des atouts et des handicaps qui, toutes proportions gardées, relèvent de la même problématique que Paris intra-muros par rapport au Grand Paris. La Communauté Urbaine de Bordeaux (CUB, créée en 1966) regroupe environ 700 000 habitants sur 27 communes ce qui en fait l'agglomération la plus étendue après Paris.

Son attractivité et son image ont été renforcées par l'inscription d'une grande partie de la ville ancienne sur la liste du patrimoine mondial en juin 2007 et elles devraient bénéficier de l'ouverture de la ligne à grande vitesse dans quelques années. Bordeaux est également une escale pour les croisières et développe intensément son activité touristique, notamment autour du vignoble. Bien que capitale culturelle incontestée depuis longtemps comme en attestent la présence d'un opéra et d'un théâtre national, la visibilité culturelle de Bordeaux reste malgré tout limitée.

Les rapports qu'entretiennent la Ville de Bordeaux et la CUB sont décisifs dans la conduite des politiques culturelles sur le territoire de la métropole bordelaise. *A priori* antinomiques, ces deux pôles parviennent pourtant à fonctionner de manière complémentaire : la Ville avec ses équipements historiques, ses mille fonctionnaires et une certaine lourdeur de programmation, et la CUB dans une stratégie prospective, en prise directe avec des stratégies d'avenir. Le handicap majeur réside dans le fait que la ville supporte tous les coûts de fonctionnement des équipements culturels (soit 18% du budget de la Ville) alors qu'ils desservent l'ensemble de l'agglomération, ce qui en fait un sujet de friction entre les deux responsables de la Ville et la CUB.

Au-delà, les rapports fonctionnent plutôt bien. Cela s'incarne par exemple à travers la candidature de « Bordeaux capitale européenne de la culture 2013 », puisqu'Alain Juppé a d'abord choisi de missionner Richard Coconnier, ancien directeur du théâtre national de Bordeaux pour porter le projet. Lorsque le choix de Marseille a été fait pour des raisons de tropisme méditerranéen, il a été missionné par la CUB sur proposition conjointe d'Alain Juppé et de Vincent Feltesse (président de la CUB), pour travailler sur le rôle culturel que pourrait jouer la CUB dont les compétences n'englobaient pas encore la culture. Il a donc été chargé de proposer des pistes d'actions dans les domaines de la nature, de la culture et de la politique de la ville.

Quatre axes majeurs ont ainsi été formulés :

- les mises en réseau d'équipements (les 24 médiathèques sont de nouvelles centralités à renforcer pour les communes, un portail commun donne l'état des collections, présente un catalogue commun, les horaires et le calendrier de toutes leurs animations culturelles);
- créer de l'attractivité par une politique de soutien à l'événementiel : repérer les événements de dimension métropolitaine (Festival du film de Pessac, Carnaval de Bordeaux, l'Échappée belle, la Fête des vins, l'Agora de l'architecture et du design etc.), les décliner dans les communes grâce à

un fonds de soutien, et promouvoir le lien avec la nature (balades, estuaire, vignes);

- lancer un programme ambitieux de commandes publiques pour poursuivre ce qui a été initié sur le parcours du tramway (11 œuvres dont 6 monumentales) avec une bonne insertion. Un des buts principaux est d’instaurer le 1% sur toutes les opérations d’urbanisme de la CUB (ZAC);
- renforcer l’économie créative en soutenant une future cité numérique dans le cluster de Bègles.

Enfin, l’événementiel à Bordeaux tend à s’imposer comme un facteur de réussite culturelle, à travers des rendez-vous culturels reconnus :

- en premier lieu à travers Evento, grande manifestation biennale de création urbaine imaginée par Alain Juppé qui a souhaité livrer la ville dans toutes ses composantes à un artiste. Tous les deux ans, Evento propose à des artistes internationaux de porter un nouveau regard sur la ville, de l’explorer et d’en faire un territoire d’expérimentation artistique atypique. C’est un événement gratuit, multiculturel et destiné à tous les publics mélangeant œuvres originales, expérimentations collectives, performances, concerts, installations, expositions et jeux citoyens investissent l’espace public et les institutions muséales. Une des conséquences positives de la pérennisation de ce projet est de faire collaborer les services techniques de la Mairie avec la direction de la Culture, dans un souci de cohérence et de synergie;
- en second lieu, le festival pluridisciplinaire Novart qui existe depuis dix ans, vise à inscrire Bordeaux comme un vrai rendez-vous culturel européen. Obligé de se réinventer après le succès d’Evento, Novart essaime désormais dans toute l’agglomération bordelaise.

Ce rapport laisse à chaque lecteur le soin de mener une lecture comparative de ces rapides descriptions du développement culturel dans nos grandes métropoles régionales.

Quelques remarques toutefois :

- En premier lieu, la problématique des maires des six métropoles visitées a été la même. Elle a consisté à utiliser la culture comme axe de transformation urbaine et sociale puis comme axe de développement pour la ville et la communauté urbaine. Incontestablement, on se rend compte que la gouvernance des politiques culturelles se fait de manière plus harmonieuse et efficace lorsque le maire de la ville est également président de la communauté d’agglomération. Mais il y a des exceptions notables, comme à Bordeaux où Alain Juppé a su s’emparer de cette problématique et faire évoluer sa ville. Il faut aussi retenir que la mise en place, le suivi et le succès des politiques culturelles dans ces villes est souvent relié à une personnalité clé dans l’élaboration de ces politiques : Didier Fusillier à Lille, Jean Blaise à Nantes, Bernard Latarjet à Marseille...
- Ces politiques culturelles doivent toujours être rapportées au contexte historique, géographique et social de ces villes. C’est pourquoi, les expériences menées par les municipalités ne peuvent être transposées telles quelles dans un autre territoire comme celui du Grand Paris. Mais les problèmes à résoudre et les objectifs à atteindre sont parfois de même nature. Il suffit de prendre la question des fleuves et de l’eau pour rassembler Paris avec Lyon, et Bordeaux. On pourrait en dire autant des problèmes de cohésion sociale,

de reconversion des anciens sites industriels qui rapprochent le Grand Paris de Lille ou Nantes, du poids financier des grands équipements, etc.

– Compte tenu du raccourcissement des distances grâce aux trains à grande vitesse, le Grand Paris doit être pensé à l'échelle du territoire national. Et la réponse du Grand Paris, en termes d'attractivité culturelle et de rayonnement artistique, doit, nous semble-t-il, être posée en étroite corrélation avec les villes de province pour mieux appréhender les grands défis de l'avenir, notamment sur le plan touristique. Certains esprits, excessifs, vont jusqu'à planifier l'arrivée à Roissy en 2025, de plus de 100 millions de touristes chinois, attirés par le «Disneyland culturel» que serait devenue la France. Rien ne vient corroborer un tel chiffre, qui circule sans doute pour de mauvaises raisons. Mais derrière ces fantasmes, il y a l'idée que la réponse appropriée à cette demande culturelle croissante qui se traduira par des flux touristiques de plus en plus importants, ne pourra être que nationale. Déjà les touristes prennent l'habitude de «faire un bond» à Lille ou à Marseille, à Bordeaux ou à Nantes et des équipements comme le centre Pompidou Metz ou le Louvre Lens vont accélérer ces flux intra-métropolitains.

Pour nous, la métropolisation doit donc être pensée à l'échelle de tout le territoire et cette extension est d'autant plus évidente que précisément le Grand Paris n'entre pas dans un périmètre clos.

Notons que cette vision est d'ailleurs partagée par un groupe de personnalités, venues d'horizons divers et qui ont créé «Les Métropolitaines», groupe de réflexion et de lobbying sur la métropolisation, qui a vu le jour à l'initiative de Vincent Feltse, président de la Communauté urbaine de Bordeaux et Président de la Fédération Nationale des Agences d'Urbanisme, d'Olivier Mongin, directeur de la revue Esprit, épaulés par Frédéric Gilli, Michel Jacques et David Alcaud. L'ambition est d'insérer la métropolisation dans le débat public national. Une charte en énonce les enjeux, et le groupe va engager des études, organiser des débats, des séminaires, et prévoit des publications. La mission se félicite d'une telle initiative et rappelle sa proposition de créer également une Association des grandes capitales culturelles régionales françaises.

Le Grand Paris doit être un modèle de ville numérique

Comme la créativité, le numérique est un marqueur transversal. Tout est numérique et il y a désormais du numérique en tout. Comment le numérique peut-il donc participer et accompagner la mutation de la métropole parisienne ? Quel périmètre peut-on donner au Grand Paris numérique ?

Le premier appel à projets « ville numérique » du Fonds national pour la Société Numérique¹⁰⁰ dont la gestion est assurée par la Caisse des Dépôts, agissant en son nom et pour le compte de l'État, en application de la Convention du 2 septembre 2010 relative au programme d'investissements d'avenir, Action « développement de l'économie numérique » affiche deux priorités :

- le développement des réseaux à très haut débit ;
- les usages, services et contenus numériques innovants.

L'appel à projets est donc centré sur les « nouveaux usages » dans le cadre d'une transformation de la ville.

Cet appel donne par ailleurs une première définition de la « Ville Numérique » : « la ville de demain se construit aujourd'hui. Plus de la moitié de la population mondiale – et 82% de la population française – vit aujourd'hui dans des villes, et cette proportion augmente constamment. Cette urbanisation croissante pose des défis considérables en matière de transports, de sécurité, d'environnement, de gestion des déchets, d'activités économiques... Pour y répondre tout en apportant une meilleure qualité de vie aux habitants, la ville telle que nous la connaissons aujourd'hui va connaître une véritable révolution.

Cette révolution de la ville a ceci de particulier qu'elle repose massivement sur les technologies de l'information et de la communication. Les domaines de l'urbanisme, du transport, de la gestion de l'énergie sont bien sûr primordiaux mais eux-mêmes sont révolutionnés par les TIC. La ville de demain sera donc d'abord une ville numérique, une ville intelligente. Une ville numérique est, d'abord, une ville qui a été conçue en bénéficiant des apports des technologies de l'information et de la communication, à l'aide d'outils de simulation et de modélisation notamment, pour améliorer *a priori* (avant même sa mise en uvre) son fonctionnement. Mais surtout, une ville numérique est une ville dont les éléments (que ce soient les feux rouges, les conduites de gaz ou d'eau potable, ou bien sûr les utilisateurs de la ville, qu'il s'agisse des habitants ou des visiteurs), sont connectés à un réseau dit « ubiquitaire », reçoivent et produisent en permanence des données qui peuvent être récupérées et utilisées en temps-réel et *a posteriori* pour optimiser son fonctionnement. »

Si l'on n'évite pas la tautologie (la ville numérique est la ville conçue grâce aux TIC!! la ville numérique est la ville de demain...), cette définition pointe les enjeux essentiels : la ville numérique (réseaux, ubiquité, simultanéité) superpose à la ville « réelle » une ville virtuelle régie par un espace-temps différent et améliorant en retour le fonctionnement de la ville réelle.

La ville numérique (2.0) redouble, figure et transforme la ville.

La thématique de la ville numérique s'est progressivement déclinée selon cette double dichotomie : infrastructure-réseaux/nouveaux usages-nouveaux services et ville réelle/ville virtuelle.

100. http://investissement-avenir.gouvernement.fr/sites/default/files/user/AAP_Ville_num%C3%A9rique.pdf

Ainsi en est-il du Forum des villes 2.0 animé depuis juillet 2009 par l'Agence d'Urbanisme de Lyon, la FING et Chronos sur des thèmes comme « numérique et mobilité » « numérique et vivre ensemble » « numérique et nouveaux services urbains » et plus récemment sur des thèmes d'approfondissement comme « action collective et réseaux sociaux » : « *Flashmobs, apéros géants, boycotts, mais aussi nettoyages de berge, entraide et co-voiturage : de l'intérêt de l'hybridation des réseaux sociaux avec le numérique au niveau local. Notion d'hyperlocal et questions. Statuts, groupes et micro-blogging. Notion de continuum relationnel et problèmes d'exclusion. Impact concret et évidences.* »¹⁰¹, mais aussi « *éditorialisation physico-numérique des territoires* » « *Complémentaires des évolutions du web (médias et réseaux sociaux, web des données, web temps réel, etc.), le développement de l'internet mobile (le nombre des mobinautes aura bientôt rejoint celui des internautes) et l'émergence de l'internet des objets (dissémination de capteurs) permettent aujourd'hui de (co) produire des contenus et des services hybrides, qui combinent l'environnement numérique et l'environnement physique au sein d'un continuum de relation et de représentation. Réseaux pervasifs, téléphones et tablettes, bluetooth et NFC, codes 2D, GPS et réalité augmentée, écrans tactiles, interfaces naturelles ou tangibles, etc. : de nombreuses technologies peuvent servir de support à cette hybridation physico-numérique. Pour actualiser leur potentiel d'usage et offrir à l'utilisateur (individuel ou collectif) des capacités d'action et de perception aptes à enrichir positivement son expérience, les contenus et services du territoire hybride doivent être mis en scène et contextualisés dans l'espace et dans le temps.* »

À l'échelle européenne, le Réseau européen des Villes Numériques (RVN) est un réseau européen et international d'acteurs d'une économie territoriale de la connaissance, regroupant des professionnels de diverses institutions¹⁰². Comment dès lors la « ville numérique » peut-elle contribuer à structurer le Grand Paris (pour le dire autrement, comment le « réseau ubiquitaire » peut-il produire un nouvel imaginaire de la spatialité parisienne) ?

En quoi la ville numérique peut-elle contribuer à créer une identité à la fois fédérative et distinctive de cette métropole ? Comment l'ère numérique constitue-t-elle un nouvel âge pour le développement culturel territorial ?

Résolument, nous avons choisi de laisser de côté les problématiques d'aménagement et d'infrastructures d'autant que la rapidité des innovations rend tout propos sur le sujet daté. La nécessité de la généralisation du très haut débit, de la densification des zones Wi-Fi et des hot spots vont en revanche de soi et il n'a pas paru utile de revenir ici sur ces questions d'ordre technologique.

C'est au contraire en termes de questions stratégiques qu'il semble maintenant temps d'aborder le futur numérique du Grand Paris.

101. http://forum-usages.infini.fr/index.php/Villes_2.0,_mobilit%C3%A9,_innovation_sociale

102. <http://www.villesnumeriques.org>

Il faut rappeler que l'Île-de-France est l'une des sept à huit régions mondiales à la pointe de la transformation numérique. Elle se situe parmi les leaders mondiaux dans des domaines aussi variés que le design numérique, l'animation et le 3D, le jeu vidéo, le démotique, les TIC, la robotique, le logiciel libre à l'éducation numérique. Le Grand Paris peut s'appuyer sur de nombreux équipements spécialisés dans les nouvelles technologies et le numérique : le Cent quatre, le CNAM, le Cube d'Issy-les-Moulineaux auxquels il faut ajouter ceux de Créteil, Saint-Denis, Cergy Pontoise et Enghien-les-Bains. Et à tout seigneur tout honneur, le dernier né, la Gaîté lyrique à Paris.

Nous proposons ainsi que tous ces acteurs du numérique – dont la liste devrait bien sûr être étoffée – soient réunis afin d'élaborer un schéma directeur du Grand Paris qui devrait traduire à la fois une vision prospective et des applications immédiates.

Déjà, la mission a sollicité la contribution de Steven Hearn, en charge de la Gaîté Lyrique, et de l'équipe de l'agence Le troisième pôle pour imaginer ce que pourrait être un Grand Paris Numérique. Leur étude, que nous publions en annexe regroupe plusieurs pistes et propositions suivant trois axes.

- a) S'appuyer sur le nouveau réseau de transports pour créer les «anneaux de vitesse» du Grand Paris.
- b) Créer une plate-forme numérique du patrimoine matériel et immatériel, historique et vivant du Grand Paris : le portail du Grand Paris culturel.
- c) Polariser les entreprises culturelles numériques.

Le Grand Paris doit être l'incarnation de la ville «partagée»

Pour lutter contre la fragmentation, le Grand Paris doit faire naître une conscience métropolitaine commune

La dynamique impulsée par le projet du Grand Paris met en mouvement des forces contradictoires. D'un côté, elle rassemble, regroupe, enrôle des hommes, des entreprises, des institutions, des territoires qui s'engagent individuellement et collectivement dans un processus partagé de construction de la ville. De l'autre, elle génère aussi des tensions, crée des distorsions et des exclusions, rompt des solidarités et fragilise des ensembles urbains, architecturaux, culturels et humains. L'un des enjeux du Grand Paris est donc bien d'orchestrer ces forces contradictoires. Il faut donc, en

—

parallèle à la métropolisation par le haut, initier une métropolisation par le bas, qui prenne en considération le vécu, le ressenti, le terrain, bref le local.

Pierre Mansat, élu Président de l'Atelier International du Grand Paris le 7 juin 2011, après avoir été l'un des acteurs majeurs de la prise de conscience métropolitaine, parle en effet « de métropole inclusive, qui fasse vivre et grandir les formidables potentiels du territoire ». Cette ambition est légitime et sa mise en œuvre est complexe.

Elle appelle quelques remarques préalables.

Pour qu'une métropole soit partagée et donc inclusive elle doit savoir combiner une logique organisatrice, structurante, institutionnelle, indispensable pour en coordonner les différents aspects, avec une approche citoyenne, une démarche critique, une ouverture aux initiatives privées (individuelles, associatives, entrepreneuriales). C'est donc bien un changement culturel qu'il faut favoriser, qui garantisse la pleine implication des citoyens et évite une dérive technocratique et bureaucratique.

Cette attention prêtée aux acteurs de terrain fait d'ailleurs partie des stratégies culturelles des grandes métropoles étrangères : Copenhague, Oslo, Hambourg, Berlin, Barcelone, Madrid, Londres et bien sûr d'autres, qui ont conçu leur développement autour et à partir de cette exigence citoyenne.

Notre pays a fait de nombreux progrès dans cette voie aussi bien à Paris que dans les grandes villes de province. Mais le Grand Paris, par sa portée et son ampleur, doit être exemplaire à cet égard. Mais pour que ce rassemblement, ce regroupement de toutes les forces et de tous les acteurs de la métropolisation, puisse s'accomplir, encore faut-il que chacun se sente concerné, impliqué. Qu'il soit conscient d'appartenir à un ensemble, à l'identité claire et aux ambitions bien définies. Or ce sentiment d'appartenance – qui conditionne le projet d'un Grand Paris partagé – fait aujourd'hui défaut. Plusieurs facteurs l'expliquent :

Tout d'abord, il faut rappeler que l'absence d'une gouvernance politique clairement identifiée et celle corrélative d'un périmètre territorial bien défini ne facilitent pas la prise de conscience par les habitants du Grand Paris qu'ils font partie d'une même ville. À vrai dire, ils ne savent à « quels saints se vouer » ou à quelles chapelles se rattacher ! Un sondage de l'Institut CSA, réalisé en avril 2009 à l'initiative du Parisien sur l'opinion des Français et des Franciliens à l'égard du projet du Grand Paris traduit cette hésitation. Pour 22 % d'entre eux le Grand Paris c'est Paris... avec quelques communes en plus. Pour 28 %, c'est Paris et sa petite couronne. Pour 42 % d'entre eux soit – près de la moitié – le Grand Paris est un territoire d'une plus grande échelle, même s'il leur est difficile de s'abstraire du cadre référentiel de l'Île-de-France¹⁰³. Les Franciliens n'y voient donc pas clair et ont des difficultés à se situer dans la nouvelle dynamique du territoire métropolitain.

103. « L'opinion des Français et des Franciliens à l'égard du projet de Grand Paris » CSA / *Le Parisien – Aujourd'hui en France*, avril 2009.

À l'inverse, on peut voir à Londres combien l'élection du Maire au suffrage universel direct a pu jouer en faveur d'une prise de conscience par le peuple anglais de leur communauté de destin dans le cadre métropolitain du « Greater London ».

À cette difficulté, il faut ajouter que si un sentiment d'appartenance existe c'est au contraire plus souvent celui d'une appartenance à une communauté de problèmes auxquels sont confrontés quotidiennement les Franciliens : problèmes de trafic et de stationnement, transports publics défaillants, pollution, stress, insécurité qui avivent les sentiments d'insatisfaction, d'injustice mais aussi d'égoïsme et d'individualisme.

Pourtant, sans en être conscients, la plupart des franciliens vivent déjà dans une logique métropolitaine. Sous l'effet des mutations urbaines, des délocalisations des sièges de sociétés, des emplois vers le nord et l'est de Paris, les Franciliens passent une grande partie de leur temps à franchir le périphérique, dans des flux parfois centripètes, parfois centrifuges. Rappelons ainsi qu'un tiers de la population active parisienne travaille déjà hors de Paris. L'émergence d'un sentiment d'appartenance qui soit fondé sur la positivité est donc une priorité pour le Grand Paris. Cela passe par toute une série de mesures qui relèvent de différentes politiques publiques mais aussi par des réponses qui ne peuvent pas être que d'ordre technique ou technocratique.

Il est en effet nécessaire – et c'est là un enjeu culturel – de nourrir un imaginaire, des récits et des paroles, des images et des émotions qui bousculent, enthousiasment et dépassent les intérêts particuliers au profit d'un sentiment plus large, plus exigeant et plus stimulant : créer une métropole à laquelle on s'identifie, dont on est fier et qui permet de faire évoluer les destins individuels dans une direction meilleure.

Plusieurs pistes peuvent faciliter ce mouvement d'adhésion au Grand Paris

Rendre plus lisible et plus évident le Grand Paris

Expliquer le Grand Paris n'est pas une opération simple parce que le dossier du Grand Paris est lui-même d'une très grande complexité. La consultation des dix architectes a débouché sur des dossiers de milliers de pages avec des illustrations souvent difficiles à décrypter par des néophytes. Au-delà des initiés, le langage peut parfois surprendre : entre le poème de Roland Castro, la métropole polycentrique de Rogers, la ville poreuse de Secchi et la ville légère et réversible de Geipel, le lecteur peut se sentir perdu...

En sens inverse, saluons la qualité pédagogique de l'exposition organisée à la Cité de l'architecture, consacrée à ces propositions architecturales, qui a connu une grande fréquentation et une itinérance généreuse en province et à l'étranger, servant ainsi l'image de marque du pays et suscitant un grand intérêt pour le projet.

Il serait sans doute utile de reprendre des initiatives dans ce domaine qui aillent dans le sens d'une meilleure explication des enjeux du Grand Paris. **L'Atelier International du Grand Paris doit être à la manœuvre dans l'initiation d'une seconde vague d'actions de communication (publication, expositions sectorielles et thématiques, colloques ouverts au public et pas seulement à destination des professionnels avertis). Il s'agit de rendre le projet du Grand Paris plus accessible, plus vivant et plus concret.**

Des efforts sont d'ores et déjà entrepris ou projetés avec le concours du Ministère de la Culture : développement d'un site internet avec la création d'une banque de données, publications (Habiter Paris, 350 projets architecturaux en cours, encyclopédie des 1 000 lieux...), commandes artistiques (avec la mission photographique du Ministère), association des écoles d'architecture françaises et étrangères (workshops étudiants), promotion et événementiel (une journée du Grand Paris est à l'étude), exposition des projets (au Palais de Tokyo).

Sans doute faudrait-il ajouter à ces excellentes suggestions une invitation à faire appel plus largement à des créateurs et à des artistes qui peuvent aider à cet effort d'illustration et de clarification, comme à des vulgarisateurs de talent connus comme Lorant Deutsch qui avec son « Métronome », a permis de redécouvrir Paris au travers de son métro ¹⁰⁴.

Plusieurs personnalités nous ont souligné l'importance de développer une mythologie du Grand Paris pour faire vivre le projet, en construire la matérialité, et nourrir une fierté collective à travers des fictions et des mises en scène. Michel Cantal-Dupart dans une intervention devant les élèves du master d'urbanisme de Sciences-Po, réclamait en ce sens un effort d'imagination et de poésie, tel que la ville de Séville a su le développer, en édifiant dans l'espace public des statues de personnages de fiction (Le Cid, Carmen, Dom Juan); et d'ajouter : « avez-vous déjà vu une statue de Porthos dans Paris? ». **Une idée serait donc d'associer des artistes (écrivains, cinéastes, photographes, plasticiens) dans toutes les disciplines, à certains territoires de projet et dont le travail formerait une première chronographie du Grand Paris, permettant d'accompagner, de mettre en scène et de révéler l'aventure de ce grand chantier.**

Structurer et renforcer les différentes formes du débat public

Au-delà de l'information et de la pédagogie, il y a une place encore largement inoccupée qui est celle du débat public, qui seul permet la rencontre entre le citoyen, l'expert, l'élus. Le débat public est une façon d'offrir aux citoyens, aux habitants du Grand Paris une place dans la fabrique de la métropole, en donnant la parole aux gens ordinaires, aux associations de toutes sortes qui constituent la société civile, des plus formelles aux moins conformistes – altermédiats, collectifs d'artistes, simples habitants.

104. *Métronome : l'histoire de France au rythme du métro parisien*, Lorant Deutsch, Michel Lafon, Septembre 2009.

Le débat public réunit en effet les conditions concrètes de l'appropriation active par ceux qui sont directement ou indirectement concernés. Il touche et rassemble des habitants du Grand Paris aux vécus, profils, situations, attentes hétérogènes et parfois antagonistes. L'expression de leurs opinions est le préalable à l'émergence d'une conscience métropolitaine et à la construction progressive d'un sentiment d'appartenance. La vie des collectivités territoriales est faite de ces débats publics organisés à l'occasion de chaque opération d'urbanisme par exemple. Pour le Grand Paris, saluons deux débats qui ont déjà contribué à cette prise de conscience collective :

– Le premier débat est celui qui a été organisé par la région Île-de-France dans le cadre de la procédure de révision du SDRIF - Schéma Directeur de l'Île-de-France, lancée en 2004 et achevée en 2008. Cette révision d'un document-cadre majeur pour le futur du Grand Paris a engendré une concertation avec l'ensemble des acteurs impliqués dans la définition de l'avenir de la plus grande région de France : élus, experts, professionnels, associations, comités de quartiers, d'usagers, citoyens. Un véritable processus de « management des parties prenantes » a été initié : trois conférences de citoyens ont été organisées et des milliers de réponses ont été reçues en réponse à un long questionnaire largement diffusé.

– Le second débat public d'envergure a porté sur le réseau de transports du Grand Paris, sur les différents tracés et sur l'ensemble de ses variantes. La loi du 3 juin 2010 en avait fixé les règles et défini les procédures ainsi que les structures. Lancé le 30 septembre 2010, le débat s'est achevé le 31 janvier 2011. Les résultats sont à la hauteur des espérances : 15 000 personnes y ont participé, le site internet ouvert à cette occasion a reçu 170 000 connexions, 215 cahiers d'acteurs ont été édités ! Le compte rendu de ce débat public, accessible sur le site de la Commission nationale¹⁰⁵ qui avait en charge son organisation, témoigne de l'exemplarité de ce débat, qui ne peut être comparé à aucun des débats publics organisés en France jusque-là. Cette initiative est d'ailleurs inscrite dans le cadre de la Déclaration de Rio de 1992 et de la Convention d'Aarhus de 1998, signées par la France et qui visent à assurer l'information du public sur les projets ayant une incidence importante sur l'environnement et l'aménagement du territoire des États signataires.

Il faut relever que d'autres débats ont accompagné et accompagneront par ailleurs la procédure d'enquête publique des Contrats de Développement Territorial conduite par le DRAC sous l'autorité du Préfet de Région. C'est un aspect très important dans la construction d'un sentiment d'appartenance.

De même, on peut enfin saluer la réflexion engagée par la Ville de Paris dans le cadre du Printemps de la Démocratie, sur le thème « de l'immeuble à la métropole, qu'est ce qu'être un citoyen actif à l'échelle métropolitaine ? ».

105. www.debatpublic.fr

Encourager l'usage des plateformes numériques comme instances de dialogues métropolitains

Le web offre un contrepoint dialectique aux discours institutionnels. Il accueille le langage vernaculaire des habitants qui est à la fois polymorphe, fluctuant, abondant, incohérent mais aussi souvent profond, essentiel voire émouvant. Le sentiment d'appartenir au Grand Paris passe par l'émergence d'une communauté métropolitaine active qui utilise les réseaux pour s'identifier, entrer en discussion avec les autres et organiser des échanges. À côté du « bâti », il faut entendre le « récit » ou plus exactement les récits, les témoignages des habitants.

On ne saurait trop souligner le rôle joué – dans la construction d'un sentiment d'appartenance métropolitain – par des sites aussi divers que la ville des gens (www.des-gens.net), peuplade (www.peuplade.fr) parisiens du bout du monde (www.gambettavillage.com).

Ces sites ont parfois des objectifs limités : mieux faire connaître et découvrir les multiples aspects du Grand Paris à commencer par ceux de Paris intra-muros. Ainsi des sites Paris par rues méconnues (paris-p2m.com), Paris go (parigo.fr), Paris bouge (paribouge.com), Paris night life (paris-nightlife.com), parisien d'un jour (parisiendunjour.com) ... Ces sites, et bien d'autres, utilisés principalement par les visiteurs étrangers et les provinciaux sont également consultés par les Franciliens qui y trouvent les informations qu'ils recherchent et une meilleure connaissance des réalités du Grand Paris.

Le Web abrite également des forums de discussion nombreux et en plein essor, qui permettent à leurs participants d'exprimer un point de vue, un discours et contribuent à forger une mémoire culturelle des territoires qui les nourrissent.

Plus avancé encore, le Web participatif permet d'impliquer les habitants dans les processus même de décision et de gestion des opérations conduites par ailleurs. À cet égard, le Web participatif mon-grandparis.fr, lancé par le Service d'Information du Gouvernement le 23 novembre 2009 s'est donné un double objectif : faire comprendre et recueillir les contributions des internautes. Dynamique, interactif, il consulte au moyen de formulaires informatiques ses visiteurs et recueille leurs commentaires, au travers de comptes personnalisés, créant ainsi des gestes valorisants. D'autres sites officiels s'inscrivent dans la même démarche.

Paris Métropole a ainsi initié une réflexion stratégique et créative sur la métropolisation de Paris par le numérique dès l'automne 2009 et cette réflexion a identifié de nombreuses pistes sur les médias numériques, l'utilisation du mobile, les médias de géolocalisation, les audio médias urbains, etc. Ces réflexions ont débouché sur des instruments numériques comme Dring 93, Paris Métropole autrement, Padim, Nous Paris, Métropolitaine culture.

De même, la Société du Grand Paris a créé un site (societe-dugrandparis.fr) qui fonctionne depuis le printemps 2011 et présente de manière pédagogique le projet, ses acteurs et les enjeux.

En revanche, du côté des sites officiels de l'administration d'État, il reste des efforts à accomplir : Pour le Ministère de la Culture, aucune

rubrique dédiée au Grand Paris n'existe, le site du ministère ne comprenant que quelques dossiers thématiques de 2009 à 2010. Si l'on trouve bien un site dédié (legrandparis.net), notons qu'il n'a pas été actualisé depuis plus d'un an. La DRAC Île-de-France n'abrite aucun site ni rubrique dédiée spécifiquement au Grand Paris. Le Ministère de la Ville accueille sur son site une rubrique « Grand Paris » peu fournie, peu actualisée et surtout alimentée par l'actualité. On y trouve malgré tout un site entièrement consacré au projet (mon-grandparis.fr) mais il ne semble pas mis à jour.

Ni le Ministère de la Jeunesse et des Sports, ni le Ministère de l'Éducation, ni le Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche ne disposent de sites ou de rubriques dédiés au Grand Paris. Du côté de l'État, il reste donc quelques progrès à accomplir dont les responsables de la communication de chaque institution doivent se saisir.

Stimuler et renforcer l'intérêt des médias pour le Grand Paris

69% des personnes interrogées sont favorables à la création d'une chaîne de télévision de proximité, généraliste, traitant du Grand Paris et émettant 24h/24. Les plus jeunes y sont les plus favorables (74% des moins de 65 ans, contre 56% des 65 ans et plus).

Sondage CSA

Si les réseaux sociaux, le web participatif, Facebook, les sites partagés, les blogs bruissent des interrogations et des points de vue des habitants du Grand Paris, il faut bien constater que les principaux médias restent encore timorés dans leur couverture des multiples enjeux du Grand Paris. Sans doute est-ce la nature même de la presse écrite, de la radio et de la télévision qui justifie cette relative prudence. Comment jouer sur l'émotionnel, le sensationnel, l'enchantement dans le traitement de la construction lente et opaque d'un si vaste chantier urbain ?

Bien sûr, les grands journaux font leur devoir – *Le Monde*, *le Figaro*, *Libération*, *20 minutes*, *le Nouvel Observateur*, *Les Échos* et *l'Express* notamment, suivent le dossier. Une place à part doit être réservée au Parisien qui a multiplié les éditions départementales et qui assure un rôle non officiel de « représentation » du Grand Paris.

Le rattachement du Grand Paris à un secteur bien précis n'est pas facile pour les rédactions : tantôt il s'agit d'urbanisme et d'architecture, tantôt d'équipements et de réseaux, parfois d'économie et de tourisme, plus rarement de culture et de recherche. À cette difficulté d'identification des rubriques pertinentes, s'ajoutent aussi les aspects économiques et financiers de la profession qui pèsent sur les budgets, freinent des recrutements spécifiques, ou ont conduit à l'échec de certaines tentatives comme *7 à Paris*, *Zurban*, le supplément *Paris Obs.* – du journal *le Nouvel Observateur* – qui était dirigé par Guillaume Malaurie et qui s'est arrêté en 2008. On peut aussi regretter la disparition de la *Lettre Extramuros* qui était publiée par la

—

Ville de Paris... il faut toutefois saluer la naissance de Mégalopolis, fondée par des anciens élèves du master d'urbanisme de Sciences Politiques qui se revendique le journal du (très) Grand Paris et aussi l'apparition de magazines professionnels comme «La Revue du Grand Paris» dont le premier numéro va être lancé en octobre par le groupe Veolia Environnement.

Par ailleurs, soulignons que le Grand Paris fait l'objet d'une couverture large par les publications professionnelles et spécialisées. Archistorm, dirigé par Michèle Leloup, doit être particulièrement distinguée, tout comme le «Moniteur des travaux publics» ou la nouvelle revue Les Cahiers de la Métropole. D'autres publications apportent de façon plus régulière, leurs pierres rédactionnelles à l'édifice. Signalons ainsi l'excellent numéro d'une part de la Revue Esprit, d'octobre 2008, consacrée entièrement aux chantiers du Grand Paris et d'autre part le numéro de la revue Quaderni de l'automne 2010 également consacré à «La Métropole Parisienne».

À la presse écrite, généraliste ou spécialisée, il faut rappeler que le Grand Paris a été le thème d'au moins une centaine de livres qui en ont traité soit de façon globale soit de façon spécifique. Le lecteur trouvera en annexe une bibliographie qui est loin d'être exhaustive mais qui a constitué pour nous une source d'inspiration riche et variée.

Enfin que dire de la couverture par les médias audiovisuels de l'actualité du Grand Paris! La mission s'est penchée de façon plus attentive sur la couverture télévisuelle. Cette couverture de l'actualité du Grand Paris est éparpillée et lacunaire. Certes la région Île-de-France est loin d'être dépourvue de chaînes locales. Expression traditionnelle de la télévision régionale en France, France 3 Île-de-France diffuse ses émissions par décrochage du programme national : l'actualité du Grand Paris est couverte 1 heure par jour, 7 jours sur 7, grâce à deux éditions du Journal Télévisé régional (12 h et 19 h) et 3 heures par semaine de programmes régionaux diffusés le week-end. Ses personnels sont répartis sur les sites de Vanves, Melun, Cergy, Versailles et Bobigny.

À France 3 Île-de-France, il faut ajouter quatre canaux locaux (TNT) dont trois pleins (IDF1, NRJ Paris et Cap 24 remplacé par BFM Business News) et un canal partagé entre quatre diffuseurs. Un cinquième canal émet en TNT sur la Seine-et-Marne : TV 77 (Meaux et Provins).

Enfin, il faut signaler qu'à la suite du rachat du Groupe Demain SA, Demain. TV Île-de-France se transforme pour devenir Grand Paris TV, une chaîne locale dotée d'une toute nouvelle grille de programmes. À cela s'ajoutent les services du câble conventionnés par le CSA (11) qui diffusent un journal quotidien et quelques magazines et des myriades de services locaux diffusés sur le câble ou sur internet qui couvrent une commune, un quartier (Rueil TV, MC8 Meudon, Issy TV, Bastille TV, etc.). Parmi ces web télévisions, qui permettent aux internautes de regarder depuis leur ordinateur du contenu vidéo sur le web, citons «Paris web TV quartier», fondé en 2009 par Philippe Cochinard et qui propose en ligne différentes rubriques de la vie de plusieurs quartiers parisiens (Pigalle, Montmartre, Saint-Germain, Bastille, Champs-Élysées, Mouffetard, Opéra, Belleville, Tolbiac, Invalides). Actualités culturelles, commerciales, interviews exclusives, bons plans, divertissements, journal télévisé, rubrique «c'est vous qui le dites», mobilisent

plus de quarante personnes et permettent à cette web télé d'enregistrer 150 000 visiteurs par mois.

Quant à Paris Première, créée en 1985 dans le but d'être la chaîne locale parisienne et d'assurer la promotion du câble à Paris, elle est une filiale du groupe M6 et reflète l'actualité de Paris avec une ambition de diffusion nationale.

C'est donc un paysage audiovisuel éclaté dans lequel doit s'inscrire le Grand Paris. On est très éloigné de New York avec NY1, chaîne privée du câble basée sur l'information continue, de Berlin avec TV Berlin chaîne privée hertzienne et câblée avec journaux et magazines, de Bruxelles avec Télé Bruxelles, chaîne du service public hertzienne et câblée avec journaux et magazines.

Il semble que le moment soit venu de s'interroger sur la création d'une télévision à vocation métropolitaine. Il y a une opportunité à saisir rapidement dès lors qu'un projet éditorial novateur serait élaboré ainsi qu'un modèle économique viable défini. À cet égard, il faut saluer l'étude sur les conditions de réussite de la télévision locale en France qui a été commandée en octobre 2010 par le Ministère de la Culture. Cette étude peut servir de source d'inspiration : confiée au cabinet d'études Analysis Mason, elle a cherché à répondre aux interrogations du CSA et de la Direction générale des médias et des industries culturelles du Ministère de la Culture quant aux conditions de développement des télévisions locales hertziennes françaises et de la TNT¹⁰⁶. En s'appuyant sur les modèles internationaux de télévisions locales, elle a mis en évidence la spécificité du contexte français, la diversité et l'hétérogénéité des différents concepts de télévisions locales et les conditions de réussite des modèles économiques de ce type de média.

Cette télévision métropolitaine servirait de façon spectaculaire le Grand Paris. En créant, par ses spectateurs, une communauté informelle, interactive. Cette télévision construirait mieux que toute autre solution, un sentiment d'appartenance métropolitain fort et durable.

Bâtir une identité visuelle et graphique pour le Grand Paris

La question d'une identité pour le Grand Paris est un sujet complexe car il est pris en tenaille par des exigences contradictoires :

D'un côté, tout le monde s'accorde sur la nécessité de construire une identité propre pour le Grand Paris, identité qui ne peut pas être qu'un collage de représentations, d'images et d'impressions, tirées d'un espace trop souvent perçu comme discontinu et fragmenté.

106. « Étude portant sur les conditions de réussite de la télévision locale en France sur la base d'une comparaison internationale », Analysis Mason, pour la Direction générale des médias et des industries culturelles et le CSA, ministère de la Culture et de la Communication, Octobre 2010.

De l'autre, les collectivités locales misent encore pourtant largement sur l'esprit de quartier et la préservation d'ambiances villageoises avec un ancrage local très fort pour se montrer attractives et faire la promotion de leurs territoires. En effet, pour de nombreuses villes de périphérie, la question d'une identité métropolitaine reste encore largement secondaire par rapport à la recherche d'une identité propre nécessaire pour faire venir les habitants, les entreprises, les touristes, les investisseurs. La généralisation de l'intercommunalité complique aussi les choses de ce point de vue puisqu'elle implique la création d'une identité intermédiaire, entre l'échelon local et métropolitain.

Au «nationalisme de clocher» d'autrefois répond donc aujourd'hui un «nationalisme de quartier», parfois même de «cages d'escalier» dans certains quartiers difficiles qui est aussi communément partagé par les citoyens qui restent très attachés à leur ville, à leur département.

De même, pour de nombreuses activités, l'espace local reste le premier terrain de référence : cela est vrai sur le plan culturel par exemple ; les cultures urbaines, comme le hip-hop revendiquent leur appartenance de quartier et s'enracinent très fortement au niveau local.

Il est donc vital que l'identité métropolitaine n'absorbe pas ces identités locales qui font la richesse de notre territoire et le Grand Paris se doit d'en préserver le rôle, souvent mis en péril par la gentrification, qui s'observe dans certains quartiers «montants» comme par exemple la Goutte d'Or ou Belleville, deux territoires par ailleurs très dynamiques sur le plan des musiques du monde, notamment grâce au travail de l'association Mondomix et qui risqueraient d'être fragilisés par une «boboïsation» excessive.

Une façon de préserver cet équilibre réside peut-être dans la proposition faite par Jean Nouvel, Michel Cantal Dupart et Jean Marie Duthilleul, qui s'interrogent sur l'opportunité de donner aux villes franciliennes un nouvel intitulé, à savoir Paris – Cachan, Paris Asnières, etc.¹⁰⁷, leur permettant de combiner l'efficacité de la marque Paris à la préservation de leur identité locale, compromis déjà adopté par les villes du Grand Londres, où l'on dit par exemple London Borough of Sutton.

Quoi qu'il en soit, pour construire le sentiment d'appartenance à cet espace supra local qu'est le Grand Paris, **le temps paraît venu de le doter d'une identité visuelle et graphique unique dont la politique de déclinaison et de labellisation doit obéir à une stratégie coordonnée et efficace. C'est en effet le point de départ nécessaire et incontournable d'une gestion dynamique de la marque Grand Paris et d'un ensemble d'actions de communication et de marketing qu'il faut piloter dans une approche globale, et qui soit efficace tant au niveau des étrangers que des Franciliens qui doivent y adhérer et s'y reconnaître.**

À ce titre, la mission a été frappée, au début de sa réflexion de constater que la marque du Grand Paris, deux ans après le lancement du projet, n'avait pas été déposée. Ceci l'a donc poussée à la faire, à titre conser-

107. *Naissances et renaissances de mille et un bonheurs parisiens*, Jean Nouvel, Jean-Marie Duthilleul, Michel Cantal- Dupart, Les édition du Mont-Boron, 2009.

vatoire pour que la marque puisse le moment venu, être remise à la structure désignée pour la piloter.

Au-delà de cet aspect particulier, Il apparaît aussi nécessaire aux yeux de la mission de tirer vers le haut la communication du Grand Paris qui est comme on l'a dit, un axe déterminant dans la compétition opposant les grandes métropoles mondiales et afin d'éviter que chaque administration concernée (Ville de Paris, Région Île-de-France) et de très nombreux organismes ne participent à la définition d'une charte graphique, au détriment de l'efficacité, de la lisibilité, et de l'originalité du Grand Paris.

À cet effet, la mission propose de lancer une grande consultation internationale pour définir l'identité visuelle du Grand Paris. Cet appel à projets permettrait de renouveler l'opération de grand rayonnement qu'a constitué la consultation internationale sur le Grand Paris, en la prolongeant trois ans après par une seconde consultation ouverte aux artistes, graphistes, designers et communicants visuels du monde entier.

Afin de donner corps au Grand Paris, notons que le Ministre de la Ville a annoncé la labellisation des opérations qui présentent un caractère métropolitain dès la fin de l'année 2011 et a pris l'initiative de réunir Paris Métropole, l'AIGP et la CCIP afin de définir ensemble un label et une méthode de labellisation.

De même, deux comités de pilotage Grand Paris ont été réunis dont le dernier a permis de confirmer les valeurs qui doivent être véhiculées par les projets métropolitains (la métropole doit être accueillante, dynamique, innovante, créative, esthétique, durable, solidaire et intense), les objectifs du label ainsi que ses principales caractéristiques du label Grand Paris :

- il n'existe qu'un seul label attribué quel que soit le type de projet (projet simple, projet de territoire ou action), quelle que soit l'échelle du projet (local ou régional) et quelle que soit sa visée finale. L'état d'avancement du projet doit permettre d'assurer sa concrétisation et son financement doit être avéré ;
- la labellisation est une démarche libre et volontaire ;
- le soutien aux bénéficiaires de labellisation se traduira par des actions de communication et de promotion.

Parallèlement, le Ministre signera prochainement une déclaration commune pour la promotion internationale du Grand Paris avec le Conseil Régional d'Île-de-France, la Ville de Paris, Paris Métropole, l'AMIF, la PRIF, leurs agences opérationnelles (AFII, Paris Développement, Agence Régionale de Développement, l'AIGP) et les partenaires privés (CRICI, CCIP, Paris IDF Capitale Économique, Medef, Medef international, CGPME, VIPARIS, GL Events et Reed). Dans ce document les partenaires s'engagent à faire converger leurs actions respectives en matière de communication auprès des investisseurs et de promotion internationale et de formuler un message unique et cohérent sur le Grand Paris.

Ces deux démarches sont également l'occasion de constituer des outils de communication renouvelés pour la promotion du Grand Paris (site internet, brochure à destination des investisseurs internationaux, logos et visuels etc.)». La mission apporte évidemment son plein soutien à ces initiatives qui vont dans le sens de ces recommandations.

Des lieux symboliques du Grand Paris doivent faire lien et s'ouvrir davantage à la culture

La «métropolisation par le bas» consiste à prêter une attention particulière aux rapports entre collectivités, dont la somme fait la métropole. L'ambition de cette métropolisation par le bas peut être résumée par cette belle expression «des lieux et des liens». Chaque territoire, chaque quartier est en effet, à l'intérieur de la métropole, un système en soi, confronté à ses enjeux, ses acteurs, ses pratiques, ses usagers. Si l'on veut éviter que s'aggravent les inégalités entre territoires, il faut concilier la grande échelle avec l'échelle locale et c'est dans cette capacité à mettre en tension ces extrêmes, à créer une relation entre le dedans de la ville et le dehors, entre les lieux et les habitants que résidera le succès du Grand Paris.

La création de ce lien est renforcée par deux types d'actions, celles qui créent la continuité : qui évitent donc des vides, des espaces de rupture, et celles qui créent de la proximité qui rapprochent, font travailler ensemble, partager des expériences de vie même si les territoires ne sont pas contigus.

Pour atteindre de tels objectifs, il n'y a pas de recettes toutes faites. On est davantage dans le domaine des bonnes pratiques et des expérimentations locales.

L'intercommunalité est certainement l'une des voies privilégiées pour nourrir cette double dynamique locale (continuité, proximité).

D'autres voies et moyens y contribuent, notamment dans le domaine culturel :

- les cafés culture, lieux de proximité qui accueillent des artistes, des comédiens pour un concert, une pièce de théâtre. Ils sont sept mille en France et font travailler 30 000 musiciens ! Ils se multiplient en région Île-de-France ;
- les «maisons de l'habitat et des cultures», portées par le groupe 3F (un des plus grands bailleurs sociaux) qui ont pour objectif de faire le lien entre l'immeuble promis à la démolition et l'immeuble neuf d'accueil : les maisons de l'habitat et des cultures, comme, celle réalisée à Clichy-Montfermeil, accompagnent les habitants dans leur transition parfois douloureuse : une exposition, un débat, cohabitent avec des cours de maintenance, des cours de gestion, etc.

Ces initiatives témoignent de la vitalité de l'habitat social qui devient un terrain d'expérimentation (notamment culturelle) important. Le souci de l'esthétique des immeubles par exemple (voir le programme Canal 3 porté par le même groupe 3F à Clichy-sous-Bois).

D'une façon générale, on mesure mal le poids de ce secteur et le rôle clé qu'il peut jouer dans la métropolisation du Grand Paris : grâce au travail de l'ANRU, c'est un nouveau parc social qui apparaît riche d'innovation et d'expériences (58% des Français ont une bonne image du logement social et 75% parmi les locataires d'HLM)

– La maison populaire de Montreuil est un autre bon exemple : association agréée de jeunesse et d'éducation populaire (dirigée par Anne

Agopian), elle accueille 2 300 personnes par an pour des ateliers d'expression, pour les adultes et les jeunes, dans des domaines aussi variés que les arts visuels, la musique, la philosophie et les sciences humaines! Un seul objectif guide cette institution réputée à juste titre : favoriser l'accès à la culture de la population de Montreuil.

– Les fondations comme celles qui militent pour la lecture (SNCF, Casino, Orange, Crédit Mutuel) et la fondation créée en juillet 2009 par Carla Bruni-Sarkozy qui aident les parents à sortir de l'illettrisme et éveillent les enfants aux livres.

Ces quelques exemples doivent servir à rappeler que la création de liens passe par l'ensemble des acteurs culturels du Grand Paris, au sens large. Pour autant, certains espaces plus symboliques peuvent également recevoir une vocation culturelle affirmée.

La Seine doit servir de trait d'union au Grand Paris Culturel

La trouée majeure de la Seine et de ses affluents, structure tout le bassin parisien en de multiples vallées composées de basses plaines inondables contournant des buttes et de coteaux à fort dénivelé qui rejoignent les riches plateaux agricoles.

À l'heure où, Londres, Lyon et Bordeaux ont fait de la reconquête de leurs berges et de leurs quais un élément majeur de leur politique urbaine, culturelle et sociale ainsi que l'axe principal de leur communication internationale, le Grand Paris ne peut faire moins que de reconquérir son identité fondatrice et de renouer le lien qui a rassemblé toutes les classes sociales dans une pratique sportive et de loisirs autour de la Seine, qu'Alphonse de Lamartine décrivait déjà comme «une percée d'air et de lumière, un flot de vie, une avenue splendide; tout à la fois le plus précieux élément de sa beauté et le but enchanteur des promenades dominicales en famille.»

Or, à ce jour, le Grand Paris n'a plus d'identité fluviale, ni du point de vue touristique, ni du point de vue culturel. Si le fleuve a une importante fonction naturelle, économique et industrielle, il n'est plus dans l'imaginaire des Franciliens. En effet, ce «boulevard» fluvial est en grande partie dissimulé par l'urbanisation de ses rives ou par les infrastructures et les ouvrages d'art qui le bordent.

Le rapport au fleuve, fondement de la richesse de la ville et de son choix comme capitale, a été nié pendant les décennies du «tout automobile». Les coteaux, longtemps épargnés par les infrastructures et l'urbanisation en raison de leur escarpement sont maintenant largement urbanisés dans la première couronne et en voie d'urbanisation dans la seconde.

De plus, le potentiel économique et touristique de la Seine est encore largement sous exploité en dépit des propositions élaborées par le

récent rapport de Jacques Attali qui mériteraient pour la plupart d'être mises en œuvre¹⁰⁸.

Plusieurs équipes du concours d'architecture « Le Grand pari de la métropole », notamment celle d'Antoine Grumbach, ont insisté sur l'importance du fleuve dont le parcours irrigue tous les départements franciliens avant de rejoindre la Normandie. Le Président de la République lui-même, dans son discours sur le Grand Paris du 29 avril 2009, avait appelé à ce que la Seine structure un axe culturel fort, une véritable « Vallée de la Culture »¹⁰⁹.

L'île Seguin et la Vallée de la Culture

L'Agence pour la Vallée de la Culture – dès qu'elle a été chargée de la programmation culturelle de la « nouvelle île Seguin » – a été convaincue que cette île, pour affirmer son identité culturelle forte, devait être placée dans un cadre territorial plus vaste et en cohérence avec cette identité. Patrick Devedjian, président du Conseil Général des Hauts-de-Seine, a saisi cette opportunité pour privilégier un aménagement culturel des rives de la Seine, allant du pont d'Issy-les-Moulineaux jusqu'à l'écluse de Suresnes. C'est cette section du territoire comptant des équipements, des établissements, des œuvres artistiques, des constructions d'exception, qu'il a décidé d'appeler « Vallée de la Culture ». Et c'est cette appellation que le Président de la République a utilisé pour qualifier le projet d'aménagement culturel de toute la Seine.

Lien naturel, que lui faut-il à la Seine pour devenir un liant culturel ?

Comme milieu naturel, il bénéficie de protections communautaires qui engagent la France et d'obligations sanitaires vis-à-vis des populations. Comme milieu économique et industriel il comporte des droits et des règles spécifiques, notamment du point de vue de la sécurité et des préventions de pollution ou de crues. Ces différentes contraintes réglementaires entraînent entre professionnels et usagers des conflits dont la résolution est un des enjeux permettant une plus large utilisation de la Seine à des fins culturelles ou de loisirs.

Des efforts sont déjà portés par des élus de petite et grande couronne pour la réalisation de nombreux projets locaux d'aménagement et de reconquête des berges et des îles. Vont également dans ce sens les futurs

108. *Paris et la mer. La Seine est capitale*, Jacques Attali, Fayard, 2010.

109. Discours de Nicolas Sarkozy sur le Grand Paris, Cité de l'Architecture et du Patrimoine, 29 avril 2009.

aménagements de l'Île Seguin et le projet de la Ville de Paris d'aménagement des quais de la rive gauche, entre Orsay et la place de l'Alma.

Il reste encore à faire émerger des projets fédérateurs, à aménager des lieux symboliques nouveaux comme les confluences, à mettre en réseau¹¹⁰ et à faire connaître les ressources patrimoniales qui la bordent et les initiatives culturelles ayant une dimension métropolitaine, pour que la Seine joue pleinement un rôle culturel attractif et intégrateur. En ce sens la mission propose qu'un schéma directeur de valorisation culturelle de la Seine soit lancé de façon indépendante pour étudier spécifiquement ces différents aspects.

En tout état de cause, ce schéma devra attendre la remise des conclusions du rapport du Commissaire général pour le développement de la Seine, Antoine Rufenacht, prévue pour le 1^{er} mars 2012. Un premier dialogue s'est d'ailleurs ouvert avec la mission pour y intégrer une ambition culturelle et artistique pour la Seine, et prendre notamment en compte des initiatives existantes, comme le projet d'itinéraire culturel européen des peintres impressionnistes soutenu par le Vice - Président du Conseil général du Val d'Oise, Georges Mothron.

La mission suggère enfin tout particulièrement que soient étudiées deux initiatives d'aménagement des rives de fleuves qui ont en commun de se déployer à la grande échelle : le projet d'aménagement des rives de la Saône à Lyon, qui suit celui autour du Rhône, et le projet de l'Estuaire développé depuis Nantes. Dans ces deux cas, il s'agit de rendre aux publics l'accès aux berges sur de très longues distances (50 km sur la Saône et 100 km entre Nantes et Saint-Nazaire). Dans ces deux expériences sont prévus des parcours artistiques d'artistes nationaux et internationaux. À Lyon, il s'agira d'œuvres, d'interventions et d'installations pérennes confiées à 13 artistes prestigieux comme Tadashi Kawamata, Michael Elmgreen et Ingar Dragset, Pablo Reinoso, Meschac Gaba, Jean Michel Othoniel, Richard Woods, Didier Faustino, Sabina Lang et Daniel Baumann, Le Gentil Garçon, Erik Samakh, Pascale Marthine Tayou qui travaillent en amont aux côtés des architectes et des paysagistes.

Quant à Nantes, il s'agit de créations artistiques appelées à quelques exceptions près, à être démontées au terme d'une Biennale de création contemporaine.

Ces deux projets d'envergure – l'un déjà bien installé à Nantes et l'autre bien avancé à Lyon puisque le premier tronçon du parcours sera inauguré fin 2013 – peuvent apporter beaucoup à l'élaboration de la partie culturelle du grand projet de rétablir Paris dans sa dimension fluviale.

110. Ce travail a déjà été largement initié par l'association « Eaux et Partage » fondée par le député-maire de Montereau-Fault-Yonne, Yves Jégo.

La dimension culturelle et artistique des paysages du Grand Paris doit être valorisée

Le paysage n'est pas un décor mais l'aspect visible du territoire, la résultante matérielle de l'interaction millénaire de l'homme avec les composantes naturelles du relief, des sols et du climat et la résultante symbolique des valeurs que lui donnent l'individu et la société dans laquelle il vit. Il est aussi porteur de valeurs sociales et culturelles qui mettent en jeu en même temps le rationnel et l'affectif, rapporté à des espaces considérés comme un patrimoine personnel et national.

Or, les Franciliens ont perdu une grande partie de leurs références paysagères traditionnelles parce qu'ils vivent dans un paysage restructuré en permanence (rappelons que l'Île-de-France est la région qui délivre le plus de permis de construire et d'autorisations de travaux). Dans certaines cités les jeunes générations n'ont même jamais connu de période sans travaux alors que les anciens se souviennent des champs qui précédaient les cités !

Au cours du XIX^e siècle, le paysage francilien a en effet été largement bouleversé par le creusement de canaux, l'équipement ferroviaire, la construction d'ouvrages d'art et par l'industrialisation. En outre, la construction de fortifications et d'une ceinture d'ouvrages défensifs autour de Paris marquent autant le paysage que l'esprit des habitants.

À partir des années soixante, le manque endémique de logements fait apparaître des « grands ensembles », nouveaux quartiers dont la structuration ne correspond plus à la trame villageoise. Édifiés avec des techniques de construction industrialisées ils ont produit par là même un paysage urbain en rupture avec les matériaux locaux, les techniques et les volumes traditionnels ; des ZAC ont été massivement créées en limites d'urbanisation des villes et villages, transformant leurs entrées en espaces commerciaux sans originalité.

Durant la même période, outre la construction de deux aéroports et du RER, le paysage francilien a été modifié en profondeur par l'installation des halles à Rungis, l'aménagement d'importantes zones de logistique pour le fret et la construction en plein champs des Villes Nouvelles ; les interventions sur les routes qui se sont multipliées pour mieux desservir la capitale : création de déviations propices à une nouvelle tranche d'urbanisation, élargissements systématiques des voiries, apparition d'un réseau dense d'autoroutes et de « bretelles de raccordement » suivie par la création de ronds-points ces quinze dernières années.

La cohérence et l'esthétique des paysages urbains, en Île de France plus vite qu'ailleurs, s'est donc petit à petit restreinte aux quartiers anciens, souvent paupérisés et dégradés au point de devoir faire l'objet de politiques de sauvegarde spécifiques (secteurs sauvegardés, ZPPAUP devenues AMVAP¹¹¹, Opérations programmées d'amélioration de l'habitat, interventions ANRU, etc.) sous peine d'être démolis pour des raisons d'hy-

111. Aires de mise en valeur de l'architecture et du patrimoine.

gière et de sécurité. Parallèlement, la loi Malraux de 1962 a imposé le ravèlement périodique afin de redonner un aspect agréable aux villes.

L'agrément du paysage quotidien pour les populations s'est donc réduit peu à peu et leur désir d'aménité se tourne vers les paysages naturels, surtout forestiers qui subissent une véritable surfréquentation. Mais ces paysages ruraux sont aussi des espaces fortement convoités et grignotés par de multiples petits programmes de construction, la zone rurale continuant à être considérée comme une réserve foncière par les collectivités dont beaucoup sont coupées depuis longtemps de leurs racines agricoles.

Dans ce contexte, les débats sont nombreux et souvent houleux. Victor Hugo résume en une belle formule les fondements du débat : « Il y a deux choses dans un édifice, son usage et sa beauté. Son usage appartient au propriétaire, sa beauté à tout le monde, à vous, à moi, à nous tous. Donc le détruire c'est dépasser son droit. ». Malgré les études d'impact, le citoyen se sent souvent démuni devant les projets qui bouleversent « son » paysage. Souvent portés par des associations, les débats sont aussi virulents dans la défense des paysages ruraux que dans celle des paysages urbains ou de bâtiments particuliers. Ils ne sont pas seulement une prise de position « Not in my backyard » mais résultent souvent d'un travail en profondeur sur l'histoire des lieux et d'une expertise sur l'intérêt de leur préservation au regard des projets présentés et de leurs nuisances potentielles (esthétiques et visuelles, mais aussi sonores, olfactives, etc.).

Les Franciliens sont-ils pour autant fermés à la modernité urbaine? Certainement pas! La plupart des Franciliens sont fiers de l'esthétique « moderne » de la Défense et les villes nouvelles ont également trouvé leurs habitants; les Parisiens ont plébiscité le programme de logements de Bercy; ce qu'ils rejettent ce sont les démolitions là où une réhabilitation serait possible et avantageuse pour la cohérence de l'image de leur ville. Ils rejettent également la transformation radicale de l'ambiance urbaine parisienne que les tours apporteraient¹¹², si belles soient-elles.

Dans ce contexte, recréer l'harmonie des paysages, en respecter les lignes de force naturelles a donc logiquement été identifié par plusieurs équipes d'architectes du concours du « Grand Pari » comme une nécessité absolue.

La nécessité d'un cadre général de référence pour harmoniser le développement urbain à venir et les projets d'infrastructure ou d'aménagement des territoires ruraux sont devenus une évidence tout comme la requalification des entrées de villes et des nationales urbaines qui a été largement reconnue comme une ardente obligation pour redonner leur identité aux villes.

112. Dans son récent Rapport sur le paysage, Anne Fortier-Kriegel rappelle qu'« à l'initiative du ministre Chalandon, un débat sur les tours avait été engagé. Le ministre souhaitait les implanter à proximité des gares Saint-Lazare ou Montparnasse. Après une campagne de presse de journalistes américains qui prétendaient que « si les Allemands n'avaient pas détruit Paris en 1944, les Français s'apprêtaient à le faire à travers la construction des tours au cœur de la cité », le préfet de Paris a stoppé la polémique en arrêtant les projets de tours. »

Ce cadre de référence pourrait être un comité d'harmonisation paysagère du Grand Paris rassemblant l'État, la Région, les départements et la ville de Paris avec des représentants des grands maîtres d'ouvrage et des établissements public d'aménagement, qui serait aussi un lieu d'échange et de coordination.

Dans ce sens, un premier pas vers la maîtrise des impacts paysagers des grands projets urbanistiques pourrait être franchi rapidement par la coordination des volets paysagers des trois opérations d'intérêt national franciliennes (Orly-Rungis-Seine-Amont, plateau de Saclay, Seine-Aval).

Ce comité pourrait par ailleurs identifier des pôles territoriaux porteurs pour des projets d'envergure autour du paysage sur le territoire du Grand Paris. Soulignons ainsi par exemple l'importance de Versailles qui accueille déjà l'École nationale Supérieure du paysage et le domaine de Versailles et dont le Maire, François de Mazières, porte un projet original qui consisterait à rouvrir l'allée des Mortemets, sous la forme d'un chemin vert paysager, rétablissant ainsi cette allée dans son tracé et dans sa fonction telle qu'elle existait sous Louis XIV. Un projet d'un Festival International des Jardins est également étudié par la ville et qui trouve toute sa légitimité dans le cadre historique qui l'entoure et qui a vu se construire l'art du jardin à la française.

Traiter la frange d'urbanisation en contact avec les espaces ruraux du grand Paris a été également mis en évidence par les architectes et devient une urgence paysagère autant que sociale. Cet espace de contact déroule un linéaire d'environ 13 500 km² et concerne 263 communes.

Il faut donc protéger de l'urbanisation rampante l'agriculture périurbaine et les paysages qui lui sont associés. Des décisions devront être prises pour rendre inconstructibles ces espaces pendant une durée permettant de préserver l'avenir. **À l'instar de la Zone de protection naturelle, agricole et forestière du plateau de Saclay, créée par la loi « Grand Paris » du 3 juin 2010, d'autres zones de protection pourraient être instituées.**

La vallée de la Seine est aussi, comme nous venons de le voir un espace majeur du Grand Paris qui demande un soin particulier et des arbitrages entre les nécessités commerciales du transport fluvial, le besoin en zone de stockage de matériaux, la demande sociale d'usage des rives, le vif désir des promoteurs de proposer des vues imprenables sur la Seine, la Marne ou l'Oise, et la prévention des désordres liés aux crues...

Le recours à une directive paysagère de la vallée de la Seine, serait de nature à arbitrer ces conflits d'usages et à donner aux communes une idée claire des orientations à prendre dans le traitement des rives et l'occupation des sols. Elle permettrait d'inclure les coteaux dans la problématique paysagère de l'ensemble. La directive permettrait d'assurer la cohérence paysagère de toute la partie francilienne de la vallée, de pointer les sites encore à préserver et servirait de schéma directeur des berges. Elle s'appuierait sur la charte de paysage déjà prévue pour Seine Aval. Elle pourrait être prolongée en aval jusqu'au Havre par des chartes de paysage dans la ligne du projet d'Antoine Grumbach.

Enfin, il est proposé de remettre en valeur pour l'ensemble du Grand Paris le paysage urbain par le choix d'un mobilier urbain identitaire.

La jonction entre culture et université doit être renforcée

La dimension culturelle du Grand Paris est indissociable de ses universités. Bien que la zone centrale reste particulièrement riche de ce point de vue, de nombreux pôles existent ou émergent à l'échelle du Grand Paris : les universités des villes nouvelles, notamment le campus de Marne-la-Vallée ou celui de Cergy et la puissante constellation Jouy-Saclay-Palaiseau et Orsay dont la structuration devrait encore se renforcer dans les années à venir. Il faut aussi mentionner au nord, le pôle Condorcet Aubervilliers qui permettra de faire symboliquement sauter la barrière du périphérique encore trop présente dans le monde intellectuel et universitaire.

Les universités du Grand Paris sont donc des acteurs majeurs de sa vie culturelle et il a semblé utile de mettre en évidence cette relation trop souvent négligée, alors même que les universités offrent des possibilités nombreuses pour générer des interactions plus importantes, sur le modèle des campus américains, souvent cités en exemple pour leur capacité à être des points de passage entre différents univers.

En effet, les universités, par les professeurs, les chercheurs et les étudiants qu'elles accueillent, forment une grande partie de l'élite artistique et culturelle du pays. Elles disposent d'un patrimoine immobilier souvent remarquable et parfois monumental. Elles favorisent les pratiques de leurs étudiants dans différentes disciplines artistiques (théâtre, danse, musique, cinéma, littérature, etc.).

Deux circonstances majeures nous paraissent devoir être soulignées qui devraient renforcer, de façon opportune, le lien culture/universités :

– Tout d'abord, le Président de la République a lancé en février 2008 l'opération campus destiné à favoriser l'émergence de grands pôles universitaires à visibilité internationale. Cette opération a été définie et engagée rapidement et ses financements, conséquents ont été fléchés dans un délai si court que les premiers chantiers ont pu débiter en 2011. Sur les douze projets, sélectionnés par un jury international à partir de 66 dossiers de candidatures, trois campus sont situés sur le territoire du Grand Paris (Campus Condorcet, Campus du plateau de Saclay et Université de Paris).

– Deuxièmement, le 21 mars 2009, l'ancienne Ministre de l'Enseignement supérieur et de la Recherche, Valérie Pécresse a confié à Emmanuel Ethis, Président de l'université d'Avignon, une mission de réflexion sur la place de la culture à l'université. Le choix de ce professeur d'université paraissait d'autant plus judicieux que son université a été à l'origine du Manifeste de Villeneuve d'Ascq, adopté en mai 1990 et qui a débouché sur la création d'une association très active : l'association Art + Université + Culture (A + U + C) dont le nom résume à elle seule l'objectif poursuivi. Ce rapport a été remis à la ministre en 2010. Il contient 128 propositions visant à remettre

la culture au cœur de l'université et l'université au cœur de la culture¹¹³. Ces propositions sont pour la plupart très pertinentes. D'ambitions variables, elles constituent une base opérationnelle inestimable. Il importe maintenant de leur donner un début d'exécution voire de mettre en application rapidement certaines d'entre elles.

La mission invite l'ensemble des parties concernées à faire en sorte que les deux initiatives fassent leur jonction : les trois campus retenus, au titre de l'opération Campus, devraient, à notre sens, accueillir nombre d'initiatives et de propositions envisagées par le rapport d'Emmanuel Ethis. Ces campus deviendraient ainsi pilotes dans le développement d'activités culturelles sur leurs sites d'implantation. Il est en effet difficile d'imaginer que ces expériences innovantes, ambitieuses et qui se veulent exemplaires ne réservent pas à la culture une place plus significative, comme par l'identification d'espaces et de locaux permettant de mener des activités culturelles (salle de diffusion, de répétition, galeries d'exposition, etc.), par des encouragements donnés à l'activité littéraire et aux clubs de discussions (cafés littéraires, club de lectures), par la participation de personnalités culturelles à la gouvernance des universités et au cursus pédagogiques ou l'animation des locaux par des dépôts d'œuvres d'art, notamment issues des collections publiques qui sont trop rarement exposées !

Comment peut-on en effet envisager de développer des projets universitaires, dans l'esprit des campus anglo-saxons, si l'on fait abstraction du rôle joué par les services culturels de ces campus étrangers, de la place qui y est réservée aux pratiques culturelles des étudiants, de la présence de nombreux artistes en résidence et de la floraison d'initiatives et parfois de start-up, nées de la dynamique créative locale, générée par cette cohabitation entre laboratoires de recherche, artistes, juniors entreprises ?

Ajoutons à cette proposition de croisement des deux démarches, que beaucoup de facteurs sont là pour en assurer le plein succès et la bonne cohérence avec l'esprit du Grand Paris.

– Les deux campus Condorcet et Saclay illustrent deux aspects de la dynamique du Grand Paris.

Le premier sera un campus trans-périphérique puisqu'il sera à cheval sur Aubervilliers et le quartier de la Porte de la Chapelle, dans le 18^e arrondissement.

113. *De la culture à l'université. 128 propositions*, Commission Culture et Université (présidée par Emmanuel Ethis), Rapport remis à Valérie Pécresse, ministre de l'Enseignement supérieur et de la Recherche, 2010.

Une action, soutenue par Pierre Yves Bournazel, mérite d'être soulignée : sa proposition est d'installer un centre des cultures du monde sur des zones vastes et non utilisées, au contact du nord de Paris et du sud de la Seine-Saint-Denis. Il s'agit d'effacer les frontières physiques que constituent d'une part les voies ferrées entre la rue Ordener et le boulevard Ney, reliées à la Gare du Nord, d'autre part le périphérique entre la porte de la Chapelle et celle d'Aubervilliers qui serait enfoui afin de libérer de l'espace. Dans l'un ou l'autre cas, les espaces libérés seraient récupérés créant une continuité urbaine valorisant tout le Nord de Paris et accompagnant le Campus Condorcet (16 000 personnes dont 12 000 étudiants, 8 établissements sur 130 000 m² répartis en deux sites.)

– Le second incarnera la logique de cluster tourné vers les sciences puisqu'il fera travailler ensemble des grandes écoles (Paris XI, Centrale, AgroParisTech, ENSAE, Les Mines, ENS Cachan) autour de celles qui existent déjà sur le territoire (CEA, Polytechnique, HEC etc.), favorisant aussi l'interdisciplinarité.

– Ces deux campus partagent les mêmes ambitions que celle affichées par le Grand Paris. L'ambition architecturale est affirmée dès l'origine de l'opération : les schémas d'aménagement de chacun, élaborés par des équipes pluridisciplinaires (architectes – urbanistes – universitaires) sont suivis attentivement par un Atelier national de campus universitaires dont la présidence a été confiée à Jean-Marie Duthilleul, mandataire de Jean Nouvel, au titre de la consultation internationale sur le Grand Paris. La dimension paysagère est au cœur du projet, notamment du plateau de Saclay puisque c'est Michel Desvignes qui devra travailler à l'amplification de la géographie en prolongeant les coteaux boisés, les vallées et en y ajoutant prairies, vergers, bassins sur un territoire de 500 hectares.

Une initiative récente va aussi dans le sens recommandé par la mission : Cimaïses/Effraction, les œuvres d'art des campus, portée par Art + Université + Culture. Cette initiative utilise le 1% architectural pour implanter des œuvres d'art sur les campus.

Les gares du futur réseau Grand Paris Express doivent s'imposer comme des espaces ouverts à la création et à la culture

Nous ne reviendrons pas ici sur la nécessité d'une ambition culturelle et artistique pour les gares du réseau de transport public du Grand Paris qui a déjà été développée plus haut, mais plutôt sur la façon dont cette ambition peut se concrétiser. Avec l'appui de la Société du Grand Paris, nous proposons que les gares reçoivent différentes fonctions :

Une fonction de mise en valeur du patrimoine et de la création artistique du Grand Paris.

Il pourrait s'agir, par exemple, de faire du réseau de transport public du Grand Paris une « Grande Galerie » où seraient exposées, de manière pérenne ou temporaire, le cas échéant sous forme virtuelle, des œuvres d'art dans les gares. Cette galerie en réseau de près de 200 km, pourrait offrir autant de relais physiques décentralisés pour des fonds et des collections y compris celles de grands établissements qui ne peuvent pas exposer la totalité des œuvres dont elles ont la charge.

Cette « Grande Galerie » pourrait aussi servir de vitrine pour des expositions ou des événements culturels majeurs (Journée du Patrimoine, Nuit des musées, Nuit Blanche, Salon du livre, grandes ventes aux enchères, présentation des collections de mode, etc.). Enfin, dès lors que la gare est située à proximité immédiate d'un équipement culturel ou d'un lieu remarquable, cette « Grande Galerie » pourrait marquer cette proximité en présentant un aperçu incitant à la visite (ex MAC/VAL, Versailles).

Une fonction d'incarnation de l'excellence artistique notamment française

Il s'agirait d'intégrer une commande artistique dès le stade de la conception architecturale des gares et d'en faire en elles-mêmes des œuvres d'art. Des exemples existent déjà en ce sens et démontrent l'enrichissement de la qualité des espaces publics ainsi traités : rappelons en effet, qu'avec le soutien du Ministère de la Culture, de nombreux programmes de réalisation de tramways se sont accompagnés de vastes projets de commande publiques, comme pour le T3 de Paris, le tramway de Nice, de Strasbourg ou de Bordeaux, qui sont des exemples.

Ce projet devrait combiner des commandes à des artistes connus mais aussi promouvoir la jeune création artistique ou encore soutenir des domaines particuliers comme la création numérique, la composition sonore, le design, notamment pour le mobilier ou la signalétique.

Les champs des expressions artistiques ainsi sollicitées viendraient se développer dans toute la gare, y compris en tunnel et même au-delà suivant les opportunités urbaines pour révéler et soutenir le caractère de repère urbain de la gare.

Une fonction de densification de l'offre culturelle

Dans le cadre de la définition des services dans les gares, une des facettes de ces services pourrait se traduire par l'implantation d'espaces culturels directement dans la gare, en lien avec l'identité culturelle et artistique du territoire desservi. On peut ainsi imaginer que la gare accueille directement un espace de diffusion ou de création, ou encore une bibliothèque, une artothèque, un espace ouvert aux pratiques artistiques. Le champ de cette action peut dépasser et compléter le cadre relativement classique des deux précédentes actions.

Soulignons que certains pays étrangers ont déjà organisé ce rapprochement entre les gares et les établissements culturels, notamment

la Suède dont les gares accueillent en leur sein des bibliothèques. La gare deviendrait ainsi directement une scène culturelle, lieu potentiel attractif en lui-même et pour lui-même, dans lequel on vit, dans lequel on peut rester. Des expériences déjà tentées par la RATP et la SNCF ont montré que les usagers sont prêts à rester dans les gares pour des opérations dynamiques et attractives.

La mise en œuvre de ces actions doit évidemment être approfondie et conduite avec les acteurs présents sur les territoires, associations, établissements, élus, divers services culturels. Il s'agit cependant d'organiser rapidement cette concertation, notamment pour rapprocher les artistes des concepteurs des gares dès les premières études détaillées soit courant 2013. Sur ce sujet, la Société du Grand Paris devra bénéficier d'une assistance et d'un conseil pour faciliter sa démarche et l'inscrire dans la politique culturelle de l'État et des collectivités concernées.

L'axe majeur des Champs Élysées à La Défense doit retrouver une vocation culturelle

Les Champs-Élysées sont au Grand Paris ce que le Kurfürstendamm est à Berlin : l'artère majeure de la ville.

En réalité, ils sont beaucoup plus que cette avenue berlinoise. Les Champs-Élysées ne constituent qu'une section de la plus prestigieuse avenue du monde puisqu'elle se déploie sur plus de deux kilomètres et démarre en fait du Musée du Louvre et de la Pyramide de Pei jusqu'aux terrasses qui prolongent dans les Hauts-de-Seine l'axe majeur.

Il nous semble que l'aspect même du Grand Paris devrait nous conduire à raisonner non pas sur la seule section des Champs-Élysées mais sur l'ensemble de l'Axe Majeur. Certes, les Champs-Élysées accueillent cent millions de promeneurs-acheteurs par an, constituant ainsi la première vitrine commerciale du Grand Paris. Vocation d'ailleurs encore renforcée par l'arrivée toute récente d'enseignes et de marques fortes (Abercrombie & Fitch ouvert en mai 2011 et qui se complétera par l'arrivée de Banana Republic du groupe GAP en décembre 2011, Marks & Spencer en novembre 2011 et Levi's en février 2012).

Mais seule une part infime de ces visiteurs s'aventure au-delà de l'Arc de Triomphe, jusqu'à la Grande Arche. Il est vrai que la dimension culturelle de cette avenue symbolique s'atténue à mesure qu'on se rapproche de l'Arc de Triomphe.

Les débuts en sont très prestigieux : le musée du Louvre – le plus important au monde – les Tuileries ornementées de sculptures spectaculaires – les bronzes de Maillol et le jardin des sculptures contemporaines – le musée des Arts décoratifs, l'Orangerie et le Jeu de Paume – la place de la Concorde, le Grand Palais et le Petit Palais, le Palais de la Découverte, les théâtres du Rond Point, le théâtre des Champs Élysées, le théâtre Marigny, Artcurial, Christie's et Sotheby's à proximité, les galeries de l'avenue Matignon, le théâtre des Champs Élysées au bout de l'avenue Montaigne, puis quelques cinémas, le centre culturel danois – le centre culturel iranien qui s'est endormi

– en passant par le dernier étage de LVMH consacré à des expositions culturelles, de grande qualité au demeurant...

Puis vient l'Arc de Triomphe et la plongée jusqu'à la porte Dauphine où se trouve le Palais des Congrès.

La Défense enfin, par la qualité et la réputation des architectes qui l'ont construite – et le construisent – et bien sûr avec la présence des commandes artistiques qui sont implantées sur la dalle, le Centre National des arts plastiques, et la Grande Arche. Au-delà, l'École d'architecture de Nanterre et le futur complexer ARENA 92 viennent s'inscrire dans le dernier tronçon de cet Axe Majeur du Grand Paris qui réunit toutes les conditions pour devenir la grande artère culturelle de la métropole.

La mission propose qu'un grand projet artistique et culturel associant l'État, la Ville de Paris et toutes les structures professionnelles concernées soit défini et financé notamment par mécénat afin de faire de l'axe majeur la plus belle Avenue du Monde.

La culture doit aider à cimenter une cohésion sociale plus forte et être davantage mise au service de l'intégration

42% des Franciliens estiment ainsi que renforcer l'offre culturelle dans les quartiers difficiles est prioritaire, 43% considèrent cela important mais pas prioritaire et 15% voient cela comme secondaire. Paradoxalement, les habitants d'une ville centre sont 49% à considérer cela comme prioritaire, soit un chiffre en deçà des habitants des banlieues (41%). De même, 49% des CSP+ en font une priorité contre 43% des CSP-.

(Sondage CSA)

La très grande hétérogénéité de la population du Grand Paris doit d'emblée être soulignée, notamment pour rappeler que le territoire francilien rassemble de très nombreuses zones urbaines sensibles qui correspondent aux quartiers les plus difficiles des métropoles françaises et qui regroupent 4,5 millions d'habitants.

Dans ces quartiers, un mineur sur deux vit en dessous du seuil de pauvreté comme l'a montré le rapport annuel de l'Observatoire national des zones urbaines sensibles. Ces zones concentrent le chômage, la pauvreté, l'échec scolaire. Et en l'absence de diplômes scolaires, il n'y a pas d'insertion sociale possible. Le chômage y est deux fois plus élevé qu'au niveau national. Un fort sentiment d'exclusion et de marginalisation sociale conduit à la montée des tensions et à la radicalisation. Faute de se construire par rapport aux critères républicains, certains vont chercher leurs références dans leurs pays d'origine, y compris chez des Français de deuxième et troisième générations. Ainsi se mettent en place des attitudes de repli communautaristes qui cristallisent les inquiétudes.

Pour appréhender ces quartiers sensibles l'État et les collectivités se sont dotés de cadres opérationnels concertés et de moyens renforcés, les « Contrats urbains de cohésion sociale », qui ont succédé aux contrats de villes. Ces contrats de cohésion sociale ont été signés à partir de 2006 et pour 497 quartiers sensibles et viennent d'être prolongés jusqu'en 2014 par le Premier ministre.

Ces contrats pluriannuels retiennent cinq champs prioritaires : l'accès à l'emploi et le développement économique, l'amélioration de l'habitat et du cadre de vie, la réussite éducative, la citoyenneté et la prévention de la délinquance, la santé. L'accompagnement de la jeunesse et l'intégration sont donc pris de façon transversale. Cependant, il peut sembler dommage que l'action culturelle ne soit pas affichée comme un objectif à part entière. Certains de ces contrats ont été heureusement accompagnés de « chartes de coopération culturelle » couvrant le volet culturel de la Politique de la Ville. C'est ainsi, pour prendre deux grandes villes françaises (Paris et Lyon) qu'ont été signées de telles chartes pour la période 2009-2011 pour la première et 2011-2014 pour la seconde. Ces chartes identifient les voies et les moyens pour faciliter l'accès à la culture de la plus grande diversité possible de populations. Toutefois, cette année, trente-trois contrats urbains – dont vingt-deux en Île-de-France – ont été soustraits à la logique existante et vont faire l'objet d'avenants concentrant les actions et les moyens sur les trois cibles de l'emploi, de la sécurité et de l'éducation.

Il n'est donc toujours pas question du champ culturel parmi les objectifs prioritaires. La réorientation opérée par le Ministre de la Ville, à titre expérimental, est certes légitime : elle concentre sur un nombre moins élevé des quartiers sensibles des moyens regroupés et ciblés. **Mais il est regrettable que l'occasion n'ait pas été saisie de faire entrer formellement la culture au nombre des leviers majeurs de lutte contre l'exclusion.**

Cela ne veut pas dire que la politique de la ville soit étrangère à la dimension culturelle. Pour répondre au cumul des difficultés qui touchent les territoires concernés, la politique de la ville mobilise en effet une grande diversité d'actions et d'interventions. Des dispositifs comme les cordées de la réussite, les dispositifs de 2^e chance, les contrats d'autonomie, les internats d'excellence, le programme de réussite éducative contribuent tous à l'élévation des niveaux des jeunes qui en bénéficient pour les aider à entrer dans le monde de la connaissance et donc de la culture. Mais il y a matière à aller plus loin et soutenir les efforts de dialogue avec les acteurs culturels de terrain. De même il faudrait mobiliser davantage au profit de dispositifs culturels, les partenaires de ces CUCS comme les bailleurs sociaux, les caisses d'allocations familiales, les associations, etc.

Tous ces efforts combinés devraient à terme réduire, voire supprimer, ces ghettos culturels.

Il faut bien comprendre que la culture est une arme majeure contre la ghettoïsation et pour rompre l'enfermement lequel se trouvent les habitants de ces territoires. Est-on ainsi conscient, comme nous l'ont rappelé certains maires lors de leurs auditions, qu'une grande partie des habitants des quartiers sensibles n'ont jamais franchi la périphérie et ignorent totalement la richesse culturelle de Paris intra-muros ?

Il nous a dès lors semblé nécessaire de citer ici quelques «bonnes pratiques», dont certaines sont encore expérimentales qui favorisent le désenclavement et luttent contre le repli individualiste et la tentation communautariste. Ces exemples sont sans doute des pistes que le Grand Paris pourrait soutenir, mieux exploiter et pousser plus en avant.

• **La valorisation des talents** est un premier aspect tout à fait fondamental pour des jeunes qui sont en quête de références et de points d'appui. La recherche de référents, de grands frères, au sens large, qui peuvent par leur exemplarité, inspirer des conduites vertueuses et constructives, est une voie pour guider les jeunes issus des quartiers difficiles. Or de très nombreux talents sont issus de ces territoires, y ont été élevés, en sont sortis et restent souvent en contact avec leurs communes ou leurs cités d'origine. Il n'est pas question ici de dresser un inventaire de toutes ces personnalités issues de ces territoires sensibles et dont le talent a éclaté. Ils ou elles, sont présents dans tous les champs de la création culturelle et artistique. On ne donnera que trois exemples à titre purement illustratif.

Rappelons d'abord le rôle pionnier de Jamel Debbouze qui reste très impliqué dans le processus d'identification et de reconnaissance de nouveaux talents par son Jamel Comedy Club.

Citons aussi Fabien Marsaud – Grand Corps malade – slameur né en 1977 au Blanc-Mesnil et dont l'album «Midi 20» évoquait Saint-Denis. Et que dire de Zahia Ziouni, d'origine kabyle et qui a grandi dans un HLM de Pantin. Chef d'orchestre reconnue, elle dirige aujourd'hui le conservatoire de musique de Stains et un orchestre de jeunes (Demos, dispositif d'éducation musicale et orchestrale à vocation sociale).

Ces trois itinéraires parmi d'autres sont loin d'être exceptionnels. De telles trajectoires existent également dans le monde de l'entreprise, qui incarne autant d'encouragements, pour tous les jeunes désireux de sortir de leurs ghettos urbain et social. Rappelons ainsi que de nombreux professionnels qui travaillent dans l'univers des médias et de la communication sont par exemple issus des quartiers sensibles du Grand Paris, comme Samira Djouadi, directrice de la Fondation TF1 et qui soutient toutes les initiatives visant à l'intégration sociale des jeunes défavorisés dans les métiers de la télévision et du journalisme.

Mais ces personnalités mériteraient d'être mieux valorisées, mieux connues, mieux reconnues par les pouvoirs publics notamment.

• **La responsabilisation des individus** est une seconde voie à distinguer et à encourager. Elle vient des programmes anglo-saxons de «l'empowerment» qui consistent à donner aux acteurs locaux, la responsabilité de conduire eux-mêmes des opérations de reconstruction ou de revitalisation de leurs quartiers. Ces politiques s'appliquent à de nombreux domaines de l'action publique et privée. Dans le domaine culturel, elles se développent rapidement et on peut en citer plusieurs exemples comme :

– L'initiative développée dans le Val-de-Marne, au sud de Paris, qui consiste à confier aux jeunes des quartiers de l'Haÿ-les-Roses la responsabilité de «guides de banlieue». À l'initiative du Conseil d'architecture, d'urbanisme et d'environnement (CAUE), cette approche, qui s'inscrit dans

le cadre du tourisme solidaire et responsable en Île-de-France, mise sur la proximité entre les jeunes guides et la population de ces quartiers. Bien connus, identifiés, acceptés, ils font entrer dans la cité, des habitants des cités voisines ou des touristes issus d'ailleurs, en construisant un parcours à partir d'éléments architecturaux marquants ou de paysages originaux (le Jardin Parisien par exemple). À l'occasion de ces visites, ces guides parlent aussi aux habitants qui y vivent et leur ouvrent des opportunités de contacts dont ils sont privés. La méfiance, voire l'hostilité recule. Ce travail avec les jeunes issus des cités est un modèle d'action culturelle qui mériterait d'être étendu.

– L'appel à projets lancé par le maire de Grenoble, Michel Destot, qui visait à reconstruire l'image d'un quartier paupérisé en voie de transformation et de réhabilitation – la Villeneuve. Ce quartier avait incarné une cité des utopies, très imprégné des idées de 1968 et continuait d'alimenter un mythe ne correspondant plus aux réalités urbaines comme les émeutes de 2010 l'avaient révélé. Des jeunes professionnels, encadrés par des monteuses, des cadres, des graphistes, des scénaristes, des architectes ont construit un projet de série télévisée – « Villa 9 la série » – impliquant les habitants à tous les stades de production et traitant de sujets sensibles.

– La création du Bondy Blog en 2005 par Serge Michel, rédacteur international du magazine suisse l'Hebdo, qui avait décidé de suivre sur place les émeutes de Bondy et les semaines qui ont suivi. Repris par de jeunes journalistes et volontaires des cités concernées, Bondy Blog se veut un média en ligne qui raconte les quartiers populaires et fait entendre leurs voix dans les débats nationaux. Il a accueilli 1,6 million de visiteurs cumulés.

– Les expérimentations menées par l'architecte Patrick Bouchain à Marseille ou à Boulogne-sur-Mer notamment, dont philosophie du « Construire Autrement », mettent l'habitant au cœur de la rénovation des quartiers et prennent en compte leurs aspirations et leurs savoir faire pour changer leurs logements.

• **L'intervention artistique *in situ*** est une autre façon d'agir par la culture sur le sentiment d'exclusion. Celui-ci se nourrit souvent de la conviction de ne pas exister, de ne pas mériter considération et distinction. Changer le regard que les habitants des quartiers portent sur eux-mêmes est une façon de débloquer ces forces d'auto exclusion. L'artiste, le créateur ont une vertu chamanique forte qui doit conduire à renforcer sa place au cœur de l'espace public notamment dans certains interstices urbains (terrains vagues, friches, reliquats d'une industrie déliquescence ou délocalisée) qui forment autant de « non-lieux » échappant à la spéculation immobilière, et peuvent donc être facilement investis par des projets d'artistes.

Plusieurs initiatives d'ordre artistique ont déjà été conduites et nous n'en citerons que quelques exemples. Ainsi :

– La campagne photographique du célèbre photographe britannique Martin Parr, organisée en avril 2011, à la demande de l'Institut des cultures d'Islam, dans le quartier de la Goutte d'Or, dans le 18^e arrondissement de Paris, entre Barbès et Château-Rouge qui a permis de poser un regard neuf sur ce quartier et ses habitants, dont une large proportion est d'origine étrangère.

– La démarche Trans 305, labellisée «Haute Qualité Artistique et Culturelle» et conduite par l'artiste Stephan Shankland sur la ZAC du Plateau à Ivry-sur-Seine qui accompagne à travers l'art et, en lien avec les habitants, les mutations urbaines du quartier.

– Les projets du pOlau (Pôle des Arts Urbains) dont le programme «un élu, un artiste» permet de révéler aux acteurs politiques de la ville les potentialités de leurs territoires du point de vue artistique et créatif.

• **L'inclusion par la pratique artistique** est un autre levier de l'action publique et privée. Elle est au cœur du travail effectué par les institutions d'éducation et de formation musicale, de danse, de théâtre, d'arts plastiques. Et il faut rendre hommage à ces enseignants engagés et généreux.

L'enseignement artistique est un objectif prioritaire, poursuivi depuis de nombreuses décennies, qui repose en grande partie sur le système éducatif et qui appelle toujours plus d'attentions, de moyens et d'adaptations. Ce volet si important de l'action publique culturelle n'entre pas dans le champ d'étude de la mission. Ce qui vaut pour tout le territoire national vaut pour le Grand Paris. Mais il nous a paru intéressant de distinguer deux programmes qui visent à l'intégration de jeunes enfants issus des quartiers sensibles par le biais de leur initiation à une pratique artistique.

– Il faut rappeler, en premier lieu, le travail exceptionnel effectué par les équipes de la «Fondation culture et diversité», créée en 2006, par Marc Ladreit de Lacharrière, Président de FIMALAC. Sa fondation a un seul objectif «mettre la culture, les arts et les pratiques artistiques au service de la cohésion sociale et de l'égalité des chances pour des jeunes issus d'établissements de l'éducation prioritaire». Ce qui est remarquable est la volonté de couvrir l'ensemble du parcours des élèves qui accèdent à un programme de la Fondation, depuis la sensibilisation à la culture, à l'art et à la pratique artistique, à l'information et à la sensibilisation des élèves sur les études supérieures culturelles ou artistiques d'excellence, jusqu'à la préparation des concours, l'obtention de bourses et de tutorat et l'accompagnement dans l'insertion professionnelle. Un élève, pris en mains, sera soutenu et accompagné jusqu'au bout de ses capacités et de ses envies. Il faut aussi souligner que la Fondation n'agit qu'au travers de l'Éducation nationale, des collèges et des lycées en s'assurant de la pleine implication des enseignants qui sont bien plus souvent qu'on le dit extrêmement motivés et volontaires. Près de 2 000 élèves dont l'essentiel vient des communes du Grand Paris, ont déjà bénéficié de l'action de la Fondation.

– Autre exemple, les 17 et 19 juin 2011 dernier, a été présenté au Palais Garnier un spectacle intitulé «Lumières», inspiré du mythe d'Orphée, par des enfants issus des classes de l'école Poissonnières (18^e arrondissement), du collège Roger Martin du Gard (Épinay-sur-Seine), et du collège Paul Eluard (situé dans le Val-d'Oise). Ce spectacle fait partie d'un programme visant à initier à l'art les enfants vivant en ZEP. Fondé en 1991, il a accueilli près de 15 000 enfants, issus de 360 classes de 202 établissements scolaires de l'Académie de Paris, de Créteil et de Versailles.

Ces initiatives se répandent :

En avril 2011, des élèves de ZEP de Seine-Saint-Denis, rassemblés dans la maîtrise de Bondy ont chanté au théâtre des Amandiers de Nanterre une composition de Laurent Gaudé – «Mille orphelins» – qui a été reprise au Châtelet.

Il y a quatre ans que la maîtrise de Radio France a installé sa préformation à Bondy, s’inspirant des conventions Sciences-Po – ZEP qui permettent aux meilleurs élèves des cités d’intégrer l’établissement sans passer par le concours classique d’entrée. La maîtrise de Radio France a suivi cet exemple et ouvert une classe dans l’école Olympe de Gouges. Les élèves sélectionnés ont aussi chanté au Sénat, à l’Institut du Monde Arabe et à Matignon.

• **L’inclusion par l’éducation populaire :** En conclusion de cet inventaire de quelques pratiques culturelles qui vont dans le bon sens, **il faut souligner aussi que le Grand Paris pourrait être une occasion exceptionnelle de remettre en avant l’éducation populaire.** L’éducation populaire est identifiée par tout projet de démocratisation de l’accès aux savoirs, de diffusion de la connaissance au plus grand nombre, dans le but de former des citoyens actifs et responsables, à travers une pédagogie adaptée favorisant la créativité. Elle est un moyen et une méthode d’éducation à la citoyenneté. Elle reconnaît et associe une dimension humaniste de développement de l’individu (selon son parcours de vie, son environnement) et une dimension politique d’émancipation (place de l’individu dans la société).

En France, on considère que l’éducation populaire tire ses racines dans la Révolution Française avec le rapport Condorcet, dans la création par Jean Macé de la Ligue de l’enseignement, dans le Sillon de Marc Sangnier et le Front Populaire.

De grandes structures portent cet idéal : ainsi la Ligue de l’enseignement, créée en 1866, à laquelle sont affiliées 30 000 associations qui regroupent deux millions d’adhérents avec au cœur de leur activité les pratiques culturelles et artistiques.

Associer de tels types de structures et mieux impliquer leur réseau distribué sur tout le territoire du Grand Paris, nous paraît être un vecteur très important de la dimension culturelle du Grand Paris.

Ajoutons que l’éducation populaire n’est pas portée seulement au niveau local : l’Université Populaire, initiée par Michel Onfray s’en réclame, et s’est développée au point que l’Association des Universités populaires de France, en compte plus d’une centaine parmi ses adhérents. **L’initiative de Michel Onfray se développe dans l’académie de Caen, mais il serait judicieux de réfléchir à une extension de cette dynamique à l’échelle du Grand Paris.**

Conclusion

Au terme de cette analyse, l'avenir culturel de notre pays, va s'écrire en partie sur la page du Grand Paris. Par sa population, sa dimension métropolitaine, les forces individuelles et collectives, artistiques et culturelles, économiques et technologiques qu'il rassemble, le Grand Paris sera le laboratoire d'une nouvelle modernité culturelle.

Pour conduire ce changement, une mobilisation forte et inspirée est nécessaire. Elle passera par trois questionnements majeurs, appelant des réponses de fond.

- Le premier va concerner la capacité du Grand Paris à mieux s'articuler avec le reste du territoire national. Il va falloir effacer rapidement et énergiquement la frontière qui sépare la métropole-capitale de notre pays et la province dont on a vu qu'elle est, chaque jour davantage, à l'avant-garde des politiques et expérimentations culturelles.

- Le second questionnement porte sur notre capacité – individuelle et collective – à s'impliquer comme acteur, pleinement engagé, dans la vie culturelle, au niveau local comme au niveau métropolitain. Comment le Grand Paris Culturel peut-il éveiller un « désir de culture » qui ne soit pas un rêve mais une réalité. Ce rapport contient de nombreuses propositions qui tendent vers cet objectif. Mais il ne s'agit là que d'un premier mouvement, destiné à être amplifié par la suite, par la participation de tous et de chacun.

- Le dernier grand questionnement invite à dépasser une vision simplifiée et une opposition trop souvent instrumentalisées entre deux points de vue, dont l'affrontement a écrit, à travers les décennies, les pages de notre histoire culturelle :

- un point de vue qui situe la culture au cœur des projets de société, justifiant ainsi de placer la politique culturelle sous la seule responsabilité de la puissance publique. Cette conception appelle un engagement ferme, clair et constant des autorités publiques, nationales et locales, prenant la forme de législations volontaristes et de soutiens financiers conséquents;

- un point de vue qui tendrait à ramener les activités culturelles à un acte de consommation, un choix familial, voire personnel, inspiré par le milieu social, le désir et la capacité de consacrer du temps et de l'argent à des activités culturelles et artistiques et qui cantonnerait l'État à un rôle de régulation du champ culturel, laissant aux industries culturelles et au champ associatif le soin de gérer l'accès à la culture.

Il nous semble que le grand chantier de la décennie à venir – et dont le Grand Paris sera un terrain privilégié – consistera à articuler ces deux pôles de la dimension économique de la culture et du caractère public de la culture.

Cette opposition a bien été identifiée comme le cœur des enjeux culturels de demain, par l'enquête de prospective « culture et médias 2030 », publiée en mars 2011 par le Département des études de la prospective et de

la statistique du Ministère de la Culture et de la Communication. Ainsi, c'est vers un point de synthèse que convergeraient les quatre scénarii identifiés par cette enquête à l'horizon 2030.

Notre réflexion a balancé entre l'échéance d'aujourd'hui et celle de demain et donc la nécessité d'anticiper ce que la jeunesse d'aujourd'hui attendra du Grand Paris de demain. Rappelons en effet qu'un tiers de la population francilienne a moins de dix-huit ans, ce qui représente 3 869 000 personnes! Ces jeunes franciliens seront les premiers usagers – et aussi les acteurs – du Grand Paris.

De même, nous avons étudié dans un sens le plus large possible la dimension culturelle du Grand Paris, mais nous sommes conscients que la culture est de plus en plus un phénomène globalisant et qu'il serait nécessaire de mener des études sur d'autres champs d'investigation du Grand Paris : l'éducation et l'enseignement supérieur, la recherche, l'emploi, la santé, la relation inter-générationnelle, dont les interactions contribuent, autant que la culture, à créer du vivre ensemble et à déterminer les fondamentaux de notre société.

Enfin, ce rapport intervient dans un contexte de renouvellement du débat politique lié à des échéances majeures. Nous l'avons pensé et construit comme un «rapport républicain», destiné à nourrir ce débat démocratique et à rester fidèle à l'esprit même du Grand Paris qui a su rassembler, au-delà des clivages, la communauté nationale.

Relevé des principales propositions et recommandations du rapport

Consolider le rayonnement international du Grand Paris culturel

- Mettre en place un programme d'«Ambassadeurs de bonne volonté» (Goodwill Ambassadors) du Grand Paris.
- Élaborer un système de classement et d'évaluation de l'attractivité culturelle des grandes métropoles mondiales sur le modèle du classement de Shanghai.
- Accueillir à Paris, à l'Unesco, une conférence internationale sur les métropoles culturelles mondiales.
- Renforcer la Commission nationale française de l'Unesco en lui donnant les moyens nécessaires à son activité.
- Encourager l'inscription des villes du Grand Paris dans les réseaux de coopération culturelle internationaux et européens (Villes créatives, Urbact, ECCE, etc.).
- Donner davantage d'écho à la Journée Internationale de la Francophonie et à son déroulement sur le territoire du Grand Paris.
- Mettre en œuvre les recommandations de Gilles Pélisson en faveur de la relance du tourisme d'affaires dans le Grand Paris et celles du rapport de Philippe Augier pour une politique des « Grands Événements ».
- Relancer la vie nocturne parisienne en améliorant les transports en commun de nuit et en densifiant l'offre de lieux de divertissement en périphérie.
- Créer de nouvelles zones touristiques sur le territoire du Grand Paris et faciliter l'ouverture prolongée des commerces, restaurants, services, lieux culturels le week-end et en soirée.

Renforcer l'hospitalité et l'ouverture à la diversité culturelle du Grand Paris

- Organiser un carnaval de toutes les cultures métissées présentes sur le territoire du Grand Paris.
- Améliorer les conditions d'octroi de visas aux artistes et créateurs dans le cadre d'une réforme du dispositif «compétences et talents».

- Renforcer la présence culturelle de la Chine et notamment celle de son centre culturel.

- Créer un centre des cultures africaines contemporaines.

- Conforter l'activité des centres culturels étrangers à Paris (notamment ceux des pays de l'Europe de l'Est et des jeunes démocraties arabes) et mieux soutenir la Semaine des Cultures Étrangères, qu'ils organisent chaque année.

Faire du Grand Paris une vitrine de la création et de la créativité

- Créer une Cité internationale d'artistes sur le territoire du Grand Paris sur le modèle de la Cité Universitaire du Boulevard Jourdan.

- Mettre en œuvre le projet de réhabilitation de la Tour Utrillo (Clichy – Montfermeil) en un lieu de création et d'animation artistique.

- Décider d'établir un grand plan en faveur des industries culturelles franciliennes à partir d'un bilan « filière par filière » assorti de moyens financiers, humains et de soutiens spécifiques de l'État (Ministère de la Culture et de l'Industrie) et des collectivités locales.

- Étendre la création de clusters et mettre notamment en place :
 - un cluster de l'image, des médias et de l'audiovisuel, articulé sous la forme d'un pôle international de l'image ;
 - un cluster de l'édition, notamment articulé autour de la bande dessinée ;
 - un cluster de la gastronomie, articulé autour de la Cité de la Gastronomie et du Salon de l'Agriculture ;
 - un cluster sur les cultures urbaines appuyé par la création d'un espace de référence en la matière.

- Fixer un quota obligatoire (1% des surfaces bâties) de résidences et d'ateliers d'artistes ou de pépinières de jeunes entreprises innovantes, dans tous les programmes de construction se développant dans le Grand Paris.

- Consolider tous les programmes « jeunes talents » en un seul projet distinctif et faire récompenser, comme aux États-Unis, ces talents lors d'une cérémonie présidée chaque année par le Chef de l'État.

- Soutenir les jeunes architectes en favorisant, dans le respect des règles de la concurrence, leurs possibilités de concevoir et de construire de nouveaux bâtiments.

- Créer un « master » d'architecture qui pourrait s'intituler « Institut d'architecture du Grand Paris » et prendrait modèle sur le tout nouveau BIArch, le Barcelona Institute of Architecture.

- Confier aux artistes et aux créateurs, dans toutes les disciplines, des actions de mise en scène et de révélation du chantier du Grand Paris à mesure de sa réalisation.

- Établir un schéma directeur du Grand Paris Numérique avec tous les acteurs du territoire.

- Créer un Grand Paris virtuel, un double 3D en s'inspirant de l'expérience d'Angers et de Poitiers, en mobilisant Cap Digital ainsi que les opérateurs privés.

Encourager l'événementiel et la convivialité sur le territoire métropolitain

- Consolider le Festival de «l'Oh» et conforter son rayonnement métropolitain.

- Renforcer le rôle fédérateur du festival d'Automne et son déploiement à l'échelle du Grand Paris.

- Initier au travers des institutions universitaires et de recherche un état des lieux de la dimension intellectuelle du Grand Paris et créer un festival des idées, interdisciplinaire, sur le modèle d'Adélaïde, Brisbane ou Aspen.

- Renforcer la vocation culturelle de l'Axe Majeur, des Tuileries aux Terrasses de Nanterre, et créer un événement annuel à l'image des célébrations du Kurfürstendamm de Berlin.

- Décider que le Grand Paris accueillera avec l'ensemble des villes françaises, une «exposition nationale», inspirée de l'exposition nationale suisse de 2002, et s'inscrivant dans l'esprit des grandes expositions nationales inventées par la France de la Révolution.

Construire une identité forte pour le Grand Paris

- Doter le Grand Paris d'une identité visuelle et graphique unique et décliner une stratégie pour l'utilisation de la marque et du label «Grand Paris».

- Lancer un appel à projets ouvert aux artistes, graphistes, designers et communicants visuels du monde entier pour la définition du logo Grand Paris.

- Créer une chaîne de télévision (TNT) du Grand Paris, à vocation généraliste et fonctionnant 24h/24, s'inspirant de NY1.

- Repenser le mobilier urbain à l'échelle du Grand Paris et privilégier un mobilier urbain interactif, offrant notamment des informations sur l'offre culturelle.

- Favoriser la création de jumelages entre les villes du Grand Paris

- Renommer les villes du Grand Paris : Paris-Asnières, Paris-Aubervilliers, Paris-Argenteuil, etc.

Dynamiser les lieux du «vivre ensemble»

- Intégrer rapidement dans les programmes des gares du futur métro du Grand Paris, avant la mise à l'enquête publique, des projets culturels et artistiques.
- Inventorier les friches industrielles et les bâtiments désaffectés sur le territoire du Grand Paris et défendre une politique de protection ainsi qu'un quota d'affectation culturelle.
- Libérer les usages, en autorisant l'utilisation des écoles, gymnases, etc. pour des activités culturelles et artistiques en dehors des horaires réservés à l'enseignement.
- Renforcer le lien entre culture et université en mettant en œuvre les propositions du rapport d'Emmanuel Ethis et en faisant des trois campus du Grand Paris des sites pilotes.
- Réunir un comité d'harmonisation paysagère du Grand Paris destiné à mieux maîtriser les impacts paysagers des grands projets urbanistiques.
- Réunir un groupe de travail consacré à la valorisation culturelle de la Seine du Havre à Paris avec les élus, les services concernés, les opérateurs culturels existants ou intéressés et des créateurs, architectes, artistes, sous la responsabilité du Commissaire Général pour le développement de la Vallée de la Seine.
- Revitaliser le réseau d'équipements culturels de proximité (Maison de la jeunesse et de la culture, centres socio-culturels, maisons populaires).

Améliorer la gouvernance culturelle du Grand Paris

- Mettre en place un observatoire culturel pour le Grand Paris en coordination avec l'Observatoire des politiques culturelles de Grenoble pour disposer de chiffres, de données, de statistiques et d'une cartographie culturelle précise et actualisée.
- Initier une politique d'optimisation institutionnelle déclinée en quatre volets par :
 - a) L'inscription d'un objectif de rayonnement métropolitain dans le cahier des charges des grands établissements culturels de Paris et de la première couronne;
 - b) L'intensification des mises en réseaux de lieux et d'acteurs culturels;
 - c) La création de «faisceaux culturels» au bénéfice des zones rurales ou situées à la frange de l'agglomération;
 - d) Le développement d'offres de billetterie culturelle groupées.
- Élaborer, avec la DRAC Île-de-France, une classification des projets, initiatives, établissements, programmes de nature culturelle, existants ou projetés sur le territoire du Grand Paris, en trois catégories : projets d'intérêt national, projet d'intérêt métropolitain, projet d'intérêt local.

-
- Préparer des schémas directeurs de la culture pour chacun des 8 départements de l'Île-de-France dans le cadre d'« États Généraux de la Culture », et les consolider dans un schéma directeur d'ensemble.
 - Mettre en place une plateforme de concertation avec les villes situées à une heure de Paris sur les enjeux culturels et touristiques communs.
 - Favoriser la mise en réseau du Grand Paris avec les métropoles culturelles régionales françaises par l'intermédiaire d'une Association de coopération et de coordination.
 - Créer, à l'instar de Londres, un office de tourisme du Grand Paris unique en fusionnant les structures existantes.
 - Raccourcir les délais dans lesquels sont jugés les recours dirigés contre les actes d'urbanisme pour les projets d'intérêt métropolitain en matière scientifique, éducative et culturelle, et relever les amendes de fol appel.
 - Mettre en place une structure de gouvernance technique du Grand Paris de la culture sous la forme d'une Agence pour le Développement Culturel du Grand Paris.

Liste des auditions

Présidence de la République

Monsieur Henri GUAINO, Conseiller Spécial

Monsieur Boris RAVIGNON, Conseiller Développement durable, Transports, Aménagement du territoire Grand Paris et Prospective

Monsieur Olivier HENRARD, Conseiller Culture

Madame Mélanie MEGRAUD, Chargée de mission auprès du Conseiller Développement durable, Transports, Aménagement du Territoire, Grand Paris

Gouvernement

Monsieur Claude GUÉANT, Ministre de l'Intérieur, de l'Outre mer, des Collectivités Territoriales et de l'Immigration

Monsieur Frédéric MITTERRAND, Ministre de la Culture et de la Communication

Monsieur Maurice LEROY, Ministre de la Ville en charge du Grand Paris

Madame Chantal JOUANNO, ancien Ministre des Sports

Premier ministre

Monsieur Jean de BOISHUE, Chargé de mission auprès du Premier ministre

Cabinet du ministre de la Culture et de la Communication

Monsieur Jean-Pierre BIRON, Conseiller auprès du ministre

Monsieur Pierre HANOTAUX, Directeur du Cabinet

Monsieur Mark ALIZART, Conseiller en charge des Arts Plastiques, de la Mode du Design, des Métiers d'Art et des Patrimoines immatériels au cabinet du ministre de la Culture

Monsieur Pierre LUNGHERETTI, Conseiller spectacle vivant, action territoriale, Outre-mer

Monsieur Francis LACLOCHE, Conseiller pour le Photographie, le Mécénat, le Programme «culture pour chacun» et Marseille 2013 au cabinet du ministre de la Culture

Madame Ann-José ARLOT, Conseillère en charge de l'Architecture, du Grand Paris, des Grands Projets, de l'Inspection Générale des Affaires Culturelles et des Études au cabinet du ministre de la Culture

Direction générale de la création artistique

Monsieur Georges-François HIRSCH, Directeur Général

Monsieur Jean-Pierre SIMON, Directeur adjoint chargé des arts plastiques

Monsieur Nicolas BOURRIAUD, Chef de l'Inspection de la Création Artistique

Monsieur Laurent VAN KOTE, Délégué à la Danse

Madame Anne-Sophie DESTRIKATS, Inspecteur, Coordinatrice du Collège Théâtre au Ministère de la Culture

Madame Marie MOREAU-DESCOINGS, Inspectrice Théâtre au Ministère de la Culture

Monsieur Philippe LE MOAL, Inspecteur-Coordinateur du Collège Danse

Monsieur Jean-Marie GOUELOU, Inspecteur-Coordinateur du Collège Musique

Madame Caroline CROS, Inspectrice du Collège Arts Plastiques

Direction générale des Patrimoines

Monsieur Philippe BELAVAL, Directeur Général

Monsieur Bertrand-Pierre GALEY, Directeur Adjoint, chargé de l'Architecture

Madame Laurence CASSEGRAIN, Directrice de Projet pour les politiques publiques liées au Grand Paris

Direction générale des médias et des industries culturelles

Madame Pandora PHAM, Chargée de mission, Bureau du secteur audiovisuel public

Département de l'information et de la communication

Monsieur Robert FOHR, Chef de la Mission du Mécénat

DRAC – Direction régionale des affaires culturelles Île-de-France

Madame Muriel GENTHON, Directrice Régionale des Affaires Culturelles

Monsieur Pierre OUDART, Directeur du Projet Culture Grand Paris Région Capitale

Cabinet du ministre de la Ville

Monsieur Laurent HOTTIAUX, Directeur du Cabinet

Monsieur Thomas DEGOS, ancien Directeur du Cabinet

Monsieur Jean-Pierre BIRON, Conseiller auprès du Ministre

Monsieur Damien ROBERT, Conseiller Technique

Cabinet du ministre des Sports

Monsieur Éric JOURNAUX, Conseiller Technique Sport et Développement des Territoires

Députés/Sénateurs/Maires

Monsieur Alain JUPPÉ, Maire de Bordeaux - Ministre d'État, Ministre des Affaires étrangères et européennes

Monsieur Georges MOTHRON, Député du Val d'Oise

Monsieur Patrick BEAUDOUIN, Député du Val-de-Marne

Monsieur Michel HERBILLON, Député du Val-de-Marne

Madame Catherine DUMAS, Sénatrice de Paris

Monsieur Jacques LEGENDRE, Sénateur du Nord

Monsieur Claude DILAIN, Maire de Clichy-sous-Bois

Madame Joëlle MERCKAERT, Directrice du Cabinet du Maire de Clichy

Monsieur Gérard PERREAU-BEZOUILLE, Premier adjoint de la Ville de Nanterre

Monsieur Xavier LEMOINE, Maire de Montfermeil

Monsieur Jean-Michel LEGRAND Directeur du Cabinet du Maire de Montfermeil

Monsieur Michel PICHEVIN, Directeur de Projet PRU Clichy/Montfermeil,

Madame Rosine BELLANGER, 1^{er} Maire-Adjoint – Vie Culturelle et de la Cité

Monsieur de MAZIÈRES, Maire de Versailles - Président de la Cité Architecture et Patrimoine

Monsieur Édouard PHILIPPE, Maire du Havre

Monsieur Pierre-Christophe BAGUET, Maire de Boulogne-Billancourt

Monsieur Christian HERVY, Maire de Chevilly-Larue

Madame Elysabeth LAZON, Maire Adjointe à la Culture de Chevilly Larue

Monsieur Michel TEULET, Maire de Gagny (93), Président de l'Association des Maires d'Île-de-France

Préfectures de l'Île de France

Monsieur Daniel CANEPA, Préfet de la Région Île-de-France

Monsieur Pierre-André PEYVEL, Préfet des Hauts-de-Seine

Monsieur Arnaud COCHET, Secrétaire Général du Préfet de la Seine-Saint-Denis

M. Sébastien LIME, Sous-Préfet, Chargé de Mission et de l'Arrondissement de Bobigny

Monsieur Pierre DARTOUT, Préfet du Val-de-Marne

Monsieur Michel FUZEAU, Préfet de l'Essonne
Monsieur Michel JAU, Préfet des Yvelines
Monsieur Pierre-Henry MACCIONI, Préfet du Val d'Oise

Préfecture de Police

Monsieur Michel GAUDIN, Préfet de Police
et Monsieur Xavier CASTAING, Conseiller Technique chargé de la communication au cabinet du Préfet de Police
Monsieur Renaud VEDEL, Directeur du Cabinet du Préfet de Police
Monsieur Éric TRUNEL, Commandant de Police – Adjoint au Chef de Service de la Communication au Cabinet du Préfet de Police

Présidents des Conseils généraux

Monsieur Patrick DEVEDJIAN, Ancien ministre, Président du Conseil Général des Hauts-de-Seine
Monsieur Arnaud BAZIN, Président du Conseil Général du Val d'Oise
Monsieur Michel MONTALDO, Vice-président et Monsieur Gérard LAMBERT-MOTTE, Président de la Commission des Affaires Culturelles
Madame Anne WEBER, Directrice des Affaires Culturelles au Conseil Général des Yvelines
Madame Évelyne RABARDEL, Vice-présidente du Conseil Général du Val-de-Marne
Corinne POULAIN, Direction de la Culture et Valérie BROUSSELLE, Pôle Éducation et Culture
Monsieur Vincent EBLE, Président du Conseil Général de Seine-et-Marne
Madame Michèle PELABERE, Maire Adjointe chargée de la Culture

Mairie de Paris

Monsieur Pierre MANSAT, Adjoint au Maire de Paris chargé de Paris Métropole et des relations avec les collectivités territoriales d'Île-de-France
Monsieur Hugo BEVORT, Directeur de Cabinet - cabinet de Pierre Mansat, Adjoint au Maire de Paris, chargé de Paris Métropole et des relations avec les Collectivités Territoriales d'Île-de-France
Madame Rima ABDUL-MALAK, Directrice de Cabinet - cabinet de l'adjoint au Maire de Paris, chargé de la Culture
Monsieur Louis BAGILISHYA, Directeur de Cabinet - cabinet de l'adjoint au Maire de Paris, chargé de l'Emploi, du Développement Économique et de l'Attractivité Internationale

Madame Anne de BAYSER, Directrice adjointe du Cabinet du Maire de Paris

Monsieur David KESSLER, Conseiller auprès du Maire de Paris Culture, Éducation, Jeunesse, Universités, Recherche et Technologies Nouvelles

Monsieur Christophe GIRARD, Adjoint au Maire de Paris, chargé de la Culture

Monsieur Christian SAUTTER, Adjoint au Maire de Paris, chargé de l'emploi, du développement économique et de l'attractivité internationale

Monsieur Jean-Bernard BROS, Adjoint au Maire de Paris chargé du tourisme et des nouveaux médias locaux

M. Laurent QUEIGE, Directeur de Cabinet de l'adjoint au Maire de Paris chargé du Tourisme et des nouveaux médias locaux

Comités départementaux du tourisme

Monsieur Éric COCHARD, Directeur du Comité Départemental du Tourisme de l'Essonne

Madame Sandrine DUCEPT, Directrice Adjointe du Comité Départemental du Tourisme du Val-de-Marne

Monsieur Daniel ORANTIN, Directeur du Comité Départemental du Tourisme de Seine-Saint-Denis

Monsieur Alain AUBERT, Directeur du Comité Départemental du Tourisme des Hauts de Seine
Madame Sylvie LAHUNA, Directrice du Comité Départemental du Tourisme des Yvelines

Monsieur Laurent DEVILLERS, Directeur du Tourisme de Seine-et-Marne, Directeur de l'Espace du Tourisme à Disneyland Resort Paris

Société du Grand Paris

Monsieur André SANTINI, Ancien ministre, Président du Conseil de surveillance de la Société du Grand Paris

Monsieur Étienne GUYOT, Président du Directoire de la Société du Grand Paris

Monsieur Marc VERON, Ancien Président du Directoire de la Société du Grand Paris

M. Pierre-Alain JEANNENEY, Membre du Directoire de la Société du Grand Paris, chargé du secrétariat général et des affaires juridiques et financières

Madame Valérie VERNET, de la Société du Grand Paris

**CESER – Conseil économique,
environnemental et social de la région
Île-de-France**

Monsieur Pierre MOULIE, Président de la Commission Aménagement du
Territoire du CESER

Monsieur Jean-Paul RUEFF, Président de la Commission Culture et
Communication, CESER

Madame Delphine DOUELLOU, Chargée de Mission, CESER

Atelier International du Grand Paris

Monsieur Bertrand LEMOINE, Directeur de l'Atelier International du
Grand Paris

Madame Sandrine SARTORI, Secrétaire Générale

Madame Isabelle BERTRAND, Architecte, chargée de mission
Paris Me'tropole

Monsieur J. P. MARTIN, Président de Paris Métropole, Maire de
Nogent-sur-Marne

Madame Marie DEKETELAERE-HANNA, Directrice de Paris Métropole

L'APUR – Atelier Parisien d'urbanisme

Madame Dominique ALBA, Directrice Générale du Pavillon de l'Arsenal et
Directrice Déléguée de l'APUR

Monsieur Francis ROL-TANGUY, Directeur de l'APUR

Madame Pascale THOMAS, Responsable Communication et Multimédia

Autres personnalités (par ordre alphabétique)

Madame Valérie AILLAUD, Secrétaire Générale de la Commission de
l'Aménagement et du Développement Economique Régional

Monsieur Carlos ALBERDI ALONSO, Directeur des Relations Culturelles
et Scientifiques, Agence Espagnole de Coopération
Internationale pour le Développement

Monsieur Jacques ATTALI, Professeur, écrivain, Président de PlaNet
Finance

Monsieur Philippe BAMAS, Directeur du Développement Commercial
– Spie Batignolles

Monsieur Didier BARBELIVIEN, Compositeur

Monsieur Ferran BARENBLIT, Directeur du Centro de Arte Dos de Mayo
à Madrid

Monsieur Renaud BARILLET, Président du Réseau de la Musique Actuelle
de Paris (Map) et Directeur de la Bellevilloise

Monsieur Claude BEBEAR, Président de l'Institut Montaigne- Président
d'Honneur d'Axa

Madame Sylvia BEDER, Communication Culture
Madame Maria BELLA, Chargée de mission Création Contemporaine
– Programme «intermediae», Mairie de Madrid
Madame Françoise BENHAMOU, Professeur à l'université Paris 13
Monsieur Laurent BENZONI, Professeur à l'Université Paris II-Panthéon
Assas Associé Fondateur de Tera Consultants
Monsieur François BERTIERE, Président Directeur Général de
BOUYGUES Immobilier
Monsieur Jean-François BESSE, Conseiller Culturel du Club Audiovisuel
de la Fédération des Industries du Cinéma, de l'Audiovisuel et
du Multimédia (FICAM)
Monsieur Patrick BEZIER, Directeur Général du Groupe Audiens
Madame Alessia de BIASE, Responsable Scientifique de l'Observatoire
du Grand Paris École nationale d'Architecture de Paris La
Villette
Monsieur Jean-Pierre BLAT, Directeur du Comité Régional du Tourisme
Île de France
Monsieur Martin BONHARD, Président du Forum des Instituts Culturels
Étrangers à Paris (FICEP) – Directeur du Centre Tchèque
Monsieur Éric BONNET, Directeur des Stratégies, id & co
Monsieur Thierry BORSAT, Directeur de la Rédaction au Parisien
Monsieur Pierre-Yves BOURNAZEL, Conseiller de Paris, Conseiller
régional d'Île-de-France, Président du Groupe UMP du 18^e
arrondissement, Secrétaire national de l'UMP chargé des
grandes métropoles
Monsieur David CAMEO, Directeur de l'Établissement public, Sèvres
– Cité de la Céramique
Monsieur Alexandre CAMMAS, Fondateur du Fooding
Monsieur Michel CANTAL-DUPART, Architecte
Monsieur Roland CASTRO, Architecte – Urbaniste
Monsieur Christophe CEVASCO, Directeur Général des Affaires Publiques
Hill & Knowlton
Monsieur Philippe CHAIX, Directeur Général de l'ÉPADESA
Monsieur Frédéric CHAPEY, Directeur des Musées de
Boulogne-Billancourt
Madame Alice de CHIRAC, Journaliste presse & entreprise
Monsieur Jérôme CLÉMENT, Président du Conseil d'Administration
– Théâtre du Châtelet – Président de PIASA
Monsieur Philippe COCHINARD, Producteur Paris Web TV Quartier
Madame Claudine COLIN, Directrice de l'Agence de Communication
Claudine Colin
Monsieur Jean-François COLOSIMO, Président du Centre national du
Livre

Monsieur Bernard COMOLET, Président du Directoire à la Caisse d'épargne Île-de-France

Monsieur Stéphane COURBIT, Président de Lov'Group

Madame Katia DANILA, Directrice de l'Institut Culturel Roumain de Paris

Monsieur Xavier DARCOS, Président de l'Institut Français et Madame Sylviane TARSOT-GILLERY, Directrice Générale Déléguée

Monsieur Jean-Charles DECAUX, Co-directeur Général de JCDecaux SA et M. Jean-Michel GEFROY, Directeur Général Produit de JCDecaux SA

Monsieur Jérôme DELORMAS, Directeur Général de la Société de gestion de la Gaîté Lyrique

Monsieur Emmanuel DEMARCY MOTA, Directeur du Théâtre de la Ville, Directeur du Festival d'Automne et Monsieur Alpar OK, Directeur des Relations Extérieures et Partenariats

Monsieur Alain DININ, Président Directeur Général de NEXITY et Monsieur Jean-Luc POIDEVIN, DG délégué du pôle collectivités et du pôle logement

Monsieur Renaud DONNEDIEU de VABRES, ancien ministre de la Culture, Président du Conseil d'Administration d'Atout France

Monsieur François DUGENY, Directeur Général de l'Institut d'Aménagement et d'Urbanisme d'Île-de-France – (IAURIF) et Madame Christine CORBILLE, Directrice du Département Habitat, Équipement et Gestion locale et Monsieur Philippe MONTILLET, Département patrimoine

Monsieur Jean-Pierre DUPORT, Préfet de Région Honoraire – Conseiller du Président UNIBAIL RODAMCO

Monsieur Jean-Yves DURANCE, Président du Conseil d'Administration de VIPARIS

Monsieur Jean-Marie DUTHILLEUL, Architecte

Monsieur Bernard FAIVRE d'ARCIER, Président de La Biennale de Lyon

Monsieur Jean-Pierre FARANDOU, Directeur Général SNCF Proximités

Monsieur Antoine FAYET, COMEX – ICADE Le Millénaire et Sabine de COURTILLES, Directrice commerciale des Bureaux de la Foncière tertiaire

Monsieur Bertrand de FEYDEAU, Président de la Fondation des Bernardins

Monsieur Patrick FRANCOIS, Directeur interrégional Île de France à la Caisse des Dépôts et Consignation

Monsieur José FRECHES, Président de la Compagnie française pour l'exposition universelle de Shanghai 2010 - Commissaire Général du pavillon français à l'exposition universelle de Shanghai en 2010

Madame Florence GABAY, Vice-présidente Déléguée pour la Culture et le Mécénat – Institut Robert Schuman pour l'Europe
Monsieur Pierre-Antoine GAILLY, Président de la Chambre du Commerce et de l'Industrie de Paris
Monsieur Mathieu GALLET, Président de l'Institut national de l'audiovisuel
Monsieur Éric GARANDEAU, Président du Centre national du cinéma et de l'image animée
Madame Federica GATTA, Alice SOTGIA et Piero ZANINI (ENA – Paris La Villette)
Madame Manuelle GAUTRAND, Architecte
Monsieur Frédéric GILLI, Docteur en Économie, ENSAE, Géographe
Monsieur Patrick GAUMER – Journaliste – Écrivain – Spécialiste de la BD
Monsieur José GUIRAO CABRERA, Directeur de la Casa Encendida de Madrid et Madame Lucia CASANI, Directrice en charge de la Culture et Monsieur Cristóbal SANCHEZ BLESA, Coordinateur du Département Éducation
Madame Danièle GRANET, Journaliste
Monsieur Antoine GRUMBACH, Architecte
Madame Chantal HAMAIDE, Rédactrice du Magazine « Intramuros »
Monsieur Steven HEARN, Directeur Général de la Société de Gestion de la Gaîté Lyrique
Monsieur Alain HERZOG Administrateur Général de la Société de gestion de la Gaîté Lyrique
Monsieur Frédéric HOCQUARD, Directeur d'ARCADI
Mahmoud ISMAIL, Directeur du Centre Culturel d'Égypte de Paris
Madame Odile JACOB, Les Éditions Odile Jacob
Monsieur André JOURNO, Restaurant « Chez Marianne »
Madame Laure KALTENBACH, Directrice Générale du Forum d'Avignon
Monsieur Serge KORBER, Réalisateur, Scénariste, Acteur
Monsieur Éric LABBAYE, Président de McKinsey & Company, inc. France, Membre du Comité de Direction Mondiale
Monsieur Éric LABBE, Chef de Projet « Les Nuits Capitales »
Madame Éléonore de LACHARRIERE, Déléguée Générale de la Fondation Culture et Diversité et Madame Élise LONGUET, Administratrice de la Fondation Culture et Diversité
Monsieur Bertrand LAFERRIERE, Directeur Général de la Société Foncière Lyonnaise
Monsieur Alain LAFERRIERE, Directeur du Centre contemporain de Tours
Monsieur Charles LANDRY, Consultant – Expert de la Ville Créative
Madame Anne-Charlotte de LANGHE, Rédactrice en chef du Figaro Scope
Madame Anne-France LANORD, Conseiller Culturel

Monsieur Jérôme LEFILLIATRE, Rédacteur en Chef du magazine
Mégapolis

Madame Maud LE FLOC'H, Directrice du pOlau - Pôle des Arts Urbains
– Urbanistes Scénariste

Monsieur Bernard LEGENDRE, Chef de Projet ORBIVAL

Monsieur Michel LEGRAND, Musicien

Madame Michèle LELOUP, Rédactrice en Chef, Architecture, Design

Monsieur Claude LEMESLE, Président du Syndicat national des auteurs et
compositeurs (SNAC) et Président de la SACEM

Monsieur Nicolas LEVANT, Responsable de la Publicité BNP Paribas

Monsieur Thomas LEVET, Directeur de la communication et de la vie
coopérative à la Caisse d'Épargne Île-de-France

Monsieur Jacques LEVY, Professeur de Géographie et d'aménagement de
l'espace à l'École polytechnique de Lausanne, Professeur à
l'institut d'études politiques de Paris

Madame Marie-Hélène MARCHAND, Development Committee

Monsieur Frédéric MARTEL Producteur, Journaliste

Madame Lionelle MASCHINO, Directrice de la Mission Métropole du
Grand Paris, VEOLIA Environnement et Madame Bénédicte
NEUMAGER, Chargée de mission, VEOLIA Environnement

Monsieur Olivier MAZOYER, Producteur pour OMAZO
PRODUCTIONS

Madame Emmanuelle MIGNON, Secrétaire Générale du groupe
EuropaCorp

Madame Jessica MIRI-MARCHETEAU, Présidente de l'Assemblée des
médias

Monsieur Christian MOGUEROU et Monsieur Frédéric STENZ,
Fondateurs de Naemes/Maedias/Daesk

Monsieur Dominique MOISI, Conseiller Spécial de l'IFRI (Institut
Français des Relations Internationales)

Monsieur Julien MONTEL, Consultant, Keneo Sport et Monsieur
Édouard DONNELLY, Directeur Associé/Partner, Keneo
Sport

Monsieur Bernard de MONTFERRAND, Ancien ambassadeur de France
en Allemagne

Monsieur Vincent MONTAGNE, Président du Groupe
Média-Participations

Monsieur Jean-Luc MONTEROSSO, Directeur de la Maison Européenne
de la Photographie à Paris

Monsieur Fabrice MORENON, Responsable des Relations Institutionnelles
du Programme « Grand Paris » à la SNCF Proximités

Madame Aurianne MULLER, Directrice de l'Agence Orbe, Agence Conseil
en Communication

Monsieur Bernard MURAT, Directeur du Théâtre Édouard VII

Monsieur Pierre MUTZ, Conseiller du Président d'Eiffage et Président du Conseil de Surveillance du Logement Français

Madame Julie NARBÉY, Directrice générale déléguée de la société par actions simplifiée Palais de Tokyo.

Monsieur Jérôme NEUTRES, Conseiller du Président de l'établissement public du Grand Palais

Monsieur Jean NOUVEL, Architecte

Monsieur Pascal ORY, Professeur, Historien

Monsieur Thomas PARIS, Ingénieur, Docteur en Gestion, Professeur à HEC

Madame Laurence PENEL, Metteur en Scène – Directeur Artistique de la Compagnie Alium Théâtre, Chargée de mission territoire de la création de Plaine Commune à la Mission Région Capitale

Monsieur Dominique PERRAULT, Architecte

Monsieur Christophe PIAR, Chargé d'Études au Département Politique – Opinion, CSA

Monsieur Marek KUBISTA, Chargé d'Études au Département Politique – Opinion, CSA

Monsieur Olivier POIVRE D'ARVOR, Président de France Culture

Monsieur Christian de PORTZAMPARC, Architecte

Monsieur Georges POUSSIN, Chef de la Section des Industries Créatives Unesco et Madame Lee DOYUN

Monsieur Emmanuel PREVOST, Scénariste, Producteur, Auteur

Madame Virginie RAISSON, Chercheur-analyste en relations internationales et Directrice du Laboratoire d'études politiques et d'analyses cartographiques (LEPAC)

Monsieur Marc RESTELLINI, Directeur de la Pinacothèque de Paris

Monsieur Philippe RHAM, Architecte

Monsieur Gilles RICOUR de BOURGIES, Président de la Chambre FNAIM, Paris Île-de-France

Monsieur Hervé de ROCQUIGNY, Président Directeur Général Président-directeur général de Neuflyze OBC

Monsieur Paul ROLL, Directeur Général de l'Office du Tourisme de Paris

Monsieur Antoine RUFENACHT, Commissaire Général, Commissariat Général pour le développement de la Vallée de la Seine, Cabinet du Premier ministre

Madame Rosanna RUMMO, Directrice de l'Institut Culturel Italien de Paris

Monsieur Pierre SANNER, Directeur de la Mission française du patrimoine et des cultures alimentaires

Monsieur Didier SAPAUT, Journaliste

Monsieur Stephan SHANKLAND, Artiste et créateur du projet trans305 et du chantier urbain h. q. a. c. (haute qualité artistique et culturelle)

Madame Lydie SIERRA, Responsable des Grands Projets Culturels au Conseil Général des Hauts-de-Seine

Madame Marie-Dominique TATARD-SUFFERN, Relations presse – Rédaction – Graphisme croc’com

Monsieur Michel TERRIOUX, Délégué Générale à la Chambre FNAIM de l’Immobilier de Paris et de l’Île-de-France, Rédacteur en Chef de la revue « Professions Immobilières »

Monsieur Xavier TRACOU, Directeur Général Adjoint Pôle Culture et Communication au Conseil général des Hauts-de-Seine

Monsieur Reynald WERQUIN, Fondateur de l’Entreprise BSE Group

Madame Sarah YALDA, Responsable des Partenariats – Directrice des Grandes Conférences au *Figaro*

Monsieur Patrick ZELNIK, Président Directeur du Label Naïve

Établissements culturels

Madame Annie AGOPIAN, Directrice de la Maison Populaire de Montreuil

Monsieur Laurent BAYLE, Directeur Général de la Cité de la Musique et Président du Conseil d’Administration de l’Association « Philharmonie de Paris »

Monsieur Marc BENAICHE, Fondateur et Directeur de Mondomix

Madame Fazette BORDAGE, Directrice du Collectif Mains d’œuvre à Saint-Ouen

Monsieur Jean-Luc CHOPLIN, Directeur Général du Théâtre du Châtelet

Monsieur Jean-Paul CLUZEL, Président de l’Établissement Public de la Réunion des Musées Nationaux et du Grand Palais

Monsieur Étienne COCHET, Directeur de Maison et Objet et de Paris Capitale de la Création

Monsieur Guy COGEVAL, Historien, Conservateur du Musée Français

Monsieur Alain DEREY, Directeur de l’École d’Architecture de la Ville et des Territoires à Marne La Vallée

Madame Diane DUFOUR, Directrice du BAL

Monsieur Vincent ECHES, Directeur de la Ferme du Buisson, Scène Nationale de Marne-La-Vallée

Monsieur Daniel FAVIER, Directeur du Centre de Développement Chorégraphique du Val-de-Marne

Monsieur Xavier FRANCESCHI, Directeur du FRAC Île-de-France

Monsieur Antoine de GALBERT, Directeur de la Maison Rouge

Madame Geneviève GALLOT, Directrice de l’École Nationale Supérieure des Arts Décoratifs

Monsieur David JISSE, Directeur de la Muse en Circuit, Centre national de Création Musicale à Alfortville

Monsieur Jérôme LAMY, Directeur Général de la Comédie-Française

Madame Séverine LEBESCOND, Secrétaire Générale du Forum des Images

Monsieur Xavier LEMETTRE, Directeur du Festival Banlieues Bleues

Madame Claire LE RESTIF, Directrice du Centre d'Art contemporains d'Ivry – Le Credac – et Présidente de l'Association Française de Développement des Centres d'Art

Jean-François. MARGUERIN, Directeur Général du Centre National des Arts du Cirque à Châlons-en-Champagne (CNAC)

Monsieur Jacques MARTIAL, Président de l'Établissement Public du Parc de la Grande Halle de la Villette

Monsieur Stéphane MARTIN, Président de l'établissement public du Musée du Quai Branly

Monsieur Jean-Louis MARTINELLI, Directeur du Théâtre des Amandiers de Nanterre

Monsieur Patrick MARTINET, Directeur de Paris Quartier d'été

Madame Catherine MAUNOURY, Directrice du Musée de l'Air et de l'Espace au Bourget

Monsieur Olivier MEIER, Directeur du Festival de l'Oh

Monsieur Olivier MEYER, Directeur du Théâtre Jean Vilar de Suresnes

Monsieur François MISSONNIER, Fondateur et Programmateur de Rock en Seine

Monsieur Olivier POUBELLE, Co-Directeur du Théâtre des Bouffes du Nord

Monsieur Guillaume PRIEUR, Directeur des relations institutionnelles et européennes à la SACD

Monsieur Francis RAMBERT, Directeur du Théâtre de Gennevilliers (92)

Monsieur Dominique ROLAND, Directeur du Centre des Arts d'Enghien-les-Bains

Madame Sylvie VASSALLO, Directrice du Salon du Livre Jeunesse de Montreuil

Ambassades

Contributions

Monsieur Alain AZOUAOU, Ambassadeur de France aux Émirats Arabes Unis

Madame Véronique BUJON-BARRE, Ambassadeur de France au Danemark

Madame Brigitte COLLET, Ambassadeur de France en Norvège

Monsieur François DELATTRE, Ambassadeur de France aux États-Unis

Monsieur Bruno DELAYE, Ambassadeur de France en Espagne

Monsieur Bernard EMIE, Ambassadeur de France au Royaume-Uni

Monsieur Philippe FAURE, Ambassadeur de France au Japon

Monsieur Maurice GOURDAULT-MONTAGNE, Ambassadeur de France
à Berlin

Monsieur Yves SAINT-GEOURS, Ambassadeur de France au Brésil

Monsieur Joël de ZORZI, Ambassadeur de France en Suède

DÉPLACEMENTS DANS LES MÉTROPOLES RÉGIONALES

NANTES (18 avril 2011)

Monsieur Jean-Louis JOSSIC, Adjoint au Maire chargé de la Culture

Madame Petra KOLLNER, Accueil des Publics, Les Machines de l'Île

Monsieur Patrick BERTU, Chargé de mission «cultures et territoires»
– Direction Générale à la Culture

Madame Véronique GUIHO-LEROUX, Responsable de l'Action
Culturelle, Direction du Développement culturel

Madame Arielle FANJAS, Directrice du Développement Culturel Direction
Générale à la Culture

Monsieur Jean-Luc CHARLES, Directeur Général, Société
d'Aménagement de la Métropole Ouest Atlantique (SAMOA)

Monsieur Patrick GYGER, Directeur, Lieu Unique

Madame Laurence D'HAENE, Attachée de Conservation, Responsable du
service des publics, Château des Ducs de Bretagne – Musée
d'Histoire de Nantes

Monsieur Jean BLAISE, Directeur, Office de Tourisme de Nantes
Métropole

TOULOUSE (9 mai 2011)

Monsieur Alain MOUSSEIGNE, Directeur des Abattoirs

Madame Vicentella de COMARMOND, Adjointe à la Culture

MARSEILLE (12 mai 2011)

Monsieur Bernard LATARJET, Directeur Général Marseille – Provence
2013

Madame Bénédicte CHEVALLIER, Déléguée Générale Mécènes du Sud

Monsieur Bruno SUZZARELLI, Directeur de la Préfiguration du Mucem

Monsieur Philippe CAMPOS, Directeur Adjoint, Direction de l'Action
Culturelle

LILLE (18 mai 2011)

Monsieur Didier FUSILLER, Directeur de Lille 3000

Monsieur Thierry LESUEUR, Coordinateur Général Lille 3000

Madame Catherine CULLEN, Adjointe chargée de la Culture

Monsieur Laurent DREANO, Directeur des Affaires Culturelles

BORDEAUX (20 mai 2011)

Madame Brigitte PROUCELLE, Directrice Générale des Affaires Culturelles de la Ville de Bordeaux

Madame Christelle AUROIT, Directrice Générale Adjointe

Monsieur Richard COCONNIER, Responsable de la Mission Urbanité-Culture de la Communauté urbaine de Bordeaux

LYON (23 mai 2011)

Monsieur Thierry RASPAIL, Directeur du Musée d'Art Contemporain de Lyon (MAC) et de la Biennale d'Art Contemporain

Monsieur Marc VILLARUBIAS, Responsable de la Mission de Coopération Culturelle – Mandataire du Grand Lyon pour la coopération Culturelle avec les Communes

—

—

Bibliographie Grand Paris culturel

Ouvrages

- ABIRACHED Robert, *La décentralisation théâtrale*, Actes Sud, 1992-1995.
- ABIRACHED Robert, *Le Théâtre et le prince – 1981-1991*, Plon, 1992.
- APUR, ouvrage collectif, préface de B. Delanoë, *Une petite synthèse du Grand Pari(s) de l'agglomération parisienne*, APUR, 2009.
- APUR, ouvrage collectif, préface de B. Delanoë, Paris, *Métropole sur Seine*, APUR, 2010.
- ATTALI Jacques, *Paris et la mer. La Seine est capitale*, Fayard, 2010.
- BARNAVI Elie, DE SAINT PULGENT Maryvonne, *Cinquante ans après culture, politique et politiques culturelles*, La Documentation française, 2010.
- BAROZZI Jacques, *Promenades dans le Grand Paris*, Parigramme, 2009.
- BERNARD Jocelyne, *Un fleuve et ses ponts. La Seine de Paris à Bougival*, Éditions Alan Sutton, 2009.
- BERNEMAN Corinne, MEYRONI Benoît, *Culture et attractivité du territoire. Nouveaux enjeux, nouvelles perspectives*, L'Harmattan, 2010.
- BLANC Christian, *Le Grand Paris du XXI^e siècle*, Le Cherche Midi, 2010.
- BLESKINE Hélène, *Le Grand Paris est un roman*, Les éditions de la Villette, 2009.
- BURGEL Guy, PANERAI Philippe, ROUX Jean-Michel, ASCHER François, LOUBIERE Antoine, LICHTENBERGER Yves, PAQUOT Thierry, HUCHON Jean-Paul, ESTEBE Philippe, MANSAT Pierre « Les chantiers du Grand Paris », revue Esprit, octobre 2008.
- CARBONNIER Youri, *Paris, une géohistoire*, La Documentation française, 2009.
- CASTRO Roland, *La longue, lente, périlleuse (et poilue) Fabrique du rêve*, Éditions de l'Archipel, 2010.
- CHEMETOV Paul, GILLI Frédéric, *Une région de projets, l'avenir de Paris*, La Documentation française, 2006.
- DAMON Julien, *Villes à vivre. Modes de vie urbains et défis environnementaux*, Odile Jacob, 2011.
- DELBAERE Denis, *La fabrique de l'espace public*, Éditions Ellipses, 2010.

- DEUTSCH Lorànt, *Métronome Illustré*, Michel Lafon, 2010.
- FOODING, *Guide Fooding Paris et France*, 2011.
- FUTUR EN SEINE, *Le Futur de la Ville Numérique*, Festival de la Vie et de la Création Numérique, 2010.
- GEIPEL Finn, ANDI Giulia, *Grand Paris/Métropole Douce. Hypothèses sur le paysage post-Kyoto*, Éditions Beauchesne, 2009.
- GIACONE Alessandro, Préface de Jean-Paul HUCHON, *Le Grand Paris de Paul Delouvrier*, Descartes & Cie, 2010.
- GILLI Frédéric, OFFNER Jean-Marc, *Paris, métropole hors les murs : Aménager et gouverner un Grand Paris*, Presses de Sciences Po, 2009.
- GRAVIER Jean-François, *Paris et le désert français*, Flammarion, 1947.
- GREFFE Xavier, PFLIEGER Sylvie, *La politique culturelle en France*, La Documentation française, 2009.
- GRUMBACH Antoine, *Seine métropole. Paris, Rouen, Le Havre. Le diagnostic prospectif de l'agglomération parisienne*, Archibooks, 2009.
- GWIAZDZINSKI Luc et RABIN Gilles, *Urbi et orbi ; Paris appartient à la ville et au monde*, Éditions de l'Aube, 2010.
- HALBERT Ludovic, *L'avantage métropolitain*, PUF, 2010.
- INSTITUT DES DEUX RIVES, *Économie créative, une introduction*, Mollat Bordeaux, 2009.
- JOURDE Pierre, *C'est la culture qu'on assassine*, Balland, 2011.
- LAHIRE Bernard, *La Culture des individus. Dissonances culturelles et distinction de soi*, La Découverte, 2004.
- LANDRY Charles, *The art of City making*, Earthscan, 2006.
- LANDRY Charles, *La culture au cœur du changement*, DDC et pro Helvetia, 2006.
- LE GOFF Jean-Pierre, *La France morcelée*, Folio Actuel, 2008.
- LIAISONS, «50 ans d'histoire parisienne» vus par le magazine d. e la préfecture de police, La Documentation française, 2011.
- LION Yves, PORTZAMPARC Christian, ouvrage collectif, 75021, *Appel pour une métropole nommée Paris*, 1988.
- LUCENET Monique et Georges, *La Seine Impressionniste*, Projection, 2010.
- MAIER Corinne, *Tchao la France*, Flammarion, 2010.
- MANSAT Pierre dir. «Paris, les cahiers de la métropole», Délégation générale à Paris Métropole et aux Coopérations interterritoriales, Printemps 2011.
- MARTEL Frédéric, *Mainstream*, Flammarion, 2010.

- MERLIN Pierre, *Les grands ensembles*, La Documentation française, 2010.
- MINISTÈRE DE LA CULTURE ET DE LA COMMUNICATION, *Culture & Medias 2030, Prospective des pratiques culturelles*, Département des Études, de la Prospective et des Statistiques, 2011.
- MORRISON Donald, *Que reste-t-il de la culture française?*, Denoël Éditions, 2008.
- NEGRIER Emmanuel, TEILLET Philippe, PREAU Julien, *Intercommunalités : le temps de la culture*, Les éditions Observatoire des Politiques Culturelles, 2008.
- NOUVEL Jean, DUTHILLEUL Jean-Marie, CANTAL-DUPART Michel, *Naissances et renaissances de mille et un bonheurs parisiens*, Les éditions du Mont-Boron, 2009.
- PANERAI Philippe, *Paris métropole : Formes et échelles du Grand-Paris*, Éditions de la Villette, 2008.
- PERBEN Dominique, *Imaginer les métropoles d'avenir*, Assemblée nationale, 2008.
- POCHE Bernard, TOURNON Jean, *Le rayonnement (mortel?) des capitales culturelles*, Les Chemins de la Recherche, 1996.
- POIRRIER Philippe, *Politiques et pratiques de la culture*, La Documentation française, 2010.
- POIRRIER Philippe, RIZZARDO René, *Une ambition partagée? La coopération entre le ministère de la Culture et les collectivités territoriales (1959-2009)*, Comité d'Histoire du ministère de la Culture, La Documentation française, 2009.
- POIVRE D'ARVOR Olivier, *Bug made in France ou L'histoire d'une capitulation culturelle*, Gallimard, 2011.
- POLAU, *L'art et la ville nouvelle génération/Démarche HQAC*, Pôle des Arts Urbains, 2009.
- PAGES Dominique, GHORRA-GOBIN Cynthia, GILLI Frédéric, RAYSSAC Gilles-Laurent, GOMEZ-MEJIA Gustavo, LALLEMENT Emmanuelle, CORBILLE Sopia, MANSAT Pierre, «La métropole parisienne : entre récits, paroles et échanges», Quaderni n° 73, Automne 2010.
- RAISSON Virginie, *Atlas des futurs du monde*, Robert Laffont, 2010.
- REVUE URBANISME, «Le Grand Pari(s), Villes – Sociétés – Cultures», 2009.
- ROBB Graham, *Une histoire de Paris*, Flammarion, 2010.
- ROGER Ève, WALTER Emmanuelle, *Quitter Paris... ou pas?*, Parigramme, 2011.
- SCHNAPPER Dominique, *Qu'est-ce que l'intégration*, Folio Actuel, 2007.

- TEXIER Simon, *Paris contemporain*, Parigramme, 2010.
- TREVELO Pierre-Alain, VIGER-KOHLER Antoine, «No Limit, Étude prospective de l'insertion urbaine du périphérique de Paris», Mairie de Paris, 2008.
- URFALINO Philippe, *L'invention de la politique culturelle*, Comité d'Histoire du ministère de la Culture, La Documentation française, 1996.
- VAREJKA Pascal, *Paris une histoire en images*, Parigramme, 2007.
- WIEL Marc, *Le Grand Paris, premier conflit né de la décentralisation*, L'Harmattan, 2011.

Rapports

- ANALYSYS MASON pour la Direction Générale des Médias et des Industries Culturelles et le CSA, Étude portant sur les conditions de réussite de la télévision locale en France sur la base d'une comparaison internationale, Ministère de la Culture et de la Communication, octobre 2010.
- ARCADI, Rapport sur les lieux de diffusion pluridisciplinaire de spectacle vivant en Île-de-France majoritairement financés par les communes et les intercommunalités, ARCADI, 2001.
- AUGIER Philippe, Pour une politique gagnante des grands événements. Les grands événements, outil stratégique et levier de croissance pour la France, Rapport remis au Président de la République, juillet 2009
- BALAI Christine, BUREAU Marie-Christine, COHEN Claude, NIVOLLE Patrick, ROUXEL Sylvie, THIBAUT Martin, *Imaginer les pratiques culturelles dans le Paris de 2030*, CNAM/CNRS, 2010
- BETHENOD Martine, CHADELAT Catherine, COGEVAL Guy, MOUREAU Nathalie, VALLEE Laurent, *Propositions en faveur du développement du marché de l'Art en France*, février 2008
- BOULARD Alain, «Les Métiers d'Art : Un atout pour le développement économique, social et culturel de l'Île-de-France», CESER Île-de-France, juillet 2006
- DALLIER Philippe, «Rapport d'information fait au nom de l'Observatoire de la décentralisation sur les perspectives d'évolution institutionnelle du Grand Paris», Sénat, 2008
- Ministère de la Ville, *Les activités culturelles, les industries créatives et les villes*, Les Éditions de la Délégation Interministérielle à la Ville, février 2008
- École de guerre économique, *La compétitivité nocturne de la ville de Paris*, Rapport commandé par la Mairie de Paris et la Chambre Syndicale des Cabarets Artistiques et des Discothèques, juin 2009

- FORUM D'AVIGNON, «Impact des technologies numériques sur le monde de la culture», Atelier Études et Conseil pour le Forum d'Avignon, 2010
- FORUM D'AVIGNON, *Les stratégies culturelles pour un nouveau monde*, Gallimard, 2010
- INEUM CONSULTING, «Quelles stratégies pour l'emploi et le développement des territoires», Forum d'Avignon, 2010
- INEUM CONSULTING, «La culture, enjeu économique ou symbolique pour le développement des territoires?», Forum d'Avignon, 2010
- GREFFE Xavier, SIMONET Véronique, «Le développement de l'Île-de-France par la création de districts culturels», Centre d'Économie de la Sorbonne, recherche menée pour le DGALN – PUCA, Programme Culture et territoires en Île-de-France, Ministère de l'Écologie, de l'Énergie, du Développement durable et de l'Aménagement du territoire, septembre 2008
- IAU Île-de-France, «Aménagement et développement touristique – Contribution au schéma régional de développement du tourisme et des loisirs en Île-de-France 2010-2020», avril 2010
- IAU Île-de-France, *Les industries créatives, un nouveau regard sur la métropole*, mars 2010
- LANDRY Charles, «Le rôle de la culture et de la créativité dans le (re) développement des villes», Culture & Régénération Urbaine, août 2006
- LEXTRAIT Fabrice, *Friches, laboratoires, fabriques, squats, projets pluridisciplinaires... : une nouvelle époque de l'action culturelle*, Remis à Michel Duffour, Secrétaire d'État au Patrimoine et à la Décentralisation Culturelle, 19 juin 2001
- LONGUET Élise, *Culture pour chacun. Étude et propositions d'actions en faveur de l'accès de chacun à la culture, et principalement de trois populations qui en sont éloignées, les jeunes, les habitants des banlieues défavorisées, et les habitants de l'espace rural*, Rapport remis à M. Frédéric Mitterrand, ministre de la Culture et de la Communication, 15 mars 2010
- Ministère de la Culture et de la Communication, Adoption du rapport sur les industries culturelles et créatives par le Parlement européen, 13 mai 2011
- Ministère de la Culture et de la Communication, Direction de la Musique, de la Danse, du Théâtre et des Spectacles, «Les entretiens de Valois : Pour une rénovation des politiques du spectacle vivant», janvier 2009
- PELISSON Gilles, *Le Tourisme d'Affaires dans le Grand Paris Pour une nouvelle ambition*, Rapport remis au Secrétaire d'État chargé du Commerce, juin 2011
- PHAM Pandora, *Les pôles culturels périphériques*, Mémoire HEC, 2010

—

—

Étude sur le positionnement du Grand Paris culturel

Rédigée par Charles Landry pour la Mission d'étude
sur la dimension culturelle du Grand Paris/juin 2010

Traduction Annie Perez

—

—

Préface et récapitulatif

Aujourd'hui, notre perception des villes mêle la réalité et la vérité, la communication publicitaire, les images projetées et la réalité vécue, toutes filtrées par les représentations médiatiques. Il est difficile, pour les étrangers comme pour les résidents, d'avoir une lecture fine de la dynamique à l'œuvre dans une ville comme Paris. On ne perçoit pas la moitié de l'image, car notre vision est sélective. L'enjeu crucial et la problématique se résument ainsi : Paris a une telle force d'attraction et une telle réputation, du fait de son passé, que cela obscurcit partiellement ce qu'elle entreprend aujourd'hui. On considère de plus en plus vital pour le rayonnement durable d'une ville d'être perçue comme innovante dans différents domaines, en particulier dans le champ culturel. Paris est peut-être une ville créative, mais on ne la perçoit guère comme telle, en tous cas on la juge moins créative qu'elle ne le fut autrefois et aujourd'hui sans message plus large à destination du monde.

Une dynamique urbaine changeante

La dynamique des villes se modifie, et avec elle le processus de création de richesse et la façon dont la séduction, l'attraction, la résonance d'une ville se construisent. Cela change la façon dont on considère les ressources urbaines jugées importantes. La vitalité économique des villes se fonde de façon croissante sur la création et sur le renforcement du niveau de connaissances. Toute ville veut progresser dans l'échelle des valeurs et vise à accroître son positionnement stratégique mondial. L'un des défis urbains majeurs consiste à s'assurer que ce processus inclut tous les groupes sociaux, sans laisser de segments de populations en arrière.

La compétition mondiale entre villes s'intensifie et, dans ce contexte, la culture est de plus en plus considérée comme une ressource motrice. On la considère tout à la fois comme la mesure de la profondeur et de la consistance d'une ville, de sa créativité et de sa capacité à innover, qui sont le reflet de son pouvoir d'influence (soft power).

Pour les villes, l'une des dimensions essentielles du combat est de conserver les plus talentueux de leurs habitants et d'attirer les savoir-faire, les élites intellectuelles nomades et le savoir-faire sous toutes ses formes. Des citoyens intelligents et compétents constituent le meilleur des atouts.

Quant à eux, ces groupes souhaitent trouver en ville une bonne qualité de vie, un environnement créatif qui leur permette de s'exprimer, de réaliser leurs ambitions et leur potentiel, ainsi qu'un type spécifique de culture. La qualité de vie résulte d'une bonne gestion impliquant l'urbanisme, la voirie, la facilité d'accès et de bons réseaux de transports publics, de bons équipements de soins, d'éducation et de loisirs – ainsi qu'un choix de logements de qualité. Mais c'est aussi ce que veut le citoyen « ordinaire ».

La distinction essentielle consiste en ceci, que ceux qui possèdent un talent spécifique souhaitent également vivre dans un lieu qui permette l'épanouissement d'une culture de la créativité, de la fluidité, de la flexibi-

lité, une ville ouverte où « tout est possible » et qui sert de catalyseur à des rencontres créatives.

Les villes mondialisées deviennent de plus en plus multiculturelles, attirant et concentrant toujours plus de savoir-faire, de nouvelles perspectives et de points de vue diversifiés. La diversité a ses avantages, mais elle n'est pas exempte de problèmes. Le défi pour les villes est de devenir « interculturelles » : un lieu où les groupes sociaux travaillent ensemble sans tenir compte des frontières raciales et ethniques.

Lieux magnétiques

Les villes mondialisées comme Paris sont des lieux magnétiques. Ce sont des endroits stratégiques et des pôles d'attraction dont l'action est directe et qui influencent les affaires du monde d'un point de vue économique, culturel et politique, un lieu où les « agendas » mondiaux se définissent, sont facilités et mis en œuvre. Il existe environ 25 villes de ce genre et certaines, dont Paris, sont d'une importance toute particulière.

Paris est, et restera pour longtemps, une ville mondialisée importante et complète, pourtant son pouvoir culturel et son magnétisme sont menacés. On ne la voit plus comme l'initiatrice des « agendas culturels », comme ce fut le cas durant quelque quatre-vingts ans, jusqu'aux années 70 ou 80.

Toutes les grandes villes qui ont un peu d'ambition veulent s'inscrire sur l'écran radar mondial. Leur résonance mondiale résulte d'un mélange complexe d'attributs réels, tangibles, mesurables et de techniques de marketing, mêlés à des préconceptions renforcées et diffusées dans une grande variété de médias. Ce qui a pour effet d'exagérer certains traits et d'en gommer d'autres.

Culturellement, toutes les grandes villes sont sous la menace asiatique, dans la mesure où le lien entre le pouvoir économique et le pouvoir culturel est fort. Certains nouveaux joueurs, Shanghai et Pékin, prennent plus d'importance, tout comme Bombay et New Dehli et, dans une moindre mesure, Singapour ou Hong Kong. Tokyo lutte pour conserver sa position.

Des villes nouvellement venues tentent de gagner en influence, particulièrement au Moyen-Orient ; c'est le cas de Dubaï et d'Abu Dhabi, cette dernière développe d'ailleurs un programme culturel explicite. Mais on ne peut pas acheter une épaisseur culturelle.

Les « villes globales » les plus importantes, comme Londres, New York et Paris s'inquiètent de ce glissement du pouvoir. Londres qui, il y a seulement quinze ans, souffrait d'un complexe de déclin, y compris en ce qui concerne son rôle culturel, semble avoir réussi à renaître culturellement. New York, tout en restant très forte, se remet à peine de l'épidémie de sida qui a décimé sa scène artistique. Elle doit aussi affronter le déclin relatif de la puissance américaine.

Les villes et les voyages à bas coût

Les voyages à bas coûts ont renforcé le phénomène urbain et l'attraction qu'opèrent toutes les villes, particulièrement celles d'une grande richesse culturelle comme Amsterdam, Barcelone, Madrid ou Copenhague, qui se placent au second niveau parmi les villes mondialisées, et même des villes plus petites comme Ljubljana, Tel-Aviv ou La Havane.

L'ouverture de l'Europe de l'Est après 1989 a permis l'accès à de nouvelles destinations culturelles, de Moscou ou Prague, à Budapest et Saint-Pétersbourg, et redonné à Berlin et Vienne une centralité géographique. Aujourd'hui, Berlin est devenu un centre de création mondialement reconnu.

La mode des villes et l'obsession de la nouveauté, encouragées par la frénésie médiatique, amènent continuellement de nouveaux acteurs au premier plan, comme São Paulo et Rio de Janeiro, dont l'image sera encore renforcée par les Jeux olympiques de 2016. D'autres villes seront soudainement « découvertes » comme Le Caire, Lagos ou Toronto.

Toutefois, les infrastructures culturelles solides et l'écologie créative qui leur est associée sont très difficiles à imiter, ce qui explique que des villes comme Shanghai ou Singapour vont devoir faire d'énormes investissements à plus long terme. Elles deviendront attractives comme « expériences urbaines » pour d'autres raisons culturelles plus larges : le buzz qu'elles suscitent ou leur rôle de moteur économique ; toutefois, à mesure qu'elles se développeront, une demande de richesse culturelle accrue se manifesterait et il est probable qu'elles commenceront alors à imiter le répertoire institutionnel de galeries d'art moderne, de musées et de centres dédiés au spectacle vivant.

Toutes les villes importantes tentent de se surpasser l'une l'autre en mettant en place des initiatives innovantes afin d'attirer le maximum d'attention. Les villes qui se classent au second niveau, en particulier, prennent davantage d'importance, surtout en Europe. Elles semblent combiner à une taille maîtrisable un environnement culturel qui fonctionne mondialement grâce à un réseau élaboré. Nombre d'entre elles sont également les pivots des réseaux de connexion, comme Helsinki, Munich, Zurich ou Copenhague. Elles possèdent une réputation mondiale dans quelques activités de niche - ainsi Bâle pour la finance et le marché de l'art, ou Milan pour la mode et le design.

Surtout, cela signifie que le choix s'est élargi et qu'il y a davantage de villes à visiter et de nouvelles expériences à faire, même si notre temps et notre attention restent limités.

La difficile question du tourisme

Le tourisme est une arme à double tranchant. Comme ville la plus visitée du monde, Paris peut être submergée. Le tourisme peut noyer et dissoudre son identité, la réduisant à des clichés qui s'apparentent aux « dix meilleurs lieux à visiter ». En général, le touriste ne crée rien, ne s'engage pas et n'apporte rien, il se contente de regarder, de contempler et de dépenser.

Les gains financiers sont bien sûr conséquents, mais il y a des effets secondaires néfastes, comme celui de repousser d'autres activités, réduisant ainsi le nombre d'initiatives potentiellement créatives.

Un regard neuf sur Paris

Paris est inexorablement tirée vers cette dynamique globale de la nouveauté; il faut poser sur elle un regard neuf, la réinventer.

En dépit de sa vaste offre culturelle, Paris a déjà été découverte et ne propose rien de nouveau. Beaucoup de touristes découvrent encore Paris, mais ce ne sont pas ces nomades du savoir connectés, ces visiteurs cultivés dont dépend largement la nouvelle économie, ni même les fashionistas obsédés par les nouvelles tendances, ceux qui façonnent notre perception des villes et sa couverture médiatique.

Langue et pouvoir culturel

La prédominance croissante de l'anglais comme lingua franca de communication et d'expression aide comparativement les villes dont il est la langue première, ou celles où l'anglais est couramment pratiqué, comme Berlin ou Amsterdam. Avec le temps, cela a de profondes conséquences culturelles et transforme l'arène culturelle mondialisée aux dépens des univers francophone ou slave.

C'est un désavantage pour la France, dans la mesure où nombre de secteurs culturels où la France excelle relèvent de la langue, de la littérature, de la philosophie, des débats contemporains et du théâtre.

De plus, le paysage culturel des villes glisse de plus en plus des activités liées au langage vers les activités non-verbales, comme les expositions des musées et des galeries d'art contemporain, l'architecture, la musique – vers ce qui est visuellement spectaculaire en général, et vers la gastronomie.

L'opacité des villes

Toutes les villes sont opaques et c'est particulièrement vrai pour Paris. Peu d'étrangers comprennent les atouts culturels de Paris, dans la mesure où ils ne parlent pas suffisamment bien le français; leurs perceptions se fondent donc sur son aspect extérieur et sur les événements, mais aussi sur des clichés.

Le large public des visiteurs méconnaît nombre de réussites liées à Paris, comme son poids dans la recherche scientifique, son secteur high-tech, ses puissants conglomérats publicitaires ou le rôle qu'elle joue pour la «musique du monde».

On crédite moins Paris pour son innovation culturelle que nombre de villes rivales, comme Amsterdam, Copenhague et Berlin qui ne possèdent pourtant pas le même statut de ville-monde.

Beauté et potentiel futur

L'étonnante histoire culturelle de Paris et la beauté de son urbanisme, dans les limites du périphérique, peut être vu à la fois comme une chance et un obstacle. La beauté d'une ville peut faire naître la complaisance et le refuge dans le passé. La créativité active peut parfois ressembler à une sorte de désordre.

Les réussites du passé peuvent freiner une ville, mais également la pousser vers l'avant et l'inspirer. Certains observateurs pensent que Paris fait preuve de trop d'arrogance, qu'elle se considère comme exceptionnelle et fonctionne en circuit fermé, trop concentrée sur son histoire exceptionnelle.

Il existe un danger que Paris puisse se retrancher dans une posture de leader du monde francophone alors qu'une action au niveau mondial requiert l'ouverture à toutes les cultures.

Le secteur culturel est particulièrement concerné par l'interculturel et, à son plus haut niveau, exige de s'impliquer totalement sur le plan international.

L'impératif de l'ouverture

L'ouverture est le critère majeur auquel doit obéir une ville pour qu'on la perçoive comme créative, et toute ville importante se doit d'apparaître créative, innovante, adaptée aux exigences de demain. Cela signifie qu'il faut créer les conditions pour que les populations et les organisations puissent penser, planifier et agir de façon imaginative.

L'ouverture renvoie à la réduction des barrières vis-à-vis des gens extérieurs à la ville, et à la confiance en son pouvoir d'absorber et de se laisser influencer par les autres. Certains pensent que Paris n'est pas à l'aise avec elle-même. Toutes les villes sont aux prises avec ces questions, mais il semble que Paris rende les choses difficiles pour les étrangers qui veulent s'y installer ou y créer une entreprise. Une étude récente menée par BAK Basel Economics, avec le soutien de la Commission européenne et à l'initiative du British Council, classe Londres, suivie de New York et de Toronto, parmi les villes du monde les plus ouvertes, Paris ne figurant pas dans les 25 premières villes citées.

Dépassez les clichés

Chaque ville est perçue à travers une série de clichés, qui recèlent une parcelle de vérité mais reflètent également une vision partielle. Amsterdam serait décontractée et ouverte; Londres informelle et facile à vivre; New York se caractériserait par l'énergie, le buzz, et la possibilité de «tout faire»; Berlin serait le nouveau centre de la création; Shanghai la nouvelle métropole «à voir absolument, celle où il faut être». Et Paris posséderait la grâce et les styles, mais serait moins créative qu'autrefois.

Selon beaucoup de gens, les méthodes restrictives, le formalisme, la soumission à des règles trop contraignantes feraient de Paris une ville en quelque sorte constipée, ce qui rendrait les transactions difficiles.

Y créer une entreprise serait plus difficile qu'à Londres, New York ou Amsterdam. Y changer de fonction sociale – se transformer par exemple de jardinier un jour en designer le lendemain – serait moins aisé. On y est davantage défini par ses diplômes que par ses compétences réelles.

La manie du classement

Il existe différentes façons de mesurer et de classer les villes, mais nombre de ces classements doivent être considérés avec précaution, dans la mesure où ils utilisent des concepts vieillissants et une perspective limitée. Des nouvelles façons d'évaluer le pouvoir des villes commencent à émerger. Paris arrive en très bonne position dans les classements qui donnent de l'importance aux infrastructures culturelles.

Paris ou Grand Paris ?

Paris se définit encore comme contenu dans les limites du péri-phérique. Pour les étrangers, le concept de Grand Paris n'est connu que des cercles spécialisés, il faut donc libérer la perception du projet, non seulement au moyen de méga projets comme celui de l'Île Seguin, mais aussi d'une façon plus fine, à travers des opérations moins spectaculaires, comme la création de zones suscitant un buzz médiatique.

La malédiction du cartésianisme

En France, la réflexion, la planification et la réalisation des projets sont façonnées par la philosophie de Descartes et son approche strictement analytique et rationnelle, que certains jugent trop rationnelle et frôlant parfois l'étroitesse d'esprit. Particulièrement en ce qui concerne l'accent mis par Descartes sur le doute méthodique et la déduction, qui peuvent poser quelques problèmes par rapport à des préoccupations liées à la créativité, dont les fondements sont différents. Là, il s'agit davantage de mettre l'accent sur l'imagination, la potentialité, l'exploratoire et le possible, ou sur la fertilisation croisée des différents points de vue comme moyen de mettre en valeur le savoir humain et de susciter des démarches innovantes. Cela renvoie à une attitude plus décontractée en ce qui concerne l'a-rationnalité (à distinguer de l'irrationalité), c'est-à-dire ce qui existe au-delà du rationnel. En termes pratiques de politique culturelle, cela signifie par exemple créer des plateformes ouvertes à toutes les expériences plutôt que des structures rigides destinées à des projets prédéfinis.

Aspects préoccupants

Il existe un certain nombre d'aspects préoccupants concernant la France et Paris si l'on tient compte de ces perspectives. En bref :

- Il existe encore un fossé statutaire entre ce qui est considéré valable ou non en termes culturels. Il semble que l'establishment culturel juge que l'art et la culture « véritables » doivent être financés par les institutions culturelles.

- Une approche fondée sur l'implantation d'équipements lourds (hardware) semble bien ancrée, alors qu'il est nécessaire de se concentrer sur une démarche mixte hardware/software (équipements lourds/démarche plus fluide, fondée sur l'influence culturelle). Le projet du Mac-Val est emblématique de l'approche hardware. L'accent devrait beaucoup plus être porté sur les mécanismes favorisant l'émergence de la créativité, sur les structures en réseau, et sur un soutien à de nombreux projets culturels, leur permettant ainsi de gagner en indépendance. Cela favoriserait la visibilité du buzz invisible qui en résulte.

- Une approche *top down* (du haut vers le bas) semble encore dominer. Ce qui conduit à la création de nouvelles institutions plutôt qu'à celle de plateformes favorisant l'émergence de nouvelles formes, en particulier venues des entrepreneurs indépendants. Il y a une tendance à toujours voir les choses « en grand » plutôt qu'à soutenir les nombreux « petits » projets. Paris devrait tenir compte de l'impact plus important qu'auraient une centaine de petites initiatives bien ficelées et mises en cohérence par rapport à une initiative unique basée sur un grand équipement à statut d'icône.

- Il est nécessaire de comprendre que « la planification conçue comme une non planification » peut créer des conditions qui permettent (en termes de réglementation et d'incitations), aux individus et aux organisations de planifier et d'agir de manière imaginative.

- La réflexion stratégique en ce qui concerne les industries créatives et la façon de mettre en œuvre une stratégie est moins aboutie qu'à Londres ou Amsterdam. Les industries créatives se regroupent en cluster (différentes activités réunies dans des territoires délimités) dans toutes les grandes villes et chaque ville, de Shanghai et Melbourne à Berlin ou Vienne, est stratégiquement très active dans ce domaine.

- La force de Paris dans différents secteurs des industries culturelles, comme la publicité ou le design, est insuffisamment perçue tandis que, par contraste, son rôle symbolique comme capitale de la mode est peut-être surestimé dans la mesure où la base industrielle de cette industrie y est plus fragile qu'à New York, Milan ou Hong Kong.

- Le milieu de la politique culturelle officielle semble mal à l'aise avec la mixité, ou la porosité, entre le commercial, le semi-commercial et le subventionné. Une meilleure compréhension de la façon dont fonctionnent l'écologie culturelle et la création serait nécessaire.

- Paris souffre d'un problème immobilier dans la mesure où l'accessibilité et la modicité des loyers, l'indépendance, sont quelques-unes

des conditions nécessaires à la créativité; ce sont ces caractéristiques qui donnent à Berlin, et de plus en plus à Vienne, leur attrait. Cela doit être mis en relation avec une stratégie d'«incubateur culturel», semblable à celle développée à Amsterdam et à sa politique de «terreau culturel».

- Les anciennes friches industrielles, mêlant anciennes et nouvelles structures, sont attractives pour les créateurs. Paris intra-muros n'en possède que trop peu. Par comparaison, New York offre encore de vastes espaces prêts à être aménagés. Ces lieux se transforment souvent en pivots de nouveaux quartiers créatifs. À Paris, durant les vingt dernières années, les quartiers qui existaient déjà se sont consolidés mais peu de nouveaux pôles de création urbains se sont développés.

- Dans Paris intra-muros, contenu dans les limites du périphérique, les quartiers autrefois liés à la création comme Montmartre ou Saint-Germain sont totalement saturés, tirés à quatre épingles, envahis par les touristes et trop chers pour la plupart des entreprises créatives.

- Il existe un formalisme, à la fois dans l'approche du développement culturel et dans sa mise en œuvre, qui est en contradiction avec la souplesse et l'ouverture nécessaires à l'émergence d'un milieu créatif. Cela signifie que certains projets peuvent sembler trop «récurés». Comme le CentQuatre par exemple.

Recommandations

Paris doit agir sur trois niveaux :

- Élever son seuil de prise de conscience – par exemple en ce qui concerne la nouvelle dynamique urbaine et la façon dont la culture se développe et fonctionne, en mélangeant des approches commerciales et non-commerciales.

- Changer de politique – par exemple en rééquilibrant les dépenses consacrées à des infrastructures lourdes et celles destinées au soutien des projets plus légers de plateformes créatives, ou en encourageant plus fortement le secteur indépendant.

- Développer les initiatives emblématiques – en capturant par exemple l'imagination mondiale avec un projet ambitieux et extensif de capitale du design, qui prendrait en compte toutes les étapes de la chaîne de valeur depuis la conception et la création, la production, le marketing via les foires de design et toutes les activités afférentes.

Le pouvoir d'attraction de Paris

Le premier objectif des villes ambitieuses comme Paris doit être de renforcer son rayonnement et sa résonance par tous les moyens. Le concept de «force d'attraction» est utile en ce qu'il évalue les forces d'attractivité d'une ville mais aussi sa capacité à retenir ou à laisser fuir son pouvoir économique et culturel, ses ressources, son savoir, son expertise et ses talents. Un mélange subtil de qualités rend une ville attractive et désirable

pour différents groupes sociaux : les hommes d'influence, les investisseurs, les industriels, les adeptes du shopping, les touristes, les nomades du savoir, les spécialistes de la culture, les promoteurs immobiliers, les intellectuels de pointe. Inclus dans une démarche stratégique, ce mélange est ce qui donne à une ville sa résonance, mais il exige que des individus qui ont le pouvoir de décision, issus des différents domaines, pensent et travaillent ensemble d'une façon qui ne se réduise pas à une collaboration banale, qu'ils comprennent les forces sous-jacentes qui font qu'une ville « fonctionne ».

En pensant différemment, les villes agissent différemment et aboutissent à des résultats différents. Paris comprend la dynamique mondiale générale qui a placé la culture au centre de la scène.

En bref, Paris a besoin de repenser une conception du développement culturel fondée sur des équipements lourds, décrétée depuis le sommet vers la base (top-down), et de créer des plateformes facilitant les opportunités, particulièrement en faveur d'initiatives indépendantes et non institutionnelles. Elle devrait se concentrer davantage sur les contenus que sur les contenants. Et rééquilibrer les ressources entre les projets lourds, prestigieux, de grande ampleur, à fort impact, et le soutien à ce qui permet aux projets plus modestes de voir le jour. Le milieu de la politique culturelle devrait apprendre à moins craindre le mélange public-privé, celui de la culture subventionnée et des initiatives semi-commerciales et commerciales. Cela aidera les industries de la création à mieux jouer leur rôle tout en soulignant la vitalité de la ville. Paris devrait explorer les moyens d'encourager de nouvelles communautés et des quartiers artistiques à évoluer, mais d'une façon non dirigiste et particulièrement de l'autre côté du périphérique ; et chercher à susciter des occasions de développement de plateformes de création indépendantes et non institutionnelles.

Magnétisme : le Grand Paris et son pouvoir culturel mondial

État des lieux et enjeux

Paris est, et restera l'une des plus importantes villes mondiales pour encore de nombreuses années. C'est une ville-monde totale, pour l'instant. Les villes mondialisées sont des endroits stratégiques, des centres nodaux de communication qui ont une influence directe et un effet sur les affaires du monde, des points de vue économique, culturel et politique, un lieu où se décident, se mettent en place et s'exécutent les « agendas » mondiaux.

La problématique centrale est : Paris sera-t-elle, et sera-t-elle perçue, comme un endroit créatif qui se renouvelle au fur et à mesure de

son adaptation aux circonstances changeantes, ou bien son riche passé et sa dimension d'icône pèseront-ils trop lourdement sur ses possibilités futures? Son histoire, récente et plus lointaine, épuisera-t-elle toute l'énergie, la volonté et la motivation nécessaires pour ne laisser place qu'à la complaisance et l'aversion au risque? Devenir-t-elle simplement un lieu que l'on visite plutôt que l'endroit où il faut être : celui que tout individu, originaire de n'importe quelle partie du monde, peut façonner, fabriquer et co-créer à neuf – une ville ancrée dans son passé mais ouverte au futur. En bref, Paris, dans nombre de domaines culturels, est-elle encore à même de tenir un rôle de leader dans l'établissement des projets culturels?

Les grandes villes sont, en général, les plus à même de se réinventer si elles restent ouvertes et souples dans leur fonctionnement. Pourtant, ironiquement, leur passé peut les abrutir, les retenir, les faire se rétracter, ou au contraire les inspirer, si les conditions s'y prêtent. Et cela parce qu'elles possèdent, profondément intégrées, des ressources difficiles à imiter. Ce peut être la présence de créateurs de richesses; des spécialisations économiques ou des institutions savantes; des traditions industrielles qui s'y sont développées et continuent de le faire; un réseau commercial et des liens diplomatiques; un riche passé qui se reflète dans le patrimoine bâti conservé et dans un écosystème qui réunit le traditionnel, le contemporain et l'exploratoire.

Et pourtant, même les grandes villes peuvent croître, stagner, puis décliner. Elles se développent lorsqu'elles font preuve de vigueur et d'à-propos. Elles créent. Et cela, en retour, se transforme en pouvoir économique et culturel. Elles suivent alors une trajectoire dynamique, témoin d'une histoire passionnante. Lorsqu'elles déclinent, le passé des grandes villes prend le dessus, il devient plus important que l'avenir, et les villes vivent sur une gloire passée qu'elles commémorent. La prospection peut alors en souffrir. Leur atmosphère semble suggérer que tout a déjà été entrepris et les formes anciennes sont constamment recyclées. Ces villes se font «œuvre d'art» que l'on contemple, ainsi de Rome la «ville éternelle», ou de Venise «la Sérénissime». Elles survivent sans fin, soutenues dans le monde contemporain par le tourisme. Le tourisme est une arme à double tranchant. La plupart des touristes se contentent de regarder et de s'émerveiller, ils n'apportent rien d'autre que des revenus financiers. Le tourisme peut se faire boulet et peser sur l'esprit créatif d'une ville, en épuisant et en noyant son identité, en la confinant dans les clichés.

Paris est elle aussi une «œuvre d'art», mais sera-t-elle perçue comme une «œuvre d'art vivante», c'est-à-dire un lieu de création pleinement novateur?

Le panorama changeant des villes

Le monde des villes a subi des transformations spectaculaires au cours des vingt-cinq dernières années, du fait de l'émergence de villes impliquées dans la mondialisation et de leur rôle dans la transformation économique inexorable. Dans cette période de transition, la nature et la dynamique de la compétition sont reformulées et de nouvelles sources de compétition ont émergé, avec une vitesse et une force accrues.

L'atout majeur dans ce monde en mouvement est l'aptitude des villes à identifier, soutenir, développer, structurer, retenir et promouvoir le talent en interne, tout en continuant d'attirer les talents venus de l'extérieur. Le talent est essentiel, et la question centrale est de se demander ce que «le talent attend d'une ville» : la «vivabilité», la créativité et une culture spécifique qui permette d'acquérir une expérience diversifiée et riche. À vrai dire, aucun des critères majeurs de la «vivabilité» n'étonnent. Ils sont partagés par les autres catégories de la population. Il s'agit des caractéristiques de toute ville qui fonctionne correctement : son plan d'urbanisme, sa propreté, sa facilité d'accès, ses bons réseaux de transports publics et de santé, ses équipements d'éducation et de loisirs, et un bon choix de logements possibles. La différence majeure est que les gens de talent souhaitent y trouver, en plus, des perspectives favorisant leurs ambitions créatives et un milieu favorable à la rencontre d'autres personnes animées du même désir de création au sein d'une scène culturelle animée et stimulante. Un tel lieu nourrit une culture de la créativité, de la fluidité, de la flexibilité, ouverte et dynamique, où les transactions sont facilitées. C'est un lieu de catalyse qui suscite des rencontres créatives.

Chaque ville-région a besoin de réaffirmer son positionnement stratégique, ses buts et son rôle dans cette nouvelle configuration, où le talent est le facteur-clé, tout comme elles doivent retrouver un rôle central en ajustant leurs modèles économiques sur d'autres modèles fondés sur la connaissance. Ce glissement a été conduit par des entreprises transnationales, et parfois par des institutions paraétatiques, et a culminé dans l'avènement de réseaux de production mondialisés et à leurs chaînes de ravitaillement associées qui ont étendu leurs tentacules à travers le monde.

Dans ce processus de compétition urbaine mondialisée, une nouvelle hiérarchie des villes est en train d'émerger. De nouveaux centres gagnent en puissance comme Shanghai et Singapour, et des centres plus anciens sont menacés, comme Paris, New York et Londres.

Parallèlement, de profondes tendances s'enracinent et émergent, s'y surimposent des modes et des engouements qui brouillent les choses. En se combinant, elles aboutissent à des changements matériels réels pour tous – individus, organisation, ville. Quelques tendances s'affirment avec une vigueur croissante. Le changement climatique et ses conséquences planent sur toutes choses comme une ombre menaçante. Un des facteurs cruciaux est la mondialisation, qui s'intensifie, se développe, s'approfondit, s'étend grâce aux technologies de l'information et évacue la tyrannie de la distance. Le monde devient plat et sans frontières, et chaque point du monde est devenu plus accessible à tous aujourd'hui. Par conséquent, les villes regroupent des populations de plus en plus diversifiées dont certaines ont des conceptions très différentes de la façon dont il faudrait vivre. Cela suscite tout à la fois un désir de compréhension réciproque entre les cultures et des préjugés croissants. Au cours de ce processus l'identité des villes se transforme. Au sein du contexte plus large, les divisions entre riches et pauvres perdurent comme la ségrégation territoriale. Intégrés à ces processus, on assiste à un déplacement de l'axe du monde et au glissement inexorable et inévitable du pouvoir économique, politique et culturel vers l'Orient. Là, une population

plus jeune, ambitieuse et entreprenante, se confronte à l'Occident plus âgé et aux défis financiers, sociaux et d'urbanisation que cela représente.

Des conséquences culturelles spectaculaires s'ensuivent, aux effets abrupts et subtils sur la culture en général et sur des villes comme Paris en particulier. La langue anglaise accroît son emprise comme lingua franca et domine ainsi la communication et les moyens d'expression. Cela a un impact profond, car il ne s'agit pas simplement d'une domination dans l'emploi des mots, mais aussi de la prédominance de l'architecture intellectuelle qui sous-tend la pensée anglo-américaine. L'attrait que peut avoir la communication interculturelle est ainsi contrebalancé par le déclin dans la diversité des pensées. L'emprise croissante du visuel sur la langue parlée s'est, lentement mais inexorablement, manifestée au cours des cinquante dernières années. Pour cette raison, le paysage culturel dans les villes mondialisées s'est déporté, en mettant davantage l'accent sur les expressions non verbales, comme les expositions des musées et des galeries d'art contemporain, l'architecture, la musique, tout ce qui est en général visuellement spectaculaire et vers la gastronomie – aux dépens de la littérature, du discours philosophique ou des débats contemporains, ou encore du théâtre. Simultanément, le développement d'un monde virtuel englobant s'accélère avec l'avènement du web 2.0 et bientôt du web 3.0, créant ainsi des mondes et des univers parallèles « réels » physiques et non-physiques. L'information en continu qui en découle, et son excès, sont la cause de déficits d'attention, de manque de réflexion, de la fragmentation et de la perte du moi. Cela conduit souvent à une demande de communication simplifiée (dite par bullet point, par référence aux présentations sur power point), extrêmement sensorielle plutôt qu'aux présentations argumentées et lentes. En tant qu'actrices, les villes sont entraînées dans ce tourbillon et ce paysage communicationnel changeant. Elles ont toutes besoin de se projeter dans ce monde où les images entrent en compétition, où la perception de la place que vous tenez est sans doute plus importante que votre place réelle.

Voici la façon dont on peut décrire les atouts et les ressources d'une ville actuellement :

- Dur, matériel, tangible ou fluide, immatériel, intangible.
- Réel et visible ou symbolique et invisible.
- Mesurable, quantifiable et calculable ou qui dépend des perceptions et des images.

De plus en plus, ce que vous êtes – par exemple en tant que ville – a moins d'importance que ce que vous paraissez : la perception domine sur la substance. Les villes sont donc poussées à la compétition et à exploiter au mieux des atouts qu'elles cherchent à mettre en valeur et à orchestrer « iconiquement ». L'objectif est d'attirer l'attention sur la ville, de créer le maximum d'associations et de reconnaissance et de se faire remarquer. Les projets et les initiatives qui parlent d'eux-mêmes, puissamment, qui secouent l'imagination, surprennent, défient et dépassent les attentes, atteignent à ce statut d'icône. On les saisit en bloc. Il ne s'agit pas seulement d'architecture, une icône peut être tangible ou intangible, ce peut être une construction, une activité, une atmosphère, la vie culturelle, une tradition,

le fait d'abriter dans la ville le siège social d'une organisation majeure, ou l'association d'un créateur à une ville. Une ville peut même devenir iconique lorsque de nombreuses associations s'y imbriquent et donnent une image puissante et composite, comme c'est le cas de Paris.

Très peu de choses et d'événements atteignent réellement au statut d'icône, surtout parmi les plus nouvelles. Parmi les constructions comparables à la Tour Eiffel, on peut citer le Sydney Opera House, déjà un peu ancien, et plus récemment le Guggenheim de Bilbao, la Tour Burj Khalifa de Dubai, la vieille/nouvelle Sagrada Familia de Barcelone, et peut-être bientôt le Elbphilharmonie d'HafenCity à Hambourg, conçu par Herzog & de Meuron. Le festival fringe d'Edimbourg ou le carnaval de Notting Hill à Londres sont des événements en passe de devenir iconiques. Comme le sont le buzz et l'atmosphère de New York.

Il est important de comprendre la différence entre les différentes formes de communication, particulièrement narrative et iconique, dans la mesure où celle-ci est en train de refonder spectaculairement la donne culturelle mondiale. Cela impacte certaines cultures plus que d'autres. La communication narrative cherche à trouver des arguments, elle requiert du temps et privilégie la réflexion. Sa « bande passante » est large dans la mesure où son ambition est exploratoire et liée à la pensée critique ; elle est de « faible intensité » au sens où la compréhension se construit étape par étape. Il s'agit de créer du sens. Ces qualités sont précisément celles que l'on associe aux cultures française et allemande. Mais la plupart des gens sont trop impatient pour se donner à eux-mêmes le temps de comprendre une culture, particulièrement s'ils ne parlent pas le français ni l'allemand. Ils se basent en revanche sur les apparences extérieures, les petites phrases et les formulations courtes et simples qui s'apparentent souvent à des clichés.

Par comparaison, la communication « iconique » a une « bande passante » étroite, et un projet bien ciblé ; elle est de « haute intensité » dans la mesure où elle cherche à « compacter le sens » dans une période temporelle resserrée, afin de créer un fort impact en soutenant des gestes symboliques qui donnent un sens à ce qui est proposé. Elle évite la complexité. C'est pour cette raison que l'exposition à grande fréquentation (blockbuster), le hit, ce qui frappe et est spectaculaire gagnent en importance. Habituellement, ce type d'événements cherche moins à expliciter les causes qu'à déclencher une réaction viscérale.

Le défi pour les grandes initiatives créatives urbaines consiste à intégrer des qualités « narratives » et des notions profondes, fondées sur des principes, au sein de projets à fort pouvoir iconique. Les initiatives emblématiques peuvent sauter par-dessus le savoir et éviter les descriptions explicatives par la seule force de leur concept et de leur symbolisme.

À Londres, la décision d'élire pour la première fois au suffrage direct le maire de la ville a eu une forte charge iconique. Ce geste ne symbolisait pas seulement la création d'un poste de maire fortement impliqué dans sa ville, c'était aussi une rupture avec la tradition et un nouveau départ. La politique de « tolérance zéro » à New York en est un autre exemple. Tout le monde connaît immédiatement le sens du mot « zéro ». Il s'agit d'une formulation ramassée, que les gens comprennent immédiatement, ils savent ce que

l'on attend sans avoir besoin d'explications complexes. De la même façon «Paris Plage» éveille immédiatement l'imagination. Une plage à Paris : «qu'est-ce que cela veut dire, Paris n'est pas au bord de la mer».

Le déficit d'attention exige que chaque idée, concept ou projet soit exprimé dans une formule concise. Cela favorise la réflexion autour de la notion de marque (brand), où chaque chose doit être réduite à son essence. Dans le meilleur des cas, un ensemble d'images, de slogans ou de métaphores sur un lieu peut en capturer la personnalité et l'âme de façon dynamique. Au pire, on tombe dans le cliché. Les marques simplifient la complexité, ce qui va à l'encontre des démarches culturelles qui privilégient ce qui est compliqué, questionnant, raffiné, et où les zones grises et les nuances sont aussi importantes que ce qui semble direct et transparent.

Aujourd'hui, les villes sont les marques des peuples, et Paris est celle de la France. Aujourd'hui nous en savons plus sur davantage de lieux, mais de façon moins approfondie que lorsque nous n'en connaissions que quelques-uns.

Les impacts de ces transformations collectives tiennent du changement de paradigme. Les périodes de l'histoire où se produisent des transformations massives, comme c'est le cas aujourd'hui, peuvent susciter un sentiment de confusion ; une libération qui se conjugue à des pressentiments très inquiétants et à l'impression d'être le jouet des événements. En faire l'inventaire, comprendre ce qui est en train de se passer et sa dynamique complexe et peut-être dissimulée, demande du temps.

Cela pose problème. Certaines qualités, caractéristiques et attitudes françaises, qui ont au cours des cent dernières années fait le remarquable succès de Paris peuvent aujourd'hui la gêner pour réaliser pleinement son potentiel futur. Cela inclut, par exemple, son approche formaliste, très structurée, hiérarchisée et peut être rigide qui, dans le nouveau contexte de la créativité, doit être contrebalancée par plus de souplesse et de fluidité.

La hiérarchie des villes

La discussion habituelle sur les villes-mondes se concentre sur la conjonction des pouvoirs économique, politique et culturelle de lieux comme Paris ou Londres, qui se situaient au sommet de la hiérarchie urbaine. Historiquement, les «centres de pouvoir» mondialisés les plus dynamiques étaient les plus grandes villes dans la mesure où, du fait de leur taille, elles généraient une masse critique et agissaient comme des accélérateurs d'opportunités. Ceci n'est désormais plus vrai, car la taille peut s'avérer source de dysfonctionnement en élevant le coût des transactions et en réduisant la «vivabilité» d'un lieu. Récemment, on a pu noter qu'un nombre croissant de classements se fondaient sur des indices de qualité de vie, de vivabilité et

de compétitivité. Ces critères avantagent d'autres villes, souvent plus petites, comme Vancouver, Vienne ou Copenhague.

Une perspective nouvelle, importante et encore sous-explorée, consiste à concevoir la ville comme le pivot d'une zone de civilisation. Ce qui donne un rôle mondial à de plus nombreuses villes, puisque l'on se concentre sur leur singularité culturelle. En jouant ce rôle de « niche » mondiale, une ville peut aussi avoir un impact puissant. Il peut s'agir de secteurs comme la finance, les médias, la mode, ou encore d'une étiquette « créative », « innovante » ou « verte », domaines pour lesquels il existe également des systèmes de classement. L'objectif est de se donner une « centralité » en se transformant en moyeu dans un domaine spécifique, qu'il s'agisse d'une activité, d'un métier, d'une spécialité de niche – comme le design et la mode pour Milan, les centres de recherches pour Boston, ou encore les sièges sociaux d'organismes internationaux identifiés à une ville, comme l'Unesco à Paris. On peut voir que, dans ce contexte, la localisation importe toujours en dépit d'une économie soumise à Internet. La dimension « verte » est entrée dans la compétition et, dans ce domaine, des villes comme Zurich, Fribourg et Copenhague ont réussi une percée, tout comme Stockholm, déclarée première « capitale verte » d'Europe, ou Hambourg qui vient en deuxième position. Être créatif est une autre façon d'entrer dans la compétition. C'est devenu une épidémie. Tout le monde se jette dans le bain de la créativité. Les villes, les régions, les nations, s'auto-désignent créatives. Selon mon pointage le plus récent, il doit y avoir plus de cent villes dans ce cas ; cette appellation renvoyant en général à leur infrastructure culturelle plutôt qu'à la dimension innovante de la ville conçue comme un tout. En d'autres termes, on peut s'inscrire sur l'écran du radar mondialisé de multiples façons.

Sans tenir compte de la façon dont ces différentes villes se projettent, celles qui réussissent racontent une histoire idéalement neuve, profonde et fascinante. Ce récit fonctionne sur un mode visuel, et doit fournir la feuille de route permettant de se rendre sur place. Ainsi, le territoire doit aussi captiver l'imagination. Bilbao a bien réussi cela avec le musée Guggenheim. Dans le passé, l'Opéra de Sydney a projeté l'image d'un nouveau monde audacieux, Paris a construit sur une très longue durée une réputation culturelle qui a nourri nos imaginaires. L'image novatrice toute en énergie de New York persiste, en dépit des nouveaux venus comme Shanghai qui combine à une image de Paris oriental, le côté radical-chic du post communisme et l'esprit d'entreprise créatif propre à un nouvel acteur mondial.

L'enjeu global pour ces villes ambitieuses est d'accroître leur puissance d'attraction, par tous les moyens. Cela met en jeu des dynamiques d'attraction, de retenue et de fuite du pouvoir, des ressources et du talent. Un bon mélange rend une ville attirante et désirable, car différentes composantes se révèlent attrayantes pour des groupes sociaux divers : les hommes d'influence, les investisseurs, les industriels, les adeptes du shopping, les touristes, les promoteurs immobiliers, les leaders intellectuels. Tout cela conjugué donne la tonalité générale d'une ville. Peu réussissent à développer ce type de marketing, qui vise à présenter une ville intégrée et raffinée réunissant tous ces éléments. Melbourne, Amsterdam, Copenhague et Berlin le font bien. Lorsqu'on suscite cette puissance d'attraction les conséquences

suivent au niveau du pouvoir économique, politique et culturel – c'est-à-dire qu'on se donne les moyens de façonner les choses – et elles débouchent sur les résultats et la richesse.

Les villes sont en compétition et jouent sur leur pouvoir d'attraction et leur charme. Le tissu urbain et ses infrastructures, mais aussi les activités existantes, constituent des leviers essentiels permettant de soutenir la sociabilité, l'interaction, le mélange et l'échange – conditions nécessaires des échanges professionnels.

Au cœur de cette compétition mondiale, on lutte pour la première place dans le monde, tout comme s'affrontent les continents, l'Asie et l'Europe par exemple, et les pays au sein de ceux-ci.

Les méthodes de classement et les villes

Classer les villes est devenu une nouvelle mode. Il existe des différences notables entre les méthodes de classements dans la mesure où chacune adopte des critères et des indicateurs différents : certaines se focalisent sur la performance économique d'une ville ou sa connexion avec le reste du monde, tandis que d'autres évaluent sa performance selon des critères de vivabilité, de qualité de vie ou ses perspectives « d'innovation ».

Bien qu'aucune hiérarchie universellement acceptée ne puisse émerger de ces classements, il existe une sorte de consensus quant à la quarantaine de villes mondialement connectées.

Les différents tableaux et classements sont devenus des outils de compétition en soi. Ils donnent à l'évidence une estimation sur une ville, mais ce sont aussi des outils marketing. Par exemple, Singapour a créé le « Centre for Liveable Cities », où il apparaît en très bonne position dans ses propres classements. Il est donc très important de considérer ces grilles avec circonspection. L'une des questions clé à se poser est l'identité du commanditaire du classement, et celle de son organisateur. Par exemple, Mercer's, organisme de conseil financier et de ressources humaines, qui use d'une perspective spécifique. Que Mercer's ait classé Calgary comme la toute première éco-ville défie la raison, alors que des éco-villes réputées comme Stockholm et Copenhague sont toutes deux classées au neuvième rang et que Hambourg vient en trente-cinquième place – ce qui conduit à s'interroger sur la validité de ce type de classement en général. Soit la conception de ce qu'est le développement durable en Amérique du nord est très différente de celle qui a cours en Europe, soit les critères retenus sont inadéquats. Mercer's prend en compte l'accessibilité à l'eau et sa potabilité, la gestion des déchets, la qualité du système d'égouts, la pollution de l'air et la fluidité de la circulation, ce qui relève d'une conception fort étroite du développement durable. Pourtant, le retour marketing positif que retire une ville à pouvoir se dire première éco-ville du monde est immense. Un autre exemple d'un biais possible et d'une inadéquation des critères est fourni par les classements mondiaux des universités. En partie du fait d'un biais anglo-américain et, dans le domaine éducatif, du fait que la préférence est donnée aux doctorats en sciences de la nature et en recherche fondamentale. Alors qu'au contraire nombre des innovations qui émergent et s'imposent proviennent de secteurs orientés sur

le design ou dépendant de disciplines artistiques, où il n'y a que peu de thèses de doctorat. Comme l'a souligné un vice-président d'université : « la meilleure façon de grimper dans les grilles de classement serait de se débarrasser des disciplines artistiques. »

Les différentes structures d'évaluation des villes mondiales selon leur compétitivité urbaine et la réputation de leurs systèmes d'éducation sont : Mercer Consulting Group, The Economist Intelligence Unit, le IMD, le Globalisation and World Cities Study Group, Global Liveable Cities Index, le Jones Lang Lasalle's Winning Cities Programme, Richard Florida's Creativity Index, le Times Higher Educational Supplement, Shanghai Jiao Tong University Ranking, University Biometrics, Monocle et 2thinknow.

Être une « ville globale » ou obtenir le statut de ville-monde signifie être au sommet. Les caractéristiques économiques de ces lieux impliquent la présence des sièges sociaux de multinationales, celle de plusieurs institutions financières ou de cabinets d'avocats internationaux, ainsi qu'une bourse puissante, tous ces éléments permettant d'influencer l'économie mondiale. Politiquement, ces villes doivent avoir une influence active et participer aux événements internationaux et aux affaires du monde. Comme la plupart des grandes capitales des pays les plus importants, elles abritent les quartiers généraux d'organisations internationales comme les Nations Unies, l'OTAN ou la Banque mondiale. Culturellement on les reconnaît immédiatement, elles accueillent des institutions culturelles réputées, des communautés sportives et abritent une scène artistique animée, des médias et des agences de presse influents de portée internationale, comme la BBC, Reuters, The New York Times ou l'agence France-Presse. Leurs institutions éducatives et de santé bénéficient d'un prestige international. Leurs infrastructures sont bien développées et étendues, facilitant le transport de masse, elles sont équipées d'un aéroport international pour le transport des voyageurs et des marchandises. Ces villes s'inscrivent également au centre de la communication numérique mondiale. Et leur silhouette d'ensemble, leur skyline, est immédiatement reconnaissable.

On place en général au sommet de ce « continuum des villes globales » un groupe de quatre villes, New York, Paris, Londres et Tokyo, – bien qu'elles soient toutes relativement en perte de vitesse, surtout la dernière citée. Il est intéressant de noter que New York, lors de la définition de sa nouvelle stratégie mondiale, a plaidé pour la transformation de son économie actuelle basée sur la finance, les assurances et l'immobilier, le « FIRE » (Finance, Insurance and Real Estate), en une économie du « ICE » (Innovation, Creativity, Entertainment), c'est-à-dire une économie fondée sur l'innovation, la créativité et le divertissement.

Ces quatre villes seront bientôt rejointes par Pékin et même Shanghai, dès que cette dernière aura pris toute sa place de centre financier de la Chine (ce qui a fait l'objet d'un « décret » du gouvernement chinois pour 2018). Aujourd'hui, c'est Hong Kong qui joue ce rôle, du fait de son système juridique plus transparent et de la pleine convertibilité de sa monnaie. Juste derrière le peloton de tête de ces villes, quelque dix à trente villes se placent en deuxième et troisième positions dans le classement des

villes globales. Le nombre exact de ces villes et leur classement les unes par rapport aux autres varient selon les critères utilisés.

Les villes globales de deuxième niveau se placent plus ou moins à proximité des trois premiers lauréats pour la plupart des critères retenus, mais pas sur la totalité de ces critères. Elles s'appuient sur un ensemble de niches spécifiques. Par exemple, Chicago et Francfort sont en général considérées comme des villes globales assez importantes si l'on considère leurs activités économiques, mais elles ne le sont plus si l'éclairage est porté sur leur présence culturelle ou leurs industries culturelles. L'inverse est vrai pour Los Angeles et Sydney. Certaines villes sont fréquemment classées parmi les villes globales de second niveau, comme Hong Kong, Singapour, Toronto, Pékin et Shanghai. Derrière cette catégorie, on trouve un autre groupe de villes, en nombre quasi équivalent, celui des villes globales de troisième niveau. Habituellement ce type de villes se classe derrière celles de deuxième rang pour tous les critères, mais elles restent toutefois mondialement importantes du fait de l'impact des organisations et des activités qu'elles abritent. Ce troisième niveau inclut des villes comme Miami, significativement le centre financier de l'Amérique latine, Milan et Mexico City.

- **Les villes de premier niveau**, sont des «villes globales complètes». Il en existe quatre : New York, Londres, Paris et Tokyo. Ce sont des points nodaux pour les flux de capitaux, l'échange des idées et l'influence culturelle.

- **Les villes de second niveau** : Pékin, Shanghai, Singapour, Chicago, Los Angeles, Moscou, São Paulo, Hong Kong, Sydney, San Francisco.

- **Les villes de troisième niveau** : Washington, Bruxelles, Amsterdam, Zurich, Madrid, Berlin, Bombay, Toronto, Mexico City, Francfort, Melbourne, Miami, Milan, Barcelone, et peut-être Dubaï et Johannesburg.

«Vivabilité» et qualité de la vie

Si l'on prend comme indicateurs la «vivabilité» et la qualité de la vie, un ensemble différent de mesures, de priorités et de villes vient au centre du tableau. Il est important de voir que la plupart des villes sont jugées du point de vue des expatriés et depuis la perspective entrepreneuriale des multinationales. C'est un point de vue limité, car les personnes interrogées reflètent une certaine vision de la mondialisation. En deuxième lieu, la singularité du lieu est moins prise en compte. Il y a une tendance à aller vers l'indifférencié et la marque (the bland and the brand). Ces marques internationalement connues rassurent et sont confortables. Ce qui est trop différent culturellement peut être difficile à comprendre et des malentendus sérieux teintent souvent les jugements. Par exemple tout ce qui concerne la sécurité et la perception que l'on en a, est au centre de la notion de «vivabilité» d'une ville. Pourtant, un étranger qui ne sait pas lire les codes d'une ville comme le fait un résident pourra trouver qu'une ville n'est pas sûre. C'est la raison pour laquelle Paris se classe au trente-quatrième rang, Londres au trente-neuvième, Barcelone au quarante-quatrième et New York au quarante-

neuvième dans le classement Mercer's. Dans le classement EIU, Paris est seizième, Londres cinquante-troisième et New York cinquante-sixième.

La «vivabilité» est par essence fonction d'un environnement politique général stable, sans corruption, et où la loi est appliquée; il faut également un environnement économique transparent avec des réglementations claires, ainsi que des infrastructures permettant les initiatives, un milieu socioculturel et la liberté d'expression. Les facteurs importants sont par ailleurs : l'aspect extérieur et le dessin de la ville, la beauté de ses bâtiments, de ses rues et de ses paysages urbains; un lieu qui soit propre, bien entretenu et sans pollution; un bon choix de lieux publics de plein air dédiés aux loisirs, comme des parcs, jardins et terrains de jeux; des pistes cyclables et un accès à la nature; un environnement culturel diversifié proposant de nombreuses possibilités de divertissement depuis les cafés, les restaurants, les marchés, les théâtres, les clubs et boîtes de nuits jusqu'aux événements sportifs; un bon réseau de transports publics, un réseau de voies rapides et des encombrements réduits; la sécurité; un accent mis sur le développement durable; de bons équipements de santé publique, d'écoles et d'universités; des logements de qualité à des prix abordables et un bon équilibre entre différents types de logements à des prix différents; des opportunités économiques et professionnelles. Bref, une ville abordable en termes financiers et qui offre une bonne qualité de vie.

Culture et innovation

Le lien entre une vie culturelle riche et l'attractivité urbaine est bien établi. Sans surprise, Paris se place beaucoup mieux dans les classements qui prennent en compte la culture dans la croissance et la réputation d'une ville. Dans l'étude de Monocle, qui met davantage l'accent sur la culture urbaine et sur la combinaison du rayonnement culturel et de la qualité de la vie, Paris vient en septième position, Madrid en dixième position (quarante-deuxième dans le classement Mercer's) et Barcelone est dix-septième. Les derniers lauréats étant Copenhague, Zurich et Munich. Dans le classement 2thinknow des villes novatrices, Paris se classe très haut, au deuxième rang; ce classement, prend en compte trois facteurs dont le plus important estime les atouts culturels (il se base sur mon concept de ville créative), puis l'infrastructure humaine et le maillage des marchés. Dans ce classement Boston vient en première position, Amsterdam en troisième, Vienne en quatrième et New York en cinquième.

Les zones de civilisation

Un facteur important s'est affirmé clairement dans ces réflexions sur les villes. Autrefois, des villes comme Londres et Paris dominaient le globe en tant que capitales d'empires; plus tard, New York domina grâce à son contrôle du commerce. La mondialisation qui s'intensifie cherche de nouveaux marchés partout dans le monde et se heurte sans cesse à des barrières culturelles. Pour faciliter le commerce, il faut trouver des points de contact et des centres mondiaux «sans coutures», où les antagonismes ne

se fassent pas sentir. Ces centres à leur tour tendent à contrôler les arrière-pays. Ils doivent s'équiper d'infrastructures facilitatrices bénéficiant des standards internationaux. Chaque zone de civilisation a donc besoin d'au moins une ville leader, reliée de façon fluide avec les autres « points nodaux mondialisés ». Bien que l'on puisse débattre dans le détail de ce qu'une civilisation représente, il existe peut-être une dizaine de ces lieux dans le monde. Il s'agit des zones chinoise, japonaise, indienne, moyen-orientale, africaine, des régions hispanophones, francophones, slavophones, anglophones et nord-américaines. Ainsi, par exemple, Paris maintient sa position en dépit des menaces qui planent sur le monde de la francophonie; Madrid essaie, par le biais d'une stratégie urbaine explicite, de se placer au centre du monde hispanique, même s'il s'agit d'un autre continent; Moscou maintient son emprise et son hégémonie sur le monde slave. Bien que les États-Unis soient essentiellement issus du monde européen (mais ceci est bien sûr en train de se modifier sous l'effet des nouvelles structures démographiques), on peut les considérer comme une civilisation étant donné leur vision du monde et la prédominance de leurs caractéristiques culturelles.

La compétition urbaine au Moyen-Orient est intéressante pour notre propos. Dubaï s'est emparée de l'approche clinquante orientée sur le shopping et Abu Dhabi a choisi une démarche plus « culturelle ». Le Moyen-Orient envoie des messages mêlés. Selon certains, c'était et cela reste une zone d'instabilité et de fanatisme religieux, en apparence éloignée de l'Occident. Pourtant, la région du Golfe et son pétrole attire l'Occident; le besoin d'une ville qui renvoie une image de calme, de confiance et de sécurité s'est donc fait sentir. La région se devait d'avoir un centre financier et de transactions qui agisse en toute transparence. Beyrouth jouait ce rôle trente ans auparavant, mais la guerre civile de 1975 à 1991 a détruit tout cela. Dubaï avait une courte fenêtre de tir pour s'implanter dans le vide laissé et succéder ainsi à Beyrouth. Les éléments qui ont accompagné son lancement sur la scène mondiale sont connus. Il lui fallait devenir le lieu naturel où l'on pouvait faire des affaires. Dubaï a utilisé toutes les recettes du développement urbain. La condition préalable essentielle à cette stratégie générale a été de développer Emirates Airline, et de créer l'aéroport de Dubaï, pivot du réseau aérien. Cela a suscité l'afflux des visiteurs. La construction de Palm Island et de la plus haute du monde, Burj Khalifa (la tour Khalifa), participaient de cette stratégie, comme la construction de pôles urbains spécialisés : Media City, Knowledge City, Internet City, Health City. Pourtant, du fait de l'absence de vision urbanistique (si ce n'est une conception assez datée), la ville n'a tout simplement pas d'unité. D'autres villes voisines, comme Abu Dhabi et Doha ont tenté une approche plus centrée sur la culture.

Abu Dhabi témoigne d'une démarche différente et prend des positions stratégiques ambitieuses pour s'affirmer sur la scène mondiale, d'une façon qui dépasse les attentes. Une de ses initiatives concerne les énergies renouvelables, en dépit de ses énormes réserves de pétrole et de gaz, Al Masdar City en est le pivot. L'intention est de positionner Abu Dhabi comme le leader mondial et le centre de recherche et de développement sur les énergies renouvelables et les technologies liées. L'autre développement majeur est le projet de l'île de Saadiyat qui vise à placer Abu Dhabi sur la carte culturelle mondiale – bien qu'il s'agisse davantage d'une problématique

d'image et de consumérisme que de production artistique. La communauté mondialisée des « starchitectes » est grandement impliquée dans ces projets : un Guggenheim par Frank Gehry ; un Louvre par Jean Nouvel ; le musée de la marine par Tadao Ando ; le Sheikh Zayed National Museum par Norman Foster ; le Concert Hall et le Performing Arts Centre par Zaha Hadid.

Répertoire et résonance

Il existe un répertoire d'équipements culturels à destination des villes qui cherchent à s'inscrire sur l'écran radar mondialisé, ou de celles qui veulent revitaliser leur patrimoine urbain. Il se concentre essentiellement sur les institutions culturelles, qui sont en passe de devenir les nouvelles cathédrales postmodernes. Avec le déclin relatif des croyances religieuses, la culture, à son meilleur, peut se confondre avec l'élégiaque, les aspirations les plus hautes ou la spiritualité. Neufs, ces équipements sont en général l'œuvre d'un « starchitect ». De plus en plus, on y ajoute la rénovation d'anciennes friches industrielles mises à la disposition des industries culturelles et destinées au regroupement d'activités artistiques (clusters), de façon à fonder une scène créative branchée. La plupart de ces derniers sites sont en périphérie.

En règle générale on trouve dans ce répertoire, et particulièrement pour les villes qui cherchent encore à imprimer leur marque : le musée, la galerie d'art contemporain, le centre pour le spectacle vivant et une bibliothèque d'un nouveau genre. Puis viennent le centre des congrès, un secteur commercial rénové et des scènes en plein air revitalisées. En surplomb de cela, l'accent est mis sur l'urbanisme, pour rendre la ville plus agréable aux piétons mais aussi pour que les marcheurs se transforment en flâneurs modernes, ce qui implique davantage de shopping que de déambulation nonchalante.

Les infrastructures culturelles existantes, qui trouvent leur origine dans les conceptions européennes des Lumières et furent en général édifiées dans les capitales européennes au dix-neuvième siècle, sont en cours de rénovation dans le monde – et Paris fut l'une des premières villes à agir dans ce domaine. Les musées, typiquement les musées d'art et de sciences naturelles, sont souvent abrités dans des bâtiments classiques ou dans de nouveaux lieux assez neutres, pensons aux musées parisiens, au Musée des beaux-arts de Nice, à ceux du Quartier des musées à Vienne, et même aux musées américains comme le Cleveland Museum of Art. Ils reflètent en partie ce temps où l'idée même de musée est devenue populaire, vers le milieu du dix-neuvième siècle. Ce vaste processus de rénovation se produit partout dans le monde et reflète les préoccupations liées à une fréquentation de masse, les visiteurs souhaitant y trouver des expositions temporaires grand public (les blockbusters), des cafés et des restaurants. Pensons ici aux plans d'aménagements futurs du Victoria and Albert Museum à Londres ou, plus anciennement, à la première intervention de ce genre au Louvre avec la création de la pyramide. La galerie ou le musée d'art contemporain par contraste « doivent » être de style hypermoderne, un espace nu et parfois dérangeant, particulièrement aujourd'hui dans notre phase postmoderne. Pensons ici à la brassée de nouveaux musées comme le Maxxi à Rome ; le New Museum

of Contemporary Art de New York, œuvre de Kazuyo Sejima + Ryue Nishizawa/SANAA ; ou encore à la Art Gallery of Ontario de Toronto.

Les nouvelles venues, comme Sydney, Singapour et Shanghai rattrapent leur retard et, au cours des vingt dernières années, ont consacré d'impressionnants budgets à leurs infrastructures. La même chose peut être constatée en ce qui concerne le spectacle vivant, comme on le voit en Asie avec le nouvel équipement national de Pékin, le Centre for the Performing Arts; le Taipei Performing Arts Centre; ou encore les plans pour West Kowloon à Hong Kong.

La ville et l'architecte en unissant leurs forces, échangent leurs marques et se renforcent l'un l'autre. Cela révèle également que la mondialisation est une arme à double tranchant. Les villes souhaitent se démarquer et pourtant elles choisissent, comme on le prendrait sur une étagère, un de ces architectes mondiaux, tous différents mais issus du même moule.

Mais l'aspect extérieur seul, et c'est d'une importance capitale, ne suffit pas à créer une ville vivante. La ville ne se réduit pas à n'être qu'une architecture spectaculaire, qui donne souvent l'impression de manquer de vie depuis la rue, avec laquelle il est difficile d'entrer en interaction. Les institutions culturelles sont souvent inaccessibles : elles n'ouvrent que durant les heures de bureau lorsque la plupart des gens travaillent, et les théâtres que pour le spectacle. De plus en plus de programmations tentent de pallier ces inconvénients, comme les nocturnes des musées et les initiatives du style « la nuit des arts ».

Cela est révélateur du dilemme contenant/contenu. Une grande partie du budget, particulièrement dans la sphère culturelle, passe dans la construction du contenant; la maintenance du bâti grève les ressources financières, qui sont alors insuffisantes pour permettre la création et l'invention – c'est-à-dire le contenu.

Ceci est de plus en plus reconnu et a déplacé l'accent sur la façon de susciter la création. Il faut une approche plus fine, afin de dynamiser une ville par-delà les institutions publiques préfinancées. Leurs opérations pouvant sembler plus formelles, top down (décidées d'en haut), moins flexibles et peu représentatives, mais aussi méfiantes vis-à-vis des créateurs indépendants et des approches plus commerciales de développement culturel. La vivacité d'un milieu naît d'une écologie culturelle mêlant le commercial et le non-commercial, l'élevé et le crasseux, ce qui est central et ce qui se passe dans les marges. La description de la scène théâtrale de New York : Broadway, off-Broadway, off-off Broadway, résume cette problématique.

Une partie du répertoire consiste aujourd'hui à créer des quartiers de création, en soutenant les industries créatives et culturelles dans les domaines de la musique, du design, de l'audiovisuel et des nouveaux médias. Ces industries se regroupent en général au sein de clusters sur des sites en périphérie et, au fil du temps, transforment ces endroits en sites culturels en soi, dans la mesure où ils produisent des créateurs indépendants. C'est là la force de Londres, où des quartiers comme Hoxton, Shoreditch, Brick Lane, Dalston, Brixton et même Peckham ont atteint une certaine notoriété, et même du glamour. C'est souvent un « incubateur créatif » comme

The Chocolate Factory, ou une galerie comme White Cube à Shoreditch qui met en branle le processus. New York possède encore un grand nombre de ces friches industrielles dans des secteurs comme Dumbo («la capitale de la création de New York»), Williamsburg et Red Hook, ce que l'on ne trouve pas à Paris. Le site de l'Île Seguin, plutôt que d'être détruit, aurait pu devenir un lieu idéal pour ce mélange de l'ancien et du moderne.

Crise du sens et Expérience

Le commerce a compris que la consommation seule ne donne qu'un sentiment croissant d'absence de sens et d'insatisfaction. Il a donc cherché à travestir la transaction vendre/acheter pour la transformer en une expérience plus large qui lui redonne un sens. Cette nouvelle approche appelée The Experience Economy¹¹⁴ est un nouveau mantra et consiste en la réunion de la consommation quotidienne et du spectacle. Ce procédé est en train de transformer le commerce de proximité en industrie du divertissement, brouillant souvent les frontières entre le shopping, l'éducation et l'expérience culturelle. Cela conduit à créer des structures où les consommateurs et les visiteurs participent à des événements sensoriels englobants, qu'il s'agisse de faire du shopping, de visiter un musée, de se rendre dans un restaurant, de mener des transactions professionnelles ou de bénéficier de services personnalisés, depuis la coupe de cheveux jusqu'à l'organisation de voyages. Dans ce processus, des boutiques prennent des allures de musées, comme le Discovery Store ou le Hard Rock Café avec son exposition d'objets d'artisanat originaux ; à l'inverse, les musées se transforment en annexes de lieux de divertissement, comme c'est le cas de l'ensemble de salles de musée créées à Las Vegas où l'on ajoute la «qualité» au menu des expériences possibles. Cette tendance fait trembler sur leurs fondations les musées, les bibliothèques, les galeries d'art, les centres scientifiques, les centres commerciaux, les centres culturels, ainsi que quasiment tous les domaines du monde des affaires. Le design, le multimédia, les arts de la scène et les paysages sonores envahissent de plus en plus le centre de la scène.

Les spécialistes du marketing, qui disposent d'un choix plus large et sont confrontés à des attentes plus élevées, entrent en compétition pour retenir l'attention du consommateur, pour percer dans le brouhaha et la surcharge de stimuli sensoriels et pour donner au client une impression de profondeur. Comment s'y prennent-ils ? En créant des expériences si singulières qu'elles dominent dans un paysage encombré. Soudain, on considère le rayonnement de Disneyland comme une panacée et les organismes cherchent à créer leur propre « univers de marque », ces destinations, à la fois réelles et virtuelles, qui délivrent un message mémorable en racontant une histoire fascinante, pleine de magie et d'émerveillement. La technologie des parcs à thème, les effets spéciaux, les techniques de storytelling s'appliquent aux projets de magasins comme Sephora ou Niketown ou au « centre d'expérience » de Volkswagen, Autostadt, sis dans l'usine de Wolfsburg en

114. *The Experience Economy*, James H. Gilmore et B. Joseph Pine II, Harvard Business School Press, 1999.

Allemagne. Des entreprises leaders, spécialisées dans la création d'images de marque, comme BRC, travaillent à la création d'univers de marque, de parcs de découvertes culturelles et de parcs éducatifs, et enveloppent le tout dans un récit fédérateur, soutenu par des visuels attractifs et des jingles entraînants. Bob Roger, le directeur général (CEO) de BRC remarque que « le vingt et unième siècle sera celui de la recherche de sens. [...] Nous trouverons ce sens dans les histoires qui nous disent qui nous sommes. Des histoires qui émeuvent les gens. Des histoires qui changent la vie. Et c'est ce que nous faisons, ici, à BRC. » Ainsi, le commerce tente-t-il de créer des histoires qui surpassent ses produits.

La mesure du succès urbain : une trajectoire

La question de la mesure de l'importance des villes fait débat, car nos méthodes d'évaluation des dynamiques sont souvent obsolètes. Nous mesurons des données statiques, comme la population ou le produit intérieur brut, en général issues du recensement. Aussi importants soient-ils, ces éléments se distinguent des mesures relationnelles – comme la puissance des flux d'information, des connexions, des relations, la réputation, le statut iconique et d'autres facteurs moins tangibles. Des changements spectaculaires ont transformé la façon dont on estime les atouts d'une ville ou d'une région, et leur capacité à s'affirmer mondialement. Traditionnellement, les critères de classement reposaient sur :

- la localisation ;
- les caractéristiques matérielles ;
- les infrastructures ;
- les ressources humaines ;
- la finance et le capita ;
- la connaissance et la technologie ;
- la structure industrielle ;
- la culture entrepreneuriale.

Une façon plus moderne de décrire les atouts d'une ville est apparue dans les années 90, elle se basait sur :

- le profil économique ;
- les perspectives du marché ;
- le niveau de taxation ;
- le cadre réglementaire ;
- le climat social ;
- les fournisseurs et le savoir-faire ;
- les services publics ;
- les mesures incitatives ;
- la qualité de vie ;

- la logistique ;
- les sites ;
- l'identité communautaire et l'image.

Dans leur ensemble, ces différents facteurs sont toujours valables aujourd'hui. La distinction entre la « vieille économie » (l'ère industrielle) et la « nouvelle économie » (fondé sur la connaissance) est devenue de plus en plus pertinente dans ce contexte. Pour la première, les principales considérations concernaient le coût et l'échelle. Dans la « nouvelle économie », la compétitivité ne se réduit plus uniquement au coût de production, bien qu'il s'agisse toujours d'un aspect important, mais elle prend en compte des considérations annexes comme la qualité, le talent, l'innovation, la connectivité et la singularité.

Nous voyons ici émerger de nouvelles caractéristiques comme l'importance de la qualité de la vie ; et les questions d'identité communautaire et d'image jouent leur rôle dans l'évaluation habituelle de la compétitivité urbaine. Beaucoup de gens, depuis les années 70, avaient déjà évoqué ces problématiques. Cela coïncide avec le début d'une économie davantage tournée vers la connaissance et les glissements généraux notés plus haut.

Le concept de pouvoir d'attraction, que j'ai développé en 2000, est basé sur une nouvelle façon de comprendre le fonctionnement d'une ville. Il s'agit de la considérer de l'intérieur et de l'extérieur, par l'intermédiaire d'éléments réels évaluables et calculables, mais aussi des perceptions et des réputations.

Les critères d'évaluation sont les suivants :

- masse critique ;
- identité et singularité ;
- capacité d'innovation ;
- diversité, accessibilité ;
- sécurité et sûreté ;
- liens et synergie ;
- compétitivité ;
- capacité organisationnelle ;
- leadership.

On considère que si une ville a de bonnes capacités d'innovation et de compétitivité, ces facteurs entraîneront la performance globale. Les questions concernant l'organisation et le leadership sont davantage mises en avant, comme la capacité à définir une stratégie et à inclure simultanément des facteurs liés aux infrastructures lourdes et aux opérations plus légères.

Le Creative City Index (Index de la Ville créative) que j'ai développé avec Bilbao et la région de Biscaye en 2009 approfondit encore cela, et considère que la créativité est une forme de capital partagé, une capacité qui aide à concrétiser un potentiel et, en dernier ressort, favorise la création de richesses et la puissance culturelle. L'important est la façon dont une culture de la curiosité nourrit l'imagination des citoyens et des organisations, et permet l'émergence d'idées créatives et de solutions, qui seront ensuite transformées en inventions et en innovations. La clef est de concrétiser les idées. L'Index répartit les dynamiques urbaines selon dix domaines, chapitres ou

ensembles d'indicateurs de la créativité. Au sein de chaque se trouvent des caractéristiques-clés ou des questions qui sont des indicateurs de créativité :

- structure politique et publique ;
- singularité, diversité, vitalité et l'expression ;
- ouverture, confiance, tolérance et accessibilité ;
- esprit d'entreprise, exploration et innovation ;
- leadership stratégique, agilité et vision ;
- aptitude à faciliter le talent et paysage éducatif ;
- communication, connectivité et réseaux ;
- le lieu, la fabrique du lieu ;
- « vivabilité » et bien-être ;
- professionnalisme et efficacité.

La capacité créative ne concernant évidemment pas un unique secteur, il importe d'être le plus ouvert possible, ce qui conduit à évaluer :

- le système d'éducation et d'apprentissage : l'éducation primaire, secondaire et supérieure, la formation professionnelle, l'éducation tout au long de la vie ;
- l'industrie et le monde des affaires : les PME et les grandes entreprises, les initiatives regroupées, les corps représentatifs telles que les Chambre de commerce ;
- l'administration, les services publics et les équipements ;
- le secteur communautaire et associatif : les associations locales, les groupes d'action sociale ;
- les institutions culturelles, de tourisme et de loisirs : organisations artistiques, gastronomiques, industrie hôtelière, sports.

Bien que les dix intitulés de domaines parlent d'eux-mêmes, il ne faut pas négliger les qualités suivantes : la motivation, la ténacité, la sensibilisation aux problèmes, la clarté de la communication, l'envergure dans la pensée, l'inspiration, le désir de faire, l'adaptabilité, le dynamisme, l'ouverture d'esprit, la participation, la sensibilité au design, le plaisir sensoriel, la fierté professionnelle, le leadership, la vision.

Le débat évolutif sur le pouvoir urbain et ses fondements continue d'apporter de nouveaux concepts utiles, tandis que les villes essaient de saisir et de retenir ce qui peut accroître leur « capital », comme la gestion de leur image, une résilience économique croissante, l'accroissement du bien-être de leurs habitants. Les services de voirie, les égouts, le métro et le réseau routier, ou encore les équipements sanitaires et les logements participent tous des fondamentaux du management urbain. On s'attend à ce qu'ils fonctionnent. Un peu comme dans le cas de la progression sur l'échelle des besoins de Maslow, qui va de la survie aux besoins plus élevés, aujourd'hui les gens attendent bien davantage d'une ville, en particulier si elle cherche à attirer ceux qui sont ambitieux, talentueux, doués et qui ont le goût d'entreprendre. La ville se doit d'être une expérience sensorielle et psychologique satisfaisante.

Un glissement est par ailleurs en train de se produire. Le design, l'écologie, les arts, les avocats de la culture et les experts en infrastructures soft (fluides, souples) ne sont plus tenus de justifier la validité de leurs recherches, comme c'était le cas dans les innombrables études consacrées à « la valeur

du design et des arts». Aujourd'hui le questionnement est : « Combien coûte le mauvais design? », « Combien cela coûte-t-il de ne pas intégrer les arts dans le développement urbain? », « Quel est le coût de l'absence de prise de conscience culturelle et de compréhension de la diversité? », ou encore « Quels sont aujourd'hui les coûts induits imputables au manque de prise de conscience écologique? ». Les communautés concernées par le design, les arts ou l'écologie, n'ont plus à se justifier, les questionnements sont dorénavant renvoyés à l'autre bord. Ceux qui ne veulent pas accroître l'usage du design et des pratiques artistiques dans les approches de développement d'une ville doivent motiver leur refus.

Pour les « leaders urbains », le problème réside dans le fait que la gestion de la ville s'organise selon des fonctions traditionnellement définies : le logement, les parcs et jardins, la santé, la police, les transports, etc. Aussi importantes que soient ces fonctions, on n'y trouve pas de responsables en ce qui concerne les autres problématiques transversales dont il est ici question. Certains les considèrent comme relevant du « marketing », mais ces enjeux sont bien trop importants pour être laissés aux spécialistes du marketing. Un autre problème vient s'ajouter à cela, qui est que les enjeux « iconiques » ou l'ambiance générale d'une ville sont difficiles à évaluer et à comparer, et beaucoup s'efforcent d'appliquer une grille simpliste de classement. Parmi les notions-clés on trouve :

- la compréhension et l'utilisation de la dimension « iconique » ;
- la prise de conscience en ce qui concerne le design ;
- la prise de conscience écologique ;
- la reconnaissance du pouvoir de la pensée artistique ;
- le niveau de profondeur culturelle d'un lieu ;
- la qualité de son atmosphère générale et de l'expérience vécue ;
- la richesse des associations et la résonance du lieu ;
- la capacité de la ville à créer des réseaux ;
- la communication et les aptitudes linguistiques.

Comparaisons entre Paris et d'autres villes

Réalité et bruit médiatique – image et perception

Toute ville est une composition mixte d'images et de réalité, les choses sont peu claires, on voit moins que la moitié de l'image, notre vision est sélective. C'est encore plus vrai de Paris, de Shanghai ou de Tokyo du fait que nous n'en comprenons pas les langues et que la prédominance de l'anglais crée un avantage pour Londres ou New York.

Nous voyons ce que nous voulons voir, ou plutôt nous passons l'information au filtre de nos propres clés de lecture et de nos expériences. Cela est particulièrement vrai des étrangers, des visiteurs professionnels, des touristes et des travailleurs en transit, mais aussi des commentateurs médiatiques. Toutefois, leur perception détermine collectivement et fortement la réputation et la résonance mondiale d'une ville. Par essence, ils en deviennent les ambassadeurs ou les détracteurs, et l'ensemble combiné de leurs anecdotes – dont quelques-unes montrent une certaine acuité de l'analyse mais dont d'autres se réduisent à des clichés creux –, raconte l'histoire de la ville. Même l'expérience vécue des résidents est spécifique et partielle. Le Paris d'un banlieusard diffère radicalement de celui d'un habitant du Marais. La ville est différente selon que vous apparteniez aux classes supérieures ou modestes, selon que vous soyez plombier ou homme politique, piéton ou automobiliste.

Notre expérience d'un lieu est fragmentée, elle se compose d'expériences vécues, de souvenirs réels, d'on-dit, de la connaissance que nous avons de son histoire, d'un bâtiment, d'une photographie, d'impressions de seconde main qui peuvent être des histoires racontées, des commentaires médiatiques ou encore des personnages de films, une chanson, un musicien, une tradition intellectuelle, ou les élucubrations de fashionistas toujours à l'affût du nouveau et du branché. De plus en plus, on se confronte également à l'image projetée par les spécialistes en marketing, dont la difficile tâche est tout à la fois de renforcer le cliché et en même temps de le subvertir. Paris reste rattaché à l'amour et à la romance, New York au buzz et à l'énergie, Rome est lié à la grâce décadente et au style, Londres à l'excentricité et à l'informel, Berlin à la notion de réémergence et au potentiel qui ne demande qu'à s'accomplir. Shanghai est l'étoile montante de l'Est; Vienne la majesté et l'ancien monde perdu, agrémentés d'une nouvelle touche branchée; Sydney est la ville «sans problème», elle a la fraîcheur du monde nouveau. À Londres ce sont les autobus rouges, New York les taxis jaunes, Paris les cafés et les bistrots à chaque coin de rue.

En totalité, cela construit un univers d'associations. Souvent démodées. Vienne sera pour toujours associée au Troisième Homme et à la guerre froide, Chicago à Al Capone, Rome à Vacances romaines, Amsterdam aux tulipes, Berlin reste «pauvre mais sexy». Il y a là beaucoup de choses vraies, mais aussi totalement fausses. Lorsque l'on s'adresse à des personnalités éminentes des villes, on s'étonne de constater combien les vieilles impressions et associations perdurent malgré le passage du temps, et combien ces perceptions tirent les villes en arrière, particulièrement lorsqu'elles cherchent à se réinventer.

Lorsqu'on arrive effectivement dans un lieu, on ne l'évalue en général qu'à partir de son aspect extérieur, de sa configuration physique, de son aspect et de ses boutiques, bureaux, bâtiments prestigieux et de son habitat ordinaire. Notre perception des habitants et de leurs activités se surimpose à cela. On en ressent la vibration. Par exemple, les vestiges d'une présence impériale nous gardent à distance et nous repoussent. On se sent tout petit et sans importance, comme si la ville ne nous aimait pas; c'est pour cette raison que le fait d'adoucir et d'humaniser les grands ensembles architecturaux dans une ville, comme cela fut fait avec la pyramide du Louvre,

ou d'ouvrir davantage les lieux, par exemple pour des nocturnes, est d'une importance cruciale. Une forte densité de rues donne, par contraste, une sensation d'activité, de travail, d'affairement et d'échanges, et procure un sentiment d'intégration, de vie quotidienne. Un monde crasseux de graffiti crée une sensation d'incertitude mais peut aussi renvoyer à une effervescence underground prête à exploser. Les meilleurs lieux sont ceux qui suscitent un monde riche d'associations et qui combinent l'impressionnant, l'iconique et le symbolique au banal mais bien fait, et au moins séduisant. Par les médias, nous connaissons souvent les lieux avant même d'y être allés. Moi-même, j'étais allé à New York en esprit bien avant de m'y rendre en personne pour la première fois.

Les villes sont opaques

Les villes sont opaques car nous ne connaissons que trop peu de chose sur les lieux où nous vivons, où nous travaillons et que nous visitons. Nous ne savons rien de ce qui se passe en coulisses ou sur les différentes scènes de la ville. Les habitants sont-ils tristes et déprimés? Luttent-ils dans leur vie quotidienne? Existe-t-il des tensions politiques, trop de riches et trop de pauvres? Sans un sens aigu de l'urbanisme, qui est l'art et la science de comprendre le fonctionnement d'une ville, nous restons en dehors de la plupart des événements.

La ville est un organisme complexe. Un savoir limité et le manque d'éducation culturelle conduisent à des erreurs d'interprétation, dans la mesure où on ne sait pas décoder les particularismes culturels. On peut prendre l'ironie pour de la grossièreté, la timidité pour de l'arrogance. La plupart du temps, on simplifie la complexité en ayant recours aux clichés. Et, à partir de là, on en déduit une «réalité» qui n'est qu'un mélange de réel, de perception et d'ignorance. Il s'agit là d'une vision sélective, superficielle et incomplète. C'est le monde où nous nous trouvons.

Que sont Londres, Paris, Berlin? On ne voit Paris que superficiellement, de façon brouillée. On se tient en retrait, même lorsque l'on se trouve à proximité. La plupart de temps on reste à distance.

Une étude très restreinte sur la notoriété des personnalités culturelles françaises les plus en vue dans les domaines du théâtre, de la littérature, de la mode, du design, de l'architecture et du cinéma a révélé une certaine grille de lecture. Ce qui est remarquable chez beaucoup de ces personnalités c'est leur façon de croiser et de combiner les disciplines – la photographie, le film, le son, l'installation ou la peinture –, ce qui suscite un sentiment d'inconfort. Citons parmi ces créateurs : Sophie Calle, Christian Boltanski, Xavier Veilhan, Valérie Mréjen pour les arts visuels. Pour la littérature Michel Houellebecq, Anna Galvalda, Marc Levy, Christine Angot, Emmanuel Carrère, Régis Jauffret. Pour le cinéma Xavier Beauvois, Cédric Klapisch, Michel Gondry, Guillaume Canet, Jacques Audiard, Danièle Thomson. Pour le théâtre Ariane Mnouchkine, Olivier Py, Robert Hossein, Patrice Chéreau, Jean-Michel Ribes. En musique Benjamin Biolay, Mathieu Chedid, Daft Punk, Justice, Grand Corps malade, Benabar, Bruno Mantovani. En architecture Jean Nouvel, Dominique Perrault, Christian de

Portzamparc, Patrick Bouchain, Jean-Michel Wilmotte, Yves Lion. Pour le design Robert Brou, Matali Crasset, Serge Bensimon.

Des personnalités inconnues de beaucoup. Pourtant, lorsque les gens interrogés ont découvert qui ils étaient et ce qu'ils avaient réalisé, beaucoup ont dit : « ces gens sont vraiment intéressants. Je dois me documenter sur eux ». Cela est peut-être vrai pour toutes les cultures, mais la prédominance, encore aujourd'hui, du monde anglo-saxon et le fait que les Français traduisent et importent davantage vers la France qu'ils n'exportent leurs créations, peut suggérer qu'une étude menée dans l'autre sens aurait donné de meilleurs résultats.

Les richesses de Paris sont cachées et invisibles. L'aspect matériel de la ville se substitue souvent à ce que Paris est vraiment. La plupart des gens ont leur propre préconception de Paris. Leur Paris est contenu dans les limites du périphérique. Beaucoup n'ont pas la moindre idée de ce que veut dire la notion de Grand Paris. Veut-on dire par là que Paris est prestigieux ? Leur Paris se résume à cet objet urbain magnifique, dont la structure urbaine a été à l'évidence bien planifiée, plus peut-être que n'importe quelle autre ville-monde, combinant le majestueux et l'impérial, le bourgeois et l'haussmannien, l'ultramoderne à l'occasion, et une trame urbaine finement tissée, et plus rarement le chaotique.

Le poids du passé

Ironiquement, la beauté de Paris peut poser problème. Ce qui est parfaitement composé et solennel semble être achevé, complet, et paraît ne pas devoir être dérangé. La beauté réalisée et le désir de récréation inventive peuvent se révéler incompatibles. La beauté peut inspirer ou écraser. Créer cette beauté participait de la créativité d'hier, qui est aujourd'hui devenue classique. Au pire, cela peut conduire à une « muséification » et au syndrome du « Paris précieux ». Ainsi le poids de l'histoire est à la fois un problème et une occasion, comme c'est le cas pour Vienne, et peut-être aussi pour Londres.

Paris a un attrait et une réputation tels en ce qui concerne son passé que cela obscurcit ses initiatives actuelles et peut gêner son développement. La vibration de Paris est raffinée, peut-être trop, trop ordonnée, cultivée, exclusive. Exclusive au sens de l'élégance dans le vêtement, les parfums, la nourriture, mais exclusive aussi au sens d'une fermeture qui n'inclut pas tout le monde. Paris peut apparaître distante, malgré le tohu-bohu de ses rues.

Les personnalités créatives recherchent souvent, au contraire, des endroits et des espaces non encore totalement achevés où ils peuvent, par leurs actes, construire et façonner la ville, sa vibration, sa résonance. C'est pour cela qu'ils sont attirés par la flexibilité et les vastes espaces ouverts des anciennes implantations industrielles, grandes ou petites friches. Le désordre peut donc avoir un attrait supérieur, car il reste à façonner.

Que fallait-il faire pour conserver à Paris sa réputation de ville créative ? Conserver la vieille usine Renault de l'Île Seguin et la transformer

en une sorte d'usine de la création mondialisée du nouvel âge, sale, râpeuse, inachevée, qui aurait attiré des créateurs venus du monde entier dans un mélange interculturel animé. C'aurait pu être un centre de production culturelle, aux espaces bon marché loués en baux de courte durée, à l'infrastructure souple, équipé de supports pour les réseaux de communication et dirigé selon un processus évolutif. On pense ici à Brick Lane à Londres, et à la zone de la Truman Brewery. À l'inverse, est-ce que les projets actuellement en cours, avec leurs tours scintillantes et leurs institutions culturelles bien définies, susciteront la créativité et amélioreront la réputation de Paris? Je crains d'adhérer plutôt à la première proposition, mais cette approche informelle ne cadre pas avec le style représentatif de développement culturel qui domine à Paris, comme on peut le voir dans la création du MAC/VAL, ou même du CentQuatre. Ce dernier, abrité dans un ancien bâtiment parfaitement conçu des Pompes funèbres, donne une impression plus cérémonieuse que décontractée. Le processus créatif urbain requiert une attitude beaucoup plus relaxée en ce concerne les relations entre le commercial et le subventionné, à l'encontre de cette attitude qui semble impliquer que l'«art véritable» et la «créativité» fonctionnent dans des mondes séparés. Cela met aussi en lumière le besoin de rééquilibrage entre l'ordonnancement et le fouillis.

Le tourisme et son essor inexorable renforcent encore le problème des lieux de créativité. Il souhaite que les choses restent telles quelles. Les besoins du tourisme peuvent «gélifier» une ville, tout en renchérissant les prix. Le tourisme peut submerger, faire sombrer, épuiser un lieu et lui ôter toute identité. Les touristes apportent des ressources financières et soutiennent les populations qui travaillent dans ce domaine, mais, pour l'essentiel, ils se contentent de regarder et de s'émerveiller.

Il y a quinze ans, en collaboration avec Sir Peter Hall et Llewellyn Davies, j'ai entrepris une étude comparative des villes-mondes, car Londres s'inquiétait de son déclin relatif si l'on en croyait les groupes d'évaluation consultés à travers le monde. À l'époque, Paris était considérée comme la «capitale culturelle» par excellence si on l'évaluait de façon exhaustive, particulièrement en tenant compte des institutions culturelles subventionnées, de la culture contemporaine et de l'innovation. Paris montrait déjà une faiblesse concernant les industries de la création par rapport à New York et Londres, en lutte pour la première place. La stratégie de développement dans ce domaine était alors d'une grande faiblesse à Paris, tandis que Londres, s'appuyant sur ses forces existantes, commençait au début des années 80 à mettre en place ses stratégies de développement des industries culturelles (cf. mon article «Lineages of the Creative City», www.charleslandry.com).

À cette époque, pour un étranger à Paris, la ville semblait déjà s'effondrer sous le poids et la grandeur de son passé. Et pourtant, les noms des personnalités culturelles parisiennes venues du cinéma, de la musique, de la littérature, venaient facilement aux lèvres et avaient beaucoup d'écho. Ces grandes figures illustraient tous les domaines de la sphère culturelle, la Nouvelle Vague, le street art, la danse conceptuelle, la poésie sonore, la mode, la philosophie postmoderne, l'effondrement du «grand récit», et bien sûr beaucoup d'autres mouvements encore auparavant. Et de nouvelles icônes culturelles continuaient d'émerger : Gérard Depardieu, Christophe Lemaire, Philippe Starck, etc.

Puis, d'une façon ou d'une autre, la vitalité culturelle, vue de l'extérieur et jugée par le monde des critiques culturels, a semblé se faner, accompagnée du message selon lequel il ne se passait plus rien à Paris. On disait que Paris était autoréférentielle, trop centrée sur son monde interne, ne se connectant pas et ne se mélangeant pas suffisamment avec ses communautés immigrées, incapable de délivrer un message plus vaste au monde. Pourtant, on peut remarquer que la culture états-unienne se focalise elle aussi sur son univers interne. Mais peut-être qu'étant donné son passé les attentes vis-à-vis de Paris sont supérieures.

Le phénomène urbain et ses menaces pour Paris

Paris fonctionne au cœur d'un contexte significativement plus vaste.

- L'essor du phénomène urbain, combiné aux transports aériens à bas coûts, a ouvert à tous un monde de villes à découvrir, particulièrement pour ceux que la plage ennue. Cela se fait au désavantage de Paris.

- En dépit de ses atouts, Paris n'est pas quelque chose de neuf, une découverte, on croit déjà connaître Paris.

- Après 1989, quantité de villes célèbres ont ré-émergé, chacune cherchant la reconnaissance. Prague fut la première à sortir du blocus; puis Berlin et Vienne, jusqu'alors contenus dans leurs coins géographiques, ont acquis une nouvelle centralité et se sont changées en portes d'accès vers l'Est et le Sud-Est, et vers Moscou. Des villes du deuxième niveau ont également attiré les visiteurs – Saint-Petersbourg, Budapest et Cracovie, et même celles du troisième niveau – Ljubljana, Tallinn et Riga. La compétition est plus forte aujourd'hui pour Paris.

- Le glissement vers l'Asie et vers les pays de l'Est, et l'ouverture de la Chine, ont amené de nouveaux acteurs sur le devant de la scène : des villes immenses, mais peu renommées pour leur culture et la créativité, parmi lesquelles Shanghai, Pékin, Bombay et New Delhi. Elles menacent l'Europe et l'Amérique ensemble.

- La compétition mondialisée s'est intensifiée tandis que les nations mettaient en avant leurs villes. Ainsi, chaque ville ayant quelque ambition cherchait à figurer sur la scène mondiale. En plus des villes déjà mentionnées, la culture est devenue un enjeu majeur dans des lieux aussi divers que Melbourne, qui combat Sydney; Tokyo, qui tente d'échapper à l'hégémonie chinoise; Bombay, qui améliore son statut financier grâce à Bollywood; Toronto, qui veut se soustraire à l'ombre de Montréal et de New York et devenir le centre canadien des transactions mondiales. Toutes ces villes ne sont pas des «centrales de pouvoir» globales, mais chacune participe du parcours mondial. Chaque lieu veut paraître incontournable et beaucoup font partie de ces circuits internationaux.

- L'essor des villes de second niveau constitue une menace pour celles du premier rang. Parmi celles-ci on peut citer : Copenhague, Helsinki,

Barcelone, Stockholm, Turin, Zurich, Munich et beaucoup d'autres. Elles ont une richesse culturelle et elles ont intégré le répertoire du développement culturel. Elles sont plus petites et souvent plus faciles à vivre, plus intimes, combinant l'impression de vie villageoise avec des connexions mondialisées. Elles sont bien dessinées, et sont de plus en plus perçues comme branchées.

Prises ensemble, ces tendances nous rappellent qu'il y a davantage de joueurs dans le « jeu culturel ». La culture, c'est-à-dire ce qui en vaut la peine, ne se définit plus dorénavant selon des critères euro-centrés. Paris n'est pas seule à souffrir, New York souffre aussi, s'inquiétant du glissement qui s'opère vers l'Asie.

L'opérateur culturel mondialisé

Les acteurs culturels sont en général des opérateurs internationaux par excellence. Ils fouillent le monde à la recherche d'inspiration et d'idées. Ils échangent et s'interconnectent. Ils possèdent souvent des identités multiples, hybrident leurs pratiques artistiques et eux-mêmes : l'Algérien de Paris, l'Iranien de New York, l'Irakien de Berlin, ou le Nigérien de Londres. Les acteurs culturels les plus actifs se sentent souvent chez eux dans n'importe lequel de ces centres culturels mondialisés, et c'est tout à leur honneur. La culture, qu'elle soit financée, subventionnée ou commerciale, relève du monde des affaires globalisé, et que ce soit dans la culture dominante (mainstream), sur la scène alternative ou chez les artistes émergents, ces acteurs culturels ont fait de la planète entière leur terrain de jeu. Pour les attirer, il faut créer des pôles de création mondialisés et réduire ce qui pourrait les gêner dans leurs activités.

Toutes les grandes villes sont à la fois subjuguées et inquiètes de ce phénomène interculturel. Londres est vue comme tout aussi ouverte que New York et Toronto, et Paris est perçue par beaucoup comme plus restrictive. Cela passe aussi bien par la difficulté à obtenir un visa, pour ceux qui ne sont pas membres de la Communauté économique européenne, que par les délais nécessaires à la création d'une entreprise. À Londres, on peut créer son entreprise en 24 heures, à Paris, cela prend beaucoup plus de temps. La fluidité des connexions et la facilité dans les transactions sont aussi des outils compétitifs importants. C'est peut-être la raison pour laquelle quelque 180 000 Français se sont installés à Londres. Mais il faut noter que Londres comme New York sont en train de mettre en place des barrières à l'entrée dans leurs pays.

Une autre dimension importante est la façon dont on vous reconnaît et vous accepte en tant qu'individu. Dans de nombreuses villes, et Amsterdam, Londres et New York en sont de bons exemples, vous pouvez être ce que vous voulez être, et l'on vous juge davantage sur vos performances que sur vos diplômes. À Paris, selon certains, il est moins facile de changer de métier et de statut. Votre diplôme semble compter davantage que ce que vous êtes et ce que vous savez faire.

Tout comme les individus et les entreprises, les institutions culturelles se mondialisent et se transforment en marques. Cette politique, initialement menée par le Guggenheim sous la direction de Thomas Krens, a été

rapidement imitée par la Tate à Londres, le musée de l'Hermitage de Saint-Pétersbourg, qui s'est retrouvé hébergé dans un hôtel de Las Vegas, et le Louvre et son projet pour Abu Dhabi.

Instantanés de villes

Ces instantanés sont brefs. Ils tentent de ramasser en quelques phrases des points essentiels et des composantes de la scène culturelle de villes mondialisées dont Paris doit tenir compte. Ils sont surtout destinés à amorcer la réflexion. Chaque ville décrite ici mériterait un compte rendu détaillé spécifique. Ce qu'il est important de noter c'est que toutes les grandes villes utilisent les institutions et les activités culturelles, les industries de la création, l'architecture et l'urbanisme, comme des moyens de projeter une identité et une singularité, de fournir des occasions de création de richesse et de donner l'image d'une ville dynamique tournée vers l'avenir, procurant une expérience riche et diversifiée. Ces instantanés montrent également qu'il existe à présent de très nombreuses villes qui sont en compétition culturelle avec Paris, alors qu'il y a une vingtaine d'années, elles se limitaient à quelques-unes.

Dans un monde dominé par la nouveauté, les nouveaux venus chinois et indiens possèdent un pouvoir d'attraction et une séduction tout particuliers. Tout le monde veut s'impliquer et participer à ce glissement de l'axe du monde. Là, il y a une histoire, des tensions à résoudre, des passés cachés qu'il faut révéler et tout un monde à voir avec leurs regards. Cela donne à l'art chinois par exemple, associé à Pékin et Shanghai, une dimension incontestable et nouvelle. Dans le même temps, s'y développent ces infrastructures économiques de soutien que sont les foires d'industries culturelles, les foires d'art contemporain et les sociétés de ventes aux enchères. En fait, six des dix artistes vivants les plus chers du monde sont Chinois.

Plus important, ces nouveaux venus sont moins plombés par une infrastructure culturelle existante, et ont mêlé plus facilement les industries commerciales à leurs stratégies culturelles, pour le meilleur et pour le pire. Pour prendre un exemple extrême, Shanghai, prenant modèle sur la ville à laquelle elle est jumelée, Manchester, est en train de mettre en place quatre-vingts zones planifiées (clusters) destinées aux industries de la création, dont les plus connues sont 1933, M50 art gallery cluster, Shanghai Soho Project dans le district de Yangpu et «Jumenlu» dans le district de Luwan. Pékin a également planifié des «zones de création», comme le 798 Art Zone ou Caochondi. La question centrale est de se demander si une zone planifiée peut générer de la créativité. Bien que beaucoup se passionnent pour la Chine comme lieu où se passent les choses, il semble que quelque chose manque. De l'avis général, il faudrait créer un environnement physique et des dispositifs facilitant les conditions propices à la création. De vraies inquiétudes se font également jour dans la mesure où la démocratie et la créativité sont toujours de bons partenaires.

Les villes chinoises, particulièrement Hong Kong et Shenzhen, ainsi que des lieux comme Xian, Nanjing, Tianjin, Qingdao se calent toutes

sur le même modèle et considèrent le secteur culturel comme partie prenante de leur stratégie de « puissance douce » (soft power) au niveau mondial.

Toutefois, à des degrés divers, toutes les villes chinoises tentent de rattraper leur retard en construisant l'infrastructure nécessaire à « l'expérience », qui inclut avant tout le shopping et les marques internationales, associés à des conditions de vie branchées, de la gastronomie aux clubs, et au design haut de gamme. En termes esthétiques, un vernis chinois recouvre tout, et ce qui fonctionne le mieux aujourd'hui ce sont les produits distinctement chinois et les services, d'abord associés aux biens de consommation puis, de plus en plus, aux productions culturelles – qui vont des films de genre chinois à l'industrie de la mode. Une partie de cette stratégie englobante repose sur l'architecture et on y retrouve un mélange inhabituel de « starchitectes » internationaux et de nouveaux architectes stars chinois qui façonne le paysage urbain. On ne peut pourtant pas affirmer que le résultat général soit une grande réussite esthétique, comme le montrent les villes congestionnées. Un autre aspect de cette « mise à niveau » consiste à construire le répertoire habituel de musées, galeries et autres lieux destinés aux spectacles.

Bien que nous parlions ici de l'une des plus anciennes cultures du monde, l'impression générale est celle de la nouveauté. Soit dit en passant, la plus belle collection d'art traditionnel chinois se trouve, pour des raisons historiques, au Musée national de Taïpei.

Voici quelques exemples pour simplifier. Shanghai a explosé sur la scène comme une revanche. Son attrait vient de ce que cette ville est incroyablement ambitieuse, futuriste, qu'elle joue sur la confrontation de l'Orient et de l'Occident et tire profit des clichés qui la caractérise comme une ville « radicale chic » et une sorte de Paris asiatique. Sa puissance économique et ses capacités à acheter et à investir en font une destination indispensable pour toute personnalité culturelle chinoise en devenir. De plus en plus d'acteurs culturels étrangers s'y installent, les artistes, galeries, sociétés de ventes aux enchères jusqu'aux entreprises de design et aux médias. Bien qu'une bureaucratie complexe rende les transactions difficiles, beaucoup souhaitent participer à ce monde « où les choses se font » et où tout « arrive dans un rythme endiablé ». En réalité, il n'y a que peu de courtoisie informelle dans cette ville, il reste des vestiges du Shanghai passé mais ceux-ci disparaissent de plus en plus vite sous l'effet du développement immobilier des tours, et souvent l'ancien est recyclé sous forme de pastiche, comme on le voit dans quelques-unes des anciens quartiers internationaux. Quoiqu'en partie dysfonctionnels, les réseaux de trains et de métro s'y mettent en place avec une rapidité étonnante, et le nouvel aéroport de Shanghai Hongqiao Airport & Transport Hub semble promis à devenir une icône du nouveau monde.

Pékin, centre du pouvoir politique, a éclaté comme une bombe dans l'ère moderne et continue la compétition avec Shanghai. Les Jeux olympiques de 2008 ont marqué son entrée dans la compétition des villes-globales. Elle se concentre également sur les problématiques de soft power. C'est la capitale politique, mais elle considère la présence culturelle comme cruciale pour la poursuite de ses ambitions mondiales. La « vivabilité » reste son point faible, il y a à présent six périphériques qui encerclent une ville

congestionnée et sur le point de dysfonctionner. Les manifestations les plus récentes de ses ambitions culturelles incluent le Grand Théâtre national, connu sous le nom d'Œuf, et conçu par l'architecte français Paul Andreu.

Historiquement connue pour son commerce florissant, son consumérisme, son énergie et sa dureté au travail, l'atout de Hong Kong tient à la vitalité de ses rues. C'est un lieu où l'ancien et le moderne se confrontent sans difficulté. Il est facile d'y circuler et c'est le point d'entrée « sûr » de la Chine, où l'on parle couramment anglais. Comme toutes les villes portuaires, il a un attrait particulier et bénéficie d'un site spectaculaire. C'est la ville chinoise la plus diversifiée, où l'on mange bien dans la mesure où sa population chinoise est venue de partout. Hong Kong essaie de grimper sur l'échelle des valeurs, elle développe et renouvelle son infrastructure culturelle en copiant le répertoire occidental, mais avec un biais plus commercial. Le vaste projet culturel pour le Kowloon District est sa façon de se propulser sur la scène mondiale. Parallèlement, la ville tente de devenir une sorte d'entrepôt culturel par le biais des foires et en mettant en place des spécialités de niche, comme de devenir le centre asiatique des transactions pour le commerce du vin de qualité.

Le vice-président Xi Jinping a fait une déclaration très intéressante en mars 2011. Il a souligné que la prolifération dans toute la Chine de prestigieux équipements culturels devait être stoppée, et a recommandé vivement aux gouvernements locaux d'arrêter la poursuite aveugle de ces projets liés à l'image des villes. « Ces « projets liés à l'image » luxueux et superficiels gaspillent l'argent et le travail des populations [...]. L'obsession des officiels pour les projets d'image abîme profondément la crédibilité du parti [communiste] et du gouvernement et affecte leur travail. Il est urgent de rectifier cela. » Xi a écrit que « les personnalités officielles à tous les niveaux devraient travailler pour le bénéfice du peuple, plutôt que de concentrer leur attention sur leurs images afin de s'auto-promouvoir. »

Tokyo reste une plateforme et un centre crucial de l'économie de la créativité du fait de son industrie commerciale gigantesque qui inclut Sony, Panasonic, Canon, entreprises qui ont inventé la plupart de nos façons de consommer la culture mondialement, et particulièrement du fait de ses technologies basées sur des formes de divertissement populaires comme la Playstation. L'impact culturel plus profond de Tokyo vient probablement de son esthétique unique qui se manifeste dans différents domaines : ceux de la mode, et spécialement de la mode de la rue, de ses dessins animés et de sa tradition du manga. Deux des trois figures marquantes de la mode japonaise, Comme des Garçons et Yoji Yamamoto sont basées conjointement à Paris et Tokyo, et Issey Miyake était auparavant basé à Paris. La mode de la rue extrêmement vivante à Tokyo rivalise avec celle de Londres. En fait, elle est sans doute plus importante et inclut fréquemment la collaboration d'artistes. Harajuku et Ometosando, avec leurs boutiques miniatures, restent des lieux de promenade de renommée internationale où les tendances naissent et dont les récents styles incluent « ganguro », « gothic lolita » et « kogal ». L'influence immédiate de cette mode de la rue se retrouve en Chine, en Corée du Sud et à Taiwan, mais elle façonne également l'esthétique mondiale.

Les secteurs du dessin animé et du manga japonais font preuve de la même énergie et apparaissent comme des industries culturelles per se. Elles influencent le développement du cinéma aussi bien que l'art lui-même. Takashi Murakami est l'exemple le plus parlant de ce brouillage des frontières entre le « grand art » et l'art populaire (high and low art). Tokyo a dessiné et souvent redessiné le paysage culturel de la fin du XX^e et du début du XXI^e siècle.

La ville a souffert de l'éclatement de la bulle financière qui a éclaté au début des années 1990. En 2004, dans le district financier de Tokyo, la valeur des propriétés de première qualité s'élevait à 1 % (!) de sa cote au sommet de la bulle spéculative. Jusqu'à cette période, la ville avait construit de nombreux équipements culturels dont beaucoup n'étaient que des contenants sans contenu. La crise financière mondiale plus récente et l'accident de Fukushima ont réduit les investissements culturels. Le projet le plus ambitieux récemment achevé est le « Art Triangle Roppongi », qui regroupe le Mori Art Museum, le National Arts Centre et le plus ancien Suntory Art Museum. Le Mori fait partie de la « Artintelligent City » qui a donné au musée son nouveau concept, en le logeant au 50^e étage avec un accès vers la tour panoramique, ce qui rendait la traversée du musée obligatoire et lui permit d'afficher immédiatement le chiffre de 2 millions de visiteurs.

Singapour paraît sage si on la compare avec Tokyo. Mais elle a fait preuve d'une grande finesse dans sa stratégie vers une prééminence mondiale et joue dans une catégorie bien supérieure à son poids. Elle est consciente du répertoire culturel et copie les modèles européens dans sa quête d'une réputation de haut niveau culturel ; à cet effet elle conjugue à l'organisation d'événements comme le Singapore Arts Festival, la construction d'institutions culturelles comme l'Esplanade. Elle fait preuve d'une stratégie de « ville créative » et est consciente que son manque relatif de vitalité artistique menace son attractivité « d'entrepôt mondialisé ». Ce sera extrêmement difficile pour cette petite île-état, avec sa population limitée, ses politiques sociales plutôt restrictives et son atmosphère de sur-planification et de culture corporate (culture d'entreprise), de parvenir à influencer la culture sur une échelle plus vaste. Bien que son offre pour le shopping, comme sur Orchard Road, reste très animée ou que cette copie de Las Vegas qu'est la nouvelle station balnéaire de Marina Sands basée sur une économie de casino, soit superficiellement impressionnante ; l'expérience du lieu, dans son ensemble, se résume à un univers de marques sans grande singularité culturelle propre. À Singapour, il y a peu d'animations de rue relevant d'une activité culturelle ou artistique. Tout semble organisé à partir du sommet (top down). Même le projet One North East, avec son Biopolis et son Fusionopolis donnent une impression de stérilité, bien qu'y soient associées des institutions mondialement reconnues comme le MIT ou la John Hopkins University. Ici, presque rien ne paraît « singaporien », en revanche s'y manifestent un internationalisme d'entreprise bien organisé et compétent et une bonne dose de mondialisation dans toute sa fadeur.

Parmi les pôles centraux les plus importants du Moyen-Orient, Dubaï et Abu Dhabi méritent d'être mentionnées. Dubaï s'est perdue en chemin (cf. mon étude de cas dans *Art of City Making*). Son ascension fulgurante, fondée sur le consumérisme et le tourisme a créé un univers de

parc à thème, de culture de loisirs prédigée qui n'offre pas grand-chose en termes de profondeur culturelle. La Palm Island et les projets de constructions gagnées sur la mer, aujourd'hui à l'arrêt du fait de la crise financière mondiale, étaient novateurs et impressionnants. Les tours Burj Al Arab et Al Khalifa, ou le secteur Al Madinah, sont étrangement attirants, tandis que les nombreux centres commerciaux qui proposent les marques internationales n'ont aucune identité propre, même s'ils peuvent attirer passagèrement les voyageurs en transit venus du monde arabe ou du sous-continent indien, ou encore les touristes européens. Du point de vue de l'urbanisme, Dubaï est un échec, qui témoigne d'une incompréhension du fonctionnement d'une ville. Elle fut construite trop vite et semble déjà datée, c'est une ville dont tous les éléments ont le style d'une époque. Aussi excellentes qu'aient été les intentions de Dubaï en développant des quartiers intégrés et spécialisés comme Dubaï Media City, Dubaï Internet City, toutes deux des zones hors taxes, ou encore Éducation City et Festival City, décrite comme « une station balnéaire de front de mer permettant un style de vie international de très haut niveau », ces quartiers restent dénués de connexions extérieures fortes et ne pourront pas susciter la vitalité culturelle. Pas plus que la création d'événements comme Art Dubaï ou Dubaï International Film Festival, car il n'existe quasiment pas de production locale. Dubaï fonctionne simplement comme un écrin. Se superpose à cela une structure sociale contraignante qui ne permettra pas à la ville de fonctionner comme un centre d'échange d'idées et de développement culturel. La ville-état, avec 14% de sa population venue des Émirats, est déséquilibrée par les travailleurs temporaires souvent regroupés dans des campements qui constituent plus de 50% de ses habitants, le reste étant composé d'expatriés divers. Il n'y a là que peu d'Arabie.

Abu Dhabi est la ville des projets les plus spectaculaires, et sa stratégie pour s'affirmer sur la scène mondiale consiste en des prises de position ambitieuses qui surpassent les attentes. Abu Dhabi a les moyens de concrétiser ses ambitions et s'est inquiétée du type de développement de Dubaï, auquel elle cherche une alternative. Deux thématiques dominent : les énergies alternatives renouvelables, centrées autour du développement d'Al Masdar – et cela bien qu'Abu Dhabi possède les ressources en pétrole et en gaz parmi les plus importantes du monde – et la « grande culture ». Le méga projet culturel d'Abu Dhabi, celui de Saadiyat Island, est destiné à attirer toutes sortes de gens et abritera lorsqu'il sera achevé dans une vingtaine d'années quelque 150 000 habitants, l'île sera reliée à Abu Dhabi par deux autoroutes à dix voies. C'est un univers distinct du cœur historique d'Abu Dhabi.

L'intention est de faire figurer Abu Dhabi sur la carte culturelle mondiale, mais davantage au sens de la consommation et de l'image qu'à celui de la production. La communauté mondiale des « starchitectes » s'est lourdement investie. Les projets qui suivent, dont la plupart seront achevés entre 2013 et 2015 ont été lancés et sont en retard : un musée Guggenheim dessiné par Frank Gehry d'un coût approximatif de 400 millions de dollars. Un musée du Louvre dessiné par Jean Nouvel. À titre d'exemple, le Louvre a reçu 525 millions dollars US pour l'autorisation donnée à Abu Dhabi d'utiliser son nom, et 747 millions de dollars supplémentaires pour des

prêts d'œuvres, l'organisation d'expositions et des missions d'expertise en management. Le musée devrait coûter plus de 150 millions d'euros. D'autres éléments du projet de Saadiyat Island sont le Musée de la marine confié à Tadao Ando, le Sheikh Zayed National Museum conçu par Norman Foster, et un Performing Arts Centre et un Concert Hall conçus par Zaha Hadid ; tous ces projets sont à l'arrêt pour l'instant du fait de la crise. Lorsqu'ils seront achevés, ce seront des bâtiments impressionnants, abritant des œuvres et des objets à regarder et contempler, mais on peut douter qu'ils contribuent à l'animation de la scène culturelle.

New York a conservé son emprise comme centre de la culture mondiale, en particulier en ce qui concerne les aspects les plus commerciaux, grâce à son marché artistique complexe et raffiné, sa puissance publicitaire, ses industries de l'édition et de la mode et le dynamisme de sa scène théâtrale. Pour citer un exemple, on estime que cette ville a été la capitale mondiale de la mode pendant la majeure partie des dix dernières années, particulièrement grâce à sa puissance commerciale. Elle propose toutes les expositions à très fortes fréquentations (blockbuster) et les événements que l'on s'attend à trouver dans une capitale mondialisée. De plus, outre les pôles d'attraction connus que sont Chelsea, SoHo, Tribeca, des quartiers nouveaux à fort potentiel apparaissent, tels que Dumbo, Williamsburg et Queens, accessibles depuis le cœur de la ville, qui sont « découverts » à mesure que les personnalités créatives s'y installent, poussés par les conditions économiques liées au développement de l'immobilier. Un élément intéressant est l'initiative plus récente du maire de la ville, Michael Bloomberg, qui souhaite se focaliser sur la « vivabilité » et la restitution des rues aux piétons, en contrôlant davantage et en restreignant la circulation automobile sur Broadway et sur la 42^e rue. De plus, une série de projets à fort pouvoir d'image ont été lancés, comme la High Line de 2,5 km récemment achevée, qui est un espace vert linéaire réalisé sur le site d'une voie ferrée désaffectée s'élançant hors du Meatpacking District, ou encore les circuits pour piétons et pour deux roues aménagés le long des berges de Manhattan. Ces initiatives ont envoyé un message fort, visant à créer l'image d'une ville plus concernée par le bien-être de ses habitants, fournissant un meilleur contexte pour la vie culturelle, tout en soulignant la dimension scénique de la ville.

Londres a vécu une sorte de renaissance culturelle durant la dernière décennie. Elle fut amorcée par l'arrivée de la loterie nationale dont les recettes aidèrent à renouveler les infrastructures matérielles de la culture, comme le British Museum (Sir Norman Foster), la nouvelle aile de la National Gallery (Robert Venturi et Denise Scott Brown), la National Portrait Gallery (Jeremy Dixon) et la création de la Tate Modern dans une ancienne centrale électrique (Herzog & de Meuron). Ce nouveau patrimoine s'est doublé de nouvelles architectures iconiques, comme le Gherkin ou The Shard. Plus important sans doute, le dynamisme récent de la scène londonienne est dû à son multiculturalisme, qui mêle des populations venues à la fois de l'ancien Commonwealth britannique et de la Communauté européenne élargie. Ce mélange fort a donné à Londres une nouvelle impulsion.

La ville a toujours su trouver le bon équilibre entre les activités culturelles commerciales et subventionnées, et comme toutes les capitales culturelles, elle est très présente dans les mondes de la publicité, de la mode,

du design, des médias et du marché de l'art. En fait, de nouveaux événements comme la foire d'art contemporain Frieze ont acquis une renommée mondiale et même des événements de niche, comme l'exposition de design orientée vers l'artisanat Origin, accentuent ce mouvement. Le sentiment est que Londres est la ville qui lance les modes, que c'est un lieu «où l'on peut être créatif», même si les financements publics de la culture sont très contraints. Mais son secteur culturel commercial est tout à fait vigoureux et permet une poussée continue vers l'innovation. De plus, le développement de nouveaux quartiers comme Hoxton, Shoreditch et l'East End au sens large, a permis l'installation de créateurs plus jeunes qui y ont créé de nouveaux milieux, même si ceux-ci sont, comme toujours, menacés par une gentrification qui rend les logements inabordables. L'arrivée des Jeux olympiques en 2012 donnera à la ville, et plus particulièrement à l'est de la ville moins connu, une nouvelle centralité.

Berlin ne se résume pas à la formule «pauvre mais sexy». Il possède une double infrastructure culturelle, reliquat de sa division antérieure entre Est et Ouest, dont l'entretien, par exemple en ce qui concerne les théâtres subventionnés, les opéras et les musées, est la cause de graves problèmes financiers. Mais, avec le temps, on a redécouvert Berlin. La ville est le symbole parfait de la réunification de l'Est et de l'Ouest. On a le sentiment d'une ville non achevée et prête à être reconstruite, et ses habitants ont le sentiment qu'ils peuvent bâtir, façonner, être les co-créateurs d'un nouveau Berlin. Cela fait partie de sa nouvelle histoire et de son attrait, et en termes de perception Berlin a dépassé en notoriété d'autres villes allemandes où la culture est importante comme Munich, Hambourg et Cologne, et s'est imposée au niveau mondial. Comme c'est le cas de l'Allemagne, le pays le plus riche d'Europe, il est inévitable que sa capitale soit au centre de l'attention. Près de la moitié de sa population actuelle ne vivait pas à Berlin en 1989, et cet afflux ininterrompu de nouveaux venus a profondément transformé Berlin en l'internationalisant.

La puissance industrielle de Berlin est relativement faible, et la ville joue sur trois atouts stratégiques essentiels : le premier est d'être la capitale du pays, et donc d'abriter les infrastructures associées à ce rôle; le second ce sont les industries de la connaissance centrées autour de son université et de son système d'éducation; le troisième est la culture et les industries culturelles. La stratégie explicite de Berlin est de se focaliser sur ces trois atouts. Un large pourcentage de ceux qui sont culturellement ambitieux dans le monde germanophone estime qu'il faut être à Berlin, et la ville attire de plus en plus d'étrangers venus non seulement des anciens pays de l'Europe de l'Est mais de partout. La ville est perçue comme l'endroit «où les choses se passent», et abrite une scène alternative très active qui nourrit l'innovation. Les prix relativement bas sont un facteur crucial. La réunification de deux grandes villes signifie que de grands espaces sont disponibles, souvent sous-occupés, et qu'il existe de nombreuses friches industrielles en attente d'être réinvesties. Cela fournit des occasions d'abord pour les artistes, dont le regroupement attire ensuite d'autres talents dans un cycle qui s'autorenforce, créant le buzz.

Moscou et **Saint-Pétersbourg** ont également ré-émergé sur la scène mondiale. Ces deux villes possèdent de riches infrastructures cultu-

relles traditionnelles comme la plupart des anciennes capitales d'Europe de l'Est. L'image de Moscou est celle d'une « capitale bling-bling », tandis que celle de Saint-Petersbourg est majestueuse. Cette dernière vit largement sur ses gloires passées. Sa très vaste infrastructure muséale, qui regroupe quelque cent musées, depuis le mondialement connu Hermitage jusqu'aux musées industriels comme celui du pain, ou aux musées littéraires, en fait inévitablement un ville-musée. Et cela en dépit du prestigieux Mariinsky (anciennement Kirov), scène dédiée au théâtre et au ballet. En dépit de la relative pauvreté de ses habitants et de sa désorganisation, on y trouve suffisamment de ressources pour aider à l'émergence de nouvelles infrastructures de création. Ainsi, Saint-Petersbourg reste pour les touristes une destination nouvelle, à découvrir, plutôt qu'une ville à la pointe de la création mondiale.

Par contraste, Moscou possède l'énergie et la confiance en soi parfois agressive de la nouvelle Russie. Elle a les fondements culturels forts que l'on peut attendre de la capitale du monde slave, qui parfois se qualifie de capitale de l'Eurasie. Un nouveau besoin d'exprimer sa créativité se manifeste particulièrement dans des lieux dédiés à l'art contemporain comme Vinzavo, une ancienne entreprise viticole, ou le Garage, installé dans un ancien dépôt d'autobus. Dans les domaines de la mode, du design, de la musique populaire, Moscou reste un nouveau venu, pourtant, étant donné sa localisation, elle tentera inévitablement de suivre la trace de Paris, de Londres, de New York. D'une perspective internationale, ses points faibles majeurs viennent de sa réputation, de la difficulté d'y effectuer des transactions, et du manque relatif d'organisation du pays.

Madrid a repris sa juste place internationale après la chute de la dictature de Franco et la réaffirmation de son capital culturel. Depuis lors, la ville se projette toujours plus comme la capitale du monde hispanique, même si un continent la sépare de l'univers latino-américain. L'énorme afflux d'immigrés durant les deux dernières décennies a donné à la ville une vitalité différente, et elle a mis en place une politique de « ville ouverte » pour mieux accueillir les étrangers, bien que les choses se soient modifiées récemment. Son patrimoine de musées prestigieux, comme le Prado, a été, comme ailleurs, restauré et étendu, citons par exemple le Reina Sofia et le CaixaForum. Dans le domaine des industries culturelles commerciales, Madrid a dépassé Barcelone dans certains secteurs, comme la musique, dans la mesure où les sièges sociaux des multinationales de médias ont préféré s'y installer. La ville s'est donc affirmée de plus en plus comme le point de référence en Espagne.

Comme New York, Madrid est en train de mettre en place une série de projets de grande ampleur pour améliorer la « vivabilité » de la ville et réduire les nuisances automobiles. Le projet Calle 30, de plus de 30 km de long et, au sein de celui-ci, le projet de Rio 30 qui vise à retrouver le cours naturel de la rivière Manzanares en faisant passer en sous-sol la voie rapide automobile, ont pour objectif de créer des zones de délasserment, et de rétablir l'équilibre naturel de l'environnement madrilène.

Barcelone fut l'une des premières villes à prendre la vague de la renaissance urbaine mondiale à la fin des années 80, on la voyait alors comme l'une des nouvelles capitales culturelles susceptibles de menacer ces

acteurs mondiaux que sont Paris et Londres. La transformation de la ville, d'industrielle en culturelle, a été jugée exemplaire et prise comme modèle de régénération urbaine. Sa stratégie des jardins publics de poche, et particulièrement sa mise à profit d'événements prestigieux, comme les Jeux olympiques, pour définir des cibles de restauration et pour projeter son identité, ont été copiées ailleurs.

L'identité catalane de Barcelone a inspiré sa singularité culturelle et son développement en lui donnant cet aspect esthétique unique, que l'on retrouve dans l'architecture de Gaudi, Montaner, Cadafalch, et dans la peinture de Miró, Dali et Tàpies. C'est historiquement le centre espagnol de la mode, du design, de la musique, mais elle est aujourd'hui concurrencée par Madrid. Bien que la ville ait conservé son dynamisme culturel, elle est en danger d'être submergée par le tourisme, et il a été difficile pour elle de se maintenir à la pointe des tendances. Les résultats du Forum universel des cultures de 2004 sont perçus comme mitigés, comme le développement postérieur du Forum de Barcelone (Herzog & de Meuron) et la zone d'innovation environnante, 22@Barcelona, qui manque de style et évoque trop le monde de l'entreprise. Certains pensent que la ville s'est trop étendue et qu'elle est allée trop vite, oubliant qu'elle savait, autrefois, dessiner de grandes avenues et de magnifiques environnements urbains.

Milan est la ville qui intègre le design sous tous ses aspects dans son tissu culturel et dans sa définition d'elle-même. Milan est la capitale du design en Italie depuis le début du XX^e siècle, lorsque la ville montrait la voie du design industriel, de l'automobile au mobilier, couvrant tous les secteurs de la production et de l'expérimentation. C'est un leader mondial du fait de l'étroite et intelligente collaboration qui unit les designers et les industriels, ce qui aide à nourrir l'innovation, mais aussi du fait de sa capacité à marier la technologie et la créativité, l'avenir et la tradition. Les liens qu'entretient Milan avec les petites entreprises éparpillées sur le territoire local sont cruciaux pour cette écologie du design. De plus, la ville n'abrite pas seulement les universités et les instituts de très haut niveau spécialisés dans le design et le management des industries du design, elle accueille également quelques-unes des foires mondiales majeures, comme FieraMilano et Salone del Mobile; elle abrite aussi le Musée du design de la Triennale et les sièges sociaux d'entreprises et de sociétés étrangères qui fournissent des matériaux et des services à cette industrie du design.

Milan a projeté, dans le monde entier, l'image d'une ville hautement sensible à l'esthétique, au bon goût et à la quête d'une amélioration de l'environnement domestique. La réputation de Milan dans le domaine du design s'étend hors du champ domestique, jusqu'à l'espace public et l'architecture, ce qui inclut l'éclairage public, les infrastructures, les magasins d'alimentation et les centres commerciaux.

L'autre pilier de la réputation de Milan est la mode, et la plupart des plus grandes marques italiennes ont leurs sièges sociaux dans cette ville – qu'il s'agisse de Valentino, Gucci, Versace, Prada, Armani ou Dolce & Gabbana. Là encore, une infrastructure de shows biannuels, à parité avec Paris et New York, aide à renforcer cette position.

Sur le plan du développement urbanistique, Milan a entrepris une vaste opération de rénovation de vieux sites industriels comme le projet «City Life» aux trois tours emblématiques : Il Dritto (la Droite, conçue par Arata Isozaki), Lo Storto (la Tordue, conçue par Zaha Hadid), et Il Curvo (la Courbe, par Daniel Liebeskind).

Amsterdam a toujours été une capitale culturelle réputée, se classant immédiatement après Paris et Londres. Son rayonnement mondial est généralement associé à l'idée d'ouverture, de tolérance, d'accueil de l'étranger, et à une atmosphère détendue où l'on «peut faire les choses» – comme en témoignent le phénomène des coffee shops et le secteur chaud de la ville ouvert à tous, deux caractéristiques qui ont toutefois été reconsidérées récemment. Les facilités linguistiques de ses habitants rendent la ville confortable pour les visiteurs. Comme toutes les villes mondialisées, elle a entrepris une restauration de son patrimoine culturel traditionnel, par exemple son «carré des musées», et a construit de nouveaux équipements comme Metropolis. Sa scène alternative dynamique est une caractéristique visible, qui s'incarne dans les lieux historiquement célèbres comme Milky Way, Sugar Factory, Paradiso, et beaucoup d'autres qui proposent une programmation alternative et décalée. La ville porte surtout ses efforts sur l'aide à la création, qu'organise le Bureau Broedplaatsen. Il s'agit sans doute là d'une initiative unique en son genre. D'importantes zones portuaires en friche, comme NDSM, sont encore disponibles, prêtes à être réinvesties d'une façon imaginative, elles aident à conserver cette image de ville «à la pointe».

Le tissu urbain de la ville reste à dimension humaine, ce qui lui donne une atmosphère particulière dans la mesure où cette structure matérielle ne se prête pas à l'installation de commerces tout venant. Cela nourrit le dynamisme de la rue et une culture du shopping particulière, comme dans le secteur des Neuf Rues qui souffre toutefois d'un excès de touristes.

Amsterdam, comme Berlin, témoigne sans doute de la stratégie de marketing de ville la mieux pensée en Europe, et aligne des thématiques qui s'entretiennent. Un thème central est la créativité, en mettant l'accent sur la réputation créative de la ville et son désir d'attirer les créateurs.

C'est une communication ciblée, destinée aux moins de quarante ans en début de carrière, qui s'accompagne d'une série de mesures incitatives, comme un centre pour les expatriés à guichet unique. Amsterdam, comme les villes ci-dessous, Helsinki et Copenhague, est une ville gérable, de par sa dimension et sa facilité d'accès. Cela permet d'en faire plus facilement l'expérience et de se sentir partie prenante du buzz urbain.

Helsinki mérite d'être mentionnée, car il s'agit d'une sorte de ville «niche» qui, malgré sa localisation difficile a su projeter une image de centre créatif dans les domaines des nouveaux médias et des arts électroniques. Cela a été en partie déclenché par le phénomène Nokia. Ici, les arts sont largement soutenus, en particulier par le système éducatif, ce qui a pour conséquence une relative surreprésentation mondiale de la créativité finlandaise. La réputation de la ville s'est bâtie sur l'architecture et le design, elle est liée aux noms d'Alvar Aalto, Eero Saarinen, Eero Aarnio, Tapio Wirkkala et Marimekko. L'éventail des bâtiments dédiés à la culture, comme Finlandia Hall sur Mannerheimintie, atteste du bien fondé de cette réputation.

tion. De nombreuses nouvelles figures sont en train d'émerger et l'organisation IMU soutient le design expérimental finlandais et cherche à dépasser la palette traditionnelle dans laquelle il s'est déployé jusqu'ici. Il existe également un quartier du design qui reflète les réussites du passé tout en englobant la nouvelle scène.

La position de la ville est renforcée par le rôle qu'elle joue aujourd'hui en tant que « Capitale mondiale du design 2012 », dont le thème est : « Ouvrir Helsinki : intégrer le design à la vie ». Il est intéressant de noter que deux des trois stratégies urbaines d'Helsinki sont de devenir une ville interculturelle et d'accueillir les étrangers ; un accent est mis par ailleurs sur la gastronomie, qui cherche à relier deux agendas, l'un urbain, l'autre rural.

Copenhague, comme Helsinki et les autres villes, comprend l'importance du renouveau du répertoire urbain, de la culture et de la « star-architecture » à valeur iconique – comme en témoigne sa bibliothèque nationale, le Diamond. Comme dans la plupart des grandes villes scandinaves, la réputation de son design est excellente, mais trois autres thématiques ont été explorées. Copenhague est vue comme le symbole même de la ville où l'on peut marcher, de la ville aux circulations fluides et attentive aux problèmes environnementaux, comme la ville qui a su regagner l'espace urbain sur l'automobile. En second lieu, sa réputation gastronomique s'affirme avec force. En fait, les restaurants de Copenhague ont reçu davantage d'étoiles Michelin que ceux de Rome, Madrid, Berlin, Milan ou Vienne. Ici, la nourriture est associée aux idées de fraîcheur des produits, à la pureté et à la créativité. Pour donner un exemple de cette excellence gastronomique, la ville abrite aujourd'hui le meilleur restaurant mondial, Noma, et le meilleur chef Rasmus Kofoeld, qui œuvre à Géranium 2. En troisième lieu, elle s'affirme également dans de nouveaux événements intéressants, comme Metropolis – un festival d'art et de spectacles vivants en milieu urbain.

Conclusion

Paris est et restera une grande capitale, mais elle ne doit pas s'assoupir sur ses acquis. Elle est perçue comme moins inventive et moins dynamique qu'elle ne devrait l'être. Vue de l'extérieur, on a le sentiment qu'il lui faudrait atténuer son formalisme, et s'ouvrir davantage. Elle devrait soutenir le potentiel offert par ses communautés multiculturelles, ce qui permettrait un renouveau de sa créativité. Elle doit déplacer sa grille de lecture dans un certain nombre de domaines, en particulier dans sa façon de comprendre le fonctionnement des villes. Les ressources dédiées aux contenus doivent être aussi importantes que celles dédiées au contenant. D'anciens sites industriels intéressants existent, de l'autre côté du périphérique, et ces friches devraient être investies de manière souple et imaginative afin de les transformer en de possibles centres de création qui fonctionneraient comme des pôles d'attrac-

—

tion. Plus important, il faudrait se poser cette difficile question : la pensée cartésienne est-elle compatible avec un agenda créatif ?

—

—

Les industries culturelles du Grand Paris

Fiches sectorielles

Étude réalisée par Keneo pour la Mission d'étude sur
la dimension culturelle du Grand Paris/août 2010

—

—

Architecture

Données de cadrage

Le secteur de l'architecture rassemble des activités d'architecture qui interviennent sur différents types de secteurs, résidentiels, non résidentiels et à différents niveaux : construction de neuf, réhabilitation etc. L'analyse de la structure du marché permet de classer ces différents types d'activités et de dégager celles avec le plus gros potentiel actuel. Toutes les activités connexes telles que l'ingénierie ne seront pas spécifiquement prises en compte dans cette étude. Une autre composante de ce secteur est la dimension créative ou plutôt la manière dont l'innovation et la créativité en architecture participe au rayonnement et à l'attractivité du territoire. On parlera plutôt d'architecture « symbolique » en tant que représentante d'une identité architecturale contemporaine française sur la scène internationale.

En France, en 2007, on compte près de 29 416 architectes inscrits à l'Ordre des Architectes. L'INSEE, sur la base de sa nomenclature, en recense près de 37 000 en 2005 ce qui s'explique par la prise en compte de métiers connexes à celui d'architectes.

Avec 82 architectes pour 100 000 personnes, l'Île-de-France rassemble, en 2007, 9 711 inscrits soit 33,33% de la profession, ce qui indique une forte concentration de l'activité dans cette région. Cependant sur 10 ans, cette proportion est en recul, puisqu'en 1998, l'Île-de-France comptait 36,06% de la profession.

En 2007, près de 50% des architectes cotisants à la CIPAV ont un revenu annuel compris entre 30 000 et + de 100 000 euros. Les écarts entre les tranches extrêmes de revenus sont importants : si 9% des architectes ont un revenu de 100 000 € et plus, 41% se trouvent en deçà du salaire média (30 000 €). Ainsi, alors que de grosses agences d'architectes sont reconnues et visibles sur la scène internationale, il n'en reste pas moins que les architectes en général ont dû mal à exercer leur métier en France. En effet, il y a beaucoup d'écoles d'architectes comparativement à la taille du marché et la conjoncture économique actuelle impacte fortement sur les besoins en construction et rénovation.

Les entreprises libérales qui appartiennent à la classification INSEE, ont réalisé un chiffre d'affaires de 5,6 milliards d'euros en 2006. Les agences d'architecte se concentrent sur différents types de marchés tels que le marché résidentiel qui observe une belle croissance, le marché non résidentiel qui reste malgré tout prépondérant dans l'activité des architectes. Concernant les deux activités d'entretien/amélioration et construction neuve, ces derniers sont également porteurs pour les architectes, même si leur implantation sur le marché de l'entretien/amélioration reste moins marquée que dans la construction neuve : 20,3% du montant total contre 55,8% pour le neuf.

(Source : Ministère de la Culture et de la Communication, Statistiques de la profession d'architecte 1998-2007, Socio-démographie et activités économiques.)

Structuration du secteur

Mis à part quelques gros poids lourds, ce secteur est avant tout composé d'une multitude de PME (1-3 salariés et 4-9 salariés) qui représentent près de 50% du chiffre d'affaires global (2006). La plupart des entreprises sont de petite taille : au total 88% des entreprises ayant des activités d'architecture ont entre 0 et 3 salariés.

Un tiers est réalisé par les entreprises de 4 à 9 salariés et presque autant par celles employant 20 salariés et plus. Le marché des agences d'architecture arriva en 2008, après trois années de croissance à un point de ralentissement, ceci étant intimement lié au ralentissement global de l'économie. 1/3 du CA du secteur provient des commandes publiques.

Forces en présence sur le territoire (acteurs, lieux, événements)

La récente Cité de l'Architecture implantée au Palais de Chaillot, espace d'expositions, d'archives et de documentation, est un lieu de rencontres professionnelles. Il est aussi le siège de l'Institut Français d'architecture et du réseau européen « Gaudi ».

Christian de Portzamparc (premier architecte français à recevoir le prix Pritzker en 1994, Grand Prix de l'Urbanisme en 2004) qui a réalisé la Cité de la Musique, la réhabilitation du Palais des Congrès, le siège de Bouygues Immobilier.

Un autre grand architecte français de renommée internationale est Jean Nouvel (Prix Pritzker 2008) dont l'Atelier est situé en plein 11^e arrondissement dans Paris. Cette agence, fondée par Jean Nouvel, a marqué l'architecture française contemporaine. En effet, au-delà de l'impact économique de son activité, Jean Nouvel se positionne comme un militant pour une nouvelle architecture. Parmi ses réalisations franciliennes qui ont pleinement intégré l'architecture symbolisant Paris, on peut citer la Fondation Cartier, l'Institut du Monde Arabe auquel il a contribué, et le Musée du Quai Branly à l'architecture marquante parfois contestée. Il prit part également en 2008-2009 à la consultation dans le cadre du Grand Paris. Jean Nouvel, a su ainsi acquérir une renommée internationale, valorisant ainsi la métropole parisienne à l'échelle monde. Ces professionnels contribuent ainsi activement à la création de valeur du territoire francilien en définissant son identité par des lieux emblématiques et spectaculaires.

Parmi d'autres grands noms de l'architecture contemporaine, on citera :

• **Bernard Tschumi**, franco-suisse, Grand Prix d'architecture également, auteur du Parc de la Villette, du Fresnoy, Studio des Arts Contemporains à Tourcoing, de plusieurs Zénith.

• **Paul Andreu**, auteur de l'Aéroport de Roissy et du Théâtre Opéra national de Pékin.

• **Dominique Perrault**, auteur de la Bibliothèque François Mitterrand, à Paris.

• **Marc Mimram**, Équerre d'argent pour la Passerelle Senghor à Paris, qui a reçu commande de l'extension de Roland-Garros.

• **Roland Castro**, également Urbaniste des banlieues.

• **Paul Chemetov**, réalisateur du ministère des Finances à Bercy.

• **Patrick Bouchain**, architecte d'équipements culturels comme l'Académie Fratellini, le Théâtre Zingaro, le Musée la Condition Publique à Roubaix, la Cité nationale de l'histoire de l'immigration.

Les constructions les plus remarquées sont pour la plupart des constructions non-résidentielles : centres administratifs, établissements culturels etc. Ces constructions contemporaines permettent d'extraire Paris et sa région d'une image trop figée due à la conservation et à la patrimonialisation de son centre.

Formation

En termes de formation, les grandes villes françaises ont leur ENSA (École nationale supérieure d'architecture). L'Île-de-France rassemble les plus réputées notamment celle de Versailles et du Val-de-Seine. Le diplôme reste recherché puisqu'il est nécessaire à l'exercice du métier d'architecte contrairement à certains métiers créatifs d'autres industries culturelles.

Enjeux et tendances en matière de création

En matière de création, les architectes se tournent vers des matériaux dits «écologiques» et cherchent à penser des bâtis qui peuvent s'inscrire dans une logique de développement durable.

En effet, l'application de nouvelles normes ainsi que la demande de la maîtrise d'ouvrage imposent aux acteurs du bâtiment la prise en compte des bilans énergétiques aux différentes phases de vie du bâtiment. Ces nouvelles pratiques induisent une remise en question profonde de la conception architecturale et par là même apparaît comme un facteur d'innovation.

La France, contrairement à de nombreux autres pays est prise dans des contraintes multiples qui peuvent également apparaître comme des opportunités.

La question de l'urbanisme représente une opportunité réelle pour les architectes. Avec la diminution de l'usage des véhicules polluants,

les métropoles doivent être repensées pour une meilleure circulation sur le territoire. Les architectes ont ainsi tout un potentiel à découvrir en matière d'urbanisme.

Il en va de même avec l'apparition des nouvelles réglementations en matière de gestion de la consommation d'énergie (par exemple, la RT 2012) qui sont à la fois contraintes et opportunités pour innover et créer de nouvelles formes architecturales. La spécificité française, voire francilienne à ce niveau tient dans le fait que toute innovation doit être non seulement conçue au regard des nouvelles réglementations citées mais également aux vues des contraintes imposées par un patrimoine architectural très fort et très dense qui doit être protégé et conservé.

L'Île-de-France cristallise ses opportunités et menaces de par les enjeux liées à sa densité humaine (la crise du logement aboutit à une urgence des constructions et à une moindre exigence quant aux qualités proposées), son poids économique et politique et l'importance du patrimoine qu'elle rassemble.

Mise en perspective avec d'autres territoires

Que ce soit par leur nombre ou par leur innovation et leur créativité, les Pays-Bas ainsi que l'Espagne se distinguent plus particulièrement au niveau des réalisations architecturales.

En effet, le secteur professionnel de l'architecture au niveau international est pertinent à analyser plutôt en terme d'innovation et d'architecture remarquable que d'un point de vue quantitatif en terme de revenus générés. À ne prendre en considération que le chiffre d'affaires des Agences d'Architecture ou le nombre d'architectes qu'elles emploient, on ne notera la présence que de trois agences françaises parmi les 100 premières dans le monde, classement dominé par les Agences anglo-saxonnes.

En revanche, le classement serait autre si le critère choisi serait la créativité et la réputation de l'innovation architecturale. Ainsi les Pays-Bas se démarquent tout particulièrement. Les agences d'architectes y sont nombreuses et présentent des projets novateurs, très au fait des problématiques environnementales et sociales actuelles. L'exemple le plus parlant est la production de l'agence MVRDV (Winy Maas, Nathalie de Vries et Jacob van Rijs) basée à Rotterdam. Rem Koolhaas s'affirme également comme un architecte majeur avec son Agence OMA (Office for Metropolitan Architecture). Cette créativité et cette innovation sont à mettre en parallèle avec l'importance du secteur du design dans ce pays.

En Europe, l'Italie (Renzo Piano, Massimiliano Fuksas, Massimo Scolari), la Suisse (Mario Botta, Jacques Herzog et Pierre de Meuron, Bernard Tschumi), le Royaume-Uni (Norman Foster, Richard Rogers, Zaha Hadid), enfin l'Espagne (Ricardo Bofill, Rafael Moneo) sont des pays importants par leurs architectes. Au plan mondial, le Japon est particulièrement en valeur, avec Shigeru Ban, Tadao Ando, Kenzo Tange, Toyo Ito, Arata Isozaki... et concurrence dans les concours internationaux les Américains (Frank Gehry, James Wines).

Arts visuels

Données de cadrage

Le secteur des arts visuels regroupe l'ensemble des activités produisant un objet artistique essentiellement perçu par l'œil. Les arts visuels rassemblent les arts plastiques dits traditionnels – peinture, sculpture – les arts spécifiquement contemporains – les installations, mais également la photo, la vidéo et plus largement les arts numériques qui sont nés avec l'essor des nouvelles technologies.

Deux niveaux d'analyse permettent de cerner au mieux ainsi ce secteur :

- Les arts visuels dans une logique de prototype, créative et non-marchande : centres d'art, lieux de résidence/ateliers d'artiste, événements, musées d'art contemporain.

- Les galeries d'art, les foires et maisons aux enchères. Le marché de l'art au sens large désigne les transactions portant sur les arts plastiques, graphiques et sur les objets de collection.

L'Île-de-France comprend l'essentiel des activités de ce secteur, que ce soit du côté des artistes plasticiens, des lieux de production/diffusion et des lieux de vente.

L'Île-de-France rassemble 60% des artistes plasticiens français. On décompte environ entre 30 000 et 40 000 artistes plasticiens en 2008. L'incertitude de ces chiffres réside dans le fait qu'un plasticien peut être sous différents régimes juridiques pour exercer et qu'il n'existe pas de fédération qui regroupe tous ces artistes de manière exhaustive. La Maison des Artistes, principal organisme regroupant les artistes plasticiens dénombrent en Île-de-France 21 687 artistes sur environ 42 076 en France. Pour être au plus près de la réalité il faut rajouter environ 1/3 de professionnels qui n'ont pas formalisé ou officialisé leur activité.

L'Île de France a un rôle de premier ordre également en terme de production et de diffusion de la création contemporaine. On dénombre dans cette région de nombreux lieux de résidences, d'ateliers et d'exposition valorisant les arts plastiques. Ils peuvent être :

- publics comme

- à Paris même le Centre Pompidou, le Palais de Tokyo, les Grand et Petit Palais, le 104, l'École nationale supérieure des Beaux-Arts, le Jeu de Paume, la Maison européenne de la photographie, le «Plateau» aux Buttes Chaumont qui accueille les collections du Fonds régional d'art contemporain d'Île-de-France,

- en Région parisienne : le Domaine de Chamarande et le Centre d'art contemporain de Brétigny dans l'Essonne, le MAC/VAL, centre d'art contemporain du Val-de-Marne à Vitry, et la Manufacture des œillets («CREDAC») à Ivry, la Ferme du Buisson en Seine-et-Marne, ou même à l'occasion le Château de Versailles dans les Yvelines.

• privés tels que, à Paris, Bétonsalon, la Fondation Cartier, l'Espace Louis Vuitton ou encore la Maison Rouge. Par ailleurs, la Cité des Arts, dont les locaux sont proches de Montmartre et de Saint-Paul, est l'une des plus grandes résidences françaises d'artistes. Ainsi, les lieux de présentation au public, majeurs en terme de renommée, sont situés dans Paris intramuros mais de nombreux lieux de résidences et ateliers sont aussi situés dans la petite couronne.

Globalement, la zone principale d'implantation des producteurs se situe en plein centre de Paris, dans le Marais notamment. Ensuite dans les XIX^e et XX^e arrondissements on remarque une autre zone d'effervescence artistique : le salon de Montrouge, le développement du quartier de Belleville, etc. Ces dernières années sont apparus de nouveaux lieux hors du Centre de Paris notamment dans les régions Est et Nord.

Ceci dit, les plus importantes galeries en terme de rayonnement restent situées en plein centre de Paris : Yvon Lambert, Emmanuel Perrotin, Lelong, Daniel Templon, Michèle Chomette, Agnès B., Denise René, et les nombreuses Galeries de la Rive Gauche : rue de Seine et rue Mazarine, etc.

Il en va de même pour les Sociétés de ventes volontaires (SVV) regroupées autour de l'Hôtel Drouot. Les 20 plus grandes SVV françaises sont toutes situées à Paris et en Île-de-France. Christie's (propriété de François Pinault), Sotheby's, Artcurial, Piasa, Tajan, Million Pierre Bergé, Artus, Cornette de Saint-Cyr, comptent parmi les plus grandes ou les plus connues des Sociétés de ventes d'art. 89 SVV sont immatriculées à Paris même, 39 dans les départements de la Région parisienne pour un total national de l'ordre de 400. Le Conseil des ventes volontaires estime en 2010 à 1 142 M€, le montant des adjudications pour le secteur « Art et Objets de collection. (Source : Rapport annuel 2010 du CVV). Ceci dit, la comparaison internationale du marché de l'art rappelle la diminution constante et inéluctable de la Place de Paris due à la mondialisation du marché et au développement de nouveaux acteurs tout particulièrement de la Chine, désormais leader mondial.

Il est important de noter que contrairement aux autres structures, de nombreuses résidences d'artistes sont situées hors de la région d'Île-de-France : Triangle et Astérides à Marseille par exemple. La France compte actuellement 196 lieux de résidence d'artistes (Source CNAP).

Structuration du secteur

Le secteur des Arts Visuels est composé d'une multitude d'acteurs, qu'ils soient privés ou publics : organisations non marchandes (producteur/diffuseur) telles que les centres d'art contemporain ou les expositions publiques (Biennales ou Triennales), ou commerciales comme les galeries d'art, les collectionneurs, les SVV (Sociétés de vente volontaire), les foires qui sont un indicateur pertinent du dynamisme du marché international.

La chaîne de valeur qui le compose est multiple mais un schéma général peut être défini. En général un artiste définit une œuvre et va se rapprocher ou se faire approcher par un producteur/diffuseur qui va soit

chercher à le faire connaître (non-marchand), soit à la vendre (galeries, foires etc.). Bien que l'artiste ait un rôle majeur dans la création de valeur, les producteurs/diffuseurs gardent un rôle prépondérant puisqu'ils représentent les créateurs et participent à la mise en marché de leurs productions.

Concernant les galeries, la valeur va varier en fonction de la notoriété et du réseau de la galerie. En 2005, l'Île-de-France comptait 1 237 galeries pour un chiffre d'affaires total de 350 millions d'euros.

On distingue deux marchés de l'art :

- Le 1^{er} marché qui rassemble les décideurs les plus influents sur le marché de l'art contemporain et les artistes majeurs internationaux dont la côte est boostée par ces dits-décideurs. Le 1^{er} marché est caractérisé par son innovation qui en fait le centre d'intérêt des chercheurs et des médias spécialistes.

- Le 2nd marché est un marché suiveur qui rassemble les galeries émergentes ayant un impact local plus qu'international. Ce 2nd marché se retrouve dans les foires off et satellites des grandes foires internationales.

Globalement, ce sont donc les institutions publiques et privées internationales mais également les SVV majeures qui définissent le marché et ses tendances.

Enfin, concernant les financements publics, le secteur des Arts Visuels est moins financé que celui du Spectacle vivant au niveau national. On estime que son budget est 9 fois moins élevé : 73 millions contre 663 millions d'euros. (Source : Budget 2011 du Ministère de la Culture)

Forces en présence sur le territoire (acteurs, lieux, événements)

On peut faire la distinction entre un réseau institutionnel, financé dans l'ensemble par les pouvoirs publics (Commande publique du 1%, Délégation aux arts plastiques du Ministère de la culture, Délégation Arts Visuels Plastiques du Conseil Régional etc.) grâce à l'attribution de subventions ou de bourses et le réseau des galeries d'art qui financent les productions des artistes qu'elles représentent.

En Île-de-France, une Association TRAM regroupe 29 lieux de production/diffusion de l'art contemporain pour organiser une médiation culturelle commune.

Du côté des institutions publiques, le Centre Pompidou est l'un des lieux clés de la présentation de la création contemporaine. Abritant la plus importante collection d'art moderne et contemporain en Europe, cette institution de renommée internationale cherche à promouvoir la création contemporaine. Au-delà des expositions, il organise depuis 2009, le Nouveau Festival, qui se veut être la vitrine des dernières tendances en matière de création contemporaine.

Le Palais de Tokyo est également l'un des acteurs phares dans le domaine des arts visuels. À la fois lieu d'exposition et de résidence, il affiche

une programmation avant-gardiste qui présente les artistes émergents français et des artistes internationaux.

Du côté des acteurs privés et notamment des galeries, on peut citer la Galerie Yvon Lambert, installée au cœur de Paris. Cette galerie qui représente des artistes mondialement connus, eut pendant plusieurs années une galerie à New York également. Yvon Lambert est connu pour son importante collection installée à Avignon, haut lieu culturel français.

Dans le domaine des arts numériques, l'un des acteurs clés est la Gaîté Lyrique qui vient d'ouvrir en plein cœur de Paris dans le 3^e arrondissement. Lieu pluridisciplinaire qui se veut ouvert à un large public, la Gaîté Lyrique accueille au-delà des expositions de nombreux événements tels que des concerts. Ce lieu met l'accent sur des nouvelles tendances plaçant les nouvelles technologies au cœur de processus de création. Ainsi, la Gaîté Lyrique complète l'offre déjà existante du Cube, Centre de Création Numérique situé à Issy-les-Moulineaux.

En terme d'événements, la **FIAC**, Foire Internationale d'Art Contemporain, est l'un des temps forts de l'art contemporain français. La FIAC donne les grandes tendances du marché en rassemblant les plus grandes galeries françaises mais également internationales. En effet, depuis l'an dernier, la FIAC fait la part belle aux galeries étrangères en les plaçant au centre de l'événement.

Deux autres événements majeurs dynamisent l'actualité de la création contemporaine :

- **Monumenta**, exposition monographique majeure qui gagne en notoriété sur la scène internationale. Chaque année, un artiste contemporain reconnu mondialement produit une œuvre dans le Grand Palais. Après Christian Boltanski, le Grand Palais a accueilli Anish Kapoor. Cette 4^e édition affiche un record de fréquentation avec 277 687 visiteurs sur 40 jours d'ouverture au public.

- **La Force de l'Art** : Manifestation triennale, organisée à l'initiative du Ministère de la Culture et de la Communication qui vise à offrir une scène à la création contemporaine en France et aux artistes qui l'animent, dans la diversité de leurs origines et de leurs choix esthétiques.

- Cependant, Paris a abandonné en 1985 l'organisation d'une Biennale régulière. De fait la principale Biennale française se tient désormais à Lyon.

Formation

Pour devenir artiste plasticien, il existe de nombreuses formations privées ou publiques. La formation la plus reconnue est celle donnée dans les ENSBA (École nationale supérieure des Beaux-Arts), organismes publics implantés dans les grandes villes de France. L'ENSBA de Paris est perçue comme étant la plus attractive du territoire national. En effet, sa qualité et sa position sont liées à celles des artistes chercheurs y travaillant et aux institutions intégrées lors des stages. Par ailleurs, les dernières années de

l'ENSBA Paris se font dans l'atelier d'un artiste, souvent de renom, ce qui permet à l'étudiant, d'intégrer dès la fin de ses études, un réseau d'artistes et de galeristes souvent confirmés. Ce point est fondamental dans la réussite de la carrière d'un artiste plasticien dont le réseau est la composante essentielle de sa reconnaissance.

Les Beaux-Arts permettent de suivre différents types de formations qui ouvrent à différents types de métiers : Artistes plasticiens mais également graphistes ou encore régisseur/chargé de productions au sein d'institutions.

Concernant les formations pour devenir commissaire d'exposition ou commissaire-priseur, elles se font rares et constituent plutôt un marché de niche. Pour devenir commissaire d'exposition, l'une des formations en Île-de-France les plus reconnues est celle du Master Sciences et Techniques de l'Exposition à la Sorbonne.

Enjeux et tendances en matière de création

Les métiers créatifs de ce secteur sont celui d'artiste mais également de commissaire d'exposition, chargé de concevoir les expositions autour d'une problématique en sélectionnant un ou plusieurs artistes.

On observe, dans les arts visuels d'une part, un retour à l'objet que ce soit la peinture et le dessin. En Île-de-France, le succès rencontré par le Salon du Dessin «Drawing Now Paris» est assez révélateur de cette évolution. Au niveau national, on observe également cette tendance avec par exemple la prochaine édition du Festival de création contemporaine Le Printemps de Septembre à Toulouse dont la ligne artistique de la prochaine édition est axée autour de médium traditionnels, notamment la peinture.

D'un autre côté, on observe le développement des Arts Numériques qui va de pair avec le développement des nouvelles technologies : environnements immersifs, 3D, vidéo etc. tels sont les nouveaux outils exploités par les artistes pour créer des œuvres immersives où le spectateur devient véritablement acteur du processus de création de l'œuvre.

Les enjeux pour le Grand Paris sont actuellement :

- L'accueil et l'encadrement de la jeune création contemporaine qui peut passer par la multiplication de lieux de résidences et d'ateliers.

- Au niveau du marché de l'art, l'enjeu pour les galeries et SVV est de développer leur notoriété sur la scène internationale.

- Concernant les Arts Numériques, il y a un enjeu assez fort puisque les pouvoirs publics en France ont lancé des initiatives en faveur de son développement. Cependant, les résultats restent assez limités puisque le Cube par exemple ne draine pas un public conséquent. L'essor des nouvelles technologies est certes à considérer dans l'étude de nouvelles tendances mais le marché de l'art plus globalement pourra déterminer du potentiel succès de ce type de productions artistiques.

Deux grands projets sont en préparation qui concourent au renouveau du prestige parisien dans ce domaine :

- L'installation d'un grand jardin de sculptures et de galeries d'art sur l'Île Seguin dans le cadre du projet de Jean Nouvel, si ce dernier est confirmé.
- La construction d'un nouveau Musée d'art moderne au Jardin d'Acclimatation par la Fondation Louis Vuitton (qui présenterait notamment la collection de Bernard Arnault).

Mise en perspective avec d'autres territoires

Les territoires qui comptent sont à analyser au niveau de la notoriété des artistes et des institutions des pays concernés et des places où les plus grosses ventes aux enchères se font.

Au niveau des institutions, New York et Londres sont des lieux majeurs avec respectivement le MoMA, le Guggenheim et la Tate Modern. Concernant les artistes contemporains français, ces derniers sont en assez mauvaise position. En effet, ce sont avant tout les artistes américains qui sont parvenus à acquérir une réelle visibilité et par conséquent, une belle côte sur le marché international. Les artistes contemporains Français qui sont parvenus à avoir une place confortable sur le marché mondial sont pour la plupart partis vivre aux États-Unis et notamment à New York (Louise Bourgeois par exemple). Néanmoins on peut citer Daniel Buren, Annette Messager et Christian Boltanski comme artistes français reconnus en France mais également sur la scène internationale. New York garde un rôle majeur dans le domaine des arts visuels même si elle se fait rattraper par la Chine, pays d'origine de 15 des 25 artistes les plus cotés dans le monde.

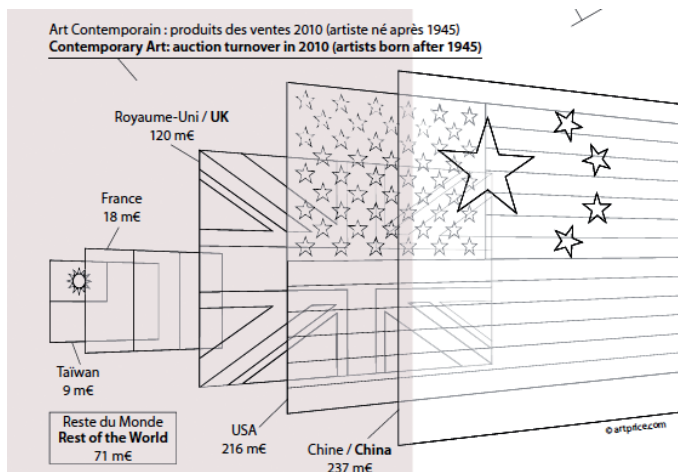
Concernant le marché de l'art contemporain, la Chine est la puissance n°1. Sa capacité de rebond a fait la différence face aux États-Unis. Au terme de l'année 2010, l'art contemporain a rapporté 237 m€ en Chine, 216 m€ aux États-Unis, 120 m€ au Royaume-Uni et... 18 m€ en France, lointaine 4^e place de marché suivie de près par Taïwan et Singapour. Dans un contexte de plus en plus mondialisé, la rigueur réglementaire française a soumis le marché national à une inertie telle que sa position de leader, abandonnée dès les années 60, se réduit aujourd'hui à un quatrième rang sur le marché. Cela est dû à une croissance absolue certes positive, + 13% en 2006, mais en décalage avec la croissance mondiale (+ 36%). (Source : les artistes français dans le monde, Rapport Art Price 2011).

Au niveau du «non-marchand» et des organisations institutionnelles, ces places peuvent s'avérer être plus complémentaires que concurrentes. En effet, les musées sont amenés à collaborer dans l'organisation d'expositions, que ce soit pour du prêt d'œuvres ou encore pour une recherche de financement commune.

Ces formes d'alliance ne se retrouvent pas sur le marché de l'art qui reste fortement concurrentiel. Même si chacune des places a un marché défini (la France est souvent vue comme le lieu de ventes d'objets d'art plus traditionnels), il n'en reste pas moins que chacun de ces territoires tend à

adopter le même type de stratégie notamment le rajeunissement des collections et œuvres d'art mises en vente.

Ainsi, certaines grandes métropoles telles que New York ou encore Londres peuvent être des sources d'inspiration pour le Grand Paris au niveau de leur politique de soutien aux jeunes artistes. En effet, avec un soutien aux jeunes artistes, ces métropoles ont su capter des jeunes talents étrangers et éviter la « fuite » de leurs jeunes talents.



Il existe de nombreuses foires internationales d'art contemporain dans le monde mais Art Basel en Suisse reste l'une des plus importantes en terme de volume et de renommée. En 2009, Art Basel rassemblait 300 galeries d'art qui présentaient 2 500 artistes des XX^e et XXI^e siècles. Comme de nombreuses foires internationales, Art Basel draine des manifestations et foires satellites. Elle organise en parallèle de son activité suisse, une manifestation similaire en hiver à Miami, la Art Basel Miami Beach.

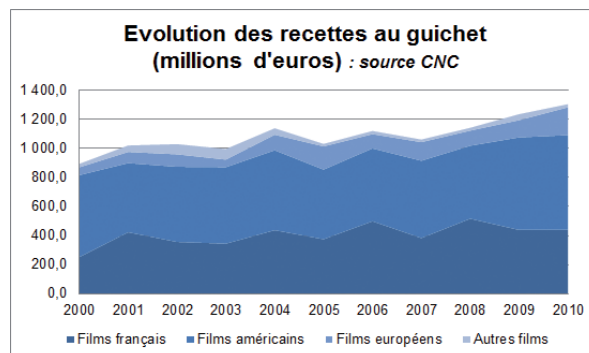
Cinéma

Données de cadrage

Le nombre d'entrées et les recettes au guichet continuent de progresser (206 millions d'entrées en 2010 pour 1,304 milliard d'euros de recettes au guichet). Les films français représentent 35,7% des entrées.

Par ailleurs, en 2010, l'activité de production de films cinématographiques atteint un record historique. 261 films ont été agréés, ce qui représente une progression de 31 films, soit 13,5% de plus qu'en 2009.

Cette nette augmentation est surtout due à la croissance du nombre de films d'initiative française (203 films en 2010, contre 182 films en 2009). Le nombre de films à majorité étrangère progresse également (+ 10 films).



En matière d'investissement, la croissance est remarquablement élevée : les investissements dans les films agréés sont en hausse de 31,0% et atteignent 1,44 Md€. Les investissements dans les films d'initiative française progressent de 19,9% pour atteindre 1 112,20 M€ pour un nombre de films en progression de 11,5%. Les investissements français s'élèvent à 1,1 milliard d'euros et vont à plus 93% vers les films d'initiative française.

Les investissements des chaînes de télévision dans les films agréés progressent globalement de 19,9% à 360,83 M€ (pré-achats). Les investissements des chaînes à péage se font sous forme de pré-achats et représentent environ deux tiers (252 M€, dont 194 M€ de Canal Plus). La participation annuelle des chaînes en clair représente 135,22 millions d'euros en 2010 (91 M€ en pré-achats et 44 M€ apports en coproduction).

Le CNC apporte des aides de deux types au cinéma : des aides dites automatiques à la production, à la distribution, à l'exploitation ainsi qu'un soutien sélectif à l'ensemble. Le total de ces aides représente, en 2010, 235,39 M€. L'aide à la production et à la création représente environ 115 M€.

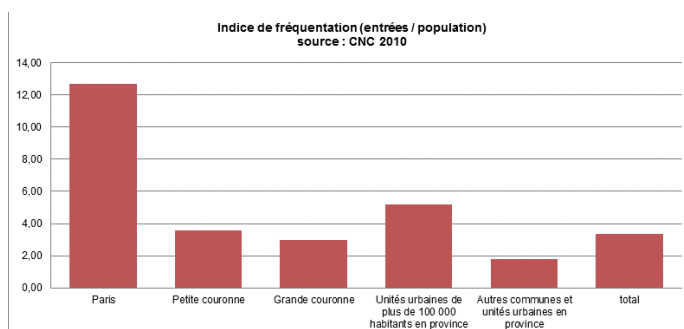
Les collectivités territoriales ont multiplié par 3 en moins de dix ans le montant des aides à la production cinématographique, passant de 7,22 millions en 2002 à 22,01 millions en 2010. Dans le même temps, le nombre de films aidés par les collectivités est passé de 31 à 99. La Région Île de France est de loin le premier financeur, avec près de 10 millions d'euros en 2010 (37 films).

Sur les dix dernières années, l'ensemble des films soutenus par la Région ont entraîné 1,56 milliard d'euros de dépenses sur le territoire francilien. Le tout, à bon compte pour la Région : « Pour 1 euro que nous investissons dans la production, explique Julien Dray, vice-président régional en charge de la Culture, les dépenses générées en Île-de-France sont de 15 euros. »

Concernant le partage des recettes aux guichets, près de 45% sont captés par les exploitants de salle, alors que les producteurs et distribu-

teurs captent 38%. Les niveaux de redistribution à la SACEM et de collecte (taxe spéciale et TVA) sont définis chaque année (respectivement 1,27%, 10,72% et 5,3%).

En termes de demandes, les Français sont les plus gros consommateurs de cinéma en Europe avec 3,4 entrées en moyenne par habitant et par an, contre 2,2 pour les Espagnols, 2,8 pour les Britanniques, 2,0 pour les Italiens et 1,6 pour les Allemands.



Le graphe ci-contre illustre la forte appétence des Parisiens pour le cinéma. Cet indice est globalement stable depuis 15 ans pour Paris, alors que les indices pour la petite et grande couronne ont connu des progressions importantes, avec une progression de plus de 30% en dix ans.

Globalement, le nombre de Français âgés de 6 ans et plus étant allés au moins une fois au cinéma en 2010 s'élève à 38,62 millions, en hausse de 6,6% par rapport à 2009.

Si le nombre d'établissements connaît une baisse à Paris (93 en 2000, 84 en 2010) et en France depuis 10 ans, il est à noter que les nombres d'écrans et de fauteuils diminuent à Paris, alors qu'ils augmentent globalement en France. Il existe à Paris 64 salles classées «art et essai» (27 privées et 37 publiques).

Structuration du secteur

Les emplois liés à la production correspondent à la production de films pour le cinéma, pour la télévision ou la publicité et les prestataires techniques (tournage, postproduction : prise de son, montage, doublage, effets spéciaux). Ils représentent environ 20 000 emplois permanents et 110 000 intermittents en Île de France (soit plus de 80% des effectifs nationaux). Cela représente une masse salariale de 1,4 milliard d'euros pour l'Île de France. Le nombre d'emplois en Île-de-France dans la production de films pour le cinéma est de 3 700 permanents et 54 000 intermittents, pour une masse salariale de 350 millions d'euros (source : Audiens).

Le secteur de la production se caractérise par une atomisation de l'activité. En effet, les 203 films d'initiatives françaises de 2010 ont été produits par 175 entreprises différentes. La société la plus active en nombre de films est « Les Films d'Ici » avec 7 films d'initiative française – dont quatre

documentaires-, de devis peu élevé (moins d'un million d'euros). On trouve des sociétés avec des devis élevés : Europacorp (5 films, 22,62 M€ de devis moyen par film) et Pathé Production (4 films, devis moyen de 14,4 M€ par film). Fidélité Films (5 films, 7,8 M€ de devis moyen par film) et Films Péleas (4 films, devis moyen de 2,4 M€ par film) ont des devis intermédiaires. Huit sociétés ont produit 3 films et 22 sociétés ont produit 2 films en 2010. Enfin, 140 sociétés ont produit un seul film en 2010 (source CNC).

Forces en présence sur le territoire (acteurs, lieux, événements)

Les sociétés de production mentionnées sont toutes localisées en région parisienne.

Les grandes sociétés de production disposent souvent de leur propre réseau de distribution, avec également un réseau de salles.

Il y a aussi des salles indépendantes comme les salles MK2 : fin 2005, MK2 est le troisième réseau à Paris, avec 11 complexes cinématographiques proposant 64 écrans et 10 993 fauteuils. En 2009, MK2 devient le premier réseau à Paris à signer l'équipement de l'ensemble de ses salles en cinéma numérique. Le circuit, caractérisé par une programmation de qualité, accueille environ 5 millions de spectateurs par an. Ces implantations disposent également, à l'enseigne du groupe, de trois restaurants, quatre cafés, deux librairies, deux boutiques de DVD et une boutique d'objets de cinéma.

Les départements de Paris et de petite couronne sont fortement spécialisés dans les activités de cinéma. Les trois sous-secteurs ont une implantation géographique bien spécifique :

- • les producteurs sont localisés dans l'ouest parisien (Les Champs-Élysées, Neuilly, Boulogne) ;
 - • la post-production entre Issy-les-Moulineaux et Saint-Cloud ;
 - • les industries techniques dans le Nord (La Plaine Saint-Denis, Épinay), à l'Est (Joinville, Bry-sur-Marne et au Sud (Arpajon).
- (source : IAU : Institut d'Aménagement et d'Urbanisme d'IDF).

À noter qu'il n'y a pas de festival de cinéma de référence mondiale reconnu en IDF : les plus importants festivals de France qui rayonnent à l'étranger sont ceux de Cannes, de Deauville, de Clermont-Ferrand (court métrage) et d'Annecy (animation).

Cependant, plus de 40 festivals ou manifestations cinématographiques sont organisés chaque année avec le soutien de la Région, la priorité étant donnée à soutenir la demande.

Formation

L'École nationale supérieure des métiers de l'image et du son (ENSMIS), qui utilise souvent pour se désigner l'appellation La Fémis qui correspond à son ancienne dénomination (Fondation européenne des

métiers de l'image et du son), est un établissement public d'enseignement supérieur français, relevant de la tutelle du ministère de la Culture et du CNC, qui délivre un enseignement technique et artistique destiné à former des professionnels des métiers de l'audiovisuel et du cinéma. La Fémis a été fondée en 1986 pour prendre la suite de l'Institut des hautes études cinématographiques (IDHEC).

Cette formation fait partie du cercle restreint des écoles de cinéma à renommée internationale avec la NFTS de Londres, la Tisch School de New York, l'USC de Los Angeles ou la FAMU de Prague. De nombreuses personnalités du cinéma, français mais aussi international, sont issues des formations de la Fémis.

L'Île-de-France possède une autre école prestigieuse : Les Gobelins qui dédiée aux métiers de l'image fondée en 1975. Il s'agit d'une école consulaire dépendant de la Chambre de commerce et d'industrie de Paris, dispensant des formations de format et de coût financier divers. Acteur de référence dans les formations aux métiers de l'image, l'école de l'image forme, notamment aux métiers du cinéma d'animation (depuis 1975) et de la vidéo (1984).

En 2007, 6 anciens étudiants ont été nominés aux Oscars pour le court-métrage «Oktapodi». Ils étaient notamment en concurrence face au géant Piwar et son film «Presto». Ce dernier a nécessité plus de 200 personnes et un budget incomparable à celui des six Français.

Les grands studios ont bien compris le talent que recelait Les Gobelins. Depuis quelques années, ils recrutent les jeunes Français fraîchement diplômés. Ainsi, des élèves de l'école ont participé à la production de gros succès tels que «Kung Fu Panda», «Gang de requins», «Shrek2» ou encore «Toy Story 3».

Il y a plus de 43 000 élèves de lycées et CFA d'Île-de-France (soit, dans la foulée, 440 établissements, 1 700 classes, 2 000 enseignants et plus de 160 cinémas) participent chaque année à Lycéens et apprentis au cinéma, illustrant la pénétration forte de ce secteur dans l'ensemble de la population.

Enjeux et tendances en matière de création

La révolution numérique en cours dans le modèle économique du secteur du cinéma est largement modifiée par la révolution numérique : gain de productivité et modification des métiers tout au long de la chaîne de production des contenus audiovisuels (production en numérique, post-production, effets spéciaux, projection).

Par ailleurs, la production de films d'animation est en forte croissance : l'investissement a plus de que doublé entre 2006 et 2010 (passant de 30 à 63 millions d'euros). Plus globalement, l'Île-de-France a de fortes capacités dans la filière de la création numérique.

Cette filière soutenue par la Commission du film d'Île-de-France notamment sur l'expansion internationale (création du label «ParisFX

Creative Ile-de-France», showcases valorisant les savoir faire spécifiques de l'Île-de-France à Paris, Londres, Los Angeles, Hong Kong, Pékin et Taipei).

Ces savoir-faire sont reconnus au-delà des frontières, puisque des productions internationales se tournent vers l'Île-de-France pour la création numérique. Le studio Buf, implanté à Paris a été choisi pour les effets spéciaux de «Thor» (Kenneth Brannagh) et «Grand Master» (Wong Kar Wai). Universal a confié au studio Mac Guff la réalisation de «Despicable Me» («Moi, moche et méchant» en français), avec la création de 200 emplois.

Le crédit d'impôt international affecte particulièrement le secteur de la création numérique, puisque près de la moitié des investissements bénéficiant de ce crédit concernent l'animation de la 3D et des effets spéciaux.

Le crédit d'impôt aura ainsi permis à une filière à fort potentiel de se développer et de rivaliser dans un marché mondial voire de devenir un des pôles majeurs de production et d'être choisi pour réaliser les œuvres les plus ambitieuses, qu'elles soient à l'initiative de producteurs français ou étrangers.

L'IDF a aujourd'hui trois atouts principaux, dans un contexte de fort repli des investissements nationaux : la production internationale est stimulée par l'offre en matière de décors et de talents remarquables et confortée, pour les productions les plus importantes, par le crédit d'impôt international

Outre la filière numérique, la Région Île-de-France bénéficie de deux atouts majeurs, un patrimoine monumental attractif et ouvert aux tournages et des savoir-faire permettant aux producteurs étrangers de recruter localement des techniciens ou des figurants.

En 2010, plus de 920 tournages ont pris Paris pour décor (contre 850 en 2009), dont 110 longs métrages, avec des invités de marque comme Woody Allen ou Martin Scorsese.

Le meilleur argument de localisation de tournages en faveur de l'Île-de-France est le succès majeur des films qui affichent les décors parisiens comme éléments centraux de leur univers. Ce fut le cas de «La jeune fille de Paris» en Corée, de «Nodame Cantabile» au Japon, en 2008 pour la série et 2009 pour le long-métrage, ainsi que le film sorti en 2011 de Woody Allen «Midnight in Paris».

Les décors parisiens ont une valeur forte en termes de prestige et de marketing. Ainsi, la plus grosse production du studio TV Globo (Brésil) a choisi Paris comme lieu pour sa production «Viver a Vida» donnant la priorité à la qualité des décors plutôt qu'aux coûts. C'est aussi le cas pour des productions d'autres pays, comme la Chine ou le Sri Lanka.

Outre le crédit d'impôt international, la politique de gratuité mise en place par la Ville de Paris distingue Paris des autres villes aux décors uniques et très recherchés, comme Rome et New York. En effet, les redevances de tournage mises en place dans ces villes renchérissent les coûts de tournage.

Mise en perspective avec d'autres territoires

New York, dans une volonté de ne pas se cantonner à la production de films indépendants (un tiers des films indépendants américains sont produits à New York) s'est doté depuis 2004 des studios Steiner, 26 000 m² de plateaux ultramodernes sur un dock de la marine réhabilité par la ville. La ville de New York a ainsi contribué au financement de la construction de ces studios à hauteur de 28 millions de dollars (110 millions d'investissements au total), afin de se doter d'infrastructures performantes et modernes.

Design

Données de cadrage

Il n'existe pas à ce jour de définition simple et opérationnelle, qui fasse consensus. On peut néanmoins présenter synthétiquement le design sous quatre rubriques :

- Design de produit et mode : le plus connu, il vise à apporter un maximum de qualité à un produit dans de nombreux secteurs (meubles, luminaires, arts de la table, ...).
- Design de communication : il comprend le design de packaging, au service de la valorisation du produit (agroalimentaire, produit d'entretien etc.), et le design graphique et identité visuelle, qui porte sur le mélange d'images et d'écrits (papiers, affiches, vidéos, site Internet).
- Design d'espace ou d'environnement, qui s'applique à l'environnement architectural des produits et activités (aménagement des espaces commerciaux et institutionnels).
- Design de services : basé sur l'observation des comportements des utilisateurs, ce design de services apparu en Scandinavie et dans les pays anglo-saxons, élargit ainsi le champ d'application du design à de nouveaux secteurs : transport et communication, hôtellerie-restauration, grands commerces, services publics sociaux et de santé...

L'objet de cette étude devrait évacuer le design de services ou de communication pour se concentrer sur le design d'objet et sa dimension créative. Cependant, les données quantitatives présentées dans cette fiche regroupent l'ensemble des activités du design par manque de données spécifiques.

Le secteur du design rassemble au total en Île de France 4 000 entreprises avec plus de 30 000 emplois en 2011. Avec un chiffre d'affaires de 2,5 milliards d'euros, l'Île de France concentre près 2/3 des designers français soit 8 000 designers et 16 000 emplois. Il est important de noter qu'une part importante de ces chiffres désigne les activités de packaging/communication et design intégré. (www.iledefrance-international.fr)

Structuration du secteur

Le secteur du design en Île de France est un paysage éclaté constitué d'une multitude d'acteurs, souvent des PME. Les designers sont à peu près également répartis entre indépendants, petites structures de 2 à 5 personnes, agences de plus de 5 personnes.

Plus de la moitié des structures ont moins de 12 ans d'existence. Il s'agit d'une profession jeune et en plein essor : près de la moitié des designers ont moins de 35 ans, et la croissance des emplois directs a été d'environ 10% au cours des deux dernières années.

Les agences mettent avant tout l'accent sur la recherche et l'innovation comme source d'avantage concurrentiel. L'activité du design reste souvent associée à d'autres activités connexes telles que l'architecture et l'architecture d'intérieure.

Le milieu du design apparaît comme un secteur assez soudé. Il existe actuellement différents regroupements qui fédèrent la profession :

- La Fédération du Design (FéDI), basée à Lyon, qui a pour but principal de valoriser la profession de designer industriel, concepteur de produit.

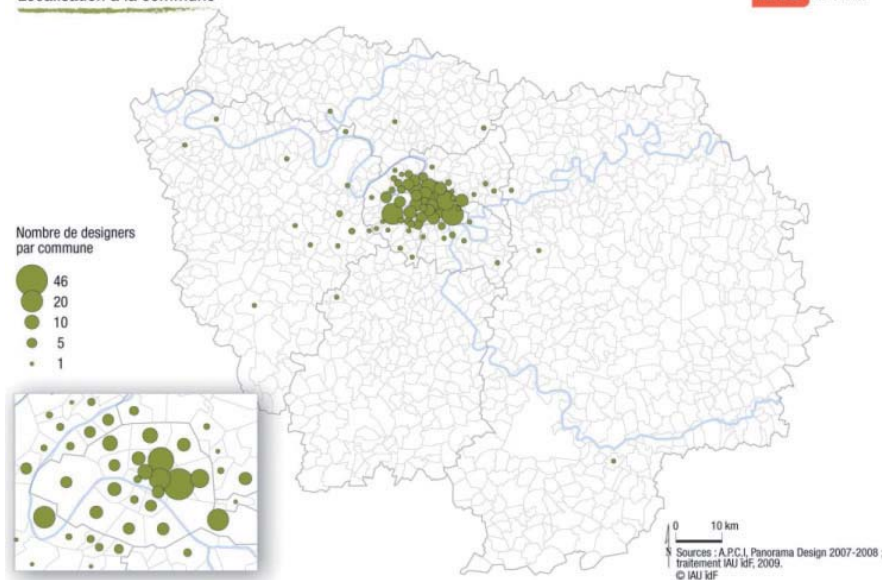
- L'Institut Français du Design qui accompagne notamment les jeunes professionnels designers et met en relation les différents acteurs du secteur.

- En Île-de-France, Le «Lieu du design», initié par le Conseil régional d'Île-de-France, vise la promotion et la diffusion du design francilien. Il met en relation les designers et les PME qui cherchent à travailler ensemble en capitalisant leur expérience et leur savoir-faire, et en renforçant les liens avec la recherche. Situé à Paris, il partage ses locaux avec le Centre Francilien de l'Innovation et le pôle de compétitivité Cap Digital, ce qui devrait faciliter les synergies.

Au-delà des réseaux institutionnels tels que celui fédéré par le Lieu du Design, il existe de nombreux réseaux alternatifs de création. En effet, les designers, qui suivent souvent le même schéma de création que les artistes plasticiens se regroupent parfois sous la forme de collectifs. Le collectif est un groupe d'artistes, de designers ou graphistes qui se rassemblent afin de proposer ensemble des créations artistiques. La plupart du temps, les collectifs se concentrent sur l'innovation en matière de design et créent des prototypes. On peut retrouver leurs créations dans des expositions dédiées au design au sein de centres d'art.

Les designers en Ile-de-France en 2008

Localisation à la commune



Forces en présence sur le territoire (acteurs, lieux, événements)

La répartition met en évidence une prépondérance du nord-est parisien qui concentre près de 58% des structures, essentiellement dans les 11^e, 10^e, 12^e, 20^e et 18^e arrondissements, contre 21% dans l'ouest et le sud (17^e, 8^e, 16^e, 15^e, 13^e, 14^e). Le centre de Paris concentre 21% des structures, installées essentiellement dans le 3^e arrondissement.

Cette situation contrastée est fortement liée au prix du foncier, l'est parisien étant plus abordable que l'ouest et à même de favoriser l'installation de jeunes structures alors que les prix de l'ouest parisien repoussent les entreprises en proche couronne, essentiellement à Boulogne dans le sud-ouest, à Montreuil à l'est, à Clichy, Levallois-Perret et Saint-Ouen au nord, ou encore à Montrouge, Malakoff ou Vanves au sud.

L'un des leaders du secteur est l'agence Philippe Starck. Créateur incontournable dès les années 80, Philippe Starck a construit un véritable empire du design autour de sa signature. Travaillant avant tout pour sa marque, Philippe Starck collabore également avec d'autres entreprises dans le domaine du design industriel. Philippe Starck est l'un des designers français les plus connus sur les scènes internationales.

Un autre acteur majeur en matière de Design à Paris est la Galerie VIA. Elle présente la jeune génération du design français et participe, par l'accueil d'événements collectifs, à la promotion de designers étrangers. Une moyenne de cinq expositions par année permet aussi de mettre la galerie

à la disposition de professionnels de l'ameublement pour des lancements de nouveaux produits par exemple. VIA organise des événements au sein des grands salons et des grandes manifestations internationales du design. Les Aides à la création (prototypes VIA) sont présentées chaque année en avant-première au Salon du meuble de Paris, puis à Milan, en off de la fiera, avec les labels VIA (produits commercialisés). Ces expositions font l'objet d'une scénographie spécifique et constituent à l'international une véritable vitrine du savoir-faire français en matière de design mobilier. Dans le cadre de sa mission de promotion ou pour le compte de partenaires, VIA conçoit et réalise des expositions thématiques itinérantes dans les musées, les centres culturels, les galeries, les grands magasins du monde entier.

En 2010, à l'occasion des 30 ans de VIA, la galerie, en collaboration avec le Centre Pompidou a organisé une exposition « Via Design 3.0 » présentant les créations des designers français.

Le temps fort du design à Paris est à l'automne avec la Paris Design Week, nouvel événement qui intègre notamment le célèbre Salon Maison & Objet. La Paris Design Week est un événement à la fois culturel et commercial, professionnel et grand public. Son programme rassemblera une centaine d'événements parmi lesquels des expositions de design de premier plan, des lancements de nouvelles collections, des tables rondes des visites d'ateliers etc. Près de 100 000 personnes sont attendues à cet événement.

Dans le domaine public, le CCI, Centre de création Industrielle est devenu un Département du Musée national d'Art moderne. C'est donc au Centre Pompidou que des expositions de design sont présentées régulièrement. L'autre grand lieu d'exposition à Paris est « les Arts Déco », rue de Rivoli, qui dispose de collections permanentes, historiques ou contemporaines (jouets, bijoux) et présente de grandes expositions temporaires.

Formation

L'Île-de-France est un pôle important de formation, intégrant de nombreuses écoles de design, publiques et privées, reconnues à l'international (ENSCI École nationale supérieure de création industrielle, établissement public de coopération scientifique situé dans le 11^e, ENSAD, École nationale supérieure des Arts décoratifs, situé dans le 5^e, École Boulle, Strate Collège, École Camondo, ESAG-Penninghen...) et en concurrence avec d'autres institutions européennes (Royal College of Art de Londres, Design Academy d'Eindhoven, ou Politecnico de Milan). Les designers de formation française bénéficient d'une « french touch » reconnue, caractéristique exclusive faite d'approche conceptuelle et d'esprit critique, susceptible de constituer un avantage comparatif au plan international.

Enjeux et tendances en matière de création

À l'instar de l'architecture, les designers se penchent de plus en plus sur les questions de développement durable au sens large. Ils vont ainsi concevoir des créations à partir de matériaux écologiques, en adéquation avec les problé-

matiques environnementales actuelles. La question du développement durable dans le design ne touche pas uniquement les matériaux mais impacte sur les types d'objets créés. Ainsi, une recherche d'économie en termes de volume est au cœur des recherches. Les designers vont s'intéresser à la conception d'objets modulables, que l'on puisse intégrer dans de petits espaces.

Cette recherche associée à la renommée de la scène Française et francilienne en matière de design est une opportunité pour le développement de nouvelles créations. Par ailleurs, le développement d'événements et lieux professionnels d'envergure internationale offre de nouvelles opportunités en termes d'échange et de reconnaissance du design français.

Mais ce phénomène peut entraîner par la même occasion une augmentation de la concurrence au niveau international.

À ce jour, le secteur du design en France et surtout en Île-de-France reste porteur. L'enjeu est de trouver *via* le Grand Paris, des leviers de développement de la recherche technologique de ce secteur qui reste porteur tant au niveau interne, en terme de croissance économique, qu'à l'international en tant que vitrine d'un savoir-faire français.

Optimisation de la chaîne de production du Design

Si les délocalisations des différents stades de la production sont poussées si loin qu'on en vienne à perdre toute culture industrielle, comment maintenir un bon niveau de design en étant déconnecté de toute expérience des matériaux, des procédés, de l'organisation du travail de production ? Il semble nécessaire de conserver à proximité des services de design des équipements permettant de réaliser des tests portant sur la conception, le fonctionnement mais aussi la fabrication des produits. Beaucoup de délocalisations affectent les secteurs en amont de la fabrication (réalisation de maquettes, prototypage, moulage), ce qui inquiète les professionnels du secteur.

Valoriser la recherche technologique

L'innovation technologique est l'élément différenciant majeur dans la création d'une offre en design. On le voit notamment au Danemark ou aux Pays-Bas dont la reconnaissance au niveau mondial est issue de leurs capacités en termes d'innovation. Aussi, le développement de laboratoires de designers ou le regroupement de collectifs est un enjeu important de ce secteur. Le Grand Paris, en terme de puissance publique, peut être un acteur clé pour mieux fédérer les acteurs de ce secteur qui restent bien trop souvent éclatés sur le territoire francilien et par conséquent limités en terme de ressources. En ce sens, le Conseil Régional d'Île-de-France a adopté le 23 juin dernier sa Stratégie régionale de développement économique et d'innovation (SRDEI). Sur une proposition du Lieu du Design, le design y est reconnu comme un atout majeur de transformation et d'adaptation de l'outil industriel et une arme de différenciation dans la conquête des marchés. Ainsi, à travers sa capacité à faire émerger de nouvelles représentations et pratiques centrées sur les utilisateurs, le design devient un atout de l'attractivité et de la compétitivité de la Région Île-de-France et partie intégrante de ses champs d'innovation prioritaire.

Le Grand Paris, référence internationale du Design

Paris est déjà reconnue sur la scène internationale du design grâce à ses formations et certaines de ses manifestations qui sont labellisées Paris, Capitale de la Création. Le développement de nouvelles initiatives telles que le Lieu du Design ainsi que le fait que le design soit porté par de grands groupes industriels français constituent des atouts majeurs pour la croissance de ce secteur. En ce sens, le Grand Paris peut accroître son potentiel sur la scène internationale en devenant une vitrine du design français.

Mise en perspective avec d'autres territoires

Au niveau international, les territoires majeurs sont New York, Londres et Milan essentiellement reconnus pour les événements associés au Design (par exemple, la Triennale et le Salon du Meuble à Milan). En terme de formation et d'innovation, Milan mais également les Pays-Bas et le Danemark sont des lieux majeurs du Design. Les Pays-Bas, connus pour regrouper de nombreux laboratoires de designers, bénéficient d'une image positive dans ce secteur.

Hormis ces places traditionnelles, de nombreux acteurs asiatiques sont en pleine croissance : la Corée du Sud, Taiwan et l'Inde ont mis en place des campagnes nationales de promotion du design.

Tous ces territoires constituent de réels concurrents. En effet, tous cherchent à mettre en avant les designers de leurs pays et passent par les grandes métropoles comme vitrine du design national.

Livres - Édition

Données de cadrage

L'activité de l'édition française représente, d'après le Syndicat national de l'édition (SNE), un chiffre d'affaires annuel de 2,829 milliards d'euros en 2009 (hors activités de distribution-diffusion), ce qui la place en tête de l'industrie des loisirs en France.

La littérature représente 23,6% de ce chiffre d'affaires (640 millions), en légère progression. Mais c'est la catégorie «jeunesse» qui connaît une très forte progression, avec une croissance de plus de 20% entre 2008 et 2009 (396 millions d'euros en 2009).

Au sein de l'édition, on distingue en général la presse (les journaux, les magazines) et le livre qui obéissent à des logiques spécifiques.

La création a deux origines différentes : soit l'éditeur commande un livre à un auteur, soit un auteur crée une œuvre et démarché les éditeurs pour se faire publier.

Ainsi, les auteurs et les éditeurs sont les deux acteurs qui créent. En aval, on trouvera notamment l'industrie de l'impression et tous les enjeux

de la distribution. Ces activités ne sont pas à proprement parler des activités créatives, même si elles ont une influence sur le potentiel créatif, notamment sur le partage de la valeur ajoutée.

Structuration du marché

Jusqu'en 2002, la structure de l'édition française était stable. Deux groupes dominaient l'industrie depuis les années 70 : Hachette Livre (Paris 15^e), appartenant au groupe Lagardère, dirigé par Jean-Luc puis Arnaud Lagardère, et Vivendi Universal Publishing (Paris 8^e), avec Jean-Marie Messier à sa tête.

Fin 2002, le démantèlement de Vivendi a bouleversé les positions de chacun avec notamment le rachat par Hachette-Lagardère des 40% d'Editis (ex-VUP) autorisés par la Commission européenne. Puis le groupe Lagardère a acquis à l'automne 2004 le groupe britannique Hodder Headline et racheté Time Warner Book, la filiale d'édition de Time Warner, en février 2006, permettant ainsi à Hachette de devenir le troisième éditeur mondial, derrière le britannique Pearson et l'allemand Bertelsmann.

Avec un chiffre d'affaires de 2,273 milliards d'euros en 2009 (y compris les filiales à l'étranger et les activités de distribution-diffusion), Hachette Livre est le premier éditeur en France. Editis, avec 751 millions de CA en 2009, détenu depuis mai 2004 à 60% par le holding financier d'Ernest- Antoine Seillière, Wendel Investissement, arrive loin derrière.

Derrière ces deux géants vient ensuite quatre grandes maisons d'édition (la « bande des quatre ») qui occupent une place intermédiaire entre les deux grands leaders et les petites maisons d'édition. Ces quatre maisons sont : Gallimard (Paris 7^e), Le Seuil (Paris 14^e), Albin Michel (Paris 14^e) et Flammarion (Paris 13^e).

Il y a ensuite un tissu très dense de petits éditeurs indépendants. Selon une enquête du Syndicat national de l'Édition (SNE) et du ministère de la Culture et de la Communication (590 réponses sur 2 700 questionnaires envoyés) près de la moitié de ces éditeurs résident à Paris ou en région parisienne. Par ailleurs, la moitié de leurs maisons d'édition ont moins de 10 ans. De plus, les maisons d'édition ont un renouvellement actif de leur catalogue (15% en 2003). Quasiment la moitié d'entre eux font moins de 20 000 euros de chiffre d'affaires par an, et seulement 10% dépassent les 200 000 euros annuels.

Le nombre total d'éditeurs ayant au moins un titre sur leur catalogue est estimé à 7 000 en France, mais seulement 800 éditeurs ont une activité régulière et environ 350 concentrent la quasi-totalité du chiffre d'affaires de la profession.

Parmi les acteurs importants de la vie de l'édition, il faut rappeler le rôle du ministère de la Culture qui fut capital pour le maintien des professions de l'édition et la diversité de sa production. Par la législation, comme le prix unique du Livre (mesure qui a été généralisée en Europe), la fixation des taux de TVA sur les « produits culturels » mais aussi par le rôle de régulation et de promotion assuré par le Service du Livre et de la Lecture Publique, relayé en Île-de-France par le conseiller pour le Livre de la DRAC. Ainsi

que par la politique des bibliothèques lesquelles comptent beaucoup dans la diffusion du livre, qu'elles soient Nationale (BNF), départementales ou municipales (d'arrondissement dans le cas de Paris).

Le Service du Livre au ministère dispose d'un département de l'économie du livre, d'un Bureau du livre français à l'étranger et d'une Mission pour l'action régionale. Le Centre national du Livre, Établissement public installé à Paris, a pour mission le soutien aux acteurs de la chaîne du livre et il est le lieu des rencontres interprofessionnelles. Par son budget de 35 m € (2008) perçu d'une taxe parafiscale sur la vente des matériels de reproduction, il aide les auteurs (Bourses et résidences), les traducteurs, les petites Maisons d'édition, les Revues, les Libraires et de nombreuses manifestations littéraires, comme « À vous de lire ».

L'économie du livre repose sur un équilibre complexe de péréquation et de mutualisation des risques : certains types d'ouvrages sont complètement rentables, à l'instar des ouvrages scolaires (marges de 20 à 30%) ou bien des guides pratiques (20%) ou encore les livres de poche. Cette rentabilité permet de compenser par exemple les faibles marges de la littérature générale.

Forces en présence sur le territoire (acteurs, lieux, événements)

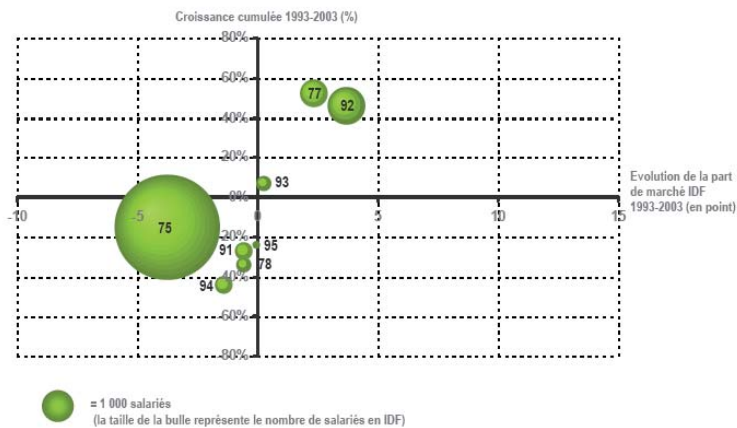
Ce graphe montre l'évolution des effectifs de l'industrie de l'édition, par département, sur la période 1993-2003. On note que Paris concentre les trois-quarts des effectifs, mais ce chiffre est en baisse par rapport à 1993 (-15%). Cette diminution s'est largement faite au profit des Hauts-de-Seine (+ 46% sur la période). Le troisième département est la Seine-et-Marne qui a connu lui aussi une évolution favorable (+ 52%). Enfin, à l'exception de la Seine-Saint-Denis qui a connu une très faible hausse de ses effectifs, tous les autres départements sont en baisse.

Comme pour la plupart des industries culturelles, on note une très forte concentration des activités du livre sur le territoire francilien. Ainsi, les activités d'édition de livre sont regroupées sur Paris et dans l'ouest de la petite couronne. Sur la période 1993-2003, les arrondissements centraux de Paris connaissent une baisse d'effectifs.

En effet, certaines maisons d'édition ont déménagé, notamment du 6^e arrondissement vers le 13^e (quartier de la grande Bibliothèque). Par exemple, Hachette a déménagé du 6^e arrondissement au Quai de Grenelle en 1995, et Flammarion a déménagé en juin 2005 à côté de la BNF (380 personnes ont quitté la rue Racine) mais une partie de ses activités est cependant resté à Saint-Germain des-Prés (la littérature et la logistique), en raison notamment de la valeur d'adresse et de l'historique de la maison d'édition.

Il existait peu de formations aux métiers de l'édition en France, mis à part des BTS et DUT. Mais depuis peu se développent des mastères spécialisés, comme dans les Universités de Cergy-Pontoise et de Marne-la-Vallée. L'ESCP-Europe propose un mastère spécialisé dans le management de l'édition, à Paris. En revanche, nombreuses sont les formations en journalisme, ou en métier de lettres.

L'industrie du Livre en IDF: positionnement des départements



Source : GARP, traitement IAURIF

Édition de livres Situation en 2003



Édition de livres Évolution 1993 - 2003

Le Salon du livre de Paris accueille chaque année autour de 1 200 éditeurs représentant 25 pays. L'ensemble des stands couvre une superficie de 55 000 m². Il y a eu 180 000 visiteurs en 2011. Le Salon du livre et de la presse jeunesse à Montreuil (Seine-Saint-Denis) est, chaque année, à la fin du mois de novembre, le moment fort de l'activité du Centre de promotion du livre de jeunesse-Seine-Saint-Denis, une association loi 1901, financée par le Conseil général de la Seine-Saint-Denis et présidée par Danielle Bidard. Ce salon ouvert aux professionnels et au grand public s'est peu à peu imposé comme

le salon de référence en matière de littérature jeunesse au niveau national, se voulant la version française de la foire de Bologne. Il y a 330 exposants et 2 000 auteurs et illustrateurs y exposent.

La Ville de Paris soutient également des Festivals littéraires comme «Paris en toutes lettres» manifestation récente qui doit prendre place à l'avenir au 104. Le Service du Livre du Conseil régional d'Île-de-France soutient plusieurs dizaines de manifestations, salons, festivals ou Journées consacrées au livre. L'Île-de-France accueille ainsi d'autres Salons du Livre dont le Salon du Livre d'Île-de-France à Mennecy (Essonne), le Festival «Encres vives» à Provins (Seine-et-Marne), «Lirenval» dans la Vallée de Chevreuse.

Enjeux et tendances en matière de création

La distribution, et la diffusion, même si elles ne sont pas des activités créatives, sont devenues des étapes clés de la chaîne de valeur du secteur : les grosses maisons d'édition saturent les librairies avec leurs nouveautés, ce qui laisse moins de place dans les rayons pour les petits éditeurs.

La surproduction littéraire engendre des modifications sur les acteurs du secteur : on assiste à une sorte de «best-sellerisation» de l'économie du livre : des livres à durée de vie très limitée, vendus à grand renfort de promotion (radio, télévision) et de distribution massive, notamment dans les hypermarchés. Il faut ainsi noter qu'un livre sur cinq est désormais vendu par la grande distribution, ce qui à terme pourrait notamment encourager la vente de quelques best-sellers au cycle de vie plus court au détriment d'une offre éditoriale plus pointue.

Paradoxalement, ce phénomène s'accompagne d'une «surproduction» : on constate qu'à chaque rentrée littéraire, une moyenne de 700 nouveaux romans sont édités. Un pourcentage très faible bénéficie de promotion et la grande majorité ne reste que très peu de temps dans les rayons des libraires.

Les éditeurs indépendants sortent parfois des livres qui connaissent un succès important et une large médiatisation. C'est le cas par exemple de «Hyacinthe et Rose» album écrit par François Morel et illustré par Martin Jarrie, sorti aux éditions Thierry Magnier (Paris 6^e). Ce livre a reçu la mention d'honneur du Bologna Ragazzi Award, décernée à la Foire internationale de Bologne et récompensant l'excellence de l'ensemble du projet éditorial. De plus, les meilleures ventes de 2010 ont été «Indignez vous» de Stéphane Hessel, publié par une toute petite maison d'édition de province, Indigène, avant donc «La carte et le territoire» dernier roman de Michel Houellebecq publié par Flammarion. On peut aussi citer par exemple la création de XXI : entre magazine et revue, cette publication trimestrielle est vendue notamment chez les libraires. Composé de plus de 200 pages sans aucune publicité, XXI diffuse des récits souvent des BD et de longs articles documentaires.

Un des nouveaux enjeux de l'édition est la numérisation qui se traduit pour le livre de deux manières : par le scannage de livres papiers et par le livre électronique. Le groupe Hachette Livre et Google ont entériné

le 28 juillet 2011 un accord. Ce contrat concerne la numérisation de milliers de livres indisponibles à la vente. L'objectif est de redonner vie à ces livres dits épuisés et les proposer au format numérique, en e-book, ou encore, en impression à la demande (POD). La numérisation du fonds de catalogue indisponible concerne 40 000 à 50 000 ouvrages de l'éditeur Hachette mais également des autres maisons du groupe (Dunod, Armand Colin, Grasset, Stock, Hatier etc.). Concernant les livres électroniques, d'après une enquête de branche du SNE de 2009, les ventes de ces produits s'élevaient à 49 M€ HT, soit 1,8% du CA de ventes de livres (1,3% sur support physique, et 0,5% en téléchargement). La consommation de livres numériques est donc encore très marginale. Les nouvelles technologies et supports de lectures doivent être apprivoisés par les lecteurs. En 2009, selon un sondage Ipsos, 53% des Français n'avaient pas entendu parler de «livre numérique»

Le Labo de l'édition a été lancé en mai 2011 en plein cœur du Quartier Latin : il s'agit de soutenir les acteurs du secteur à appréhender les enjeux du numérique. Un incubateur accompagnera la création d'entreprises innovantes dans le secteur de l'édition numérique.

Source : IAU.

Mise en perspective avec d'autres territoires

La ville de Munich représente un poids important dans l'industrie de l'édition internationale. Ainsi, Munich concentre 23 des plus gros éditeurs de livres allemands sur son territoire et édite plus de 7 800 nouveaux livres chaque année, ce qui la place en seconde position mondiale derrière New York. Le «Literaturhaus München» (Maison de la littérature de Munich) accueille au centre de la ville écrivains, éditeurs, et distributeurs. La presse est également représentée avec cinq journaux quotidiens, dont le *Süddeutsche Zeitung* qui est vendu dans toute l'Allemagne. Le centre-ville rassemble entre autres 130 titres de presse magazines grand public et 80 titres de presse informatique. Munich occupe ainsi une place de leader avec Hambourg sur le marché de la presse magazine en Allemagne.

Plus grande foire du monde dans le domaine des livres, la Foire du livre de Francfort se tient tous les ans pendant cinq jours à la mi-octobre à Francfort-sur-le-Main en Allemagne. Actuellement, elle rassemble environ 300 000 visiteurs pour 7 000 exposants.

La foire de Bologne rassemble plus de 1 200 exposants venant de 66 pays différents et plus de 5 000 professionnels de l'industrie. C'est le plus grand salon international du monde dédié à la littérature pour enfants.

Gastronomie

Données de cadrage

La gastronomie est l'ensemble des règles (fluctuantes selon les pays, classes sociales et modes) qui définissent l'art de faire bonne chère. Aujourd'hui elle se définit comme un ensemble de connaissances et de pratiques concernant l'alimentation. Elle ne peut donc être assimilée à une industrie au sens économique du terme mais se développe à travers plusieurs activités et sous-activités : la restauration, les arts de la table, l'hôtellerie, l'œnologie, les agricultures territoriales, les formations, les déclinaisons communication/marketing, les industries agroalimentaires, ...

Depuis le début du XXI^e siècle, elle s'insère de plus en plus dans l'industrie du luxe avec la valorisation d'une dimension culturelle. Dans ce sens elle est supportée conjointement par les Ministères de la Culture et celui de l'Agriculture et de l'Alimentation, « pour valoriser les produits alimentaires et les savoir-faire culinaires, encourager le tourisme gastronomique sur nos territoires et développer la promotion du patrimoine alimentaire français à l'international ».

Chiffres clés de l'emploi dans la restauration

- 900 000 actifs en France dont plus de 700 000 salariés
- 195 000 établissements en France dont 98 000 de moins de 10 salariés
- 1^{er} créateur d'emplois en France en 2009-2010 avec 30 000 postes créés
- 80 % d'emplois en CDI et 85 % de temps plein
- Plus d'un quart des salariés ont moins de 25 ans
- 37 000 apprentis et scolaires diplômés chaque année
- 7 % des emplois du secteur correspondent à des formations en alternance
- 170 000 salariés en formation continue chaque année

1 Site du ministère de l'Économie, de l'Industrie et de l'Emploi
2 et 3 De l'éducation au jeu vidéo, pourquoi le Canada est-il parmi les premiers de la classe ? Rapport d'information parlementaire, décembre 2010.

Source : Institut d'aménagement et d'urbanisme IDF.

Le repas gastronomique des Français est inscrit dans l'Inventaire du patrimoine culturel immatériel de la France, établi par la Mission d'ethnologie du ministère de la Culture. Lors de sa première inauguration du Salon international de l'agriculture en 2008, le président de la République française, Nicolas Sarkozy, exprime le souhait que la France dépose une

demande de classement de sa gastronomie au patrimoine culturel immatériel de l'humanité, car elle posséderait «la meilleure gastronomie du monde». Le «repas gastronomique des Français» devient, le 16 novembre 2010, grâce à un comité intergouvernemental de l'Unesco réuni à Nairobi au Kenya, patrimoine culturel immatériel de l'humanité.

Cette distinction concerne une «pratique sociale coutumière destinée à célébrer les moments les plus importants de la vie des individus et des groupes, tels que naissances, mariages, anniversaires, succès et retrouvailles» Le descriptif du repas de fête, qui doit comporter au moins quatre services pour célébrer l'art du «bien manger» et du «bien boire», est précis : apéritif, entrée, mets de poisson et/ou de viande accompagné de légumes, fromage, dessert, digestif ; les produits doivent être de qualité, les recettes choisies avec soin en accord avec les vins et les mets dégustés avec une gestuelle spécifique au niveau de l'odorat et du goût doivent être présentés sur une table décorée.

Les éléments de cadrage économique et les tendances créatives décrites ci-après se focaliseront sur le premier vecteur matériel de la gastronomie à savoir la restauration, et notamment l'attractivité et le rayonnement de la France, fleuron de la gastronomie mondiale.

Pour les hôteliers, restaurateurs, cafetiers et traiteurs, le deuxième trimestre 2011 affiche une croissance du chiffre d'affaires en léger tassement, mais qui reste tout de même robuste : + 4% par rapport à la même période de l'année dernière. En détail, les activités hôtelières (hôtels et hôtels-restaurants) enregistrent une hausse identique de 6%, suivies de la restauration et de l'activité de traiteur (+ 3% chacune), des brasseries (+ 2,5%) et des cafés-bars (+ 1,5%).

Les régions ne sont pas toutes impactées de la même manière en ce qui concerne la hausse de l'activité dans son ensemble. D'un extrême à l'autre, nous trouvons l'Île de France avec une croissance de 7% et le Centre qui enregistre une progression de 2% sur ce deuxième trimestre à un d'intervalle.

L'explication de cette progression de l'activité réside dans une hausse de la fréquentation des établissements constatée par près d'un professionnel sur trois (35%) et dans tous les métiers confondus.

De plus, l'économie française progresse, malgré un léger tassement de l'activité, au deuxième trimestre 2011 (+ 2% par rapport au même trimestre de l'année précédente), confirmant la poursuite de la reprise en dépit d'une hausse des matières premières importées subie par l'ensemble du tissu économique et des incertitudes au niveau de la zone euro.

Dans le même temps, le ticket moyen semble stable pour un établissement sur deux. Aussi, la croissance constatée du chiffre d'affaires par les professionnels du secteur provient notamment d'un printemps particulièrement chaud et d'un afflux de touristes étrangers comme français en augmentation.

L'avenir est jugé sereinement puisque 43% des professionnels ont un avis positif sur l'évolution de l'activité du troisième trimestre 2011.

En outre, les intentions d'embauche sur ce même troisième trimestre sont en hausse en ce qui concerne les saisonniers, mais en diminution au niveau des permanents relativement au trimestre précédent. Ainsi, 42% des responsables d'établissements se disent enclins à recruter un saisonnier, contre 8% un permanent. Par ailleurs, La difficulté pour recruter le personnel idoine est toujours de mise pour l'ensemble du secteur.

La structuration de l'activité

La Gastronomie est principalement structurée autour des Grands Chefs qui en font (ou en ont fait) la renommée, la créativité, la promotion nationale et internationale.

Les référents français sont : Pierre Gagnaire, Jean-François Piège, Alain Ducasse, Guy Savoy, Paul Bocuse, Éric Fréchet, les frères Troisgros et Pourcel, Marc Veyrat, Alain Passard, Michel Roth, Joël Robuchon, (Bernard Loiseau) ...

Leur notoriété est largement fondée sur les critiques gastronomiques, médias et guides, qui qualifient un marché sans cesse mouvant et évolutif.

Parmi eux on notera les Guides gastronomiques français leaders : Bottin Gourmand, Guide Hubert, Gault-Millau, Pudlo (de son auteur Gilles Pudlowski, journaliste français, écrivain, critique littéraire et critique gastronomique), Guide des 100 meilleurs restaurants de France ou RougierRibaud, Guide Rouge dit Guide Michelin.

Le Guide Michelin est l'un des plus anciens [iens] et des plus célèbres guides gastronomiques du monde. Il gratifie chaque année les meilleurs établissements gastronomiques français et internationaux de 1 à 3 étoiles et établit ainsi un baromètre référent des meilleurs chefs mondiaux.

Par ailleurs le guide recense également les tables Bib Gourmand (671 en 2011), tables dites à petits prix.

Indépendamment des Guides, les grands chefs se regroupent en collectifs, associations ou groupements suivant différents critères et logiques géographiques, étranger, national et/ou régional.

Exemples : « Les toques blanches lyonnaises », « Terre d'Étoilés » en Savoie et Haute-Savoie, ou encore l'association « Traditions & Qualité » créée en 1954 par un groupe de restaurateurs parisiens afin de promouvoir la gastronomie et un art de vivre. Les initiateurs sont les prestigieux établissements et chefs : Jean Barnagaud (Prunier), André Vrinat (Taillevent), René Lasserre (Lasserre), Claude Terrail (La Tour d'argent), Raymond Oliver (Le Grand Véfour), Louis Vaudable (Maxim's).

Début des années 1990, Traditions & Qualité prendra le nom « Les Grandes Tables du Monde » pour rappeler l'élégance des maisons qui forment cette association prestigieuse. Aujourd'hui, 142 maisons ont rejoint Les Grandes Tables du Monde, réparties dans 23 pays et sur 3 continents.

Ce club prestigieux, résolument tourné vers l'excellence, a pour vocation de favoriser le rayonnement de la cuisine, de la cave, du service et des arts de la table à travers le monde.

Chaque année est marquée par le congrès annuel réunissant tous les membres des Grandes Tables du Monde, Traditions & Qualité. Une année en France, une année dans un des nombreux pays représentés, les congrès sont ainsi passés par Paris, Berlin, Cannes, Rome...

Par ailleurs, d'un point de vue administratif et social, les professions de la restauration se structurent autour d'organismes dont le Syndicat National des Hôteliers, Restaurateurs, Cafetiers et Traiteurs.

Forces en présence sur le territoire (acteurs, lieux, événements)

Le Guide Michelin 2010 gratifie 558 restaurants des fameuses étoiles; 82 tables sont situées dans la capitale ou en région parisienne; soit environ 15% des tables. L'édition 2011 du célèbre guide rouge Michelin recense cette année 571 tables étoilées dont :

- • 470 restaurants une étoile : 45 à Paris et 20 en IDF (46 entrants dont 6 à Paris et 3 en IDF, 33 sortants dont 1 à Paris);
- • 76 deux étoiles : 14 à Paris et 1 en IDF (5 entrants dont 3 à Paris, 3 sortants dont 1 à Paris, 4 rétrogradés);
- • 25 trois étoiles : 3 étoiles dont 10 à Paris (0 entrant, 1 rétrogradé).

Globalement depuis 2 ans, le palmarès des trois étoiles de la capitale reste inchangé.

Le millésime 2011 illustre une année de transition, avant l'arrivée en force des palaces à Paris (Shangri-La, Mandarin, Royal Monceau...) et, surtout, une période d'accalmie après la frénésie de recherche systématique de nouveaux trois-étoiles. La gastronomie explose doucement en son sommet, mais également à la base, où les jeunes talents ne courent plus à la recherche de ces célèbres étoiles qui restent cependant l'une des plus belles récompenses de cette profession.

- Multiplication des initiatives événementielles françaises, nationales et internationales :

La « Fête de la Gastronomie » : Cette fête sera organisée chaque année le premier jour de l'automne : la première édition aura lieu le vendredi 23 septembre 2011. Chaque année, la fête de la Gastronomie s'organisera autour d'une thématique spécifique et fédératrice. La fête de la Gastronomie sera un événement national et festif, illustrant la richesse et la diversité de la gastronomie française. À l'image de la fête de la Musique, elle proposera une succession d'événements, dans toute la France, pour fêter la cuisine, ses produits et les arts de la table. Tous les ministères sont associés à la fête de la Gastronomie, organisée en cohérence avec les dispositions du plan national de l'alimentation. Elle a pour vocation de réunir, d'initier et de donner envie de cuisiner dans un esprit de convivialité, de partage et de générosité. Elle

permettra aussi de sensibiliser les consommateurs au choix des produits, de la diversité des terroirs, des spécialités régionales.

- Les Bocuse d'Or, l'équivalent d'un championnat du monde de la cuisine.

- «So french so good» : ambitieuse campagne d'export lancée par le Secrétaire d'État au Commerce Extérieur, Pierre Lellouche = > 170 events en 2011. Ex. : Présences au SIAL, au Salon International du Club des Gourmets, au Foodex, etc.

- Le Festival International de la Gastronomie : se déroule, chaque année depuis 2006, à Mougins (France) et regroupe de nombreux cuisiniers et journalistes venus du monde entier.

Formation

Plusieurs écoles renommées sont implantées à Paris : L'École de Paris des Métiers de la Table, du Tourisme et de l'Hôtellerie Jean Blat (créée en 1978), l'École Supérieure de Cuisine Française – Grégoire Ferrandi, l'Université Paris-La Sorbonne IV - Master Professionnels «Alimentation, cultures alimentaires» ou encore l'École Supérieure des Métiers de Bouche de Paris (CEPROC). D'autres villes accueillent des écoles reconnues : par exemple Lyon (L'École des Arts Culinaires et de l'Hôtellerie et l'Institut Paul Bocuse) ou Reims (Institut des Hautes Études du Goût, de la Gastronomie et des Arts de la Table).

En France et en Suisse, les écoles de formations aux métiers de l'hôtellerie-restauration sont particulièrement ouvertes aux étudiants étrangers : elles se sont adaptées à leurs besoins et offrent un cadre d'étude incomparable, notamment au niveau des cuisines. Cependant, dans certaines matières, les cours sont délivrés uniquement en français et cela peut représenter une barrière pour les étudiants n'ayant pas un niveau suffisant. De plus, les coûts de scolarité inhérents à ces formations sont relativement élevés.

La concurrence est globale, donc, mais malgré ces critiques, le système suisse reste l'un des meilleurs du monde. En tout cas, la réputation des écoles suisses reste excellente, la France arrivant en seconde position.

Tous les ans, des milliers d'étudiants du monde entier suivent des formations de prestige dans les écoles spécialisées de ces deux pays. Il ne s'agit toutefois pas d'un monopole puisque ces types de formation existent dans de nombreux pays du monde. Les écoles suisses et françaises prennent de plus en plus au sérieux cette concurrence, souvent née de leur sein, et proposent des enseignements toujours mieux adaptés aux exigences d'un marché de plus en plus global.

La cuisine française est synonyme de qualité, symbole de luxe et de raffinement. Tous les pays du monde peuvent d'ailleurs vous proposer des formations à la française en pâtisserie ou en boulangerie. La chaîne d'écoles américaines «Cordon Bleu» par exemple propose de telles formations, et concurrence dangereusement les écoles françaises. Ce n'est pas la seule, et partout la French Touch fait recette... Malgré tout, il reste clair pour de

nombreux professionnels du secteur que le meilleur endroit pour étudier la cuisine française reste la France. La structure de base pour la formation en cuisine est celle du Lycée d'enseignement professionnel dont la plupart des grands chefs actuels sont issus.

Enjeux et tendances en matière de création

Il existe une gastronomie que l'on peut dire « mondiale », au temps du fooding, les habitudes gastronomiques locales, régionales et nationales demeurent assez solidement ancrées. Il n'y a d'ailleurs pas contradiction entre l'attachement aux traditions et aux recettes locales et la curiosité envers l'inédit. Les différences gastronomiques dépendent aussi de principes techniques et artistiques. La cuisine évolue comme les sciences et d'autres arts, avec lesquels elle peut avoir des relations; on évoque notamment les tendances :

- le Fooding : contraction du mot food (nourriture en anglais) et feeling (ressenti en anglais), le Fooding inventé en 1999 par le français Alexandre Cammas, alors journaliste et chroniqueur culinaire à Nova Magazine; l'objectif du Bureau du Fooding est de se défaire des conventions traditionnelles de la cuisine pour donner la possibilité aux chefs de s'émanciper plus librement, selon eux. Il n'exclut aucun courant gastronomique, comme la world food, la fusion food, le easy eating, la street food, la « bistronomie » ...;
- le Design culinaire;
- « l'Imaginaire alimentaire » : ou quand les industriels font appel à des bureaux de style alimentaire pour inspirer leur marketing de la gastronomie.

Ainsi voit-on apparaître de nouveaux métiers de « créateur en imaginaire alimentaire », de nouvelles spécialités dans les écoles de design et des manifestations artistiques dans le secteur agroalimentaire. Ce mouvement, initié par des grands chefs de la restauration, tel l'Espagnol Ferran Adrià ou des pâtisseries comme Pierre Hermé ou Christophe Michalak, investit peu à peu les rayons des supermarchés, cherchant à séduire les consommateurs français dont un tiers déclare attendre « des aliments qui changent ». [...] Ces produits très innovants semblent, pour l'instant, ne séduire qu'une cible restreinte de consommateurs, plutôt jeunes, urbains, aisés et dont les motivations d'achat sont liées à des critères esthétiques. Ils restent encore consacrés à une consommation occasionnelle, plutôt festive (pour faire un cadeau original ou épater ses convives), et cantonnés aux rayons de circuits de distribution sélectifs tels que ceux de quelques fameuses enseignes parisiennes.

La Cuisine moléculaire : El Bulli (à Roses en Catalogne, Espagne), 3 étoiles au Michelin, dirigé par le chef Ferran Adrià et notoire pour son utilisation intensive de la gastronomie moléculaire. Certains grands chefs français s'inspirent des travaux de la gastronomie moléculaire, parmi eux, Pierre Gagnaire, Thierry Marx ou Marc Veyrat. On peut s'interroger quant aux enjeux marketing qui se cachent derrière la cuisine moléculaire, originale et attrayante : la cuisine moléculaire est-elle un « coup de marketing ou une révolution gastronomique » (*Le Monde* du 30 octobre 2009)? En France environ, une trentaine de restaurants sont reconnus de cuisine moléculaire bien que seule une partie d'entre eux s'inspire véritablement de la gastronomie moléculaire. Les autres utilisent la cuisine moléculaire pour

améliorer l'apparence et les textures de leurs plats. D'autres chefs mêlent la cuisine moléculaire à des plats plus « traditionnels ». Les restaurants de cuisine moléculaire ne sont donc pas très nombreux en France. Il est très difficile d'en trouver si on n'habite pas dans la capitale. Ils en profitent donc pour poser des prix élevés. De ce fait certaines personnes ont moins la possibilité d'y aller, ce qui repousse les personnes de se déplacer. Malgré les oppositions, il est à parier que rien ne pourra arrêter l'émergence de la cuisine moléculaire et sa communication à un public toujours plus large. Internet chaque jour nous informe de nouveaux mets réalisés par des chefs du monde entier. C'est plus qu'une mode, c'est un phénomène de profondeur. Beaucoup craignent la disparition des recettes du terroir. Mais la cuisine ne reviendra pas en arrière, des changements radicaux ont voulu s'introduire et maintenant sont établis.

Les nouveaux marchés : une histoire de mode

Ateliers culinaires participatifs, cuisine à domicile, publications/éditions, émissions TV, concours, cours individuels et collectifs, rencontres PRO-AM, tourisme gastronomique (ex. « les Voyages autour de la Table® »), œnotourisme, ...

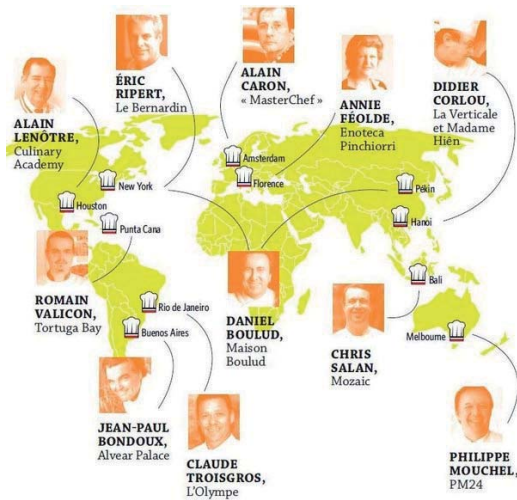
La cuisine est tendance. Popularisée à travers des émissions de télévision, des chefs « stars », des ateliers communs, elle est devenue un marché très rentable et accessible à tous.

Mise en perspective avec d'autres territoires

Selon un sondage conduit sur 16 sites internationaux Zoover (Europe et USA), avec 10 501 répondants, la cuisine française est la troisième appréciée en Europe. Après l'Italie (25% des votes), et l'Espagne (et devant la Grèce).

La cuisine japonaise s'est développée en France depuis une quarantaine d'années tout comme, parallèlement, la cuisine française s'est développée au Japon. Au cours de ces quatre décennies, les goûts des consommateurs ont considérablement évolué (qui mangeait du poisson cru en France dans les années 70 ?) et, à force de se côtoyer, les deux traditions se sont profondément « nourries » l'une de l'autre donnant naissance, non pas à une, mais à des dizaines voire des centaines de cuisines nouvelles et, souvent, merveilleusement créatives. En France, des chefs de talent ont ainsi intégré à leurs plats des algues, du yuzu ou du dashi tandis qu'au Japon, on apprécie de plus en plus la cuisine de bistro servie sur des nappes à carreaux !

Stars des restaurants les plus réputés à l'étranger, mais totalement ignorés dans l'Hexagone, ces chefs sont les véritables acteurs du rayonnement international de la cuisine made in France.



Ils sont la garde avancée de la cuisine française, les ambassadeurs de notre gastronomie nationale. Et pourtant, en France, ils restent de parfaits inconnus. Certains, comme Daniel Boulud, à New York, sont à la tête de véritables petits empires gastronomiques. D'autres, comme Éric Ripert, ou Alain Caron à Amsterdam, sont devenus des vedettes des chaînes de télévision en incarnant sur les écrans « le » chef français. Loin des débats hexagonaux sur le niveau de la gastronomie tricolore, ils contribuent à son rayonnement dans le monde. Une trentaine d'entre eux ont d'ailleurs créé un site Internet baptisé villagedechefs.com, un petit village gaulois à l'échelle planétaire.

Aujourd'hui, la gastronomie a explosé en une multitude de registres avec des chefs « auteur » métissant les influences. Il va de soi que chaque année, on ne saurait trouver de grandes révélations. Les guides s'épuisent à dénicher des chefs, à les propulser en avant. Et l'on retrouve souvent ces mêmes cuisiniers surcotés, perdus dans leurs repères, hérissés à la moindre critique. Avec le temps, le genre trois étoiles s'est presque banalisé, d'autant que les chefs en vue éprouvent pour la plupart de réels états d'âme quant à la pertinence de ce climat de concours et cette surenchère permanente. Naguère, le Guide Michelin avait l'habitude de suivre de loin les mouvements et consacrait le moment venu, avec un impact magnifique, des chefs du même métal. Puis est venue l'époque marketing, où l'on a mis en avant des visages, qui fonctionnaient comme des marques. Mais en passant à côté de la bistronomie et des cuisines étrangères, le Michelin se retrouve face à un univers très complexe avec une profession un peu lassée des inspecteurs, préférant soit la vie paisible et bienheureuse, soit l'accélération prodigieuse de la télé-réalité propulsant ainsi au sommet un Yves Camdeborde que le Guide rouge avait somptueusement snobé.

En 2010, la presse anglaise en a fait ses choux gras : Alain Ducasse en personne élisait Londres « capitale gastronomique de la planète ». D'une provocation, la toque aux 18 étoiles confirmait plusieurs années de décon-

venues tricolores au classement des 50 meilleures tables du monde, organisé par une revue britannique.

En 2011 encore, un jury de 800 experts a couronné le chef danois René Redzepi et placé dans son top 10 deux Espagnols, un Italien, un Anglais... mais un seul Français, le jeune Inaki Aizpitarte, du Châteaubriand, un bistrot gastronomique parisien.

Se faire griller par les Anglais l'année où notre repas gastronomique rentre au patrimoine de l'Unesco, l'échec est cuisant. Mais la pique de Ducasse contenait une bonne pincée de provocation. Car «notre savoir-faire fait toujours rêver la terre entière, d'autant plus que nous avons connu un vrai renouveau», estime Francis Chevrier, directeur de l'Institut Européen d'histoire et de culture de l'alimentation. Un temps étouffée par les Bocuse, Veyrat ou Robuchon, une génération de valeurs sûres (Éric Fréchon, Yannick Alléno) et de talents iconoclastes (William Ledeuil de Ze Kitchen Galerie, Thierry Marx au Mandarin oriental) assaisonne nos traditions aux dernières tendances.

Bien sûr ils ne rejettent pas les atouts de notre terroir, qui fascine toujours la planète – à Lyon, l'Institut Paul Bocuse attire les étudiants d'une trentaine de nationalités. Mais l'expertise de nos chefs est désormais reconnue même quand il s'agit d'accommoder les ingrédients des antipodes : jonglant avec le wazabi, le yuzu, l'huile d'argan ou le curcuma, William Ledeuil fait référence dans la «fusion food». Nos toques ont revu les plats mitonnés «à la française», nappés de sauce ou feuilletés, au profit de mets crus, juste saisis ou cuits sous vide à basse température. «Cette épure date de la vache folle, quand les clients ont voulu voir ce qu'ils mangeaient», analyse Philippe Mille, des Crayères (Reims). La richesse de nos campagnes permet aussi d'inscrire sur sa carte le nom des meilleurs producteurs, une traçabilité devenue du dernier chic.

Avec la même capacité d'adaptation, les Français ont assimilé les méthodes avant-gardistes (la «gastronomie moléculaire» a donné un coup de fouet à notre pâtisserie, avec des pointures comme Christophe Michalak, champion du monde la discipline en 2005) et devancé la vogue de la cuisine saine et simple. Adieu poulet au Coca! La star du moment est le légume, découpé artistiquement comme au Japon. L'an dernier, Ducasse a ainsi chamboulé sa carte du Plaza Athénée, à Paris, pour un «retour à l'essentiel», à base d'ingrédients moins lourds et moins tape-à-l'œil. Le trois-étoiles Alain Passard emploie aujourd'hui quinze jardiniers à l'année dans ses potagers normands, autant de bras que dans sa brigade à l'Arpège!

Remise au goût du jour, la French touch s'exporte mieux que jamais. Dès 2003, Joël Robuchon, l'homme le plus étoilé du monde (26 au total), a lancé ses «ateliers», inspirés des comptoirs à sushis. Pierre Gagnaire, chef du Balzac, fait fortune à Hong Kong, Tokyo et Las Vegas. Les frères Pourcel sont présents dans une dizaine de pays. Hélène Darroze a obtenu une deuxième étoile à Londres. Alléno intervient dans un palace à Dubaï, Anne-Sophie Pic fait la navette entre Valence et le Beau-Rivage, à Lausanne, le Lyonnais Daniel Boulud, devenu une star à New York, a investi à Miami, Pékin, Singapour et Londres. Et le Central de Michel Richard règne sur

Washington depuis que ce fast-food chic a abrité, début 2009, le premier dîner privé de Barack et Michelle Obama après l'élection.

Devenus de véritables entrepreneurs, à l'image d'Alain Ducasse (avec sa chaîne Spoon, 30 restaurants et 1 400 employés, il est l'un des chefs les mieux payés de la planète : 3,5 millions d'euros par an selon «Forbes»), les cuisiniers font aussi bouillir la marmite loin des fourneaux. Relooking de carte, formation, dîner de gala, partenariat avec des marques... selon nos informations, ce genre de consulting est facturé de 200 000 à 400 000 euros l'intervention. «Je n'en fait que 2 à 3 par an», explique Guy Martin. Le chef du Grand Véfour coache tout de même LG (conception de fours) ou Servair (restauration en vol), chapeaute un projet d'école à Dubaï, cornaque les cuisines du Domaine des Andéols (Lubéron) et du Lana à Courchevel... Moyennant quoi le Savoyard a pu racheter l'établissement du Palais-Royal dont il est le directeur depuis 1991!

Jeux vidéo

Données de cadrage

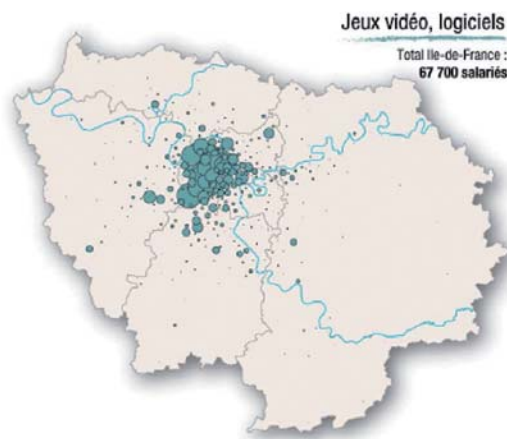
L'industrie des jeux vidéo inclut plusieurs catégories d'entreprises : éditeurs, studios de développement, distributeurs, les prestataires techniques (sons, images et tests des jeux principalement), constructeurs de matériels. En termes de création, l'attention sera portée spécifiquement sur deux catégories : les éditeurs, que l'on peut assimiler aux producteurs du cinéma (initiative, financement, détention des droits de propriété intellectuelle) et les studios de développement qui conçoivent et réalisent les jeux. L'amont (technologie support) ni de l'aval (distribution) ne seront donc pas spécifiquement traités sous l'angle de la création.

Avec un chiffre d'affaires mondial de plus de 51 Mds€ dont 2,7 Mds€ en France, le jeu vidéo est devenu l'un des premiers marchés culturels, devant le cinéma et la musique¹¹⁵. L'industrie compte près de 330 entreprises en France dont 114 studios de développement, et représente 5 000 emplois¹¹⁶. La France occupe le 7^e rang mondial des jeux vidéo, après avoir été 5^e il y a trois ans¹¹⁷.

115. Site du ministère de l'Économie, de l'Industrie et de l'Emploi.

116. *De l'éducation au jeu vidéo, pourquoi le Canada est-il parmi les premiers de la classe?* Rapport d'information parlementaire, décembre 2010.

117. *Idem*.



Le cluster «Capital Games» indique l'existence, en Île de France de plus 120 développeurs et éditeurs pour un total de 3 000 emplois. En 2009, 27,2% des entreprises affichent un chiffre d'affaires inférieur à 100 000 €. 39,1% déclarent un chiffre d'affaires compris entre 100 000 € et 1 M€ et 33,7% un chiffre d'affaires supérieur à 1 M€. En moyenne, chaque entreprise réalise 2,76 M€ de chiffre d'affaires en 2009. (Source : Syndicat national des jeux vidéo.)

Parmi les industries créatives, celle des jeux vidéo est celle qui a connu la plus forte croissance annuelle moyenne ces dernières années : plus de 8% entre 1994 et 2007. (Source : Institut d'aménagement et d'urbanisme IDF.)

Un pôle «Jeux vidéo, édition de logiciels et loisirs numériques» s'étale de Paris jusque dans l'ouest de la grande couronne : ces activités sont très concentrées sur Paris et la quasi-totalité des Hauts-de-Seine. Un premier axe part des arrondissements centraux parisiens (2^e, 8^e, 9^e, 17^e arrondissements) en continuité avec les communes périphériques du nord-ouest parisien (Levallois-Perret, Courbevoie, Colombes, Nanterre, Puteaux et Suresnes). Un second axe, du sud-ouest de Paris (15^e) en continuité avec Boulogne-Billancourt, Issy-les-Moulineaux, Châtillon, Meudon et Vélizy-Villacoublay, deuxième principale commune en volume d'emplois dans ce secteur après Courbevoie.

Structuration du secteur

Le marché du jeu vidéo se caractérise par son caractère cyclique : un nouveau cycle s'amorce par l'apparition de nouvelles innovations technologiques et/ou par de nouvelles interfaces. En particulier, la commercialisation de nouvelles consoles donne une impulsion forte au marché. La répartition de la valeur ajoutée économique (hors taxe) se situe entre 17 et 25% selon le type de jeu (PC ou console), et de 22 à 28% pour l'éditeur).

De plus, la relation entre les fonctions d'édition et de développement est déterminante dans le processus de création. Les éditeurs peuvent commander des jeux, en particulier les jeux sous licence (FIFA, Harry Potter par exemple), à des studios. Ces studios peuvent être internes aux éditeurs ou travailler sur commande. À l'opposé, les développeurs peuvent créer un jeu de toutes pièces. Ils peuvent alors le commercialiser-on parle alors de jeu «indépendant»- ou le proposer à un éditeur.

Une étude menée par le Syndicat national des Jeux vidéo montre que 84,4% des 96 entreprises répondantes déclarent avoir une activité de création et de développement. 36,5% ont une activité d'édition, 13,5% une activité de distribution et 13,5% une activité de «middleware». La majorité des entreprises françaises du jeu vidéo se trouve ainsi en amont de la chaîne de valeur et participe étroitement à la création : prestataires, fournisseurs de middleware et développeurs représentent au total près des trois quarts de l'effectif (72%). (Source : syndicat des Jeux vidéo.)

Forces en présence sur le territoire (acteurs, lieux, événements)

Parmi les professionnels, on trouve Capital Games qui regroupe actuellement une cinquantaine d'entreprises du Jeu vidéo d'Île-de-France, Cap Digital pôle de compétitivité de dimension mondiale dont les jeux vidéo, sont une des 9 communautés du pôle et le syndicat national du jeu vidéo.

Deux des trois plus grands éditeurs sont à capitaux majoritaires français (Activision Blizzard, UbiSoft). Activision Blizzard n'a aucun studio en France (22 studios, 14 aux États-Unis, 4 en Europe (2 au Royaume-Uni et 2 en Irlande), 2 au Canada et 2 en Asie). UbiSoft possède 24 studios dans 17 pays du monde, dont 4 en France (2 en région parisienne, UbiSoft Paris et Nadeo à Issy-les-Moulineaux, UbiSoft Annecy et UbiSoft Montpellier); en revanche, le plus grand studio est celui de Montréal.

Parmi les créateurs en vue, David Cage, fondateur du studio parisien Quantic Dream (100 emplois), a développé le jeu «Heavy Rain» en 2010, unanimement salué pour sa qualité et sa forme originale. C'est un succès critique et commercial (1,7 million d'exemplaires vendus à travers le monde). La chaîne CNN déclare notamment Heavy Rain jeu de l'année 2010.

Éric Viennot a fondé en 1990 le studio Lexis Numérique, désormais située à Champs-sur-Marne. Il est à l'origine de la longue série de jeux pour enfants (Les aventures de l'oncle Ernest), et de «In Memoriam», reconnu comme très novateur.

Cyanide a réussi à assoir sa politique de diversification vers le marché des jeux gratuits sur Internet en s'appuyant sur la série du Pro Cycling Manager. Sa particularité est de pouvoir travailler exclusivement sur ses propres licences.

Formation

L'Agence Française pour le Jeu vidéo répertorie 55 formations dans le secteur en France, dont 22 en région parisienne. L'Enquête sur la formation initiale dans l'industrie du jeu vidéo en France menée par le SNJV place une seule formation francilienne parmi les quatre formations les plus cotées (Isart Digital). Par ailleurs, l'école des Gobelins a ouvert une formation en partenariat avec l'École nationale du jeu et des médias interactifs numériques (ENJMIN), leader reconnu du secteur.

Enjeux et tendances en matière de création

Selon l'IDATE, la création et l'innovation technologique sont intimement liées dans le secteur du jeu vidéo : les créateurs définissent des univers en prenant en compte les possibilités technologiques offertes pour les concrétiser.

Le rapport «L'innovation et la R & D dans l'industrie française du jeu vidéo» réalisé pour le compte du ministère de l'Économie, des Finances et de l'Industrie distingue différentes catégories d'acteurs : les leaders, autonomes du point de vue financier et technologique, les indépendants cherchant l'autonomie et enfin les défricheurs, explorant de nouveaux concepts et/ou de nouvelles technologies.

Des opportunités réelles apparaissent pour les développeurs de jeu, en s'affranchissant partiellement des contraintes des diffusions. En effet, que les évolutions combinées du web, des mobiles et des nouvelles générations de console permettent aux développeurs de tisser un lien direct avec les joueurs.

Les entreprises françaises peuvent ainsi valoriser leur savoir-faire, même si la compétition est forte pour attirer les jeunes talents. À ce titre, une enquête auprès des entreprises canadiennes place la fuite des talents comme un risque majeur pour leur développement et leur pérennité.

Mise en perspective avec d'autres territoires

Que ce soit les studios de développeurs ou les studios indépendants, le Canada et plus particulièrement le Québec et la Californie se distinguent.

La Californie arrive à maintenir sa position initiale dominante. Le Canada est un exemple intéressant de volontarisme collectif entre les autorités publiques et les acteurs privés pour mener une politique ambitieuse, avec les moyens dédiés. Cela a permis d'attirer par exemple le plus grand studio de développement d'Ubisoft. Un rapport de l'ESA (Entertainment Software Association) souligne que «le Canada a été particulièrement efficace pour attirer au pays de l'investissement et du personnel qualifié de juridictions comme le Royaume-Uni». Selon le SNJV, la France aurait perdu la moitié de ses effectifs dans l'industrie des jeux vidéo depuis 10 ans, dont de nombreux talents se sont installés au Canada.

Un cercle vertueux s'est enclenché au Canada : les studios développent une expertise qui leur permet de créer des jeux de grande qualité, devenant des succès commerciaux, renforçant leur capacité d'attraction vis-à-vis des éditeurs. Autour du cœur de métier de la création de jeux, se développent tous les services nécessaires (sons, capture de mouvement, etc.) qui renforcent la compétitivité de la région.

La situation de marché important de consommateurs de jeu vidéo couplée aux savoir-faire reconnus des entreprises françaises font malgré tout du Grand Paris une destination européenne attractive pour les éditeurs asiatiques notamment : l'AFII cite deux exemples d'éditeurs japonais qui se sont implantés ces cinq dernières années : CapCom à Saint-Germain-en-Laye et Namco-Bandai à Cergy.

Sur le plan des événements professionnels ou grand public, Los Angeles (E3 Expo), San Francisco (Game Developers Conférence et Independant Games Festival) et Tokyo (Tokyo Game Show) sont les leaders mondiaux et Cologne (Game Developers Conférence Europe, GamesCom) se positionne comme leader européen.

Mode

Données de cadrage

«La mode est dans l'air, c'est le vent qui l'apporte, on la presse, on la respire, elle est au ciel et sur le macadam, elle tient aux idées, aux mœurs, aux événements» Gabrielle Chanel.

Si la mode correspond à une filière à part entière, on doit distinguer deux sous-ensembles dont les modèles de développement diffèrent fortement : le secteur de la haute couture et le secteur du prêt-à-porter. La mode est un système caractérisé par :

- • l'importance de la création tournée vers l'esthétique dont les racines sont culturelles et artistiques ;
- • un cycle économique court en raison de l'importance de la nouveauté ;
- • des marques médiatisées qui signent les produits de la mode en mettant en valeur la spécificité des produits. Elles affirment une histoire réelle ou imaginaire qui offre au consommateur la possibilité d'afficher leur identité individuelle et/ou une distinction sociale ;
- • une faculté à épouser l'air du temps et parfois à le devancer ;
- • contrairement au luxe, la mode est «imitée» par le marché de masse. La «rue» l'emporte en dernière instance alors que le luxe donne lieu à une consommation unique, ostentatoire de la part d'un nombre limité de consommateurs.
- (Source Institut Français de la Mode).

L'activité des grandes marques de luxe qui créent des univers autour de l'équipement de la personne (habillement, maroquinerie, bijouterie et accessoires, parfumerie et cosmétiques). Elles profitent d'une concentration exceptionnelle de savoir-faire spécifiques en Île-de-France.

Le secteur du prêt-à-porter, essentiellement focalisé sur l'habillement et les accessoires de mode; Par opposition à la haute couture, le prêt-à-porter est constitué de pièces vendues en tant que produit fini et non pas réalisés sur-mesure. Il désigne le passage de la couture artisanale et du vêtement sur mesure à la standardisation des tailles qui permet la production en série.

La création de mode permet d'offrir au consommateur un imaginaire qui crée un simulacre de l'objet réel. Yves Saint Laurent disait « je ne suis pas un couturier, je suis un fabricant de bonheur ».

L'industrie de la mode comprend, en terme d'activités, la fabrication de vêtements, d'articles de maroquinerie, de chaussures, de parfums et de bijoux. Une entreprise industrielle sur dix travaille dans le domaine de la mode. Secteur peu concentré, il regroupe près de 2 000 entreprises de plus de 20 salariés, qui emploient plus de 180 000 personnes et réalise un chiffre d'affaires total de 29 milliards d'euros, soit environ 5% de l'industrie.

Structuration du secteur

Cet univers recouvre un ensemble de secteurs industriels ayant en commun « la parure » de la personne. Savoir-faire, qualité et créativité des produits sont à l'origine du renom international de cette industrie française. C'est un domaine où se côtoient des noms prestigieux de l'industrie du luxe (couture, bijouterie et parfumerie) et des entreprises industrielles dont les produits se situent sur différents segments de marché : du produit standard au prêt-à-porter de luxe.

Cette hétérogénéité se retrouve également, par exemple, dans certaines caractéristiques :

- un processus d'industrialisation différencié : traditionnel pour la maroquinerie, la bijouterie et la haute couture; plus technique dans le prêt-à-porter, la chaussure ou la parfumerie;
- une ouverture plus ou moins marquée sur les marchés extérieurs. Dans l'ensemble de la mode, 36% du chiffre d'affaires est destiné à l'exportation. Cette proportion atteint 41% dans la parfumerie et 66% dans la haute couture, secteurs où les stratégies d'identification, d'image et de marques sont particulièrement fortes;
- des résultats très disparates : le secteur de la parfumerie se distingue par de meilleures performances en termes de taux d'investissement, de marge ou de profitabilité. À l'inverse, les industries de l'habillement ou de la chaussure, confrontées à une concurrence internationale vive, affichent des résultats plus fragiles.

La mode en Île-de-France

Aucune autre ville n'incarne mieux que Paris la création sous toutes ses formes. L'économie de Paris et de sa région tire pleinement profit de l'image de capitale mondiale de la mode et du luxe. L'Île-de-France concentre plus d'un quart des effectifs de la mode. Il s'agit essentiellement des sièges sociaux des entreprises de luxe, conférant à Paris le titre de capitale de la mode.

Le design, la mode et le segment du luxe constituent, pour l'Île-de-France, des activités créatives à fort potentiel. Ils participent du développement global de l'économie de l'immatériel, avec des caractéristiques particulièrement favorables : ces activités ont en effet un fort pouvoir diffusant et dynamisant pour l'ensemble du tissu économique, une aptitude spécifique à se développer dans une grande métropole, ainsi que la capacité de valoriser l'image de la région-capital. En 2008, l'Île de France regroupait 32 800 établissements estimés de la filière (22 300 établissements à Paris, soit 68% des établissements franciliens), dont :

- • 4 400 agences de design (2 700 à Paris, soit 61% des établissements franciliens);
- • 1 910 agences de mode-stylisme (1 500 à Paris, soit 79% des établissements franciliens);
- • 12 050 ateliers de fabrication dans le secteur de l'habillement articles de mode (8 500 à Paris, soit 71% des établissements franciliens);
- • 14 440 établissements de commerce de gros dans le domaine de l'habillement-articles de mode (9 600 à Paris, soit 66% des établissements franciliens).

En 2008 toujours, l'Île-de-France regroupait 104 000 emplois estimés de la filière (54 000 emplois à Paris, soit 52% des emplois franciliens), dont :

- • 5 470 emplois dans les agences de design (3 500 à Paris, soit 64% des emplois franciliens);
- • 6 870 emplois dans les agences de mode-stylisme (4 600 à Paris, soit 67% des emplois franciliens);
- • 52 360 emplois dans les ateliers de fabrication dans le domaine de l'habillement-articles de mode (25 100 à Paris, soit 48% des emplois franciliens);
- • 39 300 emplois dans les établissements de commerce de gros dans le domaine de l'habillement-articles de mode (20 800 à Paris, soit 53% des emplois franciliens).

Ces produits sont très inégalement soumis à la concurrence étrangère. Si le commerce extérieur est globalement déficitaire avec un taux de couverture de 87%, des disparités existent selon les produits. Ainsi la parfumerie, de renom mondial, et plus marginalement la maroquinerie, dégagent un excédent commercial de 6,6 milliards d'euros. À l'inverse, l'habillement et la chaussure, mais également la bijouterie, enregistrent un déficit de 9,3 milliards d'euros.

Forces en présence sur le territoire (acteurs, lieux, événements)

Chaque année, deux collections haute couture sont présentées au travers des défilés de mode inscrits dans le calendrier officiel de la Fédération Française de Haute Couture. La présentation des collections printemps/été se déroule durant le mois de janvier de l'année correspondante, et celle des collections automne/hiver au début du mois de juillet pour la saison de l'année suivante. Les membres de la Chambre syndicale de Haute Couture sont : Adeline André, Anne Valérie Hash, Chanel, Christian Dior, Christophe Josse, Gustavolins, Franck Sorbier, Givenchy, Jean-Paul Gaultier, Maurizio Galante, Stéphane Rolland. La porte s'entrouvre néan-

moins pour des couturiers invités qui présentent également leurs collections dans le cadre du calendrier officiel des défilés.

Actuellement, cette activité en elle-même ne représente qu'un pourcentage infime du chiffre d'affaires des maisons de couture et, tout au plus, un millier d'emplois. Mais ce capital immatériel symbolise le luxe et n'a pas de prix.

Mais, et le changement est de taille, si la haute couture Parisienne fascine toujours et offre ses défilés-spectacles, ce sont les présentations de prêt-à-porter, souvent issu des mêmes maisons, qui déplacent désormais le plus d'acheteurs et de journalistes spécialisés.

Les semaines des défilés aussi appelées semaines de la mode ou Fashion week permettent ainsi aux stylistes (notamment créateurs de mode depuis les années 80) et maisons de couture de présenter leurs dernières collections.

Les plus importantes «semaines de la mode» sont celles de Paris, New York, Milan et Londres, mais il en existe dans la plupart des mégapoles. Le calendrier de ces semaines est dense, permettant ainsi à de nombreuses maisons de couture d'être présentes.

Les créateurs de mode Français sont bien entendu présents. Nous pourrions nommer quelques-unes, dont de jeunes créateurs : Isabel Marant, Alexis Mabille, Anne Valérie Hash, Barbara Bui, Catherine Malandrino, Chantal Thomass, Christian Lacroix, Christian Louboutin, Christophe Decarnin, Hedi Slimane (Dior-Haute couture), Jean-Paul Gauthier (Haute couture), Jean Charles de Castelbajac, Jérôme Dreyfuss, Marité et François Girbaut, Sonia Rykiel, Vanessa Bruno.

Cependant aujourd'hui, de nombreux grands couturiers de maisons de luxe françaises sont étrangers (en majorité italiens, américains, japonais, anglais). Il est évidemment éminemment souhaitable que les grands créateurs étrangers reconnaissent Paris comme la capitale mondiale de la mode. Mais, pour soutenir cette réalité et cette image sur le long terme, la France doit générer de grands créateurs sur son sol. Or les écoles françaises semblent avoir perdu leur capacité à faire éclore des talents exceptionnels.

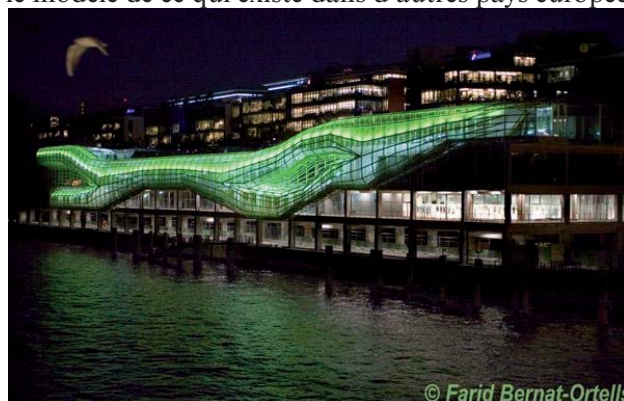
Nous avons en France des écoles de mode, connues à l'étranger et reconnues par les professionnels. Il existe d'autres établissements, hors hexagone, qui sont eux aussi réputés. Il peut être très intéressant d'aller étudier à l'étranger, pour apprendre une nouvelle langue mais aussi pour découvrir une nouvelle culture et une approche différente de la mode (Angleterre, Italie, États-Unis, Belgique, ...)

Créées en 1927 par les professionnels de la Mode, bien avant que la formation ne soit perçue comme une priorité nationale et institutionnalisée, les Écoles de la chambre syndicale de la couture. témoignent de l'intérêt traditionnel et constant qu'ont, de tous temps porté les Couturiers et les Créateurs, d'une part, à la formation et au perfectionnement de la main-d'œuvre hautement qualifiée que requièrent les Métiers de la Mode, et d'autre part, à l'avènement de jeunes talents qui contribueront à créer la Mode de demain.

Un établissement privé d'enseignement supérieur aux métiers de la création, de la technique dont le cursus comprend quatre années scolaires. Sont issus de cette formation des créateurs célèbres comme : Adeline André, André Courrèges, Anne Valérie Hash, Dominique Sirop, Gilles Rosier, Gustavo Lins, Issey Miyake, Jean Colonna, Jean-Louis Scherrer, Jérôme L'Huillier, Lefranc-Ferrant, Olivier Lapidus, Stéphane Rolland, Tom Van Lingen, Valentino, Véronique Nichanian, Yves Saint Laurent, ...

Il est vital que la France reste le pays de la création, de la mode, des tendances. Aussi, favoriser l'émergence de nouveaux talents, à l'instar de ce que furent les Christian Dior ou Yves Saint Laurent, est prioritaire.

Le Ministre de l'Industrie a souhaité au 1^{er} semestre 2010 améliorer le réseau d'écoles de création existant en coordination avec le ministre de l'enseignement supérieur et de la recherche et étudier l'opportunité de mettre en place une grande école de la création d'envergure internationale sur le modèle de ce qui existe dans d'autres pays européens.



La Cité de la mode et du design : Docks en Seine est un laboratoire vivant interdisciplinaire et international de création, en même temps qu'un lieu de sensibilisation du public à toutes les formes de modes, beauté, designs. Lieu éminemment fédérateur, il entend faciliter l'émergence des talents de toutes ces disciplines.

Enfin, Paris propose deux musées de la mode, le musée Galliera de la mode (auss appelé musée du costume) et le musée de la mode et du textile aux Arts décoratifs, présentant chacun des collections permanentes et temporaires. Ainsi le château de Versailles et le musée Galliera présentent, dans les appartements du Grand Trianon, une exposition consacrée à l'influence du siècle des Lumières sur la mode actuelle. Certains lieux prestigieux français accueillent les collections de haute couture, comme le Grand Palais.

Formation

Situé à Docks en Seine, L'Institut Français de la Mode (IFM) a pour mission d'accompagner le développement des industries de la mode et du design à travers le renforcement des compétences et l'anticipation des mutations à venir, de dynamiser la création et l'innovation au sein des

entreprises, et de contribuer au rayonnement « mode et design » de Paris et de la France. Son Président est Pierre Bergé. 35% des étudiants sont étrangers (Chine, Brésil, Grande-Bretagne, Canada, Irlande, Maroc, Australie, Thaïlande, Pologne, Suisse...).

L'IFM est aussi membre fondateur de l'International Foundation of Fashion Technology Institutes (IFFTI), association qui regroupe les meilleurs établissements de formation du monde en matière de management, création et technologie dans le domaine de la mode.

L'Institut a participé au groupe de travail des écoles de création de mode qui s'est réuni à partir de septembre 2010. Ces réunions ont eu deux objets. Le premier : réfléchir à une meilleure reconnaissance des diplômés à l'international et à l'intégration des écoles de création de mode dans le système licence, master, doctorat (LMD). Le second : identifier des initiatives communes entre les écoles de création de mode pour leur donner plus de visibilité, notamment à l'international.

Enjeux et tendances en matière de création

La haute couture est le secteur professionnel dans lequel exercent les créateurs de vêtements de luxe. Aujourd'hui, elle s'organise autour de « maisons de haute couture », des enseignes pour certaines assez anciennes, auxquelles de nombreux grands couturiers ont collaboré au fil des années. Elle joue un rôle d'avant-garde et ses œuvres préfigurent la mode. En France, d'où elle est originaire, la « haute couture » est une appellation juridiquement protégée. Les maisons de haute couture doivent répondre à un certain nombre de critères (travail réalisé à la main dans les ateliers de la maison, nombre d'employés, nombre de modèles, participation à un quota de grands défilés, utilisation d'une certaine surface de tissu).

Mais si elle n'est pas rentable, la haute couture sert de vitrine pour diffuser l'image de marque des maisons, ce qui leur permet de commercialiser du prêt à porter vers une clientèle plus large ainsi que, de plus en plus, des accessoires et des parfums, deux activités extrêmement rentables.

Indissociables de Paris, la haute couture et le prêt-à-porter de luxe ne sont pas seulement une vitrine de la création française. Elles permettent aussi à l'industrie de la mode hexagonale de s'imposer dans le monde entier.

La mode française constitue une référence : c'est ici que l'on vient chercher une reconnaissance introuvable ailleurs. L'hexagone est le berceau de couturiers mondialement connus et reconnus : Coco Chanel, Christian Dior, Jean-Paul Gaultier, Christian Lacroix, Yves Saint-Laurent...

L'attrait de la capitale de la couture ne s'est jamais démenti, comme le prouve l'incroyable médiatisation qui entoure chacun des défilés parisiens. Aujourd'hui, seules onze maisons bénéficient de l'appellation haute couture, auxquelles s'ajoutent des membres associés et invités.

Concernant le prêt-à-porter, les entreprises de ce secteur sont de taille hétérogène allant de l'artisanat à la grande entreprise dans les domaines du vêtement, de la chaussure et de la maroquinerie. Les entreprises fran-

çaises qui ont maintenu leurs unités de production en France produisent des articles de qualité, représentés par de grandes marques de notoriété internationale. Ces entreprises, depuis les marques créatives jusqu'aux marques de luxe, restent organisées sur un schéma de processus intégré (création, conception, industrialisation, production et distribution). Les autres entreprises sont organisées en sous-traitance ou co-traitance avec des productions délocalisées dans des pays à faible coût.

La tendance à la constitution de groupes de luxe sur la base d'une logique financière et industrielle, accompagnant ou précédant un renouvellement de la consommation, constitue la novation des années 1980/1990.

Ces quelques groupes rassemblent chacun plusieurs marques - parfois plusieurs dizaines - dans tous les domaines de la filière. Leur constitution est le fruit d'une âpre lutte. Ils ne sont pas, il faut le rappeler, une spécificité française du point de vue capitalistique (le groupe Richemont est Sud-africain par exemple). Cependant, cette forme capitalistique n'a pas rencontré de succès chez notre principal concurrent l'Italie, laquelle reste attachée au mode des entreprises patrimoniales.

Aux côtés de ces grands groupes, il existe de très nombreuses entreprises de taille plus modeste même si leur nom suffit à les classer dans les tout premiers du luxe. Ainsi, à titre d'exemple, Chanel et Hermès, marques dont le nom «sonne» comme la quintessence du luxe, n'ont-elles qu'une taille relative par rapport aux groupes, naturellement.

Le prestige de la mode française a changé de forme. La profession s'est renouvelée de l'intérieur et s'est ouverte à de jeunes talents, pour lesquels l'accession au statut de créateur de mode (couturier, styliste) est vitale : elle est source de reconnaissance par leurs pairs et de visibilité internationale. La clientèle aussi a changé, stars d'Hollywood et membres de la jet-set ont remplacé les femmes du monde. Le centre de gravité de la mode parisienne est passé de la haute couture (modèles exclusifs fabriqués sur mesure) au prêt-à-porter de luxe (fabrication industrielle en série) qui décline et adapte, au sein des mêmes maisons, les créations des designers. La haute couture a perdu en autorité. Les professionnels suivent maintenant les réactions de la rue. En matière de styles, des séries courtes qui présentent des risques commerciaux moindres sont la règle ; d'où la persistance d'ateliers au cœur de Paris, assurant rapidité d'accès et de réaction au marché, capacité à saisir les tendances et à y répondre.

Si la France semble aujourd'hui écartée de la production de masse de biens d'habillement, Paris reste un lieu d'élection de la mode, avec un atout essentiel : sa fonction de creuset de talents et de pépinière de créateurs venus du monde entier qui trouvent dans ce carrefour des cultures un lieu d'épanouissement unique.

Les risques globaux de l'industrie identifiés dans ce secteur sont multiples. Le plus probable étant celui d'une perte progressive du leadership, c'est-à-dire des pertes de parts de marché dues à l'apparition de nouveaux concurrents (particulièrement extrêmes asiatiques). Le deuxième pourrait être celui d'une perte importante de savoir-faire et donc une forte perte d'emplois, due à la montée rapide de nouveaux concurrents (Chinois pour

la plupart) qui conduirait, à terme, à une « redistribution des cartes » aux dépens des marques françaises. Le troisième serait celui d'une banalisation du luxe qui se transformerait, à terme, en un simple haut de gamme, entraînant une perte de créativité.

Si l'enjeu aujourd'hui est plus que jamais de savoir innover, il n'y aura de réel progrès que si nous savons placer l'homme au centre du processus de conception. C'est là tout l'apport du design que de permettre, par une approche axée autour de l'utilisateur associant analyse du besoin, technologie et créativité, d'élaborer des produits et services nouveaux. Le consommateur final, guidé par ses aspirations et non plus par ses besoins. Notre société de consommation se détourne de « la masse » pour entrer dans l'ère de l'individuel. Cette mutation profonde s'accompagnera, en parallèle, d'une authentique révolution technologique dans le Textile. La mode inscrit le produit dans une époque déterminée, un contexte de culture et de valeurs partagés. Dans un tel contexte, la mode apparaît comme l'expression de nouvelles aspirations et du coup elle devient une valeur transversale.

Mise en perspective avec d'autres territoires

Selon une étude menée en 2009 par l'association américaine « Global Language Monitor » qui mesure la fréquence avec laquelle une ville est citée dans les articles de presse sur la mode, les sites internet et les blogs spécialisés, Milan devient la capitale mondiale de la mode, détrônant New York après avoir été en tête pendant cinq ans.

Suivent Paris, Rome et Londres, respectivement troisième, quatrième et cinquième. Quatre villes européennes figurent parmi les cinq plus grands centres de la mode.

L'étude, réalisée tous les ans, voit l'arrivée dans le palmarès de São Paulo (Brésil) à la huitième place, loin devant Rio de Janeiro, 18^e. À noter enfin la montée en flèche spectaculaire de Barcelone qui passe du 25^e au 14^e rang.

583 milliards de dollars est le montant total du commerce mondial de textile et de vêtements en 2007. Un chiffre qui augmente régulièrement. En 2000, il ne représentait que 346 milliards de dollars. (OMC).

Aujourd'hui, le marché mondial du Textile Habillement représente 480 milliards de dollars et connaît une croissance soutenue. Il est marqué par une hégémonie quasi-totale de l'Asie qui assure plus de 80% des exportations mondiales inter zones. L'Europe, quant à elle, ne représente plus guère que 15% des exportations mondiales inter zones.

Plus qu'une réelle mondialisation des échanges, il s'agit d'une délocalisation massive de la production au profit d'un nombre limité de pays, principalement en Asie. En effet, le nombre des acteurs est restreint et la Chine joue un rôle prépondérant. Les principaux exportateurs – par ordre décroissant- sont outre la Chine et l'Union européenne : la Turquie, l'Inde, la Corée, Taiwan, le Pakistan, le Mexique.

La Chine s'arroge les meilleures parts du marché mondial à l'exportation avec 16%, chiffre en constante évolution puisque cette proportion n'atteignait que 11% en 1995. La part de la France se contracte, tout comme celle des principaux pays européens y compris l'Italie qui conserve néanmoins son rôle de leader en Europe. Les États-Unis confortent leur première place au sein des pays d'origine de nos importations avec 25% des parts de flux entrants, loin devant l'Allemagne (7%), le Royaume-Uni et le Japon (6%).

Pour résister à la concurrence, l'industrie textile a dû s'adapter. Ainsi, la recherche et développement s'est faite particulièrement active dans le domaine des textiles techniques : la France est le deuxième acteur européen dans ce domaine, après l'Allemagne. Mais la filière continue aussi à s'appuyer sur son aura particulière dans le domaine de la mode. Loin de se contenter de gérer son patrimoine, elle fait preuve d'une créativité incessante, autant du côté des grandes marques de prêt-à-porter que des fabricants de tissus. Les chiffres des exportations sont là pour prouver que leur stratégie est payante. Autres signes de la persistance de ce particularisme français : les défilés parisiens, qui font toujours événement, et les salons professionnels pour lesquels on vient des quatre coins du monde, à l'image de Première Vision, qui demeure le premier salon mondial des tissus.

Musée et patrimoine

Données de cadrage

L'International Council of Museums (ICOM) définit le musée comme « une institution permanente sans but lucratif au service de la société et de son développement ouverte au public, qui acquiert, conserve, étudie, expose et transmet le patrimoine matériel et immatériel de l'humanité et de son environnement à des fins d'études, d'éducation et de délectation. »

En 2007, sur un total national de 588 410 emplois dans le secteur culturel, le Ministère de la Culture en a recensé environ 45 745 dans le secteur « Patrimoine », ce qui représente à peine 8% des emplois dans le domaine. En 2009, le nombre total d'entrées dans les musées est de 56 197 040 dont 23 848 668 d'entrées gratuites. L'Île-de-France rassemble à elle seule 33 300 389 d'entrées dont 12 744 640 gratuites et comptabilise ainsi 60% des entrées nationales.

Structuration du secteur

Il existe actuellement 1 315 musées en France dont 137 en Île-de-France. En seconde et troisième places, on trouve les régions PACA et Rhône-Alpes avec respectivement 118 et 106 musées.

La création de valeur peut se faire à différents niveaux notamment :

- Innovation technologique, avec une stratégie orientée nouveaux médias et contenus web qui permet de dynamiser l'image d'un musée et de toucher de nouveaux publics.

- Le développement des activités marketing et commerciales en vue de développer toute une offre de produits dérivés. Ce fait est remarquable pour les musées majeurs.

- La Délégation de Services Publics pour les services périphériques (restaurant, librairie, boutique) en vue de réduire les coûts de fonctionnement. C'est la plupart du temps le système de gérance qui est adopté.

La part des financements publics dans le domaine du musée et du patrimoine est prépondérante même si la tendance actuelle vise à développer l'autofinancement via le développement d'activités commerciales et la recherche de fonds privés (mécénat et parrainage).

Selon un rapport de la Cour des Comptes de mars 2011, les musées nationaux reçoivent au total 313, 24 millions d'euros de subvention de fonctionnement du ministère de la Culture. Les plus grands musées nationaux (le Louvre, Versailles, CNAC, Orsay, Guimet, RMN) ont reçu également 54,51 millions d'euros en subvention d'investissement.

En moyenne, on sait que pour ces établissements, que les financements publics représentent au moins les 2/3 des financements. Cependant la pression pour la recherche de financements privés est croissante puisque de plus en plus de projets des musées (expositions temporaires, nouveaux chantiers) se doivent d'être financés par du mécénat afin de voir le jour. Par exemple, les projets stratégiques initiés au Centre Pompidou ne peuvent vivre que via le mécénat.

Dans le domaine muséal et patrimonial, il existe des logiques collectives tant en terme de gestion que de réflexion sur la profession.

- La Réunion des musées nationaux et du Grand Palais, est un établissement public issu de la fusion de la Réunion des musées nationaux ou RMN et du Grand Palais dont l'objet est la gestion et la valorisation de 34 musées nationaux et de leurs collections ainsi que le Grand Palais.

- L'ICOM (International Council of Museums) est une organisation créée en 1946 par des professionnels des musées. Ce réseau de 30 000 musées et professionnels vise à représenter l'ensemble de cette communauté professionnelle. L'ICOM cherche à proposer des modèles qui facilitent la mise en œuvre de bonnes pratiques en matière d'acquisition d'objets, de personnel, de conservation des œuvres d'art et peuvent également porter sur les spécialités des musées.

La création du Paris Museum Pass a pour objectif de simplifier l'accès aux sites les plus fréquentés et d'inciter les visiteurs à découvrir des lieux moins connus en réunissant une très grande variété de musées et monuments. Le Paris Museum Pass est une formule de carte prépayée qui offre un accès direct et permet de visiter sur une courte durée un nombre illimité de

sites. Créé en 1988, ce réseau regroupe actuellement 31 musées et pas moins de 7 millions de pass ont été vendus.

Forces en présence sur le territoire (acteurs, lieux, événements)

Avec 56 musées, Paris intra-muros concentre environ 40% des musées franciliens. La Seine-et-Marne (19 musées), les Yvelines (18 musées), les Hauts-de-Seine (18) arrivent ensuite. Paris compte parmi les plus grandes capitales artistiques du monde au point d'apparaître comme une Ville-musée, d'autant qu'à ses grandes Institutions s'ajoutent beaucoup d'autres lieux de visites : monuments, musées spécialisés, maisons d'écrivains.

Paris concentre en premier lieu les grands Établissements publics de l'État, institutions leader dans le secteur : le Louvre (premier Musée Français avec 8,4 millions de visiteurs), le Centre Pompidou-Musée national d'Art Moderne, le Musée d'Orsay, Le Musée de l'Armée aux Invalides, le Muséum national d'histoire naturelle, le Musée Picasso, le Quai Branly le Musée Guimet, le Musée des Arts Décoratifs... La Ville de Paris elle-même possède d'autres grands établissements tels que le Petit Palais-Musée des Beaux-Arts de la Ville, Carnavalet-Musée d'histoire de la Ville, le Palais de Tokyo, le Musée Cernuschi etc.

Mais la Région Île-de-France est également riche en Musées-monuments. À commencer par Versailles, l'une des toutes premières destinations touristiques de France avec 5,6 millions de visiteurs. On citera encore le Musée de la Renaissance à Écouen ou le Musée des Antiquités nationales à Saint-Germain-en-Laye. Ainsi que les grands Châteaux : Fontainebleau, Chantilly, Malmaison, Maisons-Laffitte, Sèvres.

Avec 8 388 000 de visiteurs en 2009, le Musée du Louvre est le musée le plus visité en France et dans le monde. Ce musée, de par son architecture et la collection qu'il renferme, est un lieu marquant tant en terme de fréquentation que d'innovation. Avant tout connu des touristes pour la Joconde, ce musée est à la pointe en terme d'innovation : développement du Musée en France et à l'étranger (Louvre Lens, le Louvre à Abu Dhabi), création d'une activité d'exposition d'art contemporain, etc. Le Louvre est véritablement devenu ces dernières années une marque, avec une identité forte exportable.

Le second établissement le plus visité est l'établissement public du Musée et du Domaine national de Versailles (5 659 606 visiteurs en 2009). Le château s'étale sur 63 154 m² répartis en 2 300 pièces (dont 1 000 pièces de musée).

Le parc du château de Versailles s'étend sur 715 ha (contre 8 000 avant la Révolution française, soit dix fois plus), dont 93 ha de jardins. Il comprend de nombreux éléments, dont le Petit et le Grand Trianon, le hameau de la Reine, le Grand et le Petit Canal, une ménagerie, une orangerie et la pièce d'eau des Suisses. Situé dans l'ouest parisien, le Château de Versailles fait partie du circuit de visite touristique de Paris. Dans le cadre de son développement, le Château de Versailles a développé une forte acti-

vité événementielle gérée depuis 2003 par la SASU Versailles Spectacles : concerts, spectacles, expositions d'art contemporain.

Formation

Il existe différents types de formation plus ou moins recherchée dans les musées, dépendamment du métier. Globalement, il existe trois différentes filières :

- Formation en histoire de l'art : ces formations souvent effectuées à l'université ouvrent notamment au métier des acquisitions et de la conservation. L'accès à ce métier peut se faire soit à l'issue d'un M2 en histoire de l'art ou en Sciences et Techniques de l'exposition (Paris Sorbonne 1) ou sur concours. Le concours pour devenir conservateur est très sélectif. Peu sont ceux qui le réussissent et qui par la suite trouvent un emploi. L'une des formations la plus renommée est celle de l'École du Louvre. Les formations en histoire de l'art permettent également d'accéder à des postes en médiation.

- Formation spécialisée de médiation : depuis le développement d'une gestion centrée vers le public, les métiers de la médiation ont pris une place majeure dans la gestion des musées. Ce faisant, de nombreuses formations publiques et privées se sont ouvertes dans ce domaine. Ces formations, parfois critiquées par les professionnels comme n'étant pas assez poussées, restent recherchées dans le secteur. Parmi les formations privées les plus connues et recherchées, notamment pour leur réseau, on peut citer l'EAC. Cependant le plus courant reste la formation universitaire : citons la plus connue à Paris, à savoir la formation de Paris Sorbonne 3 Licence en Médiation Culturelle avec possibilité de Master en gestion de projets culturels notamment.

- Formation en Management Culturel : depuis quelques années, des universités et écoles de commerce ouvrent des filières en Management Culturel. Ces formations répondent aux nouvelles exigences managériales des musées, qui doivent répondre à des objectifs de rentabilité en développant de nouvelles offres commerciales et modes de financement (le mécénat par exemple). Les formations les plus prisées sont : le Master 2 de Paris Dauphine Management des organisations culturelles, le Mastère Spécialisé de l'ESCP ou encore le MS MECIC (Management des Entreprises Culturelles et des Industries Créatives) de l'ESC Dijon mais dont la formation se fait à Paris. Mise à part la formation à Paris Dauphine, ces formations, très prisées et amenant le plus facilement à des postes dans le domaine sont assez coûteuses (environ 10 000 €). HEC Paris, qui suit cette tendance a ouvert un MS Médias Art et Création il y a deux ans dont les frais de scolarité s'élèvent à 16 500 €. Ces formations sont souvent soit un moyen pour de futurs managers de se spécialiser dans le domaine culturel, soit un complément à des personnes ayant un bagage universitaire en histoire de l'art par exemple. Au niveau international, les Business Schools en Angleterre ou au Canada proposent des formations de qualité dans ces domaines mais du fait de la spécificité du système managérial et de la législation français, il n'y a pas à proprement parler de concurrence.

Enjeux et tendances en matière de création

Les métiers créatifs du domaine muséal et patrimonial sont ceux des scénographes et conservateurs/commissaires. Ils sont en charge de définir des propositions pour la présentation des œuvres. Le conservateur, également commissaire, fait des propositions d'exposition et se charge de la sélection des œuvres à présenter. Le scénographe intervient quant à lui dans la conception et l'aménagement de l'espace de circulation (choix de l'accrochage, des couleurs, des lumières etc.)

La dimension créative concerne également les emplois liés à la médiation. En effet, les personnes travaillant en tant que chargé de médiation, chargé des publics, responsable d'ateliers pédagogiques sont dans une recherche d'innovation constante en vue de rendre l'art plus accessible.

La tendance majeure est l'évolution de la scénographie dans les musées. Loin de l'image figée et poussiéreuse que pouvaient avoir ces organisations auparavant, les musées pensent de nouveaux aménagements des espaces d'exposition afin d'offrir au public une meilleure lisibilité des œuvres. Les espaces d'expositions sont devenus didactiques, dynamiques via la valorisation d'éléments créatifs au sein de l'environnement. Certains musées cherchent notamment à créer un lien plus fort entre l'espace d'accueil du musée et le lieu d'exposition en tant que tel afin d'offrir une expérience globale aux visiteurs. Par exemple, le Musée d'Orsay a récemment transformé ses espaces d'exposition en mettant de la couleur sur les murs. La scénographie prend ainsi une place prépondérante par des jeux de couleurs, de lumière, une signalétique innovante afin de créer des espaces immersifs en phase avec les comportements et attentes des visiteurs, qui veulent se sentir actifs, en prise avec le lieu qu'ils découvrent.

Les enjeux de ce secteur sont autour de quatre axes :

L'événementiel

Afin d'accroître leur fréquentation, les musées ont développé leur activité d'expositions temporaires. Au-delà de leur mission de conservation, les musées organisent des grandes expositions événements afin d'attirer de nouveaux publics ou pour en fidéliser des existants. Dans ce contexte, les grands musées à vocation patrimoniale développent leur activité événementielle via l'organisation d'exposition d'art contemporain notamment. Par exemple, le Château de Versailles, afin de développer ses publics et surtout faire revenir des publics proches géographiquement, organisent des spectacles, des concerts mais surtout une exposition d'art contemporain annuelle autour d'un artiste connu internationalement. Cette stratégie de diversification s'avère concluante puisque de nombreux autres musées tendent à mixer le contenu proposé afin de croiser les différents types de publics.

Le développement des échanges au niveau mondial

Avec la mondialisation et le développement des échanges internationaux, les musées majeurs sont amenés à faire voyager leur collection

sous forme de prêts. La délocalisation des collections au niveau national et international est ainsi devenue un enjeu majeur du secteur. Le développement des plus grands musées à Abu Dhabi symbolise cette tendance. Le Louvre, soutenu par les autres grands musées français, participe au développement de ce nouveau centre culturel international. Au niveau national également, les collections des plus grands musées voyagent : le Centre Pompidou – Metz, le Louvre Lens en 2012 et le Centre Pompidou Mobile, musée itinérant qui s'installera tous les trois mois dans des zones ayant peu accès à la culture.

Les musées et les nouvelles technologies

L'innovation technologique est au cœur du développement des musées actuellement. En effet, ces innovations permettent aux musées d'offrir plus de contenu au public : visite 360 degrés du musée sur le site Internet, développement de contenus multimédias sur le site. Les musées offrent ainsi une meilleure accessibilité mais peuvent également exploiter de nouveaux canaux de fidélisation tels que les applications Smartphones des musées qui permettent au public de suivre l'actualité des établissements. C'est le cas par exemple du Centre Pompidou qui lance à l'automne prochain le Centre Pompidou Virtuel (CPV), projet stratégique du Président Alain Seban. Le CPV est une plateforme qui permettra aux internautes d'accéder à la collection, à des ouvrages et du contenu sur les artistes présentés. Au-delà du contenu, le Centre Pompidou travaille à faire du CPV un lieu fédérant toute une communauté autour de cette institution. Le CPV ne se veut pas être un remplacement à une visite physique du Centre Pompidou mais il permettra d'enrichir la visite de contenus tout en faisant le lien avec l'ensemble des activités du Centre (spectacles, concerts, conférences, bibliothèque etc.) Enfin le CPV est également une opportunité pour développer la vente en ligne de produits dérivés et services dans un contexte où le Centre a vu son budget diminuer de 5% en 2011.

La promotion de l'image du Musée et les nouvelles formes de médiation

À l'initiative du ministère de la Culture, une Nuit des Musées a été lancée pour inciter de nouveaux publics à découvrir autrement les Musées, et notamment de nuit. Cette action organisée un Dimanche de Mai chaque année, depuis 2005, est conçue à l'échelle européenne. 3 000 musées de 40 pays européens y ont participé en 2011. Cette action d'envergure fait suite aux « Journées du Patrimoine » qui furent lancées en France dès 1984 et, devenues également européennes, rassemble le troisième week-end de septembre près de 11 millions de visiteurs.

Ces actions de médiation et de médiatisation conjuguées complètent les décisions prises soit par l'État, soit par les collectivités territoriales de généraliser la gratuité de l'entrée au Musée ou de pratiquer des tarifs privilégiés. Ainsi, 30% des 26 millions de visiteurs des musées de l'État (sur un total de 52 M de visiteurs pour l'ensemble des musées en France) ont-ils pu bénéficier de cette gratuité. Le ministère de la Culture a étendu

en 2009, la gratuité des musées et monuments nationaux aux jeunes (- de 26 ans) de tous les pays de l'Union européenne.

Ainsi, *via* ces quatre axes, l'objectif serait à la fois de dynamiser les institutions muséales tout en décloisonnant leur activité principalement concentrée dans Paris intra-muros.

Mise en perspective avec d'autres territoires

Avec ses musées et son patrimoine architectural exceptionnel, l'Île-de-France garde une place prépondérante sur la scène internationale. Les autres territoires majeurs sont à New York et Londres pour leurs musées mais également les territoires au patrimoine remarquable tels que Rome, Venise ou encore Athènes.

Si les grands musées internationaux sont amenés à collaborer pour des prêts de leurs collections respectives, l'essentiel de ces territoires reste concurrent au regard de leur potentiel d'attractivité pour les touristes. En effet, les grands musées ont un impact majeur sur le tourisme et l'économie que cela génère. Aussi, les grandes métropoles développent et protègent au mieux leurs institutions muséales et leur patrimoine afin de garder une position de leader sur le marché touristique international.

Musique

Données de cadrage

Pour poser les principaux constats (poids économique du secteur musical à Paris et sa région, structuration de ce secteur, lieux et acteurs qui comptent, réseaux et tendances porteurs pour l'avenir) il est indispensable de considérer que le secteur de la musique comporte des types d'activités distinctes mais aussi en étroite interdépendance :

- la scène (spectacles musicaux et lyriques, concerts, festivals);
- le sonore (enregistrements par des producteurs ou, en autoproduction, par des artistes);
- l'audiovisuel musical (chaînes et radios thématiques);
- la création musicale (composition, remix, arrangement...);
- l'édition musicale;
- l'enseignement et la formation artistique et musicale.

À travers les études sur les pratiques culturelles, il est apparu dès les années 1980 que la musique constituait un des loisirs privilégiés des Français. Il s'est traduit aussi bien dans les pratiques amateurs, la fréquentation des concerts et des festivals que dans l'achat de disques et dans l'écoute des radios et des tv musicales. Mais à partir des années 2000, de nouvelles pratiques favorisées par internet se sont développées, d'abord

avec les échanges de pair à pair (peer to peer) puis à partir de 2006 avec la consultation des contenus musicaux disponibles gratuitement en streaming. Technologies et pratiques ont bouleversé la physionomie du secteur de la musique en France comme partout dans le monde.

La scène

Musiques actuelles : vitalité que l'on retrouve dans les statistiques du CNV (Centre national des Variétés) : un chiffre d'affaires pour l'Hexagone de 605,4 millions d'euros (doublement en moins de 10 ans) avec 40 496 représentations (19,6 millions de spectateurs) et 3 040 exploitants de salles, diffuseurs ou producteurs de spectacles. En Île-de-France : 14 479 représentations dans les musiques actuelles et variétés pour un chiffre d'affaires total de 253 millions d'euros (sur ce total environ 13 000 représentations sont des offres Paris intra-muros).

Musique savante (ou classique) : difficile d'estimer globalement le poids économique de la scène dans les genres de musiques concernés (musiques ancienne et baroque, musique classique, musique moderne et contemporaine). Quelques chiffres peuvent néanmoins être avancés :

Sur les 24 maisons d'opéras membres de Opéras de France : plus de 2 700 représentations en 2007 dont 325 pour l'Opéra national de Paris) totalisant 2 340 615 spectateurs dont 31% pour l'Opéra de Paris); 6 400 emplois ETP (1 800 pour l'ONP) pour un chiffre d'affaires de 420 millions d'euros (179 M€ pour l'ONP).

Sur les orchestres permanents subventionnés par le ministère de la Culture : 169,6 millions d'euros (1 902 salariés permanents). Pour la saison 2009-2010, le nombre de concerts des orchestres membres de l'Association française des orchestres (AFO) s'élevait à 2014.

Le sonore (enregistrement sonore)

La crise structurelle de l'industrie du disque s'est traduite en France par une chute spectaculaire des ventes des supports physiques (CD) passant en valeur de 953 M€ en 2004 à 466 M€ en 2010. Cette baisse continue depuis 2002 n'a pas été compensée par les ventes de musique numérique par internet ou sur les mobiles. En 2010 ces dernières ne représentaient que 63,7 M€.

En termes d'emplois, la chute du chiffre d'affaires s'est accompagnée d'une chute de l'emploi dans le secteur du disque et de l'édition : d'après les statistiques publiées dans les Chiffres clés de la Culture, les effectifs du secteur du sonore sont inférieurs à 2 500 salariés en 2009.

Deux conséquences importantes de cette crise doivent être soulignées :

– 1) sur le plan artistique car les 48 producteurs phonographiques affiliés au Syndicat national de l'édition phonographique (SNEP) ont quasiment divisé par deux le nombre de leurs signatures de nouveaux artistes (171 en 2002, 88 en 2010);

– 2) la région Île-de-France où se trouve l'essentiel de cette activité est la principale région française affectée par la crise du disque : 90% des membres du SNEP (dont les plus grands, Universal, Sony, EMI, Warner) ont leur siège ou leurs bureaux et activités principales en Île-de-France. C'est le cas aussi de la plupart des indépendants (Naïve, PIAS, Atmosphériques, Abeille Musique ou Wagram) et de la multitude de petites structures représentant 80% du secteur.

Le développement des autoproductions a été concomitant à cette crise qui s'est soldée par la fragilisation de tout le secteur et la disparition d'un certain nombre de producteurs indépendants. Les technologies aidant – enregistrements grâce au home studio, synthétiseurs et logiciels de musique assistée par ordinateur – c'est une nébuleuse d'artistes-entrepreneurs qui a, d'une certaine façon, pris la relève pour réaliser en 2010 40% des 10 102 documents sonores déposés à la BNF (proportion estimée en l'absence de toute statistique sur l'autoproduction).

Une partie de cette production a peu de chance de percer sur le marché, parfois même d'être diffusée par les radios (sauf des radios locales qui s'ouvrent à la diffusion de la musique produite par des groupes régionaux (cf. rapport de l'Observatoire de la musique). Une autre partie de ces autoproductions (il est difficile de l'évaluer) est quant à elle le résultat de projets construits et conduits par des artistes (individuels ou groupes) qui disposent d'une structure (association, coopérative, société commerciale) pour mener à bien un projet d'enregistrement et pouvoir s'appuyer sur les mécanismes de financements (subventions publiques ou aides des sociétés de gestion des droits SACEM, ADAMI, SPEDIDAM, SPPF, SCPP). Une partie de ces artistes en autoproduction procèdent pour la commercialisation de leurs œuvres, soit par des contrats de licences avec des producteurs (part minoritaire), soit par les nouveaux circuits de commercialisation spécialisés pour la production indépendante (mais ne pouvant toute l'absorber) qui se sont mis en place comme par exemple IDOL (Indépendant Distribution Online). On assiste cependant à une situation qui voit d'une part l'explosion de la suroffre de produits enregistrés et de l'autre côté l'incapacité de l'exposer et encore moins de la vendre.

L'édition musicale

Historiquement, elle constitue la première industrie de la musique, les partitions imprimées pouvant être reproduites en grand nombre et commercialisées. La musique écrite connut ainsi, à partir du XIX^e siècle, une commercialisation permettant la pratique de la musique dans toutes les couches de la population. L'instauration des droits et la création de la SACEM mi-XIX^e permit de conforter l'économie de cette activité.

La majeure partie de ces maisons, très florissantes, s'était installée à Paris. À partir des années 1970, progressivement, certaines sociétés d'édition sont rachetées par les majors du disque.

Le secteur repose sur une économie de la rente avec un chiffre d'affaires de près de 300 millions d'euros (pas de chiffres récents depuis 2006) dont la vente ou la location de partitions représente moins de 15%. La

synchronisation est un poste qui s'est développé et qui a été valorisé (15% environ du chiffre d'affaires). Les deux tiers des recettes sont par conséquent constitués des droits (produits immatériels) collectés auprès des utilisateurs de musique (médias, producteurs phono, diffuseurs dans les lieux sonorisés etc.). Ce secteur n'emploie en direct que 200 salariés, majoritairement des cadres et des employés, dédiés aux fonctions artistiques commerciales et de gestion y compris la location de matériel d'orchestre et les ventes de partitions (la fabrication étant sous-traitée aux imprimeurs).

L'éditeur a un rôle peu visible mais qui peut s'avérer important par les avances de droit qu'il consent aux créateurs (en particulier les jeunes talents), leur permettant de travailler et créer (par exemple, Francis Dreyfus avait soutenu Jean-Michel Jarre pendant 3 ans et financé ses premières créations alors qu'il était encore un inconnu ; il a ensuite produit ses deux premiers albums et les grands spectacles).

L'édition est donc une activité que l'on trouve souvent jumelée avec la production phonographique, dans des structures juridiquement autonomes mais au sein d'un même groupe. C'est le cas des 4 majors et de nombre « d'indépendants » (comme Wagram ou PIAS).

La localisation géographique à Paris et en Île-de-France concerne 90% de la profession.

L'audiovisuel musical

Les radios musicales ont été à partir de la fin des années 1980 en France le fer de lance du développement de l'offre radiophonique. Le poids économique des radios musicales est sans doute comparable à celui des producteurs phonographiques. En l'absence de statistiques récentes (la dernière étude approfondie du secteur remonte à 1999!) il peut être estimé à plus de 400 millions d'euros. L'essentiel de cette économie vient, d'une part, des réseaux commerciaux nationaux financés par la publicité (NRJ, Nostalgie, Chérie FM, Fun Radio, Virgin, Skyrock) et, d'autre part, des radios musicales de Radio France (France Musique, FIP et Le Mouvement).

Les investissements publicitaires en radios représentaient selon Francepub 880 millions d'euros en 2010 et le budget de Radio France s'élevait quant à lui à 611 millions d'euros.

Si les radios associatives sont réparties sur tout le territoire national, les radios commerciales sont quant à elles principalement localisées en Île-de-France, notamment les têtes de réseaux (qui pratiquent également des décrochages locaux).

Les télévisions musicales présentent quant à elle une activité plus réduite et captent assez peu d'audience en comparaison des télévisions thématiques dédiées au cinéma, aux fictions, à l'information et aux documentaires. Ce secteur totalise un chiffre d'affaires de l'ordre de 150 millions d'euros qui a connu entre 2005 et 2008 une augmentation due aux nouveaux entrants grâce à la TNT (W9, NRJ).

Dix des treize chaînes ou services musicaux qui diffusent en France sont implantées en Île-de-France.

La baisse des diffusions des vidéomusiques (clips) par ces télévisions se traduit dans les recettes des producteurs phonographiques qui plafonnent depuis 3 ans autour de 23-24 millions d'euros (22,75 en 2010). Cette commercialisation relève d'une gestion collective qui a été confiée par les producteurs – grands et petits- à la SCPP.

Structuration du secteur

Trois aspects méritent ici d'être soulignés pour expliquer la structuration (et la restructuration) du secteur dans un contexte de forte mutation :

- la concentration, aussi bien dans le sonore, dans l'édition musicale et dans les médias musicaux ;
- la concurrence de l'offre gratuite par internet avec les nouveaux entrants mais des modèles économiques qui ne semblent pas encore confortés ;
- la diversification, notamment des maisons de disques dont la perte d'influence.

La concentration

Le secteur du disque reste fortement concentré (oligopole à franges). Près de 90% des ventes finales reviennent aux 4 majors. Ces dernières sont des filiales de groupes dont les maisons mères se trouvent à Londres (EMI) ou aux États-Unis (Warner). La major Universal Music Groupe (UMG) présente un cas spécifique : elle est leader sur les principaux marchés de l'OCDE. La société française est filiale du groupe UMG dont le siège se trouve à New York mais ce groupe (UMG Publishing inclus) appartient à Vivendi, société française cotée à la bourse de Paris. Le schéma organisationnel est à peu près identique pour Sony-BMG, division Musique dont le siège se trouve à New York mais appartenant au groupe mère japonais Sony.

Les entreprises de taille intermédiaire sont peu nombreuses : une demi-douzaine réalise un chiffre d'affaires supérieur à 10 millions d'euros, pour moins de 80 salariés chacune. Ces structures disposent d'une qualité et d'une créativité certaines mais leurs capacités financières pour assurer de la croissance externe restent limitées. Les petits producteurs (plus de 200) y compris les structures d'autoproduction d'artistes, génèrent un chiffre d'affaires moyen d'environ 0,1 million d'euros et emploient en moyenne entre un et deux salariés. Ils constituent à la fois la force vive artistique et créative et le maillon faible du secteur.

À partir de la fin des années 1970, les majors du disque s'étaient diversifiées dans l'édition musicale. Les deux marchés présentent donc une structuration similaire avec un oligopole (4 entreprises filiales de groupes multinationaux) et une frange composée de multiples indépendants de petite taille (par exemple pour l'édition, Jean Davoust, Les nouvelles éditions françaises ou encore Henri Lemoine).

La scène reste peu concentrée

L'atomisation des opérateurs y est forte et s'explique, d'une part, par la dépendance aux aides publiques pour un grand nombre de ces opérateurs et, d'autre part, par un excédent brut d'exploitation trop faible pour financer une croissance externe par rachat d'autres scènes.

- Les musiques savantes se caractérisent par des organisations en gestion publique ou significativement aidées. Beaucoup de concerts de musique classique sont subventionnés via leurs structures support (par exemple le festival de Saint-Denis est une structure associative qui reçoit des aides du ministère de la culture, du conseil général de la Seine-Saint-Denis et de la ville de Saint-Denis). Par ailleurs, une grande partie de l'offre de musique symphonique et lyrique dépend d'institutions musicales sous statut municipal, ou d'établissement public, Radio France, etc.). Les conservatoires sont également très actifs dans la diffusion de musique et ont presque tous (lorsqu'ils sont de niveau départemental, régional ou national) mis en place leur programmation de concerts.

- Les musiques actuelles se caractérisent quant à elles par une économie plurielle à dominante privée mais avec une plus grande « hybridation » de leurs financements : soutien financier et matériel (et aussi promotionnel) des autorités publiques et financements propres en moyenne entre 30 et 50%, enfin, financements sur projets grâce aux circuits spécifiques (Aides à la création des sociétés de perception et de répartition des droits, subventions du Fonds pour la création musicale FCM-, mécénat privé). La participation bénévole est un aspect caractéristique de certains festivals (Vieilles charrues, Eurockéennes de Belfort). Seules les opérations de diversification des majors dans le spectacle ont donné lieu à des rachats de salles ou de sociétés de production de concerts (les productions Camus par Sony-BMG, La Cigale par Warner, L'Olympia par Universal).

La concurrence des « nouveaux » services musicaux disponibles sur internet

La pratique du P2P a été une cause directe de la crise de la musique enregistrée sur support matériel. L'offre de musique par les web radios, puis les services en streaming est également venue concurrencer l'écoute de musique par le disque mais également par le média radiophonique traditionnel. D'un autre côté, de nombreuses sociétés se sont créées en « services musicaux par internet ». Leurs modèles économiques encore fragiles ne permettent pas de conclure jusqu'à présent à une capacité de commercialisation et de monétisation suffisantes de ces services ouvrant une nouvelle ère de croissance de la musique enregistrée.

Quatre sociétés françaises ont acquis une certaine visibilité (ce qui les favorise en leur permettant de capter des investissements publicitaires). Ces sociétés ne déposent cependant pas leurs comptes aux greffes des tribunaux de commerce ; les chiffres qu'elles annoncent ne peuvent donc pas être vérifiés) :

- Dailymotion : environ 20 millions d'euros de chiffre d'affaires (principalement de la publicité) offre des vidéos musicales ou d'autres documents audiovisuels mais avec une place importante de la musique.

• Deezer, a sans doute atteint un chiffre d'affaires de 15 millions d'euros et présente des perspectives de croissance grâce à son alliance avec Orange (qui a 11 % du capital).

• Believe Digital : est une société de distribution en prenant en licence des autoproductions et en les commercialisant par les plateformes de téléchargement, la recherche de sonorisation, etc.

• My Major Company est une maison de disque participative qui s'appuie sur internet pour la mobilisation de fans et la collecte de fonds pour produire un enregistrement. Le modèle a un certain résultat mais reste limité et, en tout cas, il est loin d'être en mesure de redynamiser le secteur du sonore.

Ces quatre sociétés sont localisées à Paris et montrent un dynamisme certain aussi bien sur le marché français qu'international. Malgré leur croissance, elles ne génèrent qu'une vingtaine de millions d'euros de recettes pour la filière musicale (producteurs phonographiques, droits pour les créateurs et les interprètes).

La restructuration du secteur sonore

Les producteurs phonographiques qui se situaient souvent au centre des activités périphérisant les opérateurs de la scène, les éditeurs et pouvant négocier les partenariats avec les médias ont perdu leur influence et leur capacité à agréger ces autres acteurs de la filière. Ils restent cependant présents dans le jeu malgré cette baisse d'influence. Si certains succès peuvent se faire aujourd'hui sans eux jusqu'à un certain stade, hormis quelques exceptions, on n'a pas vu pour le moment de succès durables qui puissent se passer de leurs réseaux et leur savoir-faire promotionnel et commercial. Néanmoins, on observe depuis une dizaine d'années la montée en puissance du métier de manager d'artiste qui s'est vu considérablement renforcé. Il se retrouve au centre de l'organisation de la promotion et du développement des carrières, négociant avec les éditeurs et le producteur, les radios et se faisant souvent producteur de spectacles et tourneurs salariant leurs artistes.

Forces en présence sur le territoire (acteurs, lieux, événements)

L'Île-de-France héberge de nombreux lieux de musique. Juridiquement, ce sont souvent des structures autonomes. Mais certaines peuvent aussi relever d'une gestion en régie directe comme par exemple la Maison de la musique de Nanterre qui relève de la ville. La distinction la plus pertinente est cependant liée aux genres musicaux. En effet, la production et la programmation d'un lieu ou d'une organisation s'inscrivent dans des circuits différents selon les genres de musiques (baroque, classique, lyrique, variétés, rock, rap, jazz...).

En musique classique et lyrique, Paris dispose de 2 pôles de référence de niveau international : l'Opéra national de Paris (ONP) et la Cité de la musique (dont la salle Pleyel est une filiale).

L'ONP, a en réalité plusieurs composantes : l'orchestre (174 musiciens), le chœur (110 chanteurs et 4 chefs de chœur), le ballet, l'atelier lyrique qui forme et perfectionne les jeunes chanteurs. Ces activités se déploient sur deux lieux, le palais Garnier et l'Opéra-Bastille. Ajoutons à cela que sont intégrés dans la structure des métiers périphériques pour la confection des costumes ou des décors qui sont des services internes à l'Opéra.

Un programme éducatif important a été mis en place pour le jeune public, en partenariat avec des mécènes et l'éducation nationale (écoles et des établissements d'enseignement secondaire) et les collectivités territoriales. Ce programme a permis d'accueillir plus de 40 000 jeunes par saison. L'Opéra national de Paris est, par sa taille et son budget, la plus grande organisation dans les activités de spectacle musical en France.

La Cité de la musique, propose entre 200 et 220 concerts par an (en moyenne au cours des 5 dernières années) destinés aux adultes et aux jeunes, un musée de la musique aux collections rares, une médiathèque dotée de quelque 100 000 documents et une offre pédagogique riche et variée. En association avec des salles européennes, elle favorise la création musicale et la promotion des jeunes talents européens. Elle coproduit également des expositions avec des musées étrangers et diffuse son expertise et son savoir-faire dans le monde. La Cité de la musique est un établissement public industriel et commercial soutenu par le ministère de la Culture et de la communication.

De nombreux autres lieux et orchestres produisent et/ou diffusent des concerts de musique classique avec parfois des artistes en résidence :

- Théâtre des Champs-Élysées (Orchestre national de France);
- Théâtre du Châtelet (Ville de Paris);
- Opéra-comique (EPIC, direction artistique Jérôme Deschamps);
- Opéra de Massy.

À noter également que des scènes conventionnées pour la musique (il en existe une vingtaine en Île-de-France) ont une mission de diffusion de spectacles musicaux et de concerts, d'accompagnement de la création musicale et de développement de la culture musicale auprès des publics.

Les lieux et acteurs marquants dans les musiques populaires

Dans les musiques de variétés, trois lieux bénéficient d'une forte notoriété nationale et sont des passages obligés pour les grandes tournées nationales et internationales des artistes les plus réputés :

- l'Olympia (2 000 places, filiale de Universal Music Groupe);
- le Zénith (8 000 places);
- le POPB (palais omnisport de Paris Bercy) qui a une programmation d'événementiel (principalement sportif) et une capacité de 20 000 spectateurs.

Mentionnons encore que le Stade de France (jusqu'à 80 000 spectateurs) est lui aussi positionné dans l'offre musicale avec une société en concession pour produire ou diffuser des spectacles aussi bien lyriques que de musiques populaires.

On trouve par ailleurs à Paris des salles qui jouent un rôle important pour la chanson ou pour de jeunes talents. Plus petites que les précédentes, elles présentent des artistes orientés sur certains styles de musique : la Maroquinerie, Glazart, les Trois Baudets, l'Alhambra, La Cigale, le Bateau-Phare, etc.

Les SMAC, label spécifique mis en place en 1998 pour les scènes de taille moyenne (entre 200 et 500 personnes) et pour des artistes et groupes de musiques actuelles en ascension. Il y a 12 SMAC en Île-de-France. Elles ont une mission de diffusion mais aussi de soutien à la pratique amateur. Elles concernent surtout les jeunes dans la tranche d'âge 15-25 ans.

Mentionnons également les théâtres conventionnés, les nombreuses salles de spectacles et les scènes nationales qui ont une programmation comportant des concerts et qui accueillent des musiciens en résidence.

Les festivals

Sur les 2 000 festivals en France, la place de l'Île-de-France est minoritaire même si certains bénéficient d'une grande réputation et disposent de moyens

Africolor, Banlieues bleues, Estival de Saint-Germain-en-Laye, Jazz à la Villette, Festival de jazz de Saint-Germain-des-Prés, Rock en Seine à Saint-Cloud, Solidays, etc.

Formation

L'enseignement supérieur spécialisé de la musique en France est sous tutelle du ministère de la Culture et de son inspection. Elle se présente en organisation pyramidale classant l'enseignement en 4 niveaux : deux Conservatoires nationaux supérieurs (CNSMD) au sommet à Paris et à Lyon, puis en région les Conservatoires à rayonnement régional (CRR), les conservatoires à rayonnement départemental (CRD), enfin au niveau local les conservatoires à rayonnement municipal. Le niveau des enseignements qui y est prodigué (Premier, second et troisième cycles, perfectionnement) est lié au niveau des diplômes délivrés et la catégorie d'enseignants et de personnels de direction qui y exercent. Les moyens sont évidemment liés à cette classification. Le CNSMD de Paris (1 450 élèves environ) recrute sur concours et constitue une formation de haut niveau. Depuis peu, on assiste à la constitution de pôles d'enseignement supérieur artistique.

Deux pôles d'enseignement supérieurs ont ainsi été créés en Île-de-France : celui de Paris-Boulogne-Billancourt et celui de Seine-Saint-Denis Île-de-France. Le premier (PSPBB) est un établissement public de coopération culturelle (EPCC) créé par la Ville de Paris, la Ville de Boulogne-Billancourt, et le ministère de la culture. Il dispense une formation de premier cycle d'enseignement supérieur, en musique, art dramatique et danse (niveau licence). Il s'appuie sur les forces respectives des CRR de Paris et de Boulogne-Billancourt, de l'École Supérieure d'Art Dramatique de la

—

Ville de Paris (ESAD), en partenariat avec les Universités Paris - Sorbonne (Paris IV), Sorbonne Nouvelle - Paris 3 et l'Université Paris VIII.

Citons parmi les autres CRR en Île-de-France : Cergy-Pontoise, Rueil-Malmaison, Versailles. Ils accueillent plus de 1 200 élèves chacun en moyenne. Quant aux CRD, leur constitution peut résulter de regroupements d'écoles auparavant municipales qui créent ainsi de nouvelles synergies et changent de niveau de par leurs possibilités accrues. C'est le cas par exemple du CRD Val de Bièvre.

Outre l'enseignement musical artistique public sous tutelle pédagogique du ministère de la Culture, il existe également des établissements privés pour la musique savante comme l'École normale de musique à Paris (plus connue sous le nom d'école Cortot) dont la notoriété dépasse l'Hexagone, de nombreux élèves venant d'Amérique (nord et sud) et d'Asie viennent y suivre l'enseignement de musiciens concertistes.

L'enseignement des musiques actuelles reste surtout l'apanage d'un secteur privé associatif de plus en plus souvent aidé. Il se développe par des classes spécifiques dans les conservatoires et écoles municipales ; seules les classes de jazz et musiques improvisées se sont développées à tous les niveaux d'enseignement. L'emblématique «Studio des variétés», creuset des jeunes talents de la chanson et de la variété française, est quant à lui une organisation privée non marchande et bénéficie de soutiens publics et d'aides par le circuit des SPRD.

Les Universités offrent des formations diplômantes en musique et musicologie (Paris IV, Paris VIII, Évry, etc.). Paris Est Marne La Vallée (PEMLV) offre par exemple plusieurs licences professionnelles et masters : en musique, musicologie mais aussi en «musique et technologie du son», «musique, parcours acousmatique et art sonore». Ces formations témoignent de la variété et de l'ouverture du champ des métiers créatifs de la musique, aussi bien pour la scène que pour l'enregistrement et la diffusion médias et internet.

Plusieurs lycées proposent des classes à horaires aménagés musique (CHAM) qui permettent de consacrer la moitié de la journée d'école à l'apprentissage de l'instrument étudié. Le certificat d'études musicales, délivré à l'issue de ce parcours, est considéré comme un titre amateur de bon niveau.

Enjeux et tendances en matière de création

Sous le terme générique de création, on doit considérer en musique :

- la création proprement dite avec les compositeurs (et les auteurs compositeurs dans les variétés) ;
- l'interprétation, car la musique n'a de réalité que si elle est interprétée ;
- certains métiers du son, car la musique est aussi un art sonore et, depuis le milieu du XX^e siècle, synthétiseur puis outils numériques, ont apporté de nouvelles possibilités de travailler la matière sonore (design sonore, sonorisations, remix, DJ).

Un autre aspect de la création musicale doit être souligné lorsqu'il prend des formes spécifiques dans l'élaboration d'œuvres audiovisuelles dont la musique n'est qu'une composante et le compositeur un créateur dans une équipe artistique. C'est par exemple la musique à l'image ou encore l'illustration sonore, catégories qui regroupent les créations de musiques pour :

- les productions audiovisuelles (fictions télévisuelles, documentaires, émissions de télévision (génériques, logos sonores, etc.);
- les productions cinématographiques;
- les programmes de télévisions dits de flux (information, jeux, interprogrammes, etc.).

Enfin, soulignons que dans le spectacle, quel qu'en soit le genre, les conseillers et directeurs artistiques participent de la créativité de l'ensemble du processus (et même parfois les producteurs peuvent jouer un rôle de conception artistique au sein d'une équipe).

En matière de création musicale depuis le milieu du xx^e siècle, on assiste à un mouvement général autour de tendances et d'écoles qui dépassent largement les cadres nationaux.

Distinguons les musiques savantes et les musiques populaires.

La création musicale savante : les voies nouvelles empruntées par la musique contemporaine après la seconde guerre mondiale ont renforcé l'importance des sons et des bruits (la musique concrète par exemple est née dans le sillage de la Radio à Paris). D'autres équipes de création se sont formées comme par exemple le Groupe de recherche musicale (GRM-INA). Mais c'est surtout la création de l'IRCAM (Institut de recherche et coordination acoustique/musique) en 1977 qui a fait de la capitale française une des plaques tournantes de la création en musique contemporaine dans le monde :

- lieu de production et de résidence pour des compositeurs internationaux, aboutissant également à la création de projets pluridisciplinaires (musique, danse, vidéo, théâtre et cinéma);
- la recherche couvre un spectre très large : acoustique, traitement de signal, informatique (langages, temps réel, bases de données, interfaces homme-machine), musicologie, cognition musicale, avec de nombreuses universités et entreprises partenaires;
- Agora, son festival annuel, présente ces créations au public.

Dans les musiques actuelles, c'est d'abord le jazz qui a été un domaine d'expérimentation, de recherche de voies nouvelles et de création qui s'est rapproché du reste de la musique savante (le free-jazz par exemple). Aujourd'hui, même si ce sont de petites niches, de nouveaux genres sont nés autour du jazz (jazz-rock, électro-jazz, jazz klezmer, etc.).

Pour les autres genres de musiques populaires, les évolutions significatives sont caractérisées par l'arrivée et le perfectionnement d'instruments et d'outils (synthétiseurs, ordinateur et logiciels, plus généralement le numérique) qui ont ouvert des champs nouveaux et contribué à créer des genres nouveaux (comme la techno par exemple). Mais c'est l'électro qui constitue en France le genre qui a connu le mouvement ascendant le plus fort

dans la recherche de sonorités avec un « French sound » qui bénéficie d'une reconnaissance internationale. Cependant, à la différence des musiques savantes, une partie des artistes et créateurs dans les musiques actuelles se situent encore entre pratique amateur et professionnelle. Beaucoup de jeunes talents dans ces genres esthétiques ne sortent pas des conservatoires mais sont issus des circuits SMAC ou de centres locaux de musiques avec une pratique à l'origine en amateur ou encore de Festivals comme le « Printemps de Bourges ». Ils peuvent rencontrer de réelles difficultés pour percer dans un contexte général de dématérialisation, d'une « sur-offre » et de pratiques des amateurs de musiques qui ne favorisent pas la monétisation de ces créations ou la professionnalisation des carrières.

Des tendances prometteuses dans la jeune création peuvent, depuis plusieurs années, être constatées dans les musiques actuelles et amplifiées. Les champs nouveaux qui sont explorés dans les spectacles musicaux-sonores avec des esthétiques innovantes se situent dans la mouvance des arts numériques.

La Gaîté Lyrique est un exemple significatif de cette « nouvelle scène » et de l'importance que Paris peut avoir dans ces courants et dans ces réseaux :

- D'une part, par la recherche dans le rapport même aux publics des « digital natives » (moins de 25 ans) qui s'inscrivent dans les usages du web (relations qui ne se limitent pas au moment ou temps de concert mais via les réseaux dans la continuité),

- D'autre part, des artistes qui travaillent avec des technologies mariant son et arts visuels, installations sonorisées, spectacles sonores dans des esthétiques et des rythmes house, groove ou techno. Dans ces créations (« scène numérique »), le public est en interaction avec les œuvres lors de spectacles de création musicale. Les artistes (venant du monde entier) qui passent à la Gaîté Lyrique ou y sont en résidence utilisent tous des logiciels de création musicale et aussi les instruments typiques des musiques populaires : batteries, guitares, synthétiseurs.

Ces tendances revendiquent aussi leur inscription, plus largement, dans les cultures urbaines (street art, skate, graffitis) mais aussi en lien avec le design, les jeux vidéo, les dispositifs scéniques et la danse.

Au regard de ces tendances, on peut distinguer trois types d'enjeux pour le secteur de la musique et notamment les activités localisées dans la capitale française et sa région : l'enjeu artistique, l'économique et le socio-éducatif.

L'enjeu artistique : il est d'élargir la communauté artistique qui crée et innove, en particulier par l'utilisation des technologies numériques. Cette dimension traverse tous les genres de musiques et se jouent à différentes étapes d'une carrière de musicien, depuis la formation initiale jusqu'à la maturité. Dans les musiques actuelles, la question de l'artistique et de la créativité passe aussi par la possibilité pour les métiers concernés d'avoir des opportunités leur permettant de sortir d'une approche semi-professionnelle et de se professionnaliser réellement et durablement.

Des réseaux de salles de petite et moyenne taille comme les SMAC et les scènes de musique conventionnées sont en mesure de jouer ce rôle. Mais à l'instar de ce qui se fait à Londres (ou à Berlin) des initiatives mieux insérées dans le tissu local (de les arrondissements par exemple) devraient permettre de trouver des lieux et des auditoires et de mutualiser certains aspects de l'activité scène/sonore/médias. Le nouveau dispositif SOLIMA (schéma pour le développement et l'orientation des musiques actuelles) lancé le 22 avril 2011 par le Ministère de la Culture pourrait être un outil de référence pour une politique concertée et un processus regroupant des scènes, des radios, des festivals et des labels.

L'enjeu économique : hormis les grandes structures (surtout dans le sonore, l'édition et la radio), la musique est un secteur où les entreprises individuelles et non marchandes sont très largement majoritaires. À ce titre, elles constituent une « périphérie » fragile.

Atteindre la taille critique est toutefois nécessaire à ces entreprises, par exemple pour accéder à l'international. Or (dans tous les genres de musiques) la fragilité de ces entreprises majoritairement unipersonnelles ou de forme associative les empêche d'accéder à l'international. La capacité d'accéder à l'international participe de l'enjeu économique (exposition des produits, ventes, effet de marque...). L'internationalisation est aussi un impératif pour les organisations bien établies de la scène parisienne. Elle passe là aussi par de l'innovation et l'utilisation de technologies nouvelles. L'exemple du Metropolitan Opera de New York est à cet égard très parlant. Depuis plusieurs années, le Met est présent dans un grand nombre de villes du monde, et notamment à Paris, en créant régulièrement l'événement, grâce à la diffusion simultanée de certains de ses spectacles dans des salles de cinémas. Par conséquent, même pour des institutions bien établies comme l'Opéra de Paris, la compétition internationale peut jouer à leur porte.

Accompagner l'entrepreneuriat autour de porteurs de projets passe par un rapport plus fluide entre création-production-diffusion. Pour cela, le besoin se fait sentir de lieux parisiens reconnus dans la diffusion des musiques populaires qui prennent des risques dans la production alors qu'ils ne se situent actuellement que dans la diffusion (La Cigale, Zénith, L'Olympia, etc.).

Renforcer l'hybridation dans les musiques actuelles : les modes d'organisation et de gestion qui se côtoient (gestion publique, gestion privée associative ou de l'économie solidaire, gestion privée commerciale) doivent permettre des développements de carrières à l'international, de garder Paris comme centre mieux inséré encore dans les réseaux internationaux pour pouvoir exporter et pour pouvoir faire circuler les artistes et créateurs de la musique et du son depuis le porte-avion « Grand Paris ».

La gestion de la dématérialisation de la musique est un autre aspect de l'enjeu économique, dès lors que les nouvelles offres (*via* les nouveaux services de streaming ou de webcasting) ne permettent pas, alors que l'écoute de musique n'a jamais été aussi importante, de rémunérer correctement les acteurs de la filière. En effet, étant donné que bon nombre de labels mais également les majors, sont implantés à Paris, la gestion des mutations des modes de consommation de la musique reste au cœur de l'évo-

lution de l'industrie musicale en Île de France. L'enjeu se porte ainsi sur des questions de sensibilisation, d'information mais également de recherche en innovation pour développer des modes de diffusion adaptées à ces nouvelles pratiques développés dans les sociétés industrielles.

L'enjeu socio-éducatif : la musique a un grand pouvoir de créer du lien social. Pour cela elle doit permettre la diversité des expressions et des identités culturelles. Elle est souvent un bon indicateur du multiculturalisme, tout en créant des segments très spécialisés pour ne pas dire cloisonnés, de styles musicaux. Faciliter l'accès aux pratiques est une chose, mais plus important encore est de maintenir la culture et les pratiques musicales amateurs à un niveau de qualité à l'instar de ce qui se passe Outre-Manche ou Outre-Rhin. Par ailleurs, atteindre un certain niveau de qualité dans les pratiques amateurs ne peut que favoriser le niveau des formations professionnalisantes et du système professionnel dans son ensemble, et de leurs exigences à l'entrée.

Mise en perspective avec d'autres territoires

Londres est la ville en Europe qui, par l'importance de son offre de musique et la place occupée par les acteurs de ses filières musicales, constitue un centre de première importance et une référence en matière de développement du secteur musical. Depuis les années Beatles, Londres se place en tête des mégapoles mondiales en tant que plaque tournante du show-biz et du star system. Les droits générés par le secteur musical britannique étaient supérieurs de 25% à ceux qui étaient générés par le secteur musical français. Cette position est néanmoins menacée (perte de marchés) avec la montée de nouveaux centres de production de musique en Asie.

En liaison avec les agences concernées comme par exemple l'Arts Council of England, la London Development Agency ou le Département de la culture, des médias et du sport (DCMS), la Ville et le Grand Londres ont mis en place des stratégies globales portant sur la régénération urbaine ainsi que le développement des « industries créatives » et des différentes activités sectorielles qui composent cette entité dont la musique. Le but général étant résumé par la formule « a world city for culture ». Les interventions publiques ont ainsi porté, dès le milieu des années 1990, sur la structuration et le soutien aux différentes filières musicales (sonore, édition, scène, création, formation, médias musicaux).

L'enjeu étant :

- 1) de maintenir la capitale britannique à la pointe des innovations et ;
- 2) d'y conforter les courants créatifs et les esthétiques nouvelles comme par exemple la musique électro et house, genres pour lesquels Londres est devenu un centre mondial incontournable.

Le plan stratégique actuel du Grand Londres s'inscrit dans la continuité des plans précédents : soutien à l'entrepreneuriat dans la musique autour de créateurs et de la chaîne création-production-diffusion (par la scène, le sonore, l'édition et les médias). Le maintien de bonnes conditions pour cette créativité et le renforcement des petites structures (50% des 1 500

entreprises sont unipersonnelles) par le soutien à la constitution de clusters comme celui du West End par exemple.

De même en matière de formation, Londres joue sur le renforcement de pôles existant et s'adressant à des segments très différents :

- monter le « Barbican campus » autour de la Guildhall School (formations des musiciens surtout dans les musiques savantes) ;
- former au plus haut niveau aux technologies du son (par exemple renforcement du Centre for Digital Music à l'université Queen Mary) ;
- éduquer les jeunes publics et les amateurs (autour du LSO Discovery, centre spécialisé où se déroulent les actions éducatives sous l'égide du London Symphony Orchestra).

Le rapport Paris/Londres s'établit davantage dans la concurrence que dans la complémentarité. Pour illustrer ce propos, il n'est que de citer deux exemples :

- les artistes musiciens doivent aller chercher une légitimité à Londres s'ils veulent percer ailleurs dans le monde ;
- de grands groupes continuent d'établir à Londres leurs quartiers généraux pour l'Europe.

Bref, Paris semble à bien des égards « périphérisé » par rapport à Londres.

Spectacle vivant

Données de cadrage

Le spectacle vivant couvre habituellement les disciplines artistiques suivantes : opéra, théâtre, danse, mime, marionnette, théâtre de rue, cirque. Les concerts présentés sur scène (« live ») sont traités plutôt au titre de la musique, qu'il s'agisse de musique classique, contemporaine, jazz, musiques actuelles et traditionnelles, variétés, musiques amplifiées, voire opéra.

Ce secteur ne s'appuie pas à proprement parler sur des industries culturelles fondées sur des « reproductibles », comme peuvent l'être le son, le mot, l'image, le logiciel. Son économie est celle du prototype et non celle de la production en série génératrice d'économies.

30 % des 17 400 employeurs à titre principal de la branche professionnelle spectacle vivant travaillent en Île-de-France (stat. 2008 AUDIENS). Ce chiffre représente 1,5 % du nombre total d'employeurs tous secteurs d'activité interprofessionnels confondus dans cette région.

La Région Parisienne compte 63 400 salariés (dont 26 400 artistes) dans ce secteur (CDI, CDD et CDD d'usage) sur un total national de 213 200, soit 30 % des effectifs.

Le nombre total d'intermittents fut en France en 2007 de 137 000 dont la moitié dans le spectacle vivant. Paris compte au titre du spectacle et de l'audiovisuel pour 37 000 (27%) et l'Île-de-France hors Paris pour 32 000 (23%).

En 2008, la masse salariale totale de la branche en France a été de 1,4 milliard d'euros. 90% de cette somme, soit 1,26 milliard correspond aux rémunérations déclarées par les 17 400 employeurs à titre principal. Globalement chaque employeur à titre principal a déclaré en 2008 une masse salariale de 69 200 €. Cette situation traduit de grandes disparités entre un nombre restreint de grosses structures (5 000) déclarant 90% de la masse salariale et une multitude de toutes petites structures (12 000) déclarant les 10% restant.

Dans la branche du spectacle vivant, 9% des employeurs ont déclaré plus de 50 salariés, ce qui représente 63% de la masse salariale.

Le nombre des employeurs à titre principal a augmenté en Région Parisienne de 95% entre 2000 et 2008. Mais la tendance la plus récente est celle de la stabilité.

Le nombre de salariés a augmenté en France de 35% entre 2000 et 2008. Même tendance en Île-de-France mais ce chiffre est stabilisé depuis 2008.

Structuration du secteur

Le secteur du spectacle vivant est principalement composé de moyennes, petites ou même très petites entreprises. Seules quelques institutions nationales ou de la Ville de Paris ont des chiffres d'affaires importants : l'Opéra de Paris (Dont fait partie le Ballet et son École à Nanterre) avec ses deux sites : Garnier et Bastille est de loin la plus grande : 170 M€ de budget dont 110 M€ de subvention et 1 800 salariés. La Comédie-Française est loin derrière, avec un budget de l'ordre de 38 M €.

Les grandes institutions parisiennes ont des budgets bien inférieurs. Celui du Théâtre de la Ville avoisine 10 M€. *Idem* pour l'Opéra-comique uniquement subventionné par l'État. Les budgets des théâtres municipaux ne dépassent guère 1,5 M €. Centre Dramatiques nationaux et scènes nationales de la région parisienne ont des budgets situés dans une fourchette de 1 à 7 M€.

L'activité théâtrale et chorégraphique est donc dans le Grand Paris le fait d'une multitude de petites Compagnies. Ce ne sont pas au demeurant des compagnies employant des acteurs ou danseurs permanents. La quasi-totalité des personnels artistiques sont des intermittents du spectacle dont l'avenir dépend du maintien de leur Régime spécifique d'allocation-chômage.

L'activité dite de « théâtre privé » n'existe qu'à Paris intra-muros. Il n'y a pas de salle privée en banlieue ou dans le reste de la Région Parisienne. Au demeurant, cette activité privée reçoit une aide financière du Ministère de la Culture et de la Ville de Paris sous la forme d'un Fonds de soutien.

Mais l'essentiel de l'activité artistique de ce secteur est très fortement dépendante des subventions accordées par l'État et les Collectivités territoriales. Selon les établissements la part du financement public varie de 80 à 40%, toutes sources confondues.

De nombreux syndicats professionnels sont situés à Paris intramuros, de même que les organismes sociaux du secteur, les sociétés d'auteurs et de perception des droits. Le siège des réseaux de diffusion du spectacle qu'il s'agisse de la France (Office national de diffusion Artistique) ou de l'étranger (Institut Français) sont aussi au centre de Paris de même que les médias spécialisés, les maisons d'édition théâtrale ou encore les agents artistiques.

Forces en présence sur le territoire (acteurs, lieux, événements)

L'économie de ce secteur est très concentrée sur Paris intramuros. Plusieurs facteurs expliquent cette situation. En premier lieu, Paris accueille les Institutions nationales (Opéra de Paris/Ballet, Comédie-Française, Théâtres Nationaux de l'Odéon, de Chaillot et de la Colline, Conservatoires Nationaux (musique et théâtre), Auditoriums des Musées (Centre Pompidou, Quai Branly, Louvre...) et les grandes Institutions de la Ville de Paris elle-même (Châtelet, Théâtre de la Ville, 104, 6 théâtres d'arrondissement). Par ailleurs, les salles à financement partagé (Théâtre du Rond-Point, Athénée, théâtre de la Cité Universitaire, Athévains, Bouffes du Nord, TEP, Théâtre de la Bastille) et les 4 lieux de cirque (Cirque d'Hiver, Grüss, Moreno, Phoenix à Reuilly) ont des financements mixtes. On trouve aussi des théâtres privés existant uniquement à Paris soit une soixantaine de salles, adhérentes au Fonds de soutien au Théâtre Privé) auxquelles il faut ajouter de grands lieux diffusants occasionnellement mais régulièrement des spectacles de théâtre et de danse tels que le Grand Palais, le Palais des Congrès-Porte Maillot, le Palais des Sports, le Théâtre des Champs-Élysées et les quelques dizaines de petites salles indépendantes (dont la danse, le café-théâtre, la variété). Dernière composante de l'offre, les centres culturels étrangers implantés à Paris diffusent des spectacles.

La couronne parisienne n'est cependant pas dépourvue de salles de spectacle du fait de la décentralisation théâtrale et chorégraphique appliquée à la Région parisienne avec les Centres Dramatiques (Aubervilliers, Gennevilliers, Ivry, Montreuil, Nanterre, Saint-Denis, Sartrouville, et la Cartoucherie de Vincennes), les centres chorégraphiques de Créteil et du Val-de-Marne et le Centre National de la Danse à Pantin et les Scènes Nationales de Seine-Saint-Denis, Cergy, Sénart, Créteil, Évry, Malakoff, Marne-la-Vallée, Saint-Quentin-en-Yvelines, Sceaux et 18 scènes conventionnées. On trouve aussi des théâtres de villes avec 136 salles auxquelles on peut ajouter 35 compagnies avec lieux et une trentaine de grosses Maisons de la Jeunesse et de la Culture.

Le décompte par compagnie est de 120 compagnies « basées » à Paris et 65 en région parisienne hors Paris ; soit une proportion 2/3 et 1/3. Le total national dépasse maintenant 650 (compagnies tenues pour profession-

nelles uniquement). Pour la danse, les proportions des compagnies chorégraphiques sont du même ordre : 50 contre 20.

Donc sur ce territoire francilien sont concentrées : 27% des compagnies dramatiques, 13% des Scènes Nationales et 31% des compagnies de danse.

Pour les Festivals, la présence de Paris intra-muros est prépondérante notamment avec le Festival d'Automne et Paris Quartiers d'été (et parfois la Nuit blanche). La Région parisienne hors Paris est plutôt tournée vers la musique et la danse (Festival d'Île-de-France ; Rencontres de Bagnole ; Biennale de danse du Val-de-Marne).

De manière générale, le Grand Paris est faible en ce qui concerne le Nouveau Cirque, le «jeune public» ainsi que paradoxalement les Arts de la Rue.

Formation

Il faut distinguer plusieurs types de formations selon la nature des filières artistiques et culturelles.

Les formations aux métiers d'interprètes comme les comédiens et les danseurs sont de haute qualité tant dans le secteur privé (Les cours de théâtre sont nombreux à Paris tel le Cours Florent qui existe depuis 45 ans et est implanté sur 3 lieux dans Paris) que dans le public avec le Conservatoire National Supérieur d'Art Dramatique (CNSAD), l'une des 3 écoles de théâtre les plus réputées de France et qui forme une trentaine de comédiens et comédiennes chaque année à l'issue d'un cursus de 3 ans.

Pour la formation des danseurs, Paris peut compter sur le Conservatoire national supérieur de musique et de danse situé à La Villette (160 élèves dans les deux cursus, danse classique et danse contemporaine), sur l'École de danse de l'Opéra de Paris à Nanterre et sur les formations chorégraphiques dispensées par le Centre national de la Danse à Pantin. Le Grand Paris abrite deux institutions d'enseignement des arts du Cirque : l'Académie Fratellini à Saint-Denis La Plaine et l'École nationale des Arts du Cirque de Rosny-sous-Bois, mais l'École la plus réputée est à Chalons en Champagne (Centre national des Arts du Cirque). Un enseignement du mime est délivré à l'École internationale de Mimodrame de Paris Marcel Marceau. Il n'y a pas en revanche d'enseignement de haut niveau à Paris pour l'art de la marionnette, l'école principale dans cette discipline étant l'Institut international de la Marionnette située à Charleville-Mézières.

Le Centre de formation professionnelle aux techniques du spectacle est le principal lieu de formation des techniciens de la scène en France. Il est situé à Bagnole et reçoit plus de 1 000 stagiaires par an dans les filières : direction technique, décor, plateau, lumière, son, vidéo, prévention.

La Région parisienne est la première de France en termes de formation à l'administration culturelle, proposant des formations de tout type et de tout niveau, dans les grandes Écoles (HEC, Sciences Po Paris par exemple) ou les Universités (Dauphine, Nanterre) ou le Conservatoire national des Arts et Métiers.

De nombreuses personnalités reconnues mènent leur carrière en Île-de-France, restant un territoire attractif. Cette concentration de talents contribue au rayonnement international de Paris. Sans viser l'exhaustivité, on peut citer :

- Patrick Sommier, directeur de la MC93, Scène Nationale de Bobigny qui organise également le «Standard Idéal» manifestation théâtrale réputée.

- Olivier Meyer, directeur de 2 théâtres en proche banlieue : le Théâtre de l'Ouest Parisien à Boulogne-Billancourt et le Théâtre Jena Vilar à Suresnes qui présente un festival de hip-hop reconnu.

- Bartabas, fondateur et directeur du Théâtre équestre Zingaro implanté à Aubervilliers et Versailles, très connu à l'étranger.

- Emmanuel Demarcy-Motta, metteur en scène qui dirige le théâtre de la Ville (purement municipal) qui déjà rayonne sur d'autres lieux de spectacle dans Paris et qui vient d'être en outre nommé directeur du Festival d'Automne.

- Jean-Michel Ribes, auteur et metteur en scène qui dirige le Théâtre du Rond-Point subventionné également par la Ville et l'État et dont l'action s'étend aussi bien vers le public comme le 104, nouvel établissement culturel de la Ville, comme vers le privé en direction du Théâtre Marigny.

- Ariane Mnouchkine directrice de la Compagnie la plus célèbre à l'étranger, le Théâtre du Soleil à la Cartoucherie de Vincennes.

- Olivier Py, auteur et metteur en scène, directeur des 2 salles de L'Odéon et des Ateliers Berthier et futur directeur du Festival d'Avignon en 2013.

- Stéphane Braunschweig, metteur en scène qui a succédé à Alain Françon à la tête du Théâtre national de la Colline.

En termes d'événements, le Festival d'Automne à Paris, festival pluridisciplinaire (théâtre, musique contemporaine, danse) sera dirigé par Emmanuel Demarcy-Motta. L'édition de 2011 sera la 40^e; la fréquentation est de l'ordre de 100 000 spectateurs. Son implantation essentiellement sur Paris intra-muros (avec depuis peu quelques prolongements en banlieue). Il y a aussi Paris Quartiers d'été, qui mène en 2011 sa 22^e édition sous la direction de Patrice Martinet également directeur du Théâtre parisien de L'Athénée. Son programme pluridisciplinaire est concentré de la mi-juillet à la mi-août sur Paris avec quelques échappées en proche banlieue (Nanterre et Seine-Saint-Denis). 60 000 spectateurs en 2010. Les Rencontres chorégraphiques internationales de Saint-Denis, dirigées par Anita Mathieu, ont pris la suite du Concours de Bagnolet fondé en 1969. Devenu annuel, ce Festival du mois de Mai est le principal consacré à la danse contemporaine. La deuxième manifestation chorégraphique est la Biennale du Val-de-Marne maintenant dirigée par Daniel Favier. Son siège est à Vitry-sur-Seine et cette biennale de printemps coopère avec une trentaine de lieux dans ce département.

Plusieurs grands lieux culturels méritent d'être cités en raison de leur action pluridisciplinaire et de l'importance de leurs moyens finan-

ciers. L'Établissement Public du Parc et de la Grande Halle de La Villette (EPPGHV) programme des spectacles de théâtre et de danse régulièrement. Il joue un rôle très important pour la présentation du nouveau cirque à Paris. Le 104 est un établissement d'un type nouveau financé par la seule Ville de Paris. Ses débuts ont été décevants mais ce grand équipement est relancé sous la direction de José Manuel Gonçalves venu de La Ferme Du Buisson, lieu expérimental de Marne-la-Vallée. Le Théâtre national de Chaillot qui se consacre les 2/3 de ses activités à la danse et 1/3 au théâtre va connaître une nouvelle direction. Le Centre Pompidou présente également du spectacle vivant (surtout musique et danse) en parallèle avec ses expositions. Le théâtre des Bouffes du Nord reste un lieu de référence apprécié même s'il est maintenant davantage tourné vers la représentation musicale depuis la fin de la direction de Peter Brook.

Il y aura lieu de compter à l'avenir sur les équipements culturels prévus sur l'Île Seguin à Boulogne-Billancourt.

Enjeux et tendances en matière de création

On distingue les artistes, les techniciens et les personnels administratifs (dont les directeurs d'établissement font partie). On considère que les créateurs sont : les auteurs, les metteurs en scène et les chorégraphes, les collaborateurs à la mise en scène que sont les scénographes, les créateurs costumes, lumières et son et enfin les artistes interprètes : acteurs, danseurs, mimes, marionnettistes, chanteurs et musiciens sur scène, circassiens. On estime que les directeurs artistiques exercent aussi un travail créatif, dès lors qu'ils organisent des saisons, des Festivals, des événements, surtout quand leur travail inclut des actes de production.

Il n'existe pas de réseau de salles dans Paris intra-muros ni de collaboration pour gérer en commun par exemple des matériels techniques, des décors ou promouvoir de conserver des productions à l'étranger. De fait les lieux de spectacle sont en concurrence permanente auprès des publics comme des médias. Les salles peuvent en revanche appartenir à des réseaux internationaux, européens la plupart du temps, selon leur spécialité et leur taille (Union des Théâtres de l'Europe, Informal theatre meeting, réseaux de danse ou de cirque...). La coopération est plus forte en revanche en banlieue même si la concurrence est vive entre scènes nationales. Il y a des réseaux de coproduction ou de coréalisation entre scènes municipales comme le Groupe des Vingt qui rassemble 20 salles en banlieue pour des actions d'information, de programmation ou de production en commun. Existente également des initiatives plus limitées (informations, lobbying, prospection) de coopération entre des petites salles alternatives (théâtre et danse), comme le Réseau Actes If qui regroupe une vingtaine de lieux de quartiers populaires de Paris et de zones sensibles.

La particularité économique de ce secteur est un déséquilibre entre offre et demande

Sur le long terme la production de spectacles a fortement augmenté et s'est considérablement diversifiée pour plusieurs raisons : l'attrait des professions culturelles, le maintien vaille que vaille d'un régime

spécifique d'indemnisation du chômage, une politique de l'État qui fut dynamique au cours des deux décennies 80 et 90 relayée ensuite tant bien que mal par les collectivités locales. Cela a permis au Pays de tenir un rang de premier plan dans la création artistique et à Paris d'être qualifiée à juste titre de capitale artistique dans le domaine du spectacle vivant.

Cependant, la demande n'a pas progressé au même rythme. Les chiffres de fréquentation sont restés stables alors que les occasions de diffuser les spectacles se multipliaient : construction de salles et centres culturels, multiplication des Festivals, engagements des Collectivités territoriales, politique de bas tarifs. Il reste donc à convaincre de nouveaux publics potentiels ce qui suppose d'innover en termes de médiation culturelle (pour ne pas parler marketing). L'expérience prouve que cela est possible dès lors que la priorité des acteurs culturels devient la diffusion, parent pauvre, préoccupation quelque peu abandonnée par rapport à la création. Le recours aux nouvelles technologies de la communication (Internet, téléphonie mobile, réseaux sociaux) paraît un champ prometteur pour enrayer la diminution très marquée du nombre de représentations par spectacle créé (surtout dans le domaine de la danse). L'accent mis sur le développement de formes nouvelles et diversifiées de médiation en direction des publics empêchés ou indifférents doit devenir une priorité.

L'Île-de-France reste de très loin la région où se concentrent tous les métiers qui concourent au spectacle vivant. Cela peut conduire à une impression de trop-plein à mettre en regard avec une certaine désertification de certaines parties du territoire comme le sud-ouest français. C'est la raison pour laquelle, pendant plusieurs décennies, l'État s'est efforcé de promouvoir une décentralisation théâtrale et chorégraphique qui est en fait une délocalisation des équipes de création. Cette grande orientation n'est pas abandonnée. Elle est même facilitée par le rôle croissant tenu maintenant par les grandes villes et les Régions. Il n'en reste pas moins que la concentration des professionnels du spectacle vivant en Île-de-France reste à son niveau antérieur pour deux raisons notamment : le marché de l'emploi y est dominant pour les artistes interprètes comme pour les techniciens. En outre, la concentration des médias (de forme écrite ou audiovisuelle) est telle que Paris et sa région exercent une attirance sans défaillance.

Cette concentration sur la capitale signifie aussi que Paris est très privilégiée par rapport à ses banlieues ou ses départements environnants. Paris en effet cumule des institutions nationales et des établissements de la « Ville-département ». Un effort a été entrepris depuis des années pour répartir les forces culturelles. Tout particulièrement dans la banlieue immédiatement périphérique ainsi que dans les villes nouvelles des années 70. C'est la raison pour laquelle Paris compte d'un côté quatre théâtres nationaux sur les cinq existants tandis que d'un autre côté la banlieue accueille des Centres Dramatiques ou chorégraphiques ainsi que des scènes nationales lesquels en revanche n'existent pas à Paris.

Les avantages de la situation française en général et parisienne en particulier sont :

- Une créativité certaine qui contribue à la diversité culturelle et artistique du pays. Ainsi une danse de rue comme le hip-hop est maintenant

reconnue et pratiquée par des chorégraphes de formation classique. Ainsi Paris est-elle riche en expériences artistiques misant sur l'interdisciplinaire. Ainsi, le cirque s'est-il transformé et s'est associé à d'autres formes : plastiques, théâtrales ou chorégraphiques. Paris montre donc la voie et est en tête de l'évolution artistique européenne avec la Flandre.

- La réactivité : Paris ne comporte qu'une seule troupe permanente qui est la Comédie-Française ce qui signifie que le théâtre se constitue par projets conduits par des créateurs architectes de leurs propres productions puisant dans un vaste réservoir d'artistes interprètes. C'est la fois une force et une faiblesse. La force est de permettre une grande réactivité par rapport aux tendances européennes de l'évolution du spectacle vivant et l'acceptation de nouvelles formes artistiques. La faiblesse est la fragilité dans la régularité de la production et surtout de la diffusion des spectacles au contraire de l'organisation des théâtres permanents qui constituent la règle pour l'Europe de l'Est, de l'Allemagne à la Russie.

- La capacité des milieux artistiques à mobiliser l'opinion publique. L'artiste dispose dans la société française et tout particulièrement dans la vie médiatique et politique de la capitale, d'un statut social apprécié. Par tradition, le milieu artistique, proche des milieux intellectuels en général, est reconnu par la société. Les créateurs du spectacle vivant sont donc des personnalités écoutées des médias et du monde politique. Les plus hautes autorités de l'État sont en général attentives aux discours et aux projets des artistes plus que dans tout autre pays. Les acteurs du spectacle vivant sont, comme les grèves des intermittents de 2003 l'ont rappelé, capables de mobiliser l'opinion publique pour garder leurs avantages sociaux ou professionnels.

Au chapitre des menaces, le système français d'organisation du spectacle vivant est fortement dépendant de son régime spécifique d'intermittence du spectacle. Or, celui-ci peut être à tout moment remis en question. En effet, la contribution du régime des salariés au maintien de l'intermittence est évaluée à près d'1 milliard d'euros, c'est-à-dire une somme voisine de celle consacrée en subventions par le ministère de la Culture pour les arts de la scène. Autrement dit, la spécificité du financement du spectacle vivant en France est maintenue par un dispositif non budgétaire mais dépendant de l'équilibre des régimes sociaux. Cette situation devrait, un jour ou l'autre, être régularisée quelle que soit l'orientation politique du pays à venir.

Deuxième menace : l'étouffement des financements publics. Le budget du ministère de la Culture (intervenant principal mais non exclusif du financement de la culture), après avoir représenté 1% du budget de l'État dans les années 90 est en légère baisse ou bien stabilisé. Le financement, par les DRAC ou l'Administration centrale, des activités de création connaît donc un palier et l'importance des financements de l'État diminue en proportion par rapport aux financements des collectivités territoriales qui se sont accrus de leur côté. Mais l'avenir est sombre, sauf à prévoir un changement politique majeur. Les financements de l'État auront tendance à décroître du fait de l'endettement des finances publiques. Et les financements locaux seront également en baisse dans la mesure où la réforme des finances des collectivités territoriales conduit ces dernières à sacrifier les dépenses

culturelles par rapport aux dépenses sociales. Cela est particulièrement net pour certains départements de la Région parisienne comme la Seine-Saint-Denis, qui est conduite à baisser ses subventions.

En outre, le recours au mécénat devient de plus en plus limité. On assiste à un double mouvement de baisse : celle du mécénat d'entreprise en général - en dépit d'une législation plus favorable - du fait de la crise économique et financière et un report du mécénat vers des actions sociales, humanitaires ou éducatives au détriment des activités culturelles. Le mécénat d'entreprise a ainsi de 2008 à 2011 chuté de près de 65%. Le rayonnement international de la France et de Paris en particulier est également affecté par une baisse importante et régulière des crédits consacrés par le ministère des Affaires étrangères *via* l'Institut Français (ex Cultures France) à l'exportation du spectacle français. Le réseau des Centres Culturels français à l'étranger qui plaçait la France en tête des pays avec le Royaume-Uni est en train de se dégrader faute de moyens budgétaires.

Mise en perspective avec d'autres territoires

De manière générale, la France tient un rôle de premier plan dans l'activité du spectacle vivant avec cependant des nuances à apporter selon les disciplines. Dans le domaine théâtral, c'est l'Allemagne qui est considérée comme leader européen. En Allemagne, en effet, les financements municipaux et régionaux des activités théâtrales sont bien supérieurs à ceux de la France. L'Allemagne dispose d'un réseau de «Schauspielhaus» c'est-à-dire de gros équipements utilisés par des troupes permanentes fréquentées par un public d'abonnés fidèles et nombreux. En comparaison, le réseau des Centres dramatiques Français est d'un calibre bien inférieur. La France reprend l'avantage dans le domaine des festivals comme Avignon qui occupe une position de leader mondial pour le nombre de créations dramatiques mais qui en nombre de spectateurs (in et off confondus) passe derrière le festival d'Edimbourg. Il n'en reste pas moins que Paris reste une capitale théâtrale de premier plan face à Berlin ou à Londres. En revanche, l'exportation du théâtre français est moins dynamique que l'industrie du spectacle britannique. Quelques grandes institutions françaises sont réclamées à l'étranger telles la Comédie-Française, le Théâtre du Soleil, la troupe du théâtre de rue Royal de Luxe ou le théâtre équestre de Zingaro mais les spectacles britanniques associés au milieu américain ou canadien domine très largement le marché mondial du théâtre musical («musicals» ou comédies musicales).

En ce qui concerne la danse, la danse française est à son plus haut niveau qu'il s'agisse de danse classique (le ballet de l'Opéra de Paris est considéré comme le meilleur ensemble du monde) ou de la danse contemporaine avec des figures reconnues au plan international comme Angelin Preljocaj, le tandem Montalvo Hervieu, Jean-Claude Gallotta. La danse française a pour concurrents New York, l'Allemagne (l'ensemble de Wuppertal, Sasha Walz) et la Flandre (Anne Teresa DE Keersmaeker, Jan Fabre, Alain Platel).

La France détient aussi des positions majeures dans le domaine du cirque. Son école nationale (le CNAC) est de haut niveau et ses compa-

gnies de « nouveau cirque » sont réputées. En revanche, le cirque français est beaucoup moins solide au plan commercial en comparaison avec de grandes entreprises de spectacles comme le Cirque du Soleil (basé à Montréal) devenu la plus entreprise de spectacles du monde.

La France occupe aussi une place de premier plan dans le domaine du théâtre de rue avec ses festivals (Aurillac, Châlon-sur-Saône), ses centres nationaux des arts de la rue et ses compagnies. Mais il est à noter que Paris et la région parisienne en sont dépourvus. On peut identifier dans le Grand Paris des zones nouvelles d'activités du spectacle vivant à relancer ou à créer.

À relancer : le site de la Villette qui, Établissement public financé par le ministère de la Culture, mériterait de jouer un rôle international accru. Son activité dans le domaine du spectacle n'est pas assez valorisée alors que tous les éléments sont réunis pour constituer un cluster dans le spectacle vivant avec la Cité des Sciences, le Parc lui-même, la Grande Halle, la Cité de la Musique, le Conservatoire de musique et de danse et le théâtre municipal de Paris Villette ainsi que la grande salle symphonique en gestation. Cette zone du nord-est de Paris peut être, complétée ou mutualisée avec le 104 (anciennes Pompes Funèbres), Établissement dépendant non pas de l'État mais de la Ville et dont la vocation artistique doit être reformulée à l'occasion d'une nouvelle direction. Dans la même zone géographique, on trouvera également le Centre national de la danse de Pantin. Il y a donc une réflexion à entreprendre entre ces différents établissements, comme cela est en cours pour le pôle « art contemporain » autour de la colline de Chaillot.

Face à la zone nord-est, une autre grande zone est en gestation au sud-ouest avec l'île Seguin. Le projet de Jean Nouvel n'est pas encore tout à fait défini, mais devrait laisser une large place au cirque, à la danse et aux arts de la rue. C'est une source d'inspiration potentielle.

Le développement du spectacle vivant est d'abord un enjeu artistique et culturel. Il contribue au rayonnement international de la capitale, à son attractivité et à son tourisme qui ne peut pas être seulement fondé sur ses activités muséales. Paris joue également un rôle leader dans l'évolution historique du spectacle. Cependant il est concurrencé par les initiatives d'autres villes françaises comme Lyon, Bordeaux, Nantes, Lille, ou Rennes qui semblent plus innovantes. Il y aurait donc à redéfinir une politique artistique pour le Grand Paris.

L'enjeu de ce secteur est également économique par le nombre de personnes employées et les dépenses induites par ces activités tant par les équipes culturelles que par les publics mobilisés. En revanche, et c'est une faiblesse française, le spectacle vivant ne sait pas suffisamment s'exporter en dépit des efforts de l'Institut Français. Aucun management commercial n'a été mis en place comme au Royaume-Uni (avec l'implication du British Council mettant en avant les « créatives industries »). Cette préoccupation a encore peu pénétré le milieu français.

Métiers d'art

Données de cadrage

Dans son rapport sur «les difficultés des métiers d'art», Pierre Dehaye donne une définition de critères pour qualifier les métiers d'art. Sont qualifiés de métiers d'art, les métiers qui remplissent les trois critères suivants :

- Mise en œuvre des savoir-faire complexes pour transformer la matière.
- Production des objets uniques ou des petites séries qui présentent un caractère artistique.
- Maîtrise ce métier dans sa globalité.

L'approche par métier est intéressante du point de vue qualitatif, car elle permet de faire l'inventaire des métiers. Ainsi, selon la classification déterminée par un décret, les métiers d'art proposent une palette de plus de 200 métiers répartis en 19 domaines définis selon le matériau (bois, cuir, métal, pierre, terre, textile, verre) ou l'activité (art floral, arts du spectacle, arts et traditions populaires, arts graphiques, arts mécaniques (jeux, jouets, bijouterie-joaillerie-orfèvrerie-horlogerie, décoration, facture instrumentale, luminaire, métiers liés à l'architecture, mode, tabletterie). On retrouve ainsi des métiers bien connus du grand public (l'ébénisterie ou la bijouterie) mais aussi des métiers plus rares : sellier, potier d'étain, voirier...

On distingue communément trois types de métiers : les métiers dits de tradition (réalisation d'objets d'art traditionnels, caractérisés par la maîtrise du geste et des techniques et le sens artistique de l'artisan.), les métiers dits de restauration (interventions sur le patrimoine immobilier ou mobilier, dont les principaux clients restent les institutions publiques et les collectivités territoriales) et les métiers dits de création (production d'objets d'art originaux, associant la maîtrise technique et la création contemporaine).

En revanche, pour avoir une approche quantitative du poids économique et du nombre d'emplois, il faut privilégier l'analyse par secteur d'activité des entreprises. Le rapport de la sénatrice Dumas distingue deux niveaux :

- Le cœur de l'activité des métiers d'art, c'est-à-dire les activités dont l'intitulé évoque fortement, voire totalement, les métiers d'art. Les 18 000 entreprises emploient 43 200 personnes, dont 25 600 salariés. Le chiffre d'affaires de ce secteur s'élevait, fin 2005, à 3,5 milliards d'euros.
- Le secteur au sens large - c'est-à-dire le cœur de l'activité ainsi que des activités qui contiennent une part significative d'entreprises exerçant un métier d'art, mais qui ne sont toutefois pas majoritaires – représente environ 37 000 entreprises de métiers d'art en France, dont le chiffre d'affaires s'élevait en 2004 à 7,8 milliards d'euros. Les effectifs s'élevaient à environ 100 000 personnes, dont 63% de salariés.

Au-delà du poids en termes d'emploi et de chiffre d'affaires, les métiers d'art constituent une part importante du patrimoine immatériel des

régions françaises : ils sont garants de l'héritage de savoir-faire datant de plusieurs siècles et mais aussi vecteur de dynamisme des territoires.

En termes de rayonnement, les métiers d'art sont un des symboles de l'art de vivre «à la française» et constituent ainsi un véritable atout pour les territoires en termes de développement et d'attractivité touristique. À cet égard, 8,1% du chiffre d'affaires sont réalisés à l'export, par les quelques 38 000 entreprises du secteur au sens large. La verrerie, la cristallerie, la porcelaine et la maroquinerie et bien sûr la mode française sont des produits phares d'exportation. Les métiers d'art et du luxe constituent aussi une locomotive pour d'autres industries qui bénéficient de la renommée de produits «made in France».

Structuration du secteur

99% des entreprises ont moins de 20 salariés : l'enjeu de structuration du secteur est donc particulièrement important.

En juin 2010 à l'Institut national des métiers d'art (INMA) prend la suite de la Société d'encouragement aux métiers d'art (SEMA) dans les missions confiées par l'État, en tant que tête du réseau métiers d'art : expertise sur les métiers d'art et leur savoir-faire au service des professionnels, du grand public et des scolaires, formation et accès à l'emploi par l'information, l'expérimentation, aide à la transmission et la prospection, promotion des métiers d'art au plan national et international, soutien aux initiatives locales à travers un réseau de correspondants régionaux en lien avec les professionnels et les institutionnels, exploration de nouveaux champs de création dans les domaines du design, de la mode et des arts plastiques pour encourager l'innovation.

La Confédération française des métiers d'art est un syndicat professionnel rassemblant les instances professionnelles des métiers d'art (Chambre syndicale des céramistes, la Fédération française de la maroquinerie ou le Comité des arts français de la table). Ses missions sont de défendre et promouvoir les métiers d'art.

Les Ateliers d'Art de France sont un syndicat professionnel des métiers d'art, fondé en 1868, qui compte environ 2 800 adhérents tournés principalement vers les métiers de la décoration. Il est copropriétaire de salons de référence comme «Maison et Objet». Son réseau de boutiques, et «l'Atelier», espace de rencontres professionnelles sous le viaduc des arts à Paris, témoignent du dynamisme de ce syndicat.

Le comité Colbert n'est pas une instance exclusivement dédiée aux métiers d'art. Cependant, les 75 entreprises du luxe adhérentes représentent 22,4 milliards d'euros de chiffre d'affaires, soit un quart du marché mondial du luxe. Ainsi, par ce poids économique, par la visibilité de ses actions, il joue un rôle prépondérant dans la préservation et la valorisation des savoir-faire, notamment à l'export par son rôle d'ambassadeur de l'art de vivre français dans le monde.

Forces en présence sur le territoire (acteurs, lieux, événements)

La région Île-de-France concentre 5 000 entreprises artisanales. D'après l'INMA, la région se caractérise par une légère dominante des activités de création, toutefois la répartition entre les trois familles d'activités : tradition, restauration et création est relativement équilibrée.

Concernant les activités de restauration, on dénombre 4 000 monuments (privés et publics) protégés au titre des Monuments Historiques (inscrits ou classés) soit 10% du total des monuments protégés en France, auxquels il faut ajouter les édifices reconnus par l'inventaire général. Ces monuments font l'objet d'opérations régulières de restauration et sont un domaine privilégié d'intervention des métiers d'art (maçonnerie, pierre de taille, charpente et couverture, menuiserie, ébénisterie, vitrail, dorure...). De même, les musées, très nombreux en Île-de-France, font appel aux métiers d'art pour les tissus et passementeries, la tapisserie, les livres anciens, les estampes, les tableaux. Il s'agit généralement de chantiers de prestige nécessitant un savoir-faire particulier et le recours à des artisans qualifiés voire primés (meilleurs ouvriers de France) tels, à titre d'illustration, que la dorure à la feuille du Dôme des Invalides, la restauration des statues du Jardin des Tuileries.

Par ailleurs, la région concentre des lieux de rayonnement international notamment dans les secteurs de la création d'objets d'art (Manufacture des Gobelins et de la Savonnerie, de Sèvres), de la conservation du patrimoine (Centre de recherche et de restauration des musées de France à Paris et Versailles, Louvre, Bibliothèque nationale de France...), du spectacle : décorateurs, accessoiristes, costumiers... (Comédie Française, Opéra de Paris...). Ces établissements génèrent une activité de création d'objets d'art : porcelaines et céramiques à la Manufacture de Sèvres, Tapisseries aux Gobelins ou Ébénisterie du Mobilier national...

La région Île-de-France regorge d'un patrimoine, de savoir-faire, de jeunes talents et d'activités d'une richesse souvent méconnue répartis sur l'ensemble de son territoire.

Le Carrousel des Métiers d'Art et de Création regroupe près de 350 exposants ; parmi lesquels les Meilleurs ouvriers de France, les Maîtres d'art et des créateurs de mobilier contemporain. Il accueille plus de 80 000 visiteurs.

Dans le rapport «Les métiers d'art, d'excellence et du luxe et les savoir-faire traditionnels : l'avenir entre nos mains», des professionnels sont particulièrement mis en avant. On trouve ainsi l'artiste-sculpteur Serge Mansau, symbole du lien entre l'industrie du luxe et l'art. Depuis plus de quarante ans ; il crée des flacons pour les plus grands noms de la parfumerie (créations pour Hermès, Lancôme, Guerlain ou Givenchy)

Franck Sorbier, créateur de haute couture depuis 2005, est l'illustration de l'alchimie entre activités de la mode et métiers de la création, alliant technique parfaitement maîtrisée et créativité qui rapprochent l'artisan d'art de l'artiste.

Formation

La formation a permis aux métiers d'art de se transmettre de génération en génération : c'est donc un maillon clé pour la poursuite de la transmission des savoir-faire techniques et pour l'accompagnement à l'adaptation aux nouveaux contextes économiques et sociaux.

Le potentiel de formation relève à la fois d'établissements prestigieux et de l'implication des professionnels reconnus. On trouve en Île-de-France des établissements prestigieux.

L'école Boulle est née en 1886 et demeure aujourd'hui une des plus grandes écoles en Europe, préparant des générations d'étudiants à la maîtrise des gestes et des savoirs faire qui font la qualité et le génie des métiers d'art du bois, du métal et du tissu.

L'École Duperré est un établissement d'enseignement supérieur public. L'École délivre des diplômes nationaux en particulier dans les spécialités suivantes : Design de Mode, Design d'Espace, Communication visuelle, Métiers d'art Textile (options : Broderie, Tapisserie, Tissage), Métiers d'art Céramique. Elle est reconnue pour sa transdisciplinarité : cette capacité à combiner l'enseignement de plusieurs disciplines dans ses formations permet aux étudiants de bénéficier de l'apprentissage des savoir-faire techniques, et d'une ouverture à leur environnement, facteur de créativité et d'innovation. Un autre de ses atouts est son réseau, avec des relations privilégiées avec les grandes maisons françaises liées à la création.

L'École nationale supérieure des arts appliqués et des métiers d'art - Olivier de Serres (ENSAAMA) propose des formations sur trois domaines : communication visuelle/audiovisuelle, conception de produits, cadre de vie/environnement. Elle allie la culture artistique et la culture professionnelle, en privilégiant la créativité et la maîtrise des techniques.

L'École Estienne, dédiée à l'origine à l'imprimerie, est devenue aussi école du design de communication et des métiers d'art du Livre. Elle forme des professionnels dans les secteurs de l'imprimerie, du graphisme, du design, de l'édition. Robert Doisneau (1912-1994) fut élève de l'École Estienne (atelier de gravure lithographique) de 1925 à 1929.

Et surtout, l'École nationale des arts décoratifs («les Arts Déco») de la Rue d'Ulm, forme de jeunes concepteurs créateurs jusqu'au grade de master, dans 10 spécialités : Architecture intérieure, Cinéma d'animation, Art espace, Design graphique/multimédia, Design objet, Design textile, Design vêtement, Image imprimée, Photo/vidéo, Scénographie

Enfin, l'École nationale supérieure de création industrielle (ENSCI), créée au début des années 80, est tenue pour la meilleure école de design en France.

En complément des établissements, les métiers d'art se caractérisent par le titre de «Maître d'art», titre rare et prestigieux, équivalent des «Trésors nationaux vivants» du Japon. Créé par le ministre de la Culture, par Arrêté du 16 mars 1994 pour «valoriser les professionnels des métiers d'art et préserver les techniques d'excellence», ce titre distingue un «professionnel hors pair qui maîtrise des techniques et des savoir-faire rares. Il est

reconnu par ses pairs pour son expérience et ses compétences pédagogiques. Il doit être capable de transmettre ses connaissances et son tour de main à un élève afin qu'il les perpétue. ». Ainsi, les Maîtres d'Art transmettent leurs savoir-faire d'excellence. Ils se préoccupent de l'évolution de leurs métiers, et font preuve d'innovations. Actuellement, la France compte 89 Maîtres d'Art nommés par le ministre de la Culture et de la Communication.

Enjeux et tendances en matière de création

Quand on parle de création dans les métiers d'art, on parle de production d'objets d'art originaux. Ainsi, l'artisan d'art combine des savoir-faire traditionnels et des techniques très innovantes.

La relation entre les métiers de la création et le secteur du luxe est déterminante pour les deux parties : d'un côté, le secteur du luxe constitue un débouché économique essentiel pour les métiers de la création, de l'autre, les métiers de la création sont un facteur identitaire et représentent une source de valeur ajoutée cruciale, garante du positionnement leader du luxe français sur le long terme.

Cette relation n'est toutefois pas exclusive : les entreprises du luxe font appel à d'autres métiers d'art (restauration – tradition) voire à des métiers qui ne sont pas qualifiés d'art. Par ailleurs, les métiers de création ne sont pas intégrés de façon homogène dans le secteur du luxe.

La place de Paris a su préserver un esprit et des quartiers dédiés à l'artisanat d'art. Cet acquis doit être renforcé, non par passéisme, mais parce qu'il constitue une richesse culturelle inégalable et contribue au rayonnement culturel de la capitale en cohérence parfaite avec l'image d'ensemble de la France.

Paris continue à occuper une place à part et conserve le statut de capitale mondiale de la création. La mise en place, il y a deux ans, de l'association « Paris, Capitale de la création », qui fédère autour de l'image de Paris les 36 salons professionnels de l'Île-de-France consacrés aux industries et aux métiers de la création, en est l'illustration.

Mise en perspective avec d'autres territoires

Corporation professionnelle des artistes et artisans en métiers d'art, le Conseil des métiers d'art du Québec (CMAQ), regroupe plus de 900 membres et représente l'ensemble des professionnels du secteur, c'est-à-dire 3 000 artisans à travers le Québec.

Il mène des actions de promotion et de défense des intérêts moraux et socio-économiques des artisans, des ateliers et du secteur des métiers d'art et offre aux artisans des services visant à développer et à promouvoir la qualité et l'excellence de la production en métiers d'art. C'est ainsi le principal levier du développement des métiers d'art québécois et de leur commercialisation nationale et internationale. Il est le promoteur des deux plus importants salons professionnels du territoire (Salon des métiers d'art du Québec et Plein Art). Le CMAQ possède trois boutiques, offrant des opportunités de diffusion aux créations d'artisans.

—

—

Annexe

ENQUÊTE AUPRÈS DES FRANCILIENS

Sondage réalisé par l'Institut CSA en septembre 2011 pour la Mission d'étude sur la dimension culturelle du Grand Paris Cette étude a été réalisée avec le soutien de la Banque Neufilize OBC

Septembre 2011

—

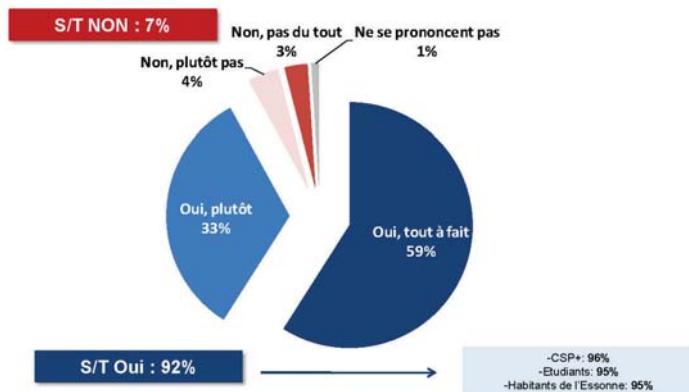
—



La culture doit être un axe important du Grand Paris pour 92% des Franciliens

Comme vous le savez peut-être, le Grand Paris est un projet visant à transformer l'agglomération parisienne en une grande métropole mondiale. Diriez-vous que la culture doit être un axe important du développement du Grand Paris ?

En %



MISSION D'ÉTUDE GRAND PARIS CULTUREL – LE GRAND PARIS CULTUREL – ÉTUDE N 1101200 – SEPTEMBRE 2011



La culture a de multiples effets positifs

Selon vous, la culture doit être un axe important du développement du Grand Paris...

En %



Base : Question posée à ceux qui pensent que la culture doit être un axe important du développement du Grand Paris (soit 92% de l'échantillon)

MISSION D'ÉTUDE GRAND PARIS CULTUREL – LE GRAND PARIS CULTUREL – ÉTUDE N 1101200 – SEPTEMBRE 2011

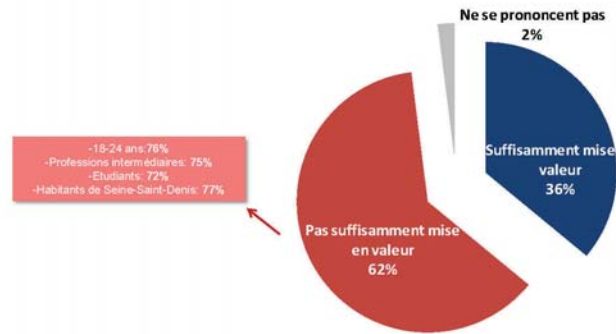




62% des Franciliens pensent que la richesse culturelle de l'Île-de-France n'est pas suffisamment mise en valeur

Selon vous, actuellement, la richesse culturelle de l'Île-de-France est-elle suffisamment mise en valeur ou pas suffisamment mise en valeur par les pouvoirs publics ?

En %



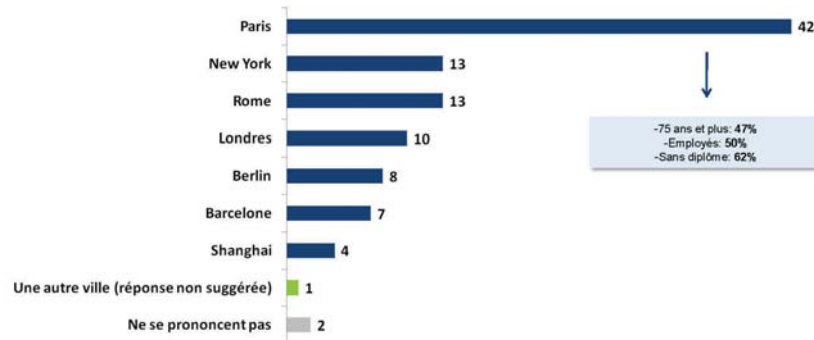
MISSION D'ÉTUDE GRAND PARIS CULTUREL – LE GRAND PARIS CULTUREL – ÉTUDE N 1101200 – SEPTEMBRE 2011



Paris, la ville qui incarne le plus la culture

Parmi les villes suivantes, quelle est pour vous celle qui incarne le plus la culture ?

En %



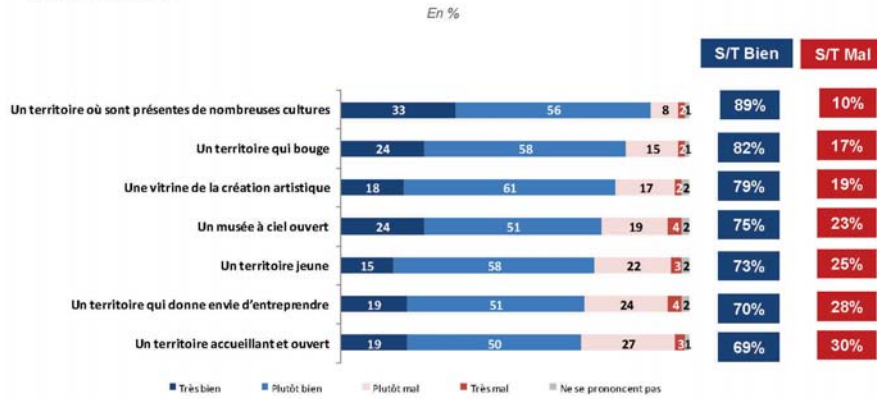
MISSION D'ÉTUDE GRAND PARIS CULTUREL – LE GRAND PARIS CULTUREL – ÉTUDE N 1101200 – SEPTEMBRE 2011





Le Grand Paris : une vitrine de la création artistique selon 79% des Franciliens

Pour chacune des caractéristiques suivantes, pouvez-vous me dire si elle s'applique très bien, plutôt bien, plutôt mal ou très mal au Grand Paris ?

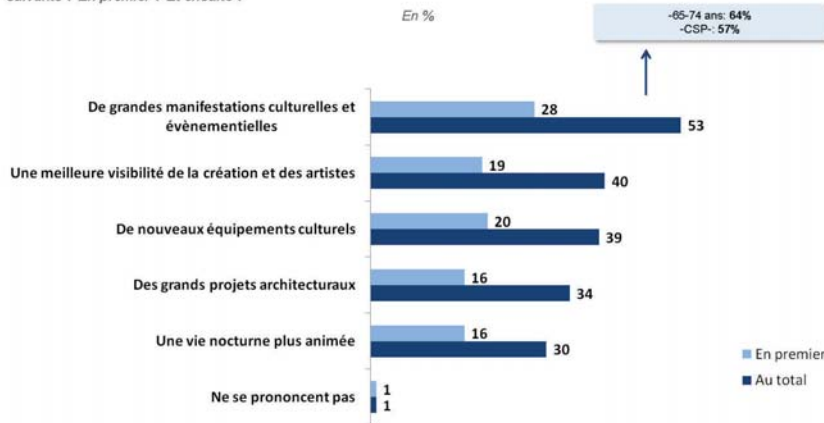


MISSION D'ÉTUDE GRAND PARIS CULTUREL – LE GRAND PARIS CULTUREL – ÉTUDE N 1101200 – SEPTEMBRE 2011



La priorité des Franciliens : organiser de grandes manifestations culturelles et événementielles

Selon vous, pour renforcer l'attractivité internationale du Grand Paris, quelle devrait être la priorité parmi les projets suivants ? En premier ? Et ensuite ?



(1) Total supérieur à 100, les répondants ayant pu donner deux réponses.

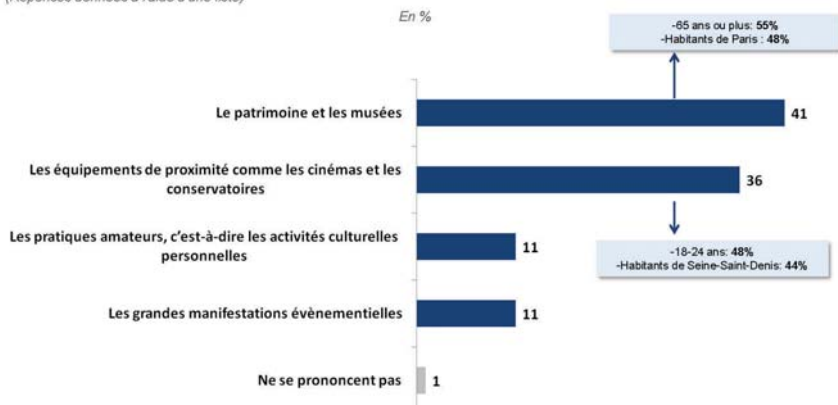
MISSION D'ÉTUDE GRAND PARIS CULTUREL – LE GRAND PARIS CULTUREL – ÉTUDE N 1101200 – SEPTEMBRE 2011





Des Franciliens attachés au patrimoine, aux musées et aux équipements de proximité

Sur le plan culturel, parmi les éléments suivants, quel est celui auquel vous êtes le plus attaché ?
(Réponses données à l'aide d'une liste)



MISSION D'ÉTUDE GRAND PARIS CULTUREL – LE GRAND PARIS CULTUREL – ÉTUDE N 1101200 – SEPTEMBRE 2011



La qualité de la programmation, premier élément dont les Franciliens tiennent compte pour décider d'une sortie culturelle

Parmi les éléments suivants, quel est celui dont vous tenez le plus compte pour décider d'une sortie culturelle ?
(Réponses données à l'aide d'une liste)

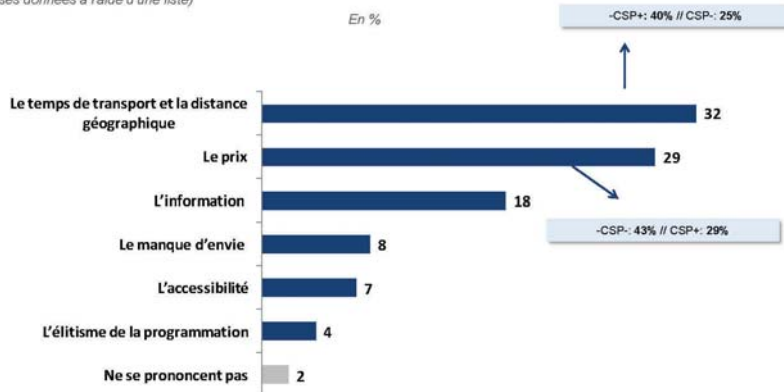


MISSION D'ÉTUDE GRAND PARIS CULTUREL – LE GRAND PARIS CULTUREL – ÉTUDE N 1101200 – SEPTEMBRE 2011



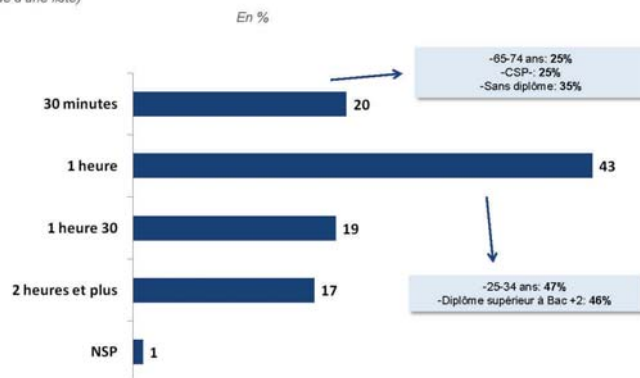
Le temps de transport, la distance géographique et le prix, freins les plus importants aux loisirs culturels

Parmi les éléments suivants, quel est celui qui vous empêche le plus de pratiquer des loisirs culturels ?
(Réponses données à l'aide d'une liste)



63% des Franciliens sont prêts à passer entre 30 minutes et 1 heure dans les transports pour une sortie culturelle

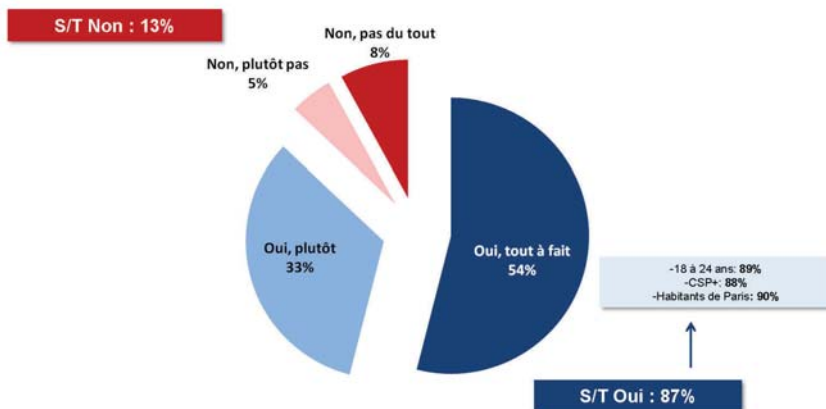
Quels serait le temps aller-retour maximum que vous accepteriez de passer dans les transports pour une sortie culturelle ?
(Réponses données à l'aide d'une liste)





L'amélioration du réseau de transports en commun inciterait 87% des Franciliens à davantage de sorties culturelles

Comme vous le savez peut-être, le projet du Grand Paris a notamment pour objectif d'améliorer le réseau de transports en commun. Cette amélioration pourrait-elle vous inciter à davantage de sorties culturelles ?

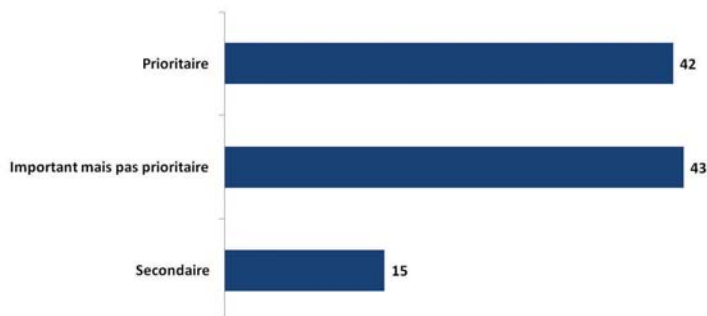


MISSION D'ÉTUDE GRAND PARIS CULTUREL – LE GRAND PARIS CULTUREL – ÉTUDE N 1101200 – SEPTEMBRE 2011



42% des Franciliens considèrent que le renforcement de l'offre culturelle dans les quartiers difficiles est prioritaire

Selon vous, le renforcement de l'offre culturelle dans les quartiers difficiles est-il prioritaire, important mais pas prioritaire, ou secondaire ?



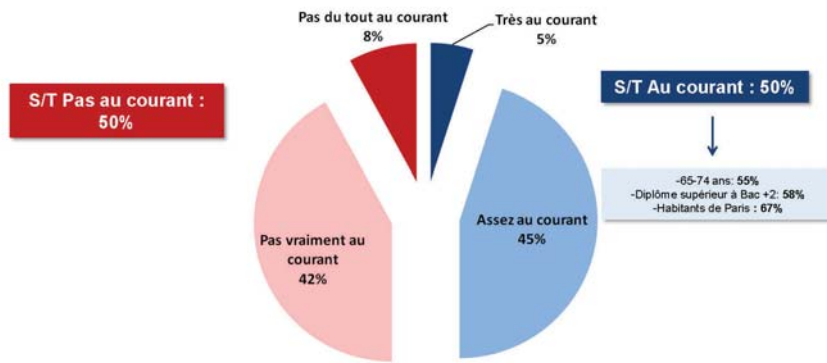
MISSION D'ÉTUDE GRAND PARIS CULTUREL – LE GRAND PARIS CULTUREL – ÉTUDE N 1101200 – SEPTEMBRE 2011





La moitié des Franciliens se déclarent au courant de l'actualité culturelle

Vous personnellement, diriez-vous que vous êtes très au courant, assez au courant, pas vraiment au courant ou pas du tout au courant de l'actualité culturelle ?

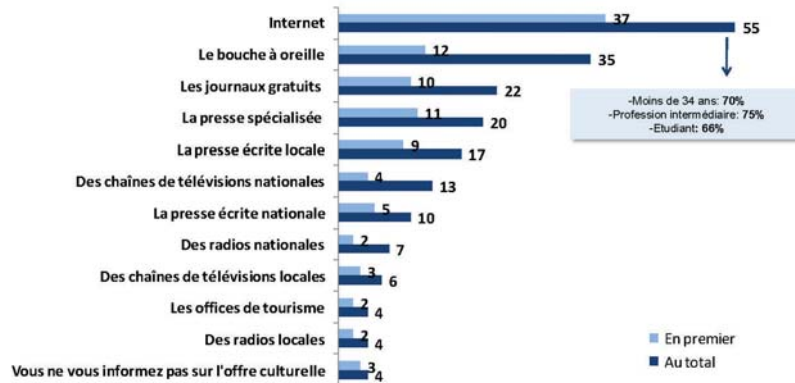


MISSION D'ÉTUDE GRAND PARIS CULTUREL – LE GRAND PARIS CULTUREL – ÉTUDE N° 1101200 – SEPTEMBRE 2011



Internet, média privilégié pour s'informer sur l'offre culturelle en Ile-de-France

Pour vous informer sur l'offre culturelle en Ile-de-France, quel moyen utilisez-vous principalement ? En premier ? En second ?



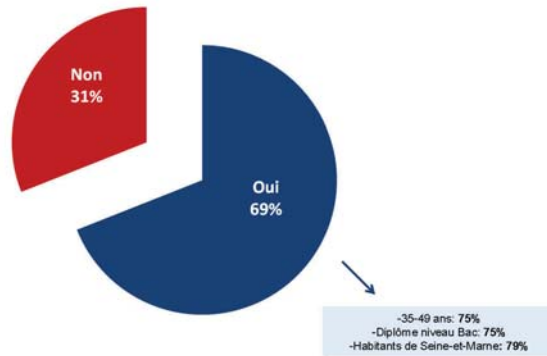
MISSION D'ÉTUDE GRAND PARIS CULTUREL – LE GRAND PARIS CULTUREL – ÉTUDE N° 1101200 – SEPTEMBRE 2011





69% des Franciliens sont favorables à la création d'une chaîne de télévision traitant du Grand Paris

Seriez-vous favorable à la création d'une chaîne de télévision de proximité, généraliste, traitant du Grand Paris et émettant 24h/24 ?



MISSION D'ÉTUDE GRAND PARIS CULTUREL – LE GRAND PARIS CULTUREL – ÉTUDE N 1101200 – SEPTEMBRE 2011



Note sur le Grand Paris Numérique

Étude rédigée par Steven Hearn et l'équipe du Troisième Pôle pour la Mission d'étude sur le Grand Paris culturel/Septembre 2011

—

—

Un super métro ? Pas seulement. Des anneaux de vitesse...

« Les anneaux de vitesse », le thème retenu par Lille, sont prêts à s'emballer. La SNCF, partenaire officiel, a réglé ses horaires TGV sur ceux des manifestations, multipliant en prime, la cadence des TER sur le territoire. Pour sa part, le réseau anglais d'Eurostar met actuellement en vente des billets pour Lille 2004, intitulés « The Place To Be ». Enfin, la mise en ligne des spectacles sur Internet tourne à plein régime : les Lyonnais et les Parisiens sont, semble-t-il, les premiers à réserver leurs places. Les tour-opérateurs allemands suivent de près. « Notre projet correspond à l'évolution des modes de vie : parcourir des centaines de kilomètres dans la même journée n'est plus un luxe mais une manière de vivre. La notion de temps est en train de révolutionner notre quotidien »¹¹⁸, explique Didier Fusillier, maître d'œuvre de Lille 2004, directeur des théâtres de Maubeuge et de Créteil, où ce quadra s'est taillé la réputation d'un agitateur d'idées sachant flairer les jeunes talents artistiques.

Le thème des anneaux de vitesse est une idée amorcée par Lille 2004 mais qui n'a pas connu de réalisation effective du fait de l'absence à l'époque des outils techno mobiles nécessaires à sa réussite. Il s'agissait de démontrer que n'importe quel événement de Lille 2004 était à moins d'une heure du lieu où l'on se trouve, si on est entre Bruxelles et Paris. Pour cela des bornes interactives sur les réseaux SNCF et métro-bus permettaient d'être informés en temps réel, de calculer le temps de trajet et d'acheter sa place. L'idée forte était que la possibilité technique de la mobilité ne se superposait pas à la représentation culturelle de cette mobilité : pour Paris, le Nord c'est le bout du monde, on n'imagine pas que la mer est à 50 minutes de la Grand place de Lille et que la frontière belge n'existe pas. L'hypothèse des anneaux était donc de s'appuyer sur l'accélération des transports pour changer l'image mentale du territoire.

C'est bien ce dont il s'agit pour le Grand Paris.

La modification en profondeur du système de transports, la banalisation des applications mobiles permet aujourd'hui de faire du grand métro un anneau de vitesse.

Alors que pour le touriste ou le consommateur culturel tout reste concentré entre les Champs-Élysées et Châtelet, il s'agit de démontrer la proximité et l'accessibilité d'équipements et événements « périphériques » : compenser la ville concentrique par la ville excentrique.

Sur son mobile ou avec des bornes interactives et des cartes permettant la géolocalisation, le nomade du Grand Paris peut en temps réel s'informer de ce qui se passe à proximité, calculer le temps et l'itinéraire pour rejoindre cette exposition, vérifier la disponibilité et acheter des places y compris en promotion.

118. http://www.lexpress.fr/informations/la-culture-pour-le-futur_653589.html

Il pourra aussi documenter sa visite et laisser un commentaire, participer au buzz, à la réputation de tel lieu en banlieue, découvert un peu par hasard.

Le projet du Grand Paris, qui est aujourd'hui perçu d'abord comme une extension des transports publics devient ainsi un projet culturel qui abolit les hiérarchies et crée une nouvelle cartographie imaginaire.

Le portail du Grand Paris Culturel

La création d'un Portail donnera une identité forte à ce territoire.

Un portail est un projet plus qu'un dispositif technique, c'est une « vitrine » qui exprime l'identité d'un territoire historique et/ou émergent (une métropole), une fédération d'acteurs qui coopèrent, un outil dans un dispositif global qui peut comprendre des applications « mobiles », la numérisation des œuvres et du patrimoine, des outils de médiation numérique.

En effet, la transmission des informations liées aux héritages culturels peut s'appuyer désormais sur deux démarches : l'infomobilité et l'« itinérance cognitive ». D'une part, les ressources d'une image augmentée, d'autre part, tactile et insérée dans un décor virtuel et à des usages interactifs ; le patrimoine est désormais au cœur d'un espace annoté et qui dispose d'un flux intense d'informations¹¹⁹

Au-delà de « l'effet » spectaculaire de ces innovations technologiques, amplifié désormais par les ressources du 3D, ce qui est en jeu est un triple déplacement de frontières : entre immobilité et nomadisme, entre spectateur et auteur, entre objet réel et réalité virtuelle. La réalité augmentée dans laquelle baigne le patrimoine est aussi un monde dont vous êtes les auteurs. La coproduction des ressources cognitives pour l'accès au patrimoine est au cœur de la révolution 2.0.

119. « Au cœur de la ville de Bâle (projet Life Clipper), la galerie Plug. in propose un parcours dans le quartier Saint-Alban au cours duquel un paysage virtuel vient se greffer sur le réel. Au cours de cette promenade sonore, la réalité est virtuellement augmentée : les visites proposées par Jan Torpus nous mettent en présence d'une caméra qui mêle tout à la fois images virtuelles, paysages réels et des scénarios différents suivant les espaces traversés. Le dispositif porté par le visiteur comporte des lunettes munies d'une caméra vidéo et d'un casque audio ; un GPS ; des semelles truffées de capteurs à glisser dans les chaussures ; le tout relié à un ordinateur portable dissimulé dans un sac à dos. Les lunettes font office d'écran sur lequel est diffusée l'image vidéo de l'environnement, filmé en direct par la caméra. Les images et sons sont traités en temps réel, projetés dans les lunettes et diffusés dans le casque. Selon les bâtiments regardés, un collage d'images différentes s'imprime sur le paysage. Il n'est pas nécessaire de pénétrer dans les édifices, les lunettes permettent de voir à travers ses murs. Le nombre d'informations augmente au fur et à mesure que le pas se fait rapide et les pressions effectuées sur les semelles déclenchent des bruits de sabots de cheval ou encore des clapotis d'eau. L'expérience immerge le promeneur dans un décor de film dont il est tout à la fois le déclencheur et le spectateur. Le dispositif permet de prendre des photos et de constituer des albums d'images. » « Numérique et patrimoine en Europe » par Laura Garcia Vitoria, Présidente d'ARENOTECH (2006).

L'arrivée des NTIC dans l'environnement culturel induit 3 types de changements :

- l'utilisation de nouveaux outils de médiation (simulation, 3D, audio-guides, géolocalisation);
- le renouvellement des pratiques culturelles (consultation en ligne, mobilité...);
- la participation des visiteurs (implications, interactions, annotations, publication de contenus).

Le web 2.0 accélère ces changements. Il permet de :

- sortir des murs et écouter les visiteurs «là où ils sont»;
- dépasser la logique «vitrine» pour une logique «relationnelle»;
- adopter une démarche inclusive avec des “usagers” qui deviennent producteurs.

Nous proposons de créer un «portail culturel du Grand Paris» dédié avec de nombreux outils (cartes interactives, numérisation des œuvres, expos virtuelles, agenda, «hub» des sites culturels) et des services +. Certes on pourra acheter (pas de banque d'achat centralisée mais une logique de «hub» + réservation d'hôtels + services communs (carte «pass»), consulter des banques de données numériques (monuments 3D, bibliothèques et collections numériques, expositions virtuelles), mais aussi contribuer à l'aménagement culturel numérique du territoire par des cartes interactives avec mise en relations «œuvres»/lieux. Possibilité de poster des commentaires, des photos, des témoignages, des archives personnelles («galerie des dons») Wiki/réseau. Choisir et composer son itinéraire ou son parcours, anticiper et co-construire (expositions intégrant des œuvres de «visiteurs», galeries photos, «galerie des dons»).

L'utilisation des ressources de la géolocalisation offre de multiples perspectives sur le territoire du Grand Paris, dont certaines sont déjà expérimentées partiellement.

Comme pour le site Geoculture¹²⁰, il est possible de mettre en relation des lieux et des œuvres, littéraires, picturales ou vidéo. On pourra ainsi connecter un itinéraire de promenade avec le patrimoine artistique, superposer les œuvres de création et les déplacements urbains. Cette cartographie du patrimoine ne se limite pas aux œuvres. Elle peut inclure les «archives vivantes».

Ainsi à Milton Keynes, banlieue banale du Grand Londres, le projet «living archive»¹²¹ anime le territoire. Milton Keynes n'a pas d'histoire et peu de patrimoine, c'est une ville nouvelle. Le centre communautaire a donc eu l'idée de faire des «histoires de ceux qui viennent d'ailleurs» le contenu patrimonial de la ville. Ce travail sur la mémoire des communautés

120. <http://geo.culture-en-limousin.fr/GéoCulture> est un projet numérique donnant accès à des œuvres qui représentent le territoire. Il permet d'accéder à plus de 400 œuvres littéraires (poèmes, extraits de romans, de nouvelles...), plastiques (peinture, sculpture, dessin, photographie...), musicales, cinématographiques ou relevant de la culture occitane, *via* un procédé de géolocalisation.

121. <http://www.livingarchive.org.uk/>

prend de multiples formes : expositions, sites, ateliers, créations hip-hop, ouvrages et publications, comédies musicales.

L'utilisation du numérique devient à la fois un producteur de lien social et un support d'éducation et de lutte contre la fracture numérique.

Faire «living archive» à l'échelle du Grand Paris, c'est donner une forme contemporaine à l'idée par ailleurs banalisée de ville-monde. Mais ne pas séparer «living archive» et la mise en valeur du patrimoine noble, c'est élargir à la culture vécue l'espace des cultures légitimes, c'est relier héritage et population, assumer Paris, ville historique et ville monde. Enfin, c'est, par un coup de force symbolique, l'abolition de la frontière entre Paris-touristes et Paris-Banlieue.

«Polariser» les entreprises culturelles numériques

L'étude de référence menée par l'IAU-IDF sur «les industries créatives en Île-de-France»¹²² en mars 2010 permet de situer les enjeux du secteur des industries créatives¹²³ à Paris Métropole. Paris peut concurrencer Londres dans ce domaine. Citons la synthèse :

363 000 emplois dans les industries créatives en Île-de-France :

Ces emplois sont occupés majoritairement par des salariés, 42 000 sont des emplois indépendants et 65 000 sont des intermittents. Les métiers exercés au sein de ces activités ne sont pas tous créatifs. Ils concernent un large éventail de fonctions, plus ou moins créatives, et plus ou moins qualifiées.

Seulement 44% des emplois du secteur relèvent de professions créatives :

Les métiers dits créatifs concernent essentiellement les journalistes, les assistants techniques de la réalisation des spectacles vivants et audiovisuels, les cadres de la publicité, les assistants techniques des arts graphiques, de la mode et de la décoration (dont les designers, les stylistes et les graphistes), les artistes dramatiques, les artistes de la danse, etc. Les métiers non créatifs regroupent des ingénieurs et cadres spécialistes de l'informatique, des secrétaires, des cadres administratifs ou financiers des PME, des employés administratifs. Les résultats de l'étude qui portent sur la population salariée des industries créatives nous renseignent sur les dynamiques à l'œuvre dans la région.

122. http://www.iau-idf.fr/fileadmin/Etudes/etude_671/Les_industries_creatives_en_IDF_avec_signets.pdf

123. « Les industries créatives sont définies par le ministère britannique de la Culture, des Médias et des Sports (DCMS) comme « les secteurs industriels qui trouvent leur origine dans la créativité individuelle, la compétence et le talent et qui offre des potentialités de création de richesses et d'emplois à travers le soutien et l'exploitation de la propriété intellectuelle ». Elles sont composées de plusieurs secteurs d'activité économique : architecture, publicité, cinéma/vidéo/audiovisuel/photographie, musique/spectacle vivant, design, marché de l'art/antiquités, mode, édition (livre et presse), jeux vidéo/logiciel, et artisanat d'art. »

La moitié des emplois salariés créatifs français :

Avec près de 256 000 salariés, le poids des industries créatives de l'Île-de-France en France est prépondérant : elles représentent 48% des effectifs salariés français et 34% des établissements en 2007. En dehors de l'Île-de-France, Rhône-Alpes et Provence-Alpes-Côte d'Azur sont les deux régions françaises qui concentrent le plus d'activités créatives en termes d'emplois et d'établissements présents sur leur territoire.

6% des emplois salariés franciliens :

Les industries créatives représentent 6,2% de l'emploi total salarié en Île-de-France en 2007.

Si Paris et les Hauts-de-Seine concentrent 2/3 de ces emplois, il existe une forte potentialité de clusterisation dans les différents domaines : jeux vidéo-logiciels, publicité, cinéma-audiovisuel-photo, édition, musique-spectacle vivant, architecture.

Enfin, l'étude montre que cette concentration des emplois créatifs qui situe Paris dans la catégorie de Londres doit sa croissance au numérique : « Sur la période 1994-2007, l'Île-de-France a connu une évolution globale favorable de l'emploi salarié des industries créatives. Les effectifs ont augmenté de 2,6% en moyenne chaque année sur les treize dernières années, soit 72 000 personnes en plus. Cette hausse est bien plus importante que celle observée tous secteurs d'activités confondus (+1,2% en moyenne chaque année). On distingue trois phases : une croissance forte des effectifs de 1994 à 2000, notamment dans les TIC et le logiciel, puis un retournement conjoncturel de 2001 à 2004 qui contracte fortement les secteurs des jeux vidéo/logiciels, de la publicité mais aussi de l'édition, enfin une dernière phase de reprise 2004-2007 avec des évolutions plus contrastées selon les secteurs. Les activités du jeu vidéo/logiciels et cinéma/audiovisuel/photo-graphie, de plus en plus consommatrices de technologies, ont été les plus dynamiques sur la période : effets spéciaux, animation, chaînes thématiques, multiplication des supports de diffusion. Les autres secteurs se sont développés mais à un rythme moins soutenu que la moyenne des industries créatives. Seul le secteur de l'édition a vu ses effectifs se contracter légèrement. »

Un tel contexte est pourtant porteur de risques majeurs ; certes le Grand Paris concentre les emplois créatifs dopés par l'extension du numérique et ce sur des volumes qui inscrivent Paris Métropole dans la première division des métropoles européennes. Mais cette position n'est pas en soi suffisante. Qui n'a pas « sa » cité du cinéma, son parc technologique ? La concentration d'emplois créatifs devient avec la « starchitecture » un élément de standard des grandes métropoles : le risque de banalisation est fort, la concurrence est généralisée. Ce poids relatif en soi ne suffit pas.

Plusieurs hypothèses se complètent :

- les travaux sur l'économie créative ont montré l'importance de l'environnement de qualité pour attirer les créatifs : accessibilité, services publics, ambiance de tolérance, excellence écologique ;
- ces travaux montrent aussi la nécessité d'éco-systèmes créatifs favorables à la polarisation géographique et à l'activité des créatifs : éco-quartiers, quartiers culturels, cafés et librairies, etc. ;

— nous faisons aussi l'observation que le croisement « culture » et « numérique » est au cœur d'une part de la nouvelle création artistique, d'autre part du développement de pôles d'excellence stratégique : industrie des jeux et de l'entertainment, e-learning et serious games, e-commerce, nouveau textile et image-multimédia.

Inversement nous proposons de poser la question de la contribution des créatifs à la production de la ville. C'est ce que se propose de faire le réseau des « smart cities ». Le concept de ville durable englobe l'ensemble des thématiques du développement durable en s'attachant à une gouvernance, à un développement fort des services écosystémiques liés à l'environnement, au développement économique du territoire et au maintien de sa cohésion sociale. À ces quatre piliers essentiels du développement durable, il convient de rattacher le concept transversal de la santé et du bien-être au travers d'une ville animée, vivante et compétitive qui attire une population dont les besoins sont en constante évolution.

De nouveaux marchés se développent aujourd'hui grâce à l'avènement des Technologies de l'information et de la communication (TIC) qui permettent le passage d'une information plus simple, plus rapide, multimodale et facilement accessible par tous. Devenu un lien stratégique avec le développement durable, les TIC permettent à la ville durable d'atteindre une dimension supérieure, plus fonctionnelle, plus servicielle : les « smart cities »¹²⁴.

Des scientifiques de l'Université Technique de Vienne ont mis au point, en collaboration avec l'Université de Ljubljana et l'Université Technique de Delft, un nouvel instrument de classement pour examiner des « villes moyennes » européennes de moins de 500 000 habitants. Le résultat est un outil interactif qui démontre, dans un premier temps, le potentiel de 70 smart cities, permettant pour la première fois une comparaison entre ces villes. Résultat : les villes moyennes les plus smart se trouvent en Finlande, au Danemark, en Autriche, en Allemagne et dans le Benelux. L'étude met en évidence les domaines dans lesquels les hommes politiques, les administrations et les habitants doivent fournir des efforts afin d'augmenter la smartness de leur ville et de mieux la positionner.

La « smartness » est évaluée sur 6 critères : « economy, people, governance, mobility, environment et living ».

Les TIC sont au cœur de la smart city : elles connectent numérique et développement durable par la production de services et d'outils qui améliorent la mobilité, la gouvernance, les capacités démocratiques, les apprentissages, l'administration, l'accès à la culture, etc.

Nous proposons donc d'appliquer au Grand Paris la méthodologie d'observation et d'évaluation des smart cities, et de renforcer la « smartness » du Grand Paris, en promouvant les systèmes de croisement, de pollinisation entre les mondes culturel et numérique, autour de 2 objectifs fondamentaux :

124. <http://www.fondaterra.com> (Fondaterra est la Fondation européenne des territoires durables).

- • Encourager la nouvelle création artistique, les arts numériques pour redonner à Paris une place éminente dans la galaxie des capitales culturelles ;
- • Encourager la conception d’outils et de services au bénéfice du mieux-être urbain.

Quels éléments distinctifs privilégier ?

- Le développement de pépinières et d’incubateurs d’entreprises culturelles numériques doit permettre de renforcer la clusterisation des industries créatives (création de pépinières thématiques), et peut renforcer le maillage du territoire notamment dans les secteurs sousreprésentés de l’Est parisien. Seul un rythme rapide de création d’entreprises innovantes peut permettre de garder à Paris sa place éminente dans un secteur par définition en très rapide renouvellement.

- Promouvoir la Gaîté Lyrique, centre des arts numériques comme centre de ressources interrogeant les pratiques au croisement de l’artistique et du digital. « Ce qui est unique au monde, explique l’équipe en charge du projet, c’est le fait que ce soit un projet qui aborde le phénomène technologique lié au numérique de façon très transversale et pluridisciplinaire au sein d’un même bâtiment. On possède toute la chaîne liée à cette création : de la production (on a des studios de création) à la représentation (on a des salles de spectacles, des salles d’exposition en passant de la documentation), un centre de ressources. On a aussi un espace de jeux vidéos, c’est aussi un lieu de vie, il y a un café, une boutique. »

La Gaîté Lyrique doit se voir confier le « statut » de la Société des arts technologiques de Montréal. « Fondée en 1996, la Société des arts technologiques (SAT) est un centre transdisciplinaire de recherche et création, de production, de formation et de diffusion des arts numériques, basé à Montréal. Unique en son genre, la SAT concilie indépendance artistique, reconnaissance institutionnelle, industrielle et universitaire. Elle rassemble une « communauté numérique » composée de chercheurs et créateurs travaillant conjointement au développement expérimental de logiciels libres et d’outils de production numériques dans les domaines de la téléprésence, des environnements immersifs, de la vidéo et du son, pour favoriser l’émergence de nouvelles expressions culturelles « Selon René Barsalo, directeur « stratégie et développement » de la SAT ¹²⁵, la fonction de la SAT est de maintenir à la fois une forte capacité créative et expérimentale et une capacité d’analyse critique de l’univers numérique en mutation.

- Renforcer l’expérience des « living labs ».

Les living labs permettent une incubation de projets à échelle réelle, une innovation rapide et donc un développement du territoire en lien avec l’usager final, le citoyen et l’habitant.

Le réseau européen des living labs ¹²⁶, ENOLL, a labellisé plus de 270 living labs (LL) en Europe et dans le Monde.

125. L’Observatoire n°37 « l’ère numérique : un nouvel âge pour le développement culturel territoriale ».

126. <http://www.openlivinglabs.eu/>

La France est plutôt bien représentée avec 38 sites labellisés.

Le Grand Paris est la plus forte concentration de LL avec la région Rhône-Alpes.

On trouvera un exemple avec Urban Living Lab, mis en place à Versailles et Saint-Quentin-en-Yvelines pour accompagner la transition vers des villes bas carbone et haute qualité de vie¹²⁷.

On regarde aussi avec intérêt l'association Silicon Sentier, créée en 2000, qui a accompagné l'essor de l'économie numérique et participé à l'émergence d'un écosystème innovant en Île-de-France. Année après année, l'ambition de l'association a été de déployer de nouveaux projets tels que l'ouverture et le développement du réseau des Cantines en France et à l'international, la création de Silicon Maniacs, média de Silicon Sentier sur l'innovation, le lancement de «Le Camping par Silicon Sentier», une nouvelle forme d'incubateur accueillant start-ups et PME, et bien d'autres. Le LL porté par Silicon Sentier est un véritable «quartier numérique».

Medialand à Issy-Moulineaux explore les nouveaux usages de la société de l'information locale : web-TV, E-administration, cyber-services comme par exemple des cyber-crèches.

La Cité des Sciences a ouvert le LL «le Lutin» : «La plate-forme est située à la Cité des Sciences et de l'Industrie de la Villette, ce qui facilite le recrutement du public, et assure l'insertion dans une institution experte en relations grand public/sciences et techniques. Ce laboratoire des usages permet de faire avancer la recherche en cognition et en ergonomie par la réalisation de tests sur des produits issus de l'innovation technique. Il expérimente de nouvelles méthodes d'évaluation contribuant à la prise en compte de l'utilisateur final dans la conception. Les méthodes relèvent de la psychologie cognitive et ergonomique, de la sémiotique (réception, audience), de l'anthropologie et du marketing.»

Dans le même univers, Universcience regroupe les recherches de la Cité des Sciences et du Palais de la Découverte en termes de pédagogie scientifique.

i-Matériel. Lab est le laboratoire des usages de la mobilité au service du patrimoine culturel et du tourisme. Il est spécialisé dans l'innovation, les nouveaux médias, les objets intelligents (smartphones, tablettes tactiles, outils communicants, etc.).

Le living lab Newmedia peut faire de la Seine-Saint-Denis la «silicon valley des nouveaux media» autour du pôle cinéma et multimédia du Nord de Paris.

Le Laboratoire Paris Région Innovation (Paris Région Lab) est une association, créée à l'initiative

de la Ville de Paris et de la Région Île-de-France, qui a pour missions principales d'accompagner les services de la Ville et de la Région

127. www.urbanll.com

—

dans leurs projets innovants, d'accueillir les demandes d'entreprises, lorsque celles-ci recherchent un premier terrain d'expérimentation pour de nouvelles solutions, de proposer et d'animer une veille permanente sur l'Innovation Urbaine.

Mais c'est surtout le « Greater Paris Region Living Lab »¹²⁸ coordonné par Cap Digital qui retient l'attention par son étendue et sa volonté fédératrice sur une culture de l'innovation autour des nouveaux services numériques.

Développer cette culture de l'innovation et de l'expérimentation autour des usages du numérique est la clé de la nouvelle vague d'industrialisation du territoire. L'observation du paysage des living labs montre d'une part une bonne couverture territoriale (Paris-Nord, Issy-les-Moulineaux, Paris intra-muros, Saint-Quentin-en-Yvelines) et une forte orientation sur les nouveaux services numériques dans les domaines du media, de la pédagogie, des services urbains et du patrimoine.

Nous proposons de développer des living labs sur 2 axes aujourd'hui peu représentés :

- Les nouveaux métiers et services de la cohésion sociétale ;
- L'observation documentée des processus opératoires de « pollinisation » produisant de la créativité (production d'idées pouvant être ensuite développées en prototypes puis en services et produits socialement utiles et économiquement viables).

Développer des hubs créatifs autour de la cohésion sociétale

La 3^e révolution industrielle est celle de l'économie cognitive¹²⁹ où la valeur ajoutée est apportée par les processus de pollinisation, c'est à dire la relation, la coopération, qui permettent aux idées de circuler, de « polliniser » les projets et de développer la créativité puis l'innovation sociale et économique. D'où l'idée de promouvoir le « co-working » et les « éco-systèmes créatifs » :

Nous avons et nous continuerons d'avoir des politiques de recherche, des politiques de soutien à l'innovation économique et tech-

128. www.capdigital.com, www.digitallyours.fr « The Greater Paris Region Living Lab aims to structure a technical and marketing incubator of innovative projects, relying on the regional Fiber Broadband network, to accelerate the prototyping and the industrialization of new innovative online services. Its vocation is to better understand and develop new digital uses, to facilitate communication activities to disseminate and to share best practices and results gathered by local Living Labs such as “Quartier Numérique” in the 2nd district of Paris, the Center Georges Pompidou, the City of sciences, or the CUBE. This is achieved on a large scale deploying our living lab in the whole area of the Paris Region involving 5000 users. »

129. Dans son ouvrage, *Des abeilles et des hommes*, Thanh Nghiem prône la « pollinisation des idées » pour connecter des territoires intelligents et des « communautés apprenantes ». (TICA). NGHIEM Thanh, *Des abeilles et des hommes*, Paris, Bayard, 2010.

nique, des politiques culturelles, des politiques éducatives. Mais celles-ci fonctionnent d'une manière exagérément cloisonnée, sauf peut-être lorsqu'il s'agit de rapprocher la recherche des besoins des marchés. Au cloisonnement des politiques répondent ceux des secteurs économiques ou ceux des disciplines de recherche. Or les innovations qui comptent émergent presque toujours au croisement de plusieurs métiers et domaines de connaissance. Nous devons lever ces barrières, favoriser toutes les formes de collaboration. Les pôles de compétitivité ont, pour les meilleurs d'entre eux, commencé à le faire, mais ils demeurent souvent trop étroitement sectoriels et trop exclusivement focalisés sur l'innovation à vocation économique. L'innovation a besoin de lieux d'échange et de partage, de dispositifs de coopération, de mutualisation active de moyens et d'expériences, et de pouvoir rapidement s'essayer auprès des publics auxquels elle se destine. Elle doit aussi pouvoir se discuter, se débattre : toute innovation n'est pas systématiquement univoque ni nécessairement positive.

Nous devons construire des «écosystèmes», des dispositifs, des espaces (virtuels comme physiques) d'échange, de collaboration, de mutualisation de moyens et de mise en visibilité de projets et d'initiatives, qui favorisent l'innovation sous tous ses aspects, sociaux, économiques et technologiques. (Fondation Terra Nova, Juin 2011).

Le coworking est un type d'organisation du travail qui regroupe deux notions : un espace de travail partagé, mais aussi un réseau de travailleurs encourageant l'échange et l'ouverture. Ce type de lieux existe à Bruxelles, au sein d'un réseau mondial – «the hub» – qui a commencé à Londres¹³⁰. Ce réseau n'a aujourd'hui pas d'implantation en France!

En mixant des porteurs de projets de culture différente (business, art-culture, citoyenneté, économie sociale et solidaire), il s'agit de parier sur le croisement des cultures et des approches comme source de créativité. Pour cela, nous il est nécessaire de confronter méthodes et visions des managers et des artistes qui inventent en bricolant une méthodologie de projet adaptée à un monde de rareté et d'incertitude.

Dans cet espace il importe de faire dialoguer entreprises sociales et économie de marché, car l'économie sociale ne doit pas limiter son ambition à être une niche «sympathique» aux lisières de l'économie : l'ESS doit intégrer les contraintes de la performance, l'économie de marché doit être engagée vers l'économie responsable, et ensemble il faut inventer la nouvelle économie dont nous avons besoin.

L'enjeu est de produire de l'innovation en croisant savoir-faire entrepreneuriaux, artistiques et numériques sur les enjeux de la cohésion sociale : accompagnement des personnes, autonomie-dépendance, aide au handicap, promotion de la diversité, méthodes de recrutement et d'évaluation, formation, médiation, croisement culture et social, nouveaux concepts de logement social.

130. <http://brussels.the-hub.net/public/>

La recherche-développement en réseau pour objectiver les processus de créativité

Si tout le monde convient que la créativité qui permet l'innovation est la clé de la compétitivité de demain, il existe peu de travaux décrivant opérationnellement ce qu'est la créativité, en quoi la confrontation dialogique d'univers professionnels et symboliques divers est une source de création, en quoi l'artistique s'ouvre à l'économique, comment les idées naissent, circulent, cristallisent et disséminent.

Mettre en réseau des lieux qui expérimentent dans ce domaine pour produire une méthodologie des TICA (territoires intelligents, communautés apprenantes)¹³¹ peut faire l'objet d'un living lab (que nous nommons provisoirement eTICA).

Encourager sur le territoire du Grand Paris des hubs créatifs autour des enjeux de la cohésion sociétale, créer un living lab sur la créativité au croisement des territoires et des communautés, encourager des universités populaires virtuelles pour tous, tout ceci vise à faire du Grand Paris un territoire intelligent et apprenant.

Dans ce contexte, l'inscription du Grand Paris dans l'économie numérique développerait une «identité distinctive» par son attention à l'humain dans une perspective de haute éducation et de démocratisation, en optant pour le croisement de la culture et du numérique, façon élégante de rappeler l'identité patrimoniale de la ville historique tout en l'inscrivant dans le futur.

131. Nous empruntons ce terme à Thanh Nghiem, <http://2008.angenius.net/tiki-index.php?page=TICA> «Le principe repose sur l'optimisation des relations entre les territoires et les communautés dans la sphère de la connaissance, comme préalable à un développement humain en équilibre avec son environnement (voir à ce propos nos travaux sur le métabolisme territorial et l'article «Métabolisme territorial et développement durable» publié dans la revue Territoires 2030 de la DIACT en décembre 2005). – Un «territoire intelligent» est un espace disposant d'infrastructures et de caractéristiques matérielles, conçu, délimité et entretenu pour permettre la circulation rapide d'information, leur analyse, leur interprétation et leur préservation. - Une «communauté apprenante» est un groupe de personnes qui s'activent sur un territoire dont l'intelligence infrastructurelle leur permet d'amorcer et d'entretenir une démarche permanente d'apprentissage partagé. La conjonction de territoires intelligents et de communautés apprenantes, et leur mise en réseau, nous semble aujourd'hui la voie la plus efficace pour accélérer l'adoption de modes de vie durable au plan mondial.»

Partenaires de la Mission d'étude sur le Grand Paris culturel

La mission d'étude et de propositions sur la dimension culturelle du Grand Paris souhaite remercier ses mécènes et partenaires :

- la Banque Neulize OBC
- la Caisse d'Épargne Île-de-France
- McKinsey & Company

Banque Neulize OBC

La Banque Neulize OBC est souvent citée comme une référence en matière de mécénat culturel en France, notamment pour les arts plastiques et le cinéma, avec deux axes : la création contemporaine et la valorisation du patrimoine, en résonance avec sa vision du métier de banquier privé qui préserve le patrimoine hérité et valorise le patrimoine de demain.

Neulize OBC se veut présente à toutes les étapes de la vie d'une œuvre, en amont (laboratoire de création, acquisition et commande d'œuvres, aide à la production) comme en aval (soutien aux institutions, participation à l'acquisition d'un trésor national, soutien d'une exposition, d'un festival, d'une manifestation, aide à l'édition de livres d'art, soutien aux prix, organisation d'expositions privées dans ses locaux).

Caisse d'Épargne Île-de-France

La Caisse d'Épargne Île-de-France, fidèle à ses valeurs, soutient et finance de nombreuses initiatives qui contribuent à la vitalité économique et culturelle de sa région.

En choisissant de soutenir la mission d'étude sur le Grand Paris culturel, la Caisse d'Épargne Île-de-France souhaite, dans la continuité de ses mécénats, favoriser l'accessibilité à la culture et à la pratique artistique au plus grand nombre, qui représente un élément essentiel du lien social, au sein d'un projet culturel porteur d'avenir et d'ouverture.

McKinsey & Company

Le bureau français de McKinsey a apporté sa précieuse assistance, dans certaines des analyses proposées dans le rapport de mission sur la dimension culturelle du Grand Paris.

Par ailleurs, la mission a pu compter sur le soutien du **groupe Audiens** et de **BNP Paribas**.