Le Hub Éco

Le Hub Éco

La culture, élément majeur de l'attractivité d'un territoire

Alors que MP2018 a démarré le 14 février pour dérouler sa programmation jusqu'à la fin août, le Hub Éco de "La Provence" organisait hier à La Criée une rencontre sur les liens entre culture et économie avec Macha Makeïeff et Raymond Vidil

Même si beaucoup n'y croyaient au début qu'à moitié, avant de voler au secours de la victoire, Marseille-Provence 2013 Capitale européenne de la culture, a été un succès. Succès populaire, artistique, urbanistique (avec les ouvertures du Mucem, du Frac, de la Tour Panorama), touristique. Cette affirmation d'une volonté culturelle commune, même si là encore des tensions ont existé, a été une force, un atout pour que Marseille et ce territoire qui se fond un peu avec la carte du département, gagnent une image revue et corrigée. Les acteurs culturels ont appris à travailler au sein d'un collectif, les politiques ont enterré la hache de guerre même si nous étions à la veille des élections municipales. Le monde économique avait joué un rôle essentiel, alimentant la dynamique en lien avec les porteurs de projets culturels.

Toute cette énergie, si elle a heureusement imprimé sa trace dans les faits autant que dans la mémoire collective, ne pouvait pas s'éteindre avec les derniers feux du Groupe F, chargé d'illuminer le Vieux-Port pour le rendez-vous de clôture. Dès la fin de l'année 2013, des groupes de réflexion se sont donc réunis, avec peu de succès faute d'écho politique. Début 2016, un autre s'est constitué, autour d'acteurs des mondes culturel, économique, universitaire. Emmené par Raymond Vidil, chef d'entreprise qui s'était déjà beaucoup investi dans la phase préparatoire de MP2013, ce groupe-là voulait tenir les engagements devant les instances européennes, qui impliquaient qu'une suite soit imaginée. Après avoir été Capitale européenne de la culture en 2004, Lille l'avait fait dès 2006 avec Lille 3000 qui a depuis été pérennisée (avec 8,2 millions d'euros en 2015), pourquoi n'en serions-nous pas capables?

L'idée d'une biennale autour d'un thème unique a été écartée car jugée pas assez moderne. Le foisonnement, la créativité qui avaient émergé en 2013, il fallait les retrouver ou, mieux, les faire vivre à nouveau. Une petite année a été nécessaire pour fixer le projet et prendre la décision d'un comité artistique à têtes multiples, composé de quinze fortes personnalités, toutes à la tête de maisons ou de manifestations culturelles très ancrées dans le territoire. Pas de hors-sol, pas de cosmétique, tout partirait d'ici. Ce sera une saison artistique pluridisciplinaire de sept mois qui ne doit pas se substituer aux politiques culturelles des collectivités.

Le 20 janvier 2017, une assemblée constitutive s'est tenue avec les villes qui ont validé le mode opératoire, le financement. Les autres collectivités, séduites, ont adhéré au mouvement et se sont engagées financièrement. Comme en 2013, les univers de l'économie, de la culture et de la politique, à une exception aixoise près, se sont croisés, rassemblés autour d'un projet. Le 14 février dernier, MP2018 sur le thème *Quel Amour!* démarrait. 16 400 enfants ont ouvert le bal, et le soir, 45 000 personnes répondaient à Marseille à l'appel conjoint du Groupe F et du Grand Baiser. Le samedi 17 janvier, 22 800 personnes ont participé à Arles, Aubagne, Istres, Martigues et Salon-de-Provence. Enfin, la culture revenait sur l'espace public avec de grandes ambitions! 71 500 spectateurs ont également goûté aux propositions du week-end d'ouverture.

L'engouement est là, l'intérêt est réel, le public réagit lorsque l'offre culturelle et festive de qualité se présente. Reflet du dynamisme d'un territoire, la culture en est aussi un marqueur fort. Espace de libertés et d'inventivité, elle nourrit et construit une identité. Ce qui en fait un atout majeur pour le monde de l'économie, qui a autant à en apprendre et à en retirer qu'à lui apporter.

Olga BIBILONI

Bilan de MP2013, perspectives de MP2018

MP2013, CAPITALE EUROPÉENNE DE LA CULTURE

Avec 11 millions de visiteurs, MP2013 a été une réussite dans le domaine de l'attractivité mais pas seulement. Malgré les difficultés politiques, les élus du département des Bouches-du-Rhône avaient travaillé ensemble, comme d'ailleurs les acteurs culturels qui n'y étaient pas davantage habitués. 207 entreprises de toutes tailles et tous secteurs avaient pris part au projet collectif, le monde économique apportant 18% du budget de MP2013 (soit 15 millions d'euros sur 93 millions d'euros). Outre des retombées économiques de l'ordre de 500 millions d'euros, celles sur le tourisme avaient été importantes, avec 5,6 millions de nuitées enregistrées?(soit une hausse de 8%), et une clientèle étrangère en hausse de 21% (+ 8% pour les Français). Côté notoriété nationale, près de 3/4 des Français a entendu à cette occasion parler d'un rendez-vous ou d'un lieu de la capitale.

MP2018, LA RÉPLIQUE

Pour organiser et gérer la saison culturelle de MP2018, une association, MPCulture, a été créée le 20 janvier 2017. MP2018, c'est quatre membres fondateurs (CCI Marseille-Provence, le Club Top 20, Mécènes du Sud, AMU), quinze directeurs artistiques, 270 structures culturelles du territoire impliquées, 1500 artistes, huit villes associées.

Le budget net de MP2018 est de 5,5 millions d'euros, avec un effet levier attendu de 10 millions d'euros. Ce budget comprend 50% d'apports de partenaires privés, 36% de subventions des partenaires publics et 14% de recette exceptionnelle qui correspond au solde de MP2013.

Il faut également compter les gratuités mises en œuvres par les collectivités lors des projets et le coût des programmations pris intégralement en charge par les membres du comité d'orientation artistique.

L'EXPÉRIENCE DE RAYMOND VIDIL, PATRON DE MP2018

"Un élan unique et collectif des acteurs culturels et économiques"

Au-delà des chiffres, des montages financiers et du mécénat, comment acteurs de la culture et entrepreneurs peuvent-ils travailler main dans la main pour donner vie à des projets et mettre en lumière la fertilité et la créativité du territoire ? Tout simplement en se faisant confiance, en ouvrant la porte d'un théâtre pour les uns ou celles d'une fabrique ou d'une usine pour les autres. Le partage et la découverte sont l'essence même d'un partenariat réussi. "*On se présente devant vous pour incarner cet élan unique et collectif des acteurs culturels et économiques,* souligne Raymond Vidil, président de l'association MPCulture, à l'initiative de MP2018 et patron des sociétés Marfret et Marseille Fret dont les chiffres d'affaires avoisinent les 200 millions d'euros. *L'essentiel de notre moteur, l'essentiel de l'enthousiasme que j'ai puisé dans cette initiative, est né de la relation qui s'est tissée avec les acteurs culturels, déjà dès 2013. Cette initiative est la concrétisation de l'envie de continuer ensemble et d'explorer plus loin le champ de l'interdisciplinarité.*"

"*Nous sommes ici dans une maison de réjouissances, de rêveries, de fabrique artistique, rappelle Macha Makeïeff,* directrice du théâtre de la Criée. *On y fait des spectacles, des performances, on y entend des concerts, on a des partenaires formidables pour toutes les disciplines artistiques. Mais c'est aussi une entreprise avec une trentaine de salariés et autant d'intermittents chaque mois. C'est une entreprise qui a un administrateur avec toute une équipe de direction. Mais il n'y a pas d'incompatibilité entre une chose et l'autre. Ce tissage entre toutes ces formes d'intelligence, c'est aussi la philosophie de MP2018.*"

Et d'ajouter : "*Quand la maison va bien, l'esprit circule. Je ne crois pas à la chimie des convictions. Il faut un écho à l'intelligence de l'autre et c'est l'addition des convictions qui fait que l'on est incontournable. Quand on s'est retrouvé avec les 14 autres membres de la direction artistique, c'est cette puissance que l'on a sentie entre nous. Avec MP2013, on avait pris l'habitude de s'écouter, de casser une féodalité. On fait tomber plein de frontières. Cet esprit chimique de se mettre ensemble pour avoir des précipités très forts, c'est tout cela MP2018. MP2013 a été un raz-de-marée, on a vu les urbanistes modifier ce territoire et changer la façon dont on y évolue. Avec MP2018 on est dans une proximité. Cet esprit, cette chimie des convictions, c'est aussi ce qui nous réunit aujourd'hui, en additionnant nos convictions, je pense nous avons une puissance d'action incroyable. Il y a quelque chose d'historique qui se met en marche.*"

Raymond Vidil, un patron engagé et amateur d'art, à la barre de MP2018. / PHOTOS FRÉDÉRIC SPEICH

Alors comment valoriser "*ce lien entre performances durables et fertilité du territoire*", interpelle Raymond Vidil. *Cela fait longtemps que l'on cherche à le formuler et je pense qu'avec MP2018 Quel amour!, on contribue à son élaboration. Notre espoir est qu'il y a encore beaucoup de choses à améliorer pour l'attractivité économique du territoire.*" De quelle manière? En se servant "*de cette force extrêmement puissante de nos artistes pour faire connaître aux yeux du monde notre énergie créatrice.*"

Geneviève VAN LEDE

> "L'essentiel de notre enthousiasme est né de la relation qui s'est tissée avec les acteurs culturels dès 2013."
>
> RAYMOND VIDIL

COMMENT LES PME PEUVENT-ELLES S'APPROPRIER MP2018 ?

"Les entreprises peuvent acheter des places et faire participer leurs salariés"

Comment les entreprises peuvent-elles s'emparer de ce formidable outil? Peuvent-elles encore prendre le train MP2018 en marche? Autant de questions que se posent les PME du territoire… "*J'étais parmi les 45 000 personnes sur le Vieux-Port, le 14 février au soir,* témoigne Alain Gargani, directeur général de la CPME 13. *Je confirme, Il s'est passé quelque chose, une émotion collective… Maintenant pour aller plus loin, comment peut-on pour vous aider, sensibiliser nos réseaux sur cette opération MP2018 ? On a accès à 44 000 entreprises par mail, il y a peut-être des actions à mener. On est modestes mais on est très nombreux. J'ai aussi été très sensible à la mallette, comment peut-on en acheter plus pour les enfants?*"

Relayer l'événement

En réponse, Raymond Vidil a invité les patrons des TPE-PME à se rendre sur le site de MP2018 et de s'en faire le relais : "*Vous pouvez aller sur notre page pour la partager, la relayer ou vous l'approprier. L'essentiel, c'est de regarder les événements de la programmation, de choisir ceux qui vous intéressent. On a clôturé le mécénat des partenaires officiels du projet, mais il y a encore de la place pour du mécénat "supporters". Cela commence à 5 000 euros et on vous donne des contreparties, c'est un moyen de faire participer les salariés. Chez Marfret, on a choisi d'avoir des places à La Criée pour le spectacle d'ouverture de Preljocaj et pour une pièce qui sera jouée au mois de mai. Vous pouvez aussi acheter dans un temps incroyablement court à délivrer la programmation, le budget dans les délais qui étaient prévus*", poursuit le visage de MP2018.

Réussir l'après-1018

"*Il faut réussir MP2018, c'est sûr,* clame Macha Makeïeff… *Mais le succès de MP2018, ce sera le succès de l'après-2018, c'est-à-dire le continuum de la puissance qui s'est mise en marche, c'est cela qui compte. Que va-t-on inventer ensemble ? Et je vous l'avoue, il y a plein d'idées, cela part du naming jusqu'au soutien à la création. On travaille aussi beaucoup avec le mécénat social, et c'est très important.*" Voilà c'est dit!

G.V.L.

LA CULTURE, C'EST 3,2% DU PIB

Avec 57,8 milliards d'euros de valeur ajoutée, la culture contribuerait sept fois plus au PIB que l'industrie automobile. À l'occasion d'un rapport de Bercy, "la France a découvert le lien entre économie et culture en 2014, explique non sans malice Robert Fouchet, le conseiller Culture d'Yvon Berland, président d'AMU (Aix-Marseille Université). La culture, c'est aujourd'hui, 3,2% du PIB et 700 000 emplois. AMU est une des rares universités à avoir un orchestre symphonique, 300 danseurs et une chorale. On a remis la culture à l'ordre du jour

NOS PARTENAIRES

- **Anne Fouchard,** directrice de la communication et de la collecte de fonds de l'IPC (Institut Paoli-Calmettes).
- **Michel Katsuraki.** responsable Grands Comptes de Point P.
- **Robert Fouchet,** conseiller Culture du Président Berland AMU (Aix-Marseille Université).
- **Cécile Khann,** membre de la CCIMP (Chambre de commerce et d'insdustrie Marseille-Provence).
- **Aude Jenouvrier,** directrice territoriale BDR Pôle Emploi.
- **Jean-Michel Saccazes,** chargé de mission à EDF.
- **Anne-Pierre Timon David,** responsable de la communication et de la taxe d'apprentissage de l'institut Cadenelle Marseille-Provence.
- **Emilie Saby,** responsable du département Commercial, marketing & communication de la SMTPC.
- **Vincent Parisot,** directeur communication d'Orange Sud-Est.
- **Aline Moreau,** directrice Communication de la Cepac
- **Evelyne Putero,** direction relations Entreprises de KEDGE Business School.
- **Laurent Miralès,** responsable Relations presse & relations extérieures de La Poste des Bouches-du-Rhône
- **Françoise Merck,** directrice de la communication de la SNCF.
- **Alain Gargani,** directeur général de la CPME 13 (Confédération des petites et moyennes entreprises).
- **Sylvain Gendre,** chargé de mission chez Enedis.
- **Stéphane Aucoin,** dirigeant de Figaro Classifieds.

L'EXEMPLE DE LA MALLETTE ARTISTIQUE

Une idée, des artistes et un mécène

C'est l'histoire d'un projet, d'une démarche, d'une rencontre aussi entre Macha Makeïeff, directrice de La Criée, et Marie-Pierre Fabre, qui préside le Fonds de dotation Compagnie Fruitière. L'une a imaginé la mallette artistique de MP2018, l'autre l'a financée. Une collaboration exemplaire de ce que culture et économie peuvent s'apporter. "*J'avais eu cette idée d'une boîte avec une exigence à la hauteur de celle qui caractérise MP2018. Avec rien de facile, ni de désinvolte,* raconte Macha Makeïeff. *Dans cette boîte, il fallait des choses très simples sur des supports pauvres pour aussi faire passer le message que l'on n'a pas besoin de choses très luxueuses pour se mettre à rêver. Avec Marie-Pierre Fabre, on a visité le théâtre puis on est monté dans la Fabrique et là, j'ai fait le récit d'un rêve, un objet de curiosités, une boîte aux trésors qui arriverait dans les écoles. On a parlé 45 minutes du projet puis ces mécènes merveilleux m'ont dit 'on le fait'. Après, ça s'est mis en marche. Là encore, plusieurs graphistes sont venus nourrir cette grande réflexion collective, c'est inimaginable le nombre d'intelligences qu'il faut associer pour avoir un objet simple!*"

Macha Makeïeff, directrice de La Criée. / PHOTO FRÉDÉRIC SPEICH

Résultat, 5 600 mallettes artistiques ont été distribuées dans les classes élémentaires de 700 écoles sur 116 communes du département, en partenariat avec le Rectorat de l'Académie Aix-Marseille. Les enfants ont préparé les fêtes d'ouverture de MP2018 avec les outils contenus dans ce bel objet.

INVESTISSEMENT

Économie et culture : des retombées très diverses envisagées

Si la culture permet de faire rayonner un territoire et de développer son attractivité, la question des attentes et des retombées, que ce soit pour une entreprise ou une collectivité, a été abordée lors de ce nouveau rendez-vous du Hub Éco de *La Provence*. *"Nous pensons que l'audace et la créativité du monde culturel est une source d'inspiration au quotidien, permettant d'accompagner la transformation de nos modèles économiques. Nous considérons également que la culture est un lieu de rencontres, d'échanges, un révélateur de talents et un connecteur de liens sur les territoires de nos différents publics. L'important pour nous est de montrer que la Caisse d'Épargne CEPAC est bien plus qu'une banque"*, explique Aline Moreau, directrice de la communication de l'établissement bancaire, mécène fondateur du MuCEM, partenaire de la Fondation *Regards de Provence*, du Silo, du festival Marseille Jazz des cinq continents, de la Fondation Luma à Arles, du festival off d'Avignon…

"Inventer une nouvelle économie"

De son côté, Macha Makeïff, directrice du Théâtre national de La Criée, à Marseille, insiste sur une double dimension : la valorisation et la qualité de la relation. *"Je pense que, dans une économie de la culture et des arts, dans une maison comme le Théâtre de La Criée, il y a bien entendu des sommes et des budgets très conséquents, qu'il faut absolument défendre. Mais il y a un autre élément important : la valorisation. Il faut valoriser et développer une véritable qualité de la relation. Si demain vous rejoignez une maison d'art et de culture, je vous assure que vous aurez bien sûr en vue la valorisation financière, mais vous aurez également ce supplément, qui est la qualité des relations humaines et quelque chose qui se distribue dans les lieux, les esprits et les âmes d'une façon dont on n'a pas idée. C'est cette expérience qu'on aimerait partager avec vous en inventant une nouvelle économie entre les entreprises et les opérateurs culturels"*, souligne la directrice de La Criée. Une idée soutenue et confirmée par Aline Moreau, qui insiste sur le fait que *"l'objectif n'est pas d'être juste un logo sur une affiche, mais d'avoir une vraie qualité de relation avec des partenaires. Celle-ci ne doit pas seulement se résumer à un simple échange financier ou de visibilité : ça doit aller beaucoup plus loin dans la qualité de la relation, des projets, dans l'activation du partenariat !"*

Julien POMPEY