

MARSEILLE-PROVENCE

POUR

UNE APPROCHE

CULTURELLE

DE TERRITOIRE

LIVRE VERT DU COLLECTIF
CULTURE ET TERRITOIRE
MARSEILLE-PROVENCE

#1 MAI 2017

LE COLLECTIF CULTURE ET TERRITOIRE

Le Collectif culture et territoire se fixe pour objet de rapprocher des acteurs culturels, institutionnels, économiques et de la société civile implantés sur le territoire « Marseille Provence » : un territoire mis en cohérence grâce à MP2013 - capitale européenne de la culture, avec des équipements et des projets culturels déployés autour de 7 villes phares : Marseille, Aix-en-Provence, Arles, Aubagne, Martigues, La Ciotat, Salon-de-Provence.

Le collectif fonctionne comme un « think and do tank », un laboratoire indépendant d'idées et d'actions. Il s'agit de réfléchir et agir collectivement pour proposer une approche culturelle à l'échelle d'un territoire, considéré ici comme un cadre d'existence : c'est-à-dire dans une relation complexe entre un groupe humain et son environnement (Rafestin – Bresso¹).

POUR UNE APPROCHE CULTURELLE DE TERRITOIRE

SOMMAIRE

1	CONTEXTE	4
2	OBJECTIFS ET FONCTIONNEMENT DU COLLECTIF	6
3	UN CONSTAT PARTAGÉ	7
4	LES PROPOSITIONS DU COLLECTIF	8
	A Renforcer l'attractivité et le rayonnement par la culture	10
	- L'impact MP2013 sur le tourisme culturel	
	- La mise en récit du territoire, un enjeu collectif	
	- Propositions d'actions	
	B Faciliter l'appropriation par les habitants	16
	- L'envie de culture, une pratique à plusieurs niveaux	
	- Propositions d'actions	
	B Rassembler les publics de la culture	20
	- Multiplier les opportunités	
	- Casser les murs invisibles	
	- Propositions d'actions	
	C Réfléchir et proposer encore... Deux prochains thèmes à explorer	24
	- L'espace public comme objet culturel et lieu de création et de production	
	- Numérique et industries créatives : espaces de création et de développement	
	D Étudier les effets de la culture sur le territoire	26
5	PARTAGER, CONSTRUIRE, CONTRIBUER	27

¹ Claude Raffestin et Mercedes Bresso « Travail, Espace, Pouvoir », L'Âge de l'Homme, 1979

LES AUTEURS

Ce livre vert est un ouvrage collectif, fruit d'une réflexion commune menée sur plusieurs mois par le Collectif culture et territoire (voir p.7).

♦ Rédaction et coordination :
Odile Blanc
Fanny Broyelle
Nadine Richez-Battesti

♦ Contribution à la rédaction :
Didier Abadie, Raquel Rache de Andrade, Céline Berthoumieux, Guy Carrara, Isabelle Bremond, Philippe Car, Valérie Carbone, Stéphane Godlewski, Loïc Magnant, Delphine Marielle, Éric Michel, Emma Roche, Francesca Poloniato

♦ Contact : collectifcultureterritoire@gmail.com

1 LE CONTEXTE

L'impact de MP2013 a été multiple : émergence de nouveaux projets, équipements et infrastructures, redéfinition des stratégies de communication et de marketing territorial, mise en réseaux et montée en professionnalisation des opérateurs et plus généralement, travail en commun et en transversalité dans toutes les composantes du projet.

Si sa mise en œuvre a pu susciter des critiques, cet événement a largement contribué à l'appropriation du champ artistique et culturel par la population (habitants et visiteurs) : accès à l'information, projets participatifs, grands rassemblements populaires, programmation culturelle hors les murs, en espaces publics ou naturels et/ou insérée dans d'autres mondes : milieux culinaire, éducatif et économique, réseaux associatifs, quartiers urbains, zones rurales, etc.

Dans les aspects positifs de son bilan, l'association MP2013 a réussi à fédérer les opérateurs sur un territoire élargi et a révélé l'appétence culturelle de la population. Pour autant, une Capitale européenne de la culture est un événement qui n'a pas vocation à s'inscrire localement durablement. Aussi, l'après 2013 a pu paraître décevant car les attentes de la population comme celles des opérateurs se sont brutalement trouvées sans réponse. La dynamique impulsée n'a pas trouvé sa pérennisation, pour de multiples raisons qui ont été largement débattues mais qui ne sont pas le sujet du présent document.

Aujourd'hui, et avec le recul sur la transformation de l'espace métropolitain et son changement d'image, chacun a conscience d'une situation paradoxale : d'un côté un manque de stimulation, voire un frein de l'activité, de l'autre des dynamiques qui s'opèrent mais qui apparaissent morcelées et non articulées entre elles.

Dans le même temps, au niveau national et européen, des réflexions plus larges ont vu le jour sur la place de la culture à l'échelle des politiques publiques et des réformes territoriales. Il en est ainsi de la notion de « droits culturels » qui pose un grand débat sur l'action publique culturelle en France. Issue de la Déclaration universelle des droits de l'Homme (voir ci-contre), la définition des droits culturels apparaît dans les textes de l'Unesco (voir ci-dessous).

Récemment, la notion de droits culturels s'est vue inscrite dans deux lois qui invitent les collectivités publiques, les acteurs culturels et plus largement les acteurs de la société civile à dialoguer sur leur application :

Article 5 de la **Déclaration universelle sur la diversité culturelle de l'Unesco**¹ (2001) : « Toute personne doit pouvoir s'exprimer, créer et diffuser ses œuvres dans la langue de son choix et en particulier dans sa langue maternelle ; toute personne a le droit à une éducation et une formation de qualité qui respectent pleinement son identité culturelle ; toute personne doit pouvoir participer à la vie culturelle de son choix et exercer ses propres pratiques culturelles, dans les limites qu'impose le respect des droits de l'homme et des libertés fondamentales. »

Article 103 de la **Loi NOTRe**² (2015) : « La responsabilité en matière culturelle est exercée conjointement par les collectivités territoriales et l'État dans le respect des droits culturels énoncés par la Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles du 20 octobre 2005³. »

Article 3 de la **Loi relative à la Liberté de Création, à l'architecture et au patrimoine**⁴ (2016) : « L'État, à travers ses services centraux et déconcentrés, les collectivités territoriales et leurs groupements ainsi que leurs établissements publics définissent et mettent en œuvre, dans le respect des droits culturels énoncés par la convention de l'Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles du 20 octobre 2005, une politique de service public construite en concertation avec les acteurs de la création artistique. »

Article 22 de la **Déclaration Universelle des droits de l'homme** (1948)

« Toute personne, en tant que membre de la société, a droit à la sécurité sociale ; elle est fondée à obtenir la satisfaction des droits économiques, sociaux et culturels indispensables à sa dignité et au libre développement de sa personnalité, grâce à l'effort national et à la coopération internationale, compte tenu de l'organisation et des ressources de chaque pays. »

La Capitale européenne de la culture Marseille-Provence 2013 a généré un changement d'attitude dans l'approche culturelle du territoire. Elle a permis de rassembler sur un territoire commun l'ensemble des acteurs institutionnels, culturels, du monde économique et de la société civile autour d'un projet de moyen terme aux enjeux européens.

¹ Déclaration universelle sur la diversité culturelle de l'Unesco : <http://unesco.org>

² Loi NOTRe : <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000030985460&categorieLien=id>

³ Convention qui fait référence à la Déclaration universelle sur la diversité culturelle de 2001.

⁴ Loi Liberté de création, architecture et patrimoine : <https://www.legifrance.gouv.fr/affichLoiPubliee.do?idDocument=JORFDOLE000030857456&type=general&legislature=14>

2 OBJECTIFS ET FONCTIONNEMENT DU COLLECTIF

Le Collectif culture et territoire a pour objet de rapprocher des acteurs culturels, institutionnels, économiques et de la société civile implantés sur le territoire Marseille Provence.

Le Collectif culture et territoire s'est fixé quatre missions principales :

- ◇ Favoriser et soutenir les activités visant à développer et promouvoir la culture comme levier de rayonnement et de valorisation auprès de trois publics distincts : les habitants, les usagers (salariés, commerçants, artisans), les visiteurs ;
- ◇ Promouvoir l'accès à la culture, favoriser le vivre ensemble et les pratiques culturelles, particulièrement pour les enfants et les adolescents ;
- ◇ Devenir une plateforme d'échanges et de propositions associant des acteurs du territoire issus de différents milieux ;
- ◇ Soutenir des travaux d'étude et de recherche en lien avec son objet.

La démarche a été engagée depuis janvier 2016 par une première étape de mutualisation et de partage de l'information. Elle s'est poursuivie dans une réflexion plus propositionnelle avec l'écriture de ce livre vert (voir encadré au chapitre 4). Elle se prolonge enfin par la communication sur ses pistes d'action et la mise en œuvre de certaines d'entre elles. Le livre vert, objet incessant de discussions et d'amendements, est destiné à évoluer de façon continue. Il facilitera ainsi l'enrichissement du plan d'actions dont les acteurs du territoire pourront s'emparer.

FONCTIONNEMENT DU COLLECTIF

Le collectif fonctionne comme un think and do tank, un laboratoire indépendant d'idées et d'actions. Il est ouvert à toute personne concernée qui souhaite s'associer aux débats et échanges et contribuer aux actions. Chacun de ses membres participe en son nom propre et non pas en tant que représentant de l'institution ou l'organisation pour laquelle il travaille.

Le collectif est avant tout un facilitateur tout en se laissant la possibilité d'être opérateur. Autour d'un projet central de promotion et de diffusion de la culture, il constitue une force de proposition sur un certain nombre de thèmes.

En tant que porteur du développement de l'activité culturelle, le collectif met à disposition de ses membres, sa réflexion et ses propositions d'actions qui pourront être :

- ◇ Réalisées ou portées par le groupe ou par chacun, au sein de sa structure : entreprise, association ou institution....
- ◇ Saisies par des intervenants dans un objectif de valorisation des interactions entre univers économiques, culturels, sociaux, ...

Il se propose aussi d'intervenir directement en recourant notamment aux moyens d'action dont il se dotera pour exécuter ses missions.

LES MEMBRES DU COLLECTIF

◇ Fondateurs :

Odile Blanc, Fanny Broycelle, Nadine Richez-Battesti, Guy Carrara, Raquel Rache de Andrade, Isabelle Bremond, Valérie Carbonne, Jean-François Chougnat, Stéphane Godlewski

◇ Membres actifs :

Didier Abadie, Céline Berthoumieux, Laurence Bournet, Philippe Car, Hugues De Cibon, Béatrice Desgranges, Cécile Dumoulin, Sam Khebizi, Loïc Magnant, Delphine Marielle, Francesca Poloniato, Anna Raisin-Dadre

◇ Participants :

Sylvia Andrantsimahavandy, Laurent Carezzo, Florence Chastanier, Julie Chenot, Stéphane Couchoux, Ariane Groos, Jean Hubert, Éric Michel, Pierrette Monticelli, Haïm Menahem, Karen Nielsen, Francis Papazian, Emmanuel Perrodin, François Ranise, Pascal Raoust, Emma Roche, Aude Vandenbrouck

3 UN CONSTAT PARTAGÉ

Porteuse du vivre ensemble comme de l'épanouissement personnel, sujet de passion et de découverte pour les individus, éveil aux savoirs et à la citoyenneté ou objet d'attractivité d'un territoire, la culture peut aussi constituer un mode d'identification aux valeurs qu'elle porte.

On constate une diversité d'appétence pour le sujet culturel selon les publics identifiés (habitants, visiteurs, opérateurs culturels privés, associatifs ou institutionnels, institutions publiques et monde économique) et leurs attentes (développement personnel et collectif, activité économique, politique publique, communication).

LES ENJEUX PORTÉS PAR LA CULTURE DANS LE DÉVELOPPEMENT D'UN TERRITOIRE

La culture est un levier de développement individuel et collectif quand :

- ◇ Elle s'adresse à chacun selon ses goûts et ses affinités, par différents moyens de libre expression, populaires comme savants,
- ◇ Elle contribue à développer le rayonnement et l'attractivité du territoire et s'approprie facilement par sa population,
- ◇ Elle permet le dialogue et le rapprochement entre acteurs culturels et populations en abaissant les barrières d'accès et en agissant sur la reconnaissance de ses propres savoirs.

La culture est un vecteur d'harmonie sociale quand :

- ◇ Toutes les générations peuvent s'en emparer, particulièrement les jeunes (enfance et adolescence) car toute la cellule familiale peut être touchée,
- ◇ Toutes les catégories socioculturelles peuvent y accéder,
- ◇ Elle propose une construction collective, « faire ensemble »,
- ◇ Elle est ancrée sur des valeurs de citoyenneté et d'humanisme,
- ◇ Et permet la mixité des acteurs et la sortie des « entre soi ».

4 LES PROPOSITIONS DU COLLECTIF

POURQUOI UN LIVRE VERT ?

Initiés par la Grande Bretagne et repris par la Commission européenne, les livres verts offrent un éventail d'idées dans le but de lancer une consultation et un débat sur un thème précis.

Par extension, un livre vert contient un ensemble de propositions destinées à alimenter un débat ou une consultation publique sur un thème donné.

Le livre vert peut éventuellement être suivi d'un livre blanc qui sera plus argumenté et destiné à préparer des décisions politiques par la description du programme d'actions à mettre en application.

Tel est donc l'objet du présent livre vert : ouvrir au débat les sujets de réflexion du Collectif culture et territoire et proposer aux différents acteurs publics ou privés de s'emparer des propositions d'action qui y figurent pour en porter la mise en œuvre.

Le présent livre vert est le fruit d'une réflexion menée dans les différentes instances de réunion du collectif : séances plénières bimestrielles ouvertes à tous les membres et commissions restreintes réunies plus régulièrement selon les thématiques suivantes :

- ◇ Le rôle de la culture dans l'attractivité et le rayonnement du territoire
- ◇ L'accès des publics à la culture
- ◇ L'espace public comme objet culturel et espace de création et de production
- ◇ Numérique et industries créatives : espaces de création et de développement
- ◇ L'observation de l'activité culturelle et son action sur le territoire

Les pages qui suivent mettent en relief les différents points qui ont émergé de ces groupes de travail et proposent des pistes d'actions concrètes, lesquelles peuvent être mises en œuvre à différents niveaux d'intervention et dans des temporalités plus ou moins longues.

À l'échelle internationale, le tourisme culturel représente 40% du tourisme mondial. Dans cette fourchette, les pratiques culturelles des touristes restent souvent secondaires : 50 % des gens visitent des lieux culturels par hasard. On compte tout de même 15 à 20 % de personnes qui sont des visiteurs culturels « exclusifs », choisissant certaines destinations comme la Provence. Si les lieux culturels (patrimoine) et les événements majeurs (dimension internationale) restent moteurs des motivations, la « création vivante » enrichit la visite à condition qu'elle soit clairement énoncée et associée à l'offre de tourisme territorial.

Le tourisme culturel tient une place importante, tant dans l'activité touristique en Europe que dans la fréquentation des musées, monuments et événements culturels. Depuis une vingtaine d'années, les contenus culturels donnant lieu à des déplacements touristiques se sont remarquablement enrichis et les modes de visite des touristes ont beaucoup évolué.

L'IMPACT ÉCONOMIQUE DU TOURISME CULTUREL¹

CHIFFRES CLÉS DU TOURISME CULTUREL DANS LES BOUCHES-DU-RHÔNE

- ◇ 900 000 touristes en séjour culturel, soit 11% des touristes
- ◇ 5 millions de nuitées, 11% du total des nuitées
- ◇ 17% de clientèle étrangère vs 13% pour l'ensemble de la clientèle
- ◇ Une clientèle qui dépense davantage : 68€ par jour, vs 60€ pour l'ensemble des clientèles
- ◇ Une clientèle qui séjourne plus longtemps : 5,7 jours, vs 5,3 jours pour l'ensemble des clientèles
- ◇ Une consommation touristique de 340 millions d'euros : 12% du total

MARSEILLE PROVENCE 2013 : UN TOURNANT POUR L'IMAGE DU TERRITOIRE

En termes d'attractivité et de rayonnement

Très visible à court terme avec un renforcement de la dynamique culturelle du département, l'impact s'envisage aussi à long terme, car la capitale européenne de la culture a durablement changé l'image du territoire. Elle a notamment permis d'en parler dans un nouveau registre, celui de la culture, et de diffuser une image positive, particulièrement pour la ville centre, Marseille. En valorisant le territoire Marseille-Provence, cet événement a facilité la communication de l'offre culturelle et montré la capacité d'organisation des acteurs, révélant un savoir-faire et une attractivité peu perçus jusqu'alors. La réussite de l'événement dans sa globalité a permis de lutter contre l'image d'un « sud désorganisé ».

Aussi, MP2013 a eu un impact notable sur la vie économique avec un fort développement du tourisme, ce qui a permis une prise de conscience du rôle de la culture dans l'économie locale, avec des investissements conséquents et l'émergence de projets structurants.

Porteur d'évolutions fortes

- ◇ L'affirmation de l'équilibre du couple **nature/urbain** contribue à objectiver l'image du territoire en associant à la dimension culturelle cette présence qui imprime un caractère résolument singulier au territoire.
- ◇ **Une image renouvelée.** Le caractère cosmopolite, renforcé par les équipements et événements issus de MP2013, est marqué par le renouvellement, l'innovation et la créativité, notions qui éclipsent peu à peu les traditionnels clichés et modernisent l'identité.
- ◇ **La présence de la mer :** le département des Bouches-du-Rhône s'est résolument tourné vers la mer. La Méditerranée est aujourd'hui omniprésente lorsqu'on évoque le territoire : au-delà de sa force symbolique, c'est aussi la dimension balnéaire qui s'impose avec l'accès au littoral, les plages et les événements nautiques sportifs et festifs.
- ◇ **Le caractère populaire et authentique :** un processus de réhabilitation. Si le terme populaire - attribué essentiellement à Marseille - peut avoir une connotation négative, il véhicule désormais des valeurs positives comme la culture accessible au plus grand nombre ou la mise en avant d'une forme de simplicité et d'authenticité propre aux habitants, ce qui permet de venir en complémentarité avec l'élitisme des villes voisines.
- ◇ **Le regain de fierté des habitants,** qui deviennent ambassadeurs de leur territoire. MP2013 a été un formidable révélateur qui a permis de renforcer le sentiment d'appartenance et de reconnaissance.

¹ Sources : Chiffres mondiaux OMT - 2010 / Étude de Greg Richard sur le tourisme créatif / Étude réalisée par BVA, José-Pierre Cholvy Consultant et Qassiopé au cours du 1er trimestre 2014. Elle comporte 3 volets : du web sémantique (analyse structurale et sémiotique des discours qui ont circulé sur les réseaux sociaux de 2009 à 2014), des entretiens auprès de 16 leaders d'opinion et une enquête auprès de 1600 Français dont 600 résidents des Bouches-du-Rhône.

LA MISE EN RÉCIT DU TERRITOIRE : UN ENJEU COLLECTIF

Partir des traits saillants...

◇ Un cadre sublime : une géographie forte et inspirante avec des espaces extérieurs (mer, montagnes, zone humide...) associés à la liberté et à la rencontre ; des jardins secrets (comme les 111 quartiers de Marseille) qui sont autant de pépites disséminées partout sur le territoire ; une lumière et des couleurs omniprésentes, qui dessinent les paysages et rythment les moments de la journée.

Mais... parfois peu accessible. Tendance à la privatisation des espaces publics ; nécessité d'un intermédiaire connaisseur pour faire découvrir et raconter les lieux ; difficulté de circulation en transports publics.

◇ Un contenu culturel foisonnant et de grande qualité : les expressions culturelles sont riches et diverses, le tissu associatif est dense, avec un calendrier d'activités intense tout au long de l'année, des propositions culturelles de toutes dimensions, pour tous les âges et toutes les bourses, dont certaines ont acquis une renommée et un rayonnement international.

Mais... souvent illisible ou inintelligible. Absence de vision d'ensemble qui rend lisible cette multitude de propositions, multiplicité des sources d'information, manque de coordination et difficulté à s'approprier des contenus souvent difficiles à comprendre pour les non initiés.

◇ Une personnalité en mouvement : une terre d'accueil qui favorise la mixité dans un jeu d'influences culturelles venues d'ici et d'ailleurs ; des acteurs culturels exigeants ; une dynamique tournée vers la créativité renouvelée.

Mais... qui cultive les paradoxes. Difficulté pour des acteurs culturels venus d'ailleurs à s'implanter, une programmation culturelle parfois vécue comme trop pointue par le public, un saupoudrage financier pour les associations qui entrent dans des rapports de "séduction" avec les collectivités.

LE RÉCIT CULTUREL D'UN TERRITOIRE

est ce qui permet de saisir son identité dans sa globalité : comment il se raconte, comment il est vécu et/ou perçu. Cette mise en récit est le fruit d'une réflexion collective de tous les acteurs autour de valeurs partagées, elle constitue un argument essentiel dans le développement du rayonnement et de l'attractivité touristique.

Il ne s'agit pas de construire un univers artificiel en forme de « storytelling », mais bien de révéler ce qu'est réellement le territoire.

... pour définir les ingrédients du récit

◇ **Un formidable décor avec des espaces naturels et urbains.** Ces décors créent du lien, suscitent des rencontres, subliment le vécu du visiteur et enfin stimulent l'inspiration et la créativité des acteurs.

◇ **Les acteurs (culturels, touristiques, habitants) sont des passeurs.** Ils font découvrir leurs univers, les jardins secrets et l'intimité des lieux et invitent à la flânerie (greeters) ; ils donnent du sens et créent des traits d'union : passé/avenir, entre genres culturels, artiste/public.

◇ **Le goût du dialogue et du partage.** Ce territoire est riche de mixité et de rencontres universelles, les moments culturels sont sources d'émotions, de souvenirs, d'expériences, ils permettent de toucher le public dans sa diversité. Favoriser le lien entre divers univers - culture, tourisme, numérique - et expressions culturelles pour s'inscrire dans une lisibilité de communication.

◇ **Diversité et contrastes.** Terre d'accueil, le territoire est façonné par les couches successives de migrations. Cette diversité est aussi marquée par une géographie toute en contrastes, entre nature et urbain, ville, bord de mer, campagne et collines.

Et construire un discours partagé

L'espace métropolitain peut conforter son positionnement de lieu de pratiques culturelles, en mettant en avant ses nombreux lieux d'exception, patrimoniaux et naturels, situés à faible distance les uns des autres. **Son originalité réside dans des croisements thématiques peu communs : ville et nature, patrimoine et immatériel, récurrence et singularité, populaire et savant...**

En ce sens, le récit culturel local peut reposer sur la culture comme mise en scène de ces contrastes, de cette diversité, qui sont à vivre comme autant d'opportunités de rencontres improbables, de parcours d'exception, d'expériences inédites, avec une dimension festive très forte.

LES PISTES D'ACTIONS <RÉCIT CULTUREL DU TERRITOIRE ET SUPPORT D'ATTRACTIVITÉ>

1. Un récit culturel du territoire partagé

Les différents aspects qui qualifient le territoire et sa population – des lieux naturels et urbains d'exception, le goût du partage, diversité et contrastes – peuvent constituer une ligne éditoriale cohérente, qui pourrait se déployer grâce à des dispositifs d'information et de coordination adaptés, avec des potentiels d'appropriation très ouverts.

2. S'appuyer sur les grands événements pour promouvoir une offre culturelle plus large.

Les grandes expositions ou les grands festivals attirent un public large et nombreux, mais sont souvent concentrés sur leur programmation. Dans une démarche plus ouverte, d'autres opérateurs pourraient se greffer sur la thématique de l'événement central en proposant des approches qui leur sont propres. Ces événements connexes pourraient être labellisés et profiteraient d'une promotion commune, portée à la fois par l'opérateur phare et les professionnels du tourisme. Cette offre culturelle élargie permettrait au public d'avoir accès à des pratiques parfois alternatives, avec des expériences inédites qui peuvent se révéler surprenantes ou troublantes.

4. Plateformes collaboratives et clusters culturels

Le quartier de La Belle de mai concentre de nombreux projets culturels : les réserves du MuCEM, les archives municipales, le Centre de restauration des œuvres d'art, le Pôle média, la Friche Belle de mai, la salle de répétition de l'opéra... et sera bientôt étendu au projet « Quartiers Libres Saint-Charles ». Cet ensemble de compétences de très haut niveau dans des domaines variés et complémentaires pourrait être constitué en plateforme collaborative, ce qui permettrait une meilleure connaissance des acteurs, l'élaboration d'une communication commune, le foisonnement et la complémentarité des activités (moyens humains, financiers et logistiques) et l'émergence de projets collaboratifs.

3. Impulser et soutenir les rendez-vous culturels fédérateurs, marqueurs du territoire et rassembleurs de la population

Une programmation rassemblée autour des "Dimanches de la Canebière", l'association MPCulture avec son premier événement à venir en 2018 sur la thématique "Quel amour !", la programmation de Manifesta à Marseille en 2020, engagent de nombreux opérateurs culturels dans une démarche de moyen terme, pour proposer une offre culturelle cohérente et lisible sur une fréquence (les derniers dimanches du mois), une saison (février à octobre) ou une thématique

(l'art contemporain). Ces programmations événementielles sont des marqueurs forts de rayonnement et d'attractivité et servent le développement touristique du territoire. Sur le même principe, en moyenne saison, des événements valorisant des sites naturels tels que la Camargue, les Alpilles ou la Sainte Baume doivent être confortés et/ou imaginés. Aussi, des thématiques ou disciplines pourraient être confortées, comme les arts numériques, la gastronomie ou la création artistique dans le monde de l'entreprise.

5. Ville créative et « mapping culturel »

Une offre culturelle lisible constitue un véritable levier de développement économique et touristique, dans l'inspiration des schémas de la ville créative : « Reposant sur une acception large de la culture, entendue comme mode de vie, [...] la ville créative se présente comme lieu ouvert reconnaissant l'interdépendance des dimensions économiques, sociales, environnementales et culturelles qui participent à la définition du bien commun. » (Ambrosino – Guillon). Définir la qualité de vie du territoire en incluant toutes ses composantes – culture, économie, éducation, services publics...- constituerait un véritable engagement de la part de tous les acteurs : une vision commune sur la durée.

Dans cette perspective, deux schémas directeurs pourraient être proposés :

◊ Un schéma directeur des filières culturelles du territoire et leur lien avec les filières industrielles (politique de la ville, architecture, numérique, patrimoine, R/D industriel). Identifier les formations existantes et à développer, le développement des services à la culture, l'insertion des jeunes.

◊ Un schéma directeur des équipements culturels du territoire. D'une part parce que l'absence de coordination à la bonne échelle territoriale génère actuellement une concurrence dommageable à l'activité dans son ensemble. D'autre part parce qu'un tel schéma directeur inscrirait la dynamique territoriale d'ensemble et renforcerait la lisibilité culturelle.

6. Fédérer les fonds privés pour soutenir le rayonnement culturel

Le soutien des politiques publiques aux projets culturels s'envisage désormais avec la mobilisation de fonds privés. Généralement, la contribution au mécénat de certaines entreprises locales trouve ses motivations dans le rayonnement que génèrent les projets culturels (cf. étude Admical 2016). Aussi, et dans la continuité de l'élan apporté par le monde économique au projet MP2013, de nombreuses entreprises soutiennent l'organisation de MP2018 (Mécènes du Sud et Top20). Pour consolider le secteur culturel, la création d'un Club de mécènes à vocation généraliste (Mécènes du sud étant orienté vers l'art contemporain) ou d'une fondation ou un fonds de dotation dédié, permettrait de déployer ce mouvement dans la durée. Cette démarche pourrait être optimisée par la mise en place d'une instance facilitatrice de la rencontre entre soutiens privés et acteurs culturels.

L'ENVIE DE CULTURE :
UNE PRATIQUE
À PLUSIEURS NIVEAUX

Pour porter et alimenter la culture à l'échelle d'un territoire, les opérateurs culturels organisent la rencontre entre la création artistique – artistes, créateurs, auteurs – et les publics - habitants, visiteurs, touristes, élèves et étudiants, salariés des entreprises, commerçants - en s'appuyant sur les différentes composantes de ce territoire : institutions, investisseurs, acteurs de la société civile, de l'éducation, des mondes sociaux, chercheurs...

Tous sont concernés, mais à des endroits différents ; ils n'ont pas les mêmes attentes et ne développent pas les mêmes pratiques.

L'adhésion d'une population au projet culturel d'un territoire - son envie de culture - est essentielle : la ville créative se doit d'être avant tout une ville hospitalière - ouverte, inclusive, participative - pour ses propres habitants, quelle que soit leur appartenance socioculturelle. La culture ne doit pas être instrumentalisée à des fins de politiques urbaines peu soucieuses de mixité sociale.

◇ Le premier point d'ancrage pour susciter l'adhésion de la population, l'envie de culture, passe par la formation au goût : **l'enseignement de l'art à l'école**. Il est au fondement des pratiques culturelles, car une familiarité précoce avec les mondes de l'art inscrite dans toute la scolarité, est un facteur majeur d'attrait aux formes artistiques et culturelles tout au long de la vie (Lahire¹). L'enseignement des arts participe de la médiation, met en contact le spectacle avec un public préalablement formé et donc prêt à le recevoir, le comprendre et le fréquenter régulièrement.

Dans la continuité des grands mouvements d'éducation populaire, la mise en place d'une politique d'éducation artistique en milieu scolaire - ministère de l'Éducation nationale, Charte de l'éducation artistique et culturelle - a permis la création de l'école du spectateur et la sensibilisation aux pratiques artistiques. Cependant, cette politique reste limitée à un petit nombre d'établissements demandeurs et son efficacité sur le territoire est assez faible. Par ailleurs, l'enseignement artistique s'oriente souvent vers les opérateurs culturels « évidents » : musées, bibliothèques, théâtres, cinémas... Une politique territoriale volontaire, favorisant l'accès à des formes diversifiées de culture, de pratiques culturelles et d'éducation populaire permettrait d'ouvrir une vision renouvelée de la culture.

Aussi, une pratique culturelle dès le plus jeune âge nécessite de penser contenus, lieux et communication à l'aune des pratiques sociales de la jeunesse actuelle : le numérique et les réseaux sociaux sont des outils de transmission privilégiés pour créer « le désir culturel ». Cependant, ces outils sont à considérer comme une forme de pratique ; ils ne doivent pas exclure d'autres formes culturelles plus classiques.

◇ Deuxième point d'ancrage pour susciter l'envie de culture : **être impliqué dans les formes proposées**. Être acteur de nouvelles pratiques culturelles, vivre une expérience singulière, participer à la production artistique, expérimenter des formes nouvelles de médiation, être dans l'intensité... Certains publics cherchent à être impliqués (dans tous les sens du terme : se sentir concerné jusqu'à participer activement) et nombreuses sont les formes de pratique culturelle qui sont proposées sur le territoire dans ce sens. Pour autant, la population ne s'est pas appropriée à sa juste mesure cette diversité et cette singularité. Pour être transmissible, cette singularité doit être connue et valorisée et la question essentielle n'est pas seulement celle de l'information, mais aussi celle de la participation et de la formation. La notion de participation peut être développée sous ses différentes expériences : prendre part / apporter sa part / recevoir une part (Zask)². La notion de formation implique la pédagogie de la transmission. Pour qu'un événement culturel fasse l'objet d'une appropriation par la population il faut que cette dernière ait eu les outils nécessaires à la compréhension du projet et à sa transmission.

¹ Bernard Lahire « La culture des individus - Dissonances culturelles et distinction de soi » La Découverte/Poche, 2004, 2006.

² Joëlle Zask « Participer – Essai sur les formes démocratiques de la participation » Le Bord de l'eau, 2011

LES PISTES D'ACTIONS <ENVIE / APPROPRIATION / TRANSMISSION>

7. Une politique territoriale volontaire en faveur de l'éducation à l'art et la culture

Développer une familiarité précoce et tout au long de la scolarité avec le monde de l'art, sur une création contemporaine et des artistes vivants. Accompagner à l'échelle territoriale les politiques publiques des ministères de l'Éducation nationale et de la Culture, en faveur de l'éducation artistique et culturelle, avec une instance dédiée qui coordonne les initiatives, encadre les conventionnements et communique sur les appels à projets. Les appels à projets pourraient également être accompagnés par un groupe de mécènes spécifiquement orienté vers les actions dans les écoles, collèges ou lycées du territoire ou dans les temps d'activité périscolaire (TAP).

8. Des engagements éducatifs partagés avec les opérateurs culturels

Les programmes d'enseignement de l'Éducation nationale formulent des attendus en fin de cycles : certains d'entre eux concernent les arts plastiques, l'éducation musicale, l'histoire des arts ou des prestations artistiques (théâtre, cirque, danse). Concernant ces « attendus », une politique de partenariat avec des opérateurs culturels est à structurer, afin d'assurer tout au long de la scolarité et à tous les élèves, une pratique culturelle régulière, qu'il s'agisse d'en être le public, l'interprète ou le créateur.

9. Des opérateurs culturels impliqués dans les projets éducatifs

Un dialogue entre acteurs culturels et chefs d'établissement pourrait être engagé de manière volontariste pour la définition des projets d'établissements pluriannuels qui incluent un volet culturel.

10. Informer et orienter sur les métiers des arts et de la culture

Proposer aux élèves et étudiants une information rassemblée et accessible sur les orientations possibles vers les métiers des arts et la culture, avec une contextualisation des filières et des écosystèmes correspondants.

11. Des artistes pédagogues en milieu scolaire

Les établissements de très haut niveau : artistique, technique et également pédagogique. Certains établissements proposent des interventions en milieu scolaire qui permettent de disposer de « brigades de pédagogues » qui placent de jeunes artistes au cœur d'établissements scolaires.

12. Proposer des outils pour former des ambassadeurs/ médiateurs du territoire

Transmettre, faire découvrir, raconter les lieux et les activités culturelles... Qui mieux que les habitants, les acteurs du territoire ou les artistes pour assurer cette médiation ? Cette transmission doit s'effectuer par les personnes relais, les réseaux de confiance, le partage d'expérience et la médiation par les pairs.

13. Ouvrir l'appétit culturel à partir des outils numériques

Proposer une stratégie numérique qui crée une relation durable entre l'utilisateur et l'offre, avec un travail d'éditorialisation et d'adresse plus directe pour une meilleure pertinence des informations. Trois grands axes sont à développer simultanément :

◇ Une présence digitale forte portée par des outils efficaces : web-applications, modules de géolocalisation, envois de notifications et push, usage des réseaux sociaux via une médiation, bornes d'information interactives dans des lieux fréquentés, newsletters thématiques, partenariats avec des sites et blogs...

◇ Une logique de médiation pour animer la relation avec les différents publics, en déployant la notion de « prescription ». Avec les nouveaux usages d'internet, les internautes ont pris l'habitude de s'écouter entre eux, plutôt que d'être à l'écoute des experts. S'appuyant sur un community management fort, cette dynamique peut être un véritable levier d'appropriation de l'offre culturelle et de sa mise en récit.

◇ Un dispositif d'appropriation du numérique afin de cultiver ses différents usages. Articuler l'offre culturelle avec celle de structures qui œuvrent pour une réduction de la fracture numérique, dans ses différentes dimensions : équipements, utilisation, usages, pratiques.

Pour mettre en œuvre cette stratégie, il convient de s'appuyer d'une part sur l'expérience et les outils des lieux de la médiation numérique - espaces publics numériques, médialabs, tiers lieux - pour permettre une représentativité de ce foisonnement et d'autre part sur une offre culturelle renforcée autour des arts numériques, pour une approche sensible du numérique et des nouvelles technologies.

14. Favoriser la pédagogie de la transmission

Apprendre à transmettre, s'approprier un message et être en capacité de le reformuler pour que quelqu'un d'autre puisse se l'approprier. Tel est l'enjeu pour que la population d'un territoire s'implique dans son projet culturel. Certaines écoles d'art, au-delà de la formation artistique, ont pour objectif de former de jeunes artistes à la pédagogie de la transmission. S'appuyant sur ce réseau, une offre de formation pourrait être envisagée pour développer toute une palette d'outils de sensibilisation et d'éducation à l'art sur le territoire et à tout niveau d'éducation (écoles, collèges, lycées). Une stratégie qui nécessite une coordination à tous les niveaux : éducation nationale, collectivités territoriales, opérateurs culturels.

PERSONNE N'EST VIDE DE CULTURE

Chaque individu ou groupe de personnes est à considérer comme ayant des pratiques et préférences culturelles variées, construites au fil du temps par les influences familiales, les choix personnels, la trajectoire scolaire, les fréquentations professionnelles, sociales, de loisir et amicales, les rencontres diverses tout au long de la vie.

**MULTIPLIER
LES OPPORTUNITÉS D'ACCÈS
À LA DIVERSITÉ
DE L'OFFRE CULTURELLE**

L'offre artistique et culturelle est très riche sur le territoire Marseille-Provence, pour autant, certains publics en sont éloignés ; la rencontre entre certains publics et l'offre artistique et culturelle ne se fait pas toujours.

On peut identifier un certain nombre de freins d'accès à la diversité culturelle :

♦ **Concernant le rapport à l'art et la culture** : enfermement culturel, entre soi, sentiment d'infériorité culturelle, culpabilisation culturelle, résistances, ne pas oser franchir les portes, ne pas se sentir concerné, ne pas avoir envie...

♦ **Concernant la mobilité** : difficulté d'accès physique à certains lieux

♦ **Concernant l'information** : méconnaissance des différentes propositions culturelles et des modes d'accès

♦ **Concernant le pouvoir d'achat** : coût de la billetterie, des transports, d'une éventuelle garde d'enfants...

Ces freins, s'ils concernent autant les acteurs culturels que les publics, dépassent parfois les prérogatives de ces derniers car ils relèvent aussi de politiques publiques, et varient selon les contextes économiques et/ou sociaux.

L'ouverture de l'offre culturelle aux publics dépend de leviers qui sont à actionner autant par les opérateurs que par les publics. Chacun allant à la rencontre de l'autre, dans la prise en compte de son identité (chacun est à considérer tel qu'il est), de sa diversité (des genres, des formes, des origines) et de ses envies (avoir le choix). L'enjeu réside dans les stratégies de rapprochement et de rencontre.

CASSER LES MURS INVISIBLES

Les murs invisibles sont nombreux, qui empêchent de manière réelle ou symbolique la rencontre entre public et offre culturelle. On peut identifier trois champs pour lesquels une action permettrait de favoriser la rencontre :

♦ **Les territoires**

On évoque souvent la fracture Marseille nord/sud qui cache une réalité bien plus complexe, avec un territoire composé comme un archipel (Roncayolo¹), avec peu de mobilité entre les différents « îlots » : les 111 quartiers de Marseille, Aix-en-Provence/Marseille, Martigues, Aubagne, Arles, etc.

♦ **Les trajectoires scolaires**

Les projets culturels au sein des établissements scolaires dépendent trop souvent de volontés individuelles (équipes éducatives ou parents sensibilisés) et sont déployés classe par classe, au coup par coup. Le parcours artistique au sein du parcours scolaire ne concerne que quelques privilégiés (classes à horaires aménagés musique, danse ou théâtre), les projets culturels se déploient plus généralement sur une année scolaire et n'ont souvent pas de suite dans le parcours de l'élève.

♦ **Le monde culturel**

On constate souvent un entre soi dans le monde culturel, avec une communication très formatée, un conformisme dans la composition des équipes et un public qui ne se renouvelle pas ou peu.

¹ Marcel Roncayolo « L'imaginaire de Marseille - Port, ville, pôle », première édition 1990, réédité par ENS Editions, 2014

LES PISTES D'ACTIONS <MULTIPLIER LES OPPORTUNITÉS D'ACCÈS / CRÉER DU LIEN>

15. Développer des projets de territoire

Des logiques de médiation peuvent s'inscrire dans l'acte artistique lui-même. Accompagner des projets artistiques à partir desquels s'invente une action de territoire dans une démarche pluri partenariale en présence des artistes et lien avec des acteurs spécifiques, dans une optique qui privilégie le "construire avec / agir ensemble" : éducation, social, associations, entreprises, institutions...

16. Valoriser le « mélange des genres », des plus nobles aux plus communs

Proposer une variété d'offre sur un même espace : populaire/savant, artistique/créatif, culture/loisir, vivant/numérique, enfance/adulte, etc. Élargir et diversifier les horaires d'ouverture des espaces et des propositions associées

17. Favoriser la participation des habitants par la médiation culturelle

Développer la notion de participation sous ses différentes expériences - prendre part / apporter sa part / recevoir une part - et structurer les initiatives de médiation culturelle qui impliquent les publics dans la création/production artistique. À ce titre, l'expérience des Nouveaux Commanditaires pourrait être relancée sur le territoire Marseille-Provence, avec la nomination d'une nouvelle structure de médiation pilote du projet initié par la Fondation de France, dont l'objectif est de « permettre à des groupes de personnes, de toutes origines et de tous milieux, de solliciter un artiste pour qu'il traduise leurs préoccupations à travers une œuvre installée dans l'espace public, hors des musées ».

18. Penser « l'accueil » du public - comme celui des artistes - dans de nouveaux schémas

Se sentir bienvenu, « comme chez soi », privilégier l'expression des émotions et sortir d'une expression intellectuelle de l'art, en proposant de nouvelles modalités d'ouverture des équipements culturels, bousculer les horaires d'ouverture et de diffusion, lancer des invitations...

19. Communiquer mieux

Il est difficile de disposer d'une information culturelle globale et éditorialisée à l'échelle du territoire, qui prenne en compte les modes de commercialisation (billetterie). Un site internet global pour le territoire, exhaustif et très visuel, des ventes en lignes plus larges, des nouveaux pass culturels en direction des habitants, la généralisation de la gratuité à certaines périodes, etc.

20. Favoriser la circulation des publics

◇ Par une offre artistique dédiée. Développer et accompagner les projets artistiques qui favorisent la mobilité et l'interaction entre les habitants, particulièrement ceux qui font usage des transports en commun comme support de création.

◇ Par une offre de transports renforcée. Il convient de consolider les offres qui favorisent la mobilité des habitants et visiteurs, et de relancer les discussions sur la question plus générale des transports publics (amplitudes horaires et couverture territoriale).

21. Proposer des parcours artistiques au sein des trajectoires scolaires

Monter des actions qui favorisent un parcours artistique pour les élèves tout au long de leur scolarité, avec des interactions entre cycles 1, 2 et 3 (du primaire au lycée) et la relation entre les écoles publiques et privées.

22. Opérer des liens entre les différents acteurs qui accompagnent la jeunesse

Soutenir et déployer les projets qui croisent le monde de l'éducation avec les structures parascolaires, de loisirs et d'éducation populaire.

23. La culture comme rempart au décrochage scolaire

Soutenir des actions artistiques qui accompagnent les acteurs qui luttent contre le décrochage scolaire. Développer les projets qui permettent aux élèves de retrouver du sens.

24. Ouvrir le fonctionnement de la culture au monde tel qu'il est

Favoriser l'égalité femme homme dans l'art et la culture. Représenter la diversité des parcours et des identités dans l'emploi culturel et l'offre artistique. Offrir les conditions d'insertion professionnelle des jeunes dans le monde des arts et de la culture.

25. Communiquer autrement

Travailler de nouveaux réseaux de diffusion de l'information, sortir du « jargon culturel » autant dans les contenus que dans la forme, valoriser l'oralité dans la transmission des informations, par des actions de médiation qui privilégient la discussion et l'échange...

ESPACE PUBLIC : OBJET CULTUREL ET LIEU DE CRÉATION ET DE PRODUCTION

Ouvert à tous, « espace de tout le monde », l'espace public, urbain ou naturel, est un vecteur d'accès à la culture et d'attractivité pour les villes. Il est un support et un objet d'imaginaire et de créativité.

MP 2013 a été moteur dans l'investissement artistique en espace public, la transformation du paysage, notamment à travers les événements qui ont eu lieu dans les espaces publics urbains comme naturels, ainsi que de la requalification et la création des espaces eux-mêmes.

La capitale européenne de la culture a aussi fait émerger de nouvelles formes d'espaces publics comme le sentier périurbain du GR2013 et des expressions artistiques dans des lieux publics inédits qui ont connu un grand succès.

Mais aujourd'hui les acteurs culturels se heurtent à un espace réglementé et marchandisé. Son accessibilité par tous est remise en question. Encore peu qualifié et parfois dégradé, il devient peu attractif. La mixité sociale s'essouffle (générationnelle, hommes/femmes, catégories sociales). Les aménagements des espaces publics tendent aussi à s'uniformiser et se standardiser...

La réflexion sur ce sujet s'étant récemment engagée au sein du Collectif culture et territoire, des actions seront prochainement discutées au sein d'une commission thématique pour répondre aux questions suivantes :

- Comment favoriser la présence de l'art sous toutes ses formes dans l'espace public ?
- Comment mieux inscrire l'espace public, objet culturel, dans la transformation et la fabrication de la ville ?
- Comment faire de l'espace public un lieu d'aménité et d'identité culturelle ouvert à tous ?

D'ores et déjà quelques propositions ont été évoquées qui seront débattues.

♦ **Faciliter l'accès à l'espace public.** Coordonner les autorisations pour éviter une mise en concurrence involontaire des acteurs et rendre plus visibles les événements structurants - Consacrer certains espaces publics à l'activité culturelle, consacrer des lieux de rendez-vous et faciliter l'organisation d'événements

♦ **Rapprocher la population de la création artistique contemporaine.** Si la ville de Marseille accueille une « Cité des arts de la rue », dédiée à la création en espace public, cette présence ne fait pas de Marseille la ville des arts de la rue, et peu d'événements sont proposés tout au long de l'année. Par ailleurs, certaines formes de créations artistiques sont peu présentes sur le territoire, comme l'installation d'œuvres d'art contemporain pérennes ou éphémères.

NUMÉRIQUE ET INDUSTRIES CRÉATIVES ESPACES DE CRÉATION ET DE DÉVELOPPEMENT

Un autre chantier s'ouvre pour le Collectif culture et territoire, qui s'empare de la question très contemporaine des espaces numériques et des industries créatives.

À l'échelle du territoire, quelle place est donnée au numérique et aux nouvelles technologies ? Comment utiliser le numérique et son champ des possibles plutôt que d'être utilisé par lui ? La culture peut-elle contribuer à résorber la fracture numérique ? Quelle place pour les arts numériques dans les lieux dédiés, non dédiés et dans l'espace public ? Les industries créatives sont-elles porteuses d'une nouvelle offre culturelle ?

Autant de questions que le collectif souhaite aborder, et bien d'autres encore. Un groupe de travail se constitue, la réflexion est en cours...

4-E ÉTUDIER LES EFFETS DE LA CULTURE

Le collectif souhaite engager une réflexion active sur l'avenir.

Il endosse donc un rôle d'observatoire de l'activité culturelle et du développement territorial pour mieux associer les acteurs culturels, touristiques, économiques et de la société civile dans un même projet. Dans cette perspective, le collectif souhaite produire, rassembler ou promouvoir les travaux d'analyse sur les pratiques culturelles ainsi que sur la contribution de la culture à l'attractivité territoriale et au développement du bien être des habitants.

Croisant différentes sources d'information existantes, trois grandes familles d'indicateurs ont été identifiées et seront suivies :

♦ Bien-être des habitants :

- mobilité et transports publics (couverture géographique, amplitudes horaires),
- propreté,
- solidarité et bénévolat,
- espaces verts,
- structures d'accueil de l'enfance,
- équipements sportifs,
- qualité de l'air et de la mer,
- circulation,
- sécurité...

♦ Attractivité du territoire :

- implantation d'entreprises (nombre, motivations),
- nouveaux arrivants/partants (motivations),
- fréquentation touristique générale ou culturelle...

♦ Les pratiques culturelles :

- évaluation de l'offre culturelle / répartition sur le territoire et dans le temps,
- fréquentation des lieux/événements culturels,
- audience des supports d'information culturelle (presse et web),
- sorties scolaires culturelles,
- pratique en amateur...

En complément de ces indicateurs, des données qualitatives influant sur les pratiques culturelles ou le développement du territoire seront intégrées.

La communicabilité des données, leur lisibilité, fera l'objet d'une attention particulière.

Deux objectifs ont été affectés à l'observatoire :

♦ Élaborer un baromètre de suivi de la contribution de la culture à l'attractivité territoriale et au développement du bien être des habitants

♦ Constituer une liste d'indicateurs permettant l'évaluation des actions des autres commissions

5 PARTAGER, CONSTRUIRE, CONTRIBUER

À ce jour, ce sont 25 propositions d'actions et de réflexions nouvelles qui sont posées et engagées.

Le Collectif poursuit ses travaux et invite toute personne intéressée par les sujets abordés à rejoindre cette dynamique.

Si la démarche vous intéresse, contactez-nous :

Collectif culture et territoire

Co-animé par
Odile Blanc et Fanny Broyelle
collectifcultureterritoire@gmail.com

LA RÉFLEXION
CONTINUE...

**COLLECTIF
CULTURE ET TERRITOIRE
MARSEILLE-PROVENCE**