

## **Seconde journée : 27 janvier 2010 / 10h-17h**

Modérateurs : Martine Robert (Les Echos), Guy Boyer (Connaissance des Arts), Francis Ampe (ingénieur urbaniste)

### **Coordination et synthèse**

10h-10h30

Rassemblement et coordonner les acteurs des politiques culturelles

**Anne Grumet**, Conseillère auprès de l'adjoint à la culture de Lyon / **François Deschamps**, directeur des affaires culturelles de Haute-Savoie et de l'Office Départemental d'Animation Culturelle.

L'enjeu des politiques culturelles aujourd'hui ? L'horizontalité transversale, si l'on peut oser cette image. Elle pourrait signifier ceci : décloisonner et coopérer, amener ainsi les instances culturelles à travailler entre elles et non en concurrence dans leur espace commun. La principale conséquence étant de rendre sensible le fait que la culture est consubstantielle au développement de la ville.

10h30-11h15

Conception et réalisation d'une politique d'événements culturels : Lille

**Thierry Lesueur** Coordinateur général de Lille 3000 / **Laurent Dréano**, Directeur de la culture / **Luc Doublet**, Président de l'Office de Tourisme

D'abord, comment ne pas retomber à plat après le succès de Lille 2004, capitale européenne de la culture ? Ensuite, comment faire d'une politique événementielle à base culturelle, une grande fête populaire ? Enfin, comment rendre solidaire et actif le tissu économique ? Lille a saisi la culture à bras le corps pour en faire un vecteur d'image et de développement économique et touristique. Un cas d'école.

11h15-11h45

Comment le tourisme réinvente la favela

**Licia Valladarès**, professeur de sociologie, Université de Lille

En Inde, en Afrique du Sud, au Brésil, les bidonvilles sont à la mode. Au point de faire de leur visite une attraction touristique en plein développement. Licia Valladarès, auteur d'un ouvrage majeur sur ce thème, « La favela d'un siècle à l'autre » analyse méthodiquement cette mystérieuse forme urbaine. Elle en fait apparaître les aspects commerciaux, politiques et sociologiques. Se dessine un espace imaginaire propice à un tourisme qui se veut « aventureux », à la recherche d'une altérité quelque peu « mythologique ».

11h45-12h15

Qu'est-ce qu'une ville ludique et surprenante ?

**Stéphane Juguet**- Anthropologue. Fondateur et directeur de la société d'études What time is it ?

Il nous propose une ville « pop up », comme la métaphore d'un livre, qui, en s'ouvrant, ferait surgir des architectures de l'imaginaire, architectures dont vous pourriez être le héros. Une ville magique et fantastique faite de surprises, mais aussi une ville bien réelle, avec ses pratiques et ses espaces « modes d'emploi » à la Perce. Une ville où règles et jeux pourraient se confondre.

Discussion

## Analyses

14h-16h

Les musées à la recherche des publics / Une analyse comparée des politiques

Marketing ! Tarifs ! Horaires ! CSP ! Enfants ! Troisième âge ! BRIC ! Sans oublier la ménagère de moins de cinquante ans pour la distraire de la télé... ! Marketing. Un terme parfois honni dans le monde de la culture avec la nostalgie d'un temps où les musées et leurs salles à peine visitées étaient le rendez-vous des vrais amateurs. Nous caricaturons, évidemment.

Connaître ses publics, s'adapter à leur mode de vie, leur apporter connaissances et pratiques, les séduire par des expositions où Philippe de Champaigne fait bon ménage avec Tarzan et Marilyn Monroe... Encore plus grisant, partir à la conquête de publics nouveaux, dans un musée nouveau. Quatre communications aussi diverses que possible pour comprendre ce que sont les politiques des publics. Pourquoi elles sont stratégiques et mettent en jeu les musées dans leur entièreté.

14h-14h30

Un grand musée parisien : le quai Branly

**Cécile Dumoulin**, responsable de la médiation

14h30-15h

Un grand musée en région : le Palais des Beaux Arts de Lille

**Alain Tapié**, Conservateur en chef du patrimoine, directeur

15h-15h30

Un musée privé : Musée Maillol à Paris

**Olivier Lorquin**, Président

15h30-16h

Un musée nouveau qui va ouvrir : Louvre-Lens

**François Vaysse**, direction des publics au Louvre et **Christian Berger**, directeur adjoint du Comité Régional du Tourisme Nord Pas de Calais

Discussion générale

16h30-17h 15

Les promesses du cinéma (et de la télévision)

L'impact des tournages sur la fréquentation des lieux de culture

**Olivier-René Veillon**, directeur général de la Commission du Film d'Ile de France

**Patrick Lamassoure**, directeur général de Film France

Musées, châteaux, monuments, les villes et leurs quartiers typés... Le cinéma, art urbain par excellence, s'en ait saisi dès l'origine. Si le récit de certains tournages n'a pas cessé d'alimenter l'imaginaire du cinéma, les tournages sont aussi une réalité économique d'un poids grandissant pour les lieux choisis par le cinéma et aussi par la télévision. Des études nombreuses montrent leur impact sur leur notoriété et sur l'augmentation du nombre de leurs visiteurs. En France, la Commission du film d'Ile de France, avec Paris, se taille la part du Lion. Film France, l'organisme coordinateur, promeut tout le territoire et accueille les équipes candidates. Et depuis peu, même les tournages ont leur prix avec les Trophées Atalante.

Discussion et conclusion