



Grand Pari Culturel

Seine & Oise

Récits de voyage

Aix-Marseille 23-24 Octobre 2017

Cuesta
Villes Innovations
Ecole de Design de Nantes Atlantique

SOMMAIRE

Introduction	p 3
La Fabulerie	p 4
Le MarsMedialab	p 8
Hôtel du Nord et le Bureau des Guides-GR2013	p 12
Lieux Publics	p 18
La Friche la Belle de Mai	p 22
Hétérotopies	p 26
The Camp	p 32

Le voyage d'étude à Marseille proposé dans le cadre de la démarche « Grand Pari culturel Seine & Oise » avait pour objectif de faire un pas de côté et de se frotter à des réalités de projets culturels et artistiques à caractère « exceptionnel », que ce soit en terme d'ambition, de montage (public, public/privé...), de lien au territoire et à la société civile, d'articulation de compétences, de gouvernance, de rapport à l'art... et de rencontrer une diversité d'interlocuteurs. Il s'agissait de sortir des sentiers battus des politiques culturelles traditionnelles organisées en disciplines artistiques et en chaîne de valeurs des biens et services culturels (création, production, diffusion, accès) pour aborder d'autres notions, approches permettant de repenser des politiques culturelles plus articulées aux autres politiques publiques et aux enjeux de développement des territoires. Plusieurs projets étudiés avaient trait au numérique mais l'intérêt que nous leur avons porté n'était pas en ce qu'ils relevaient d'une « discipline » que l'on pourrait nommer art numérique ou création numérique mais dans les déplacements qu'ils opéraient dans cette chaîne de valeurs des biens et services culturels et dans l'hybridation qu'ils offraient avec des champs non considérés comme artistiques et/ou culturels. Ces projets et démarches ne sont évidemment pas transposables tels quels sur le territoire de GPS&O mais ils peuvent être source d'inspiration et de réflexion pour les élus et services de GPS&O tout comme pour les acteurs du territoire pour définir ce cadre de réflexion et d'actions qu'est le schéma d'innovation et de développement culturel du territoire qui ne se définit pas comme un cadre exhaustif de la politique culturelle de GPS&O mais comme une première pierre fondatrice d'une stratégie culturelle innovante qui fait la part belle à l'articulation avec le territoire.

Cuesta et Villes & Innovations

Nous avons été accueillis par **Axelle Benaich**, directrice de la Fabulerie, **Cédric Hardy**, conseiller technique auprès du directeur de la culture du Département des Bouches-du-Rhône, **Vincent Mazer**, chargé de mission emploi, économie et territoire auprès du directeur de la culture de la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur.

Présentation de la structure/projet

La Fabulerie, association basée à Marseille, développe deux axes d'intervention :

- c'est une manufacture numérique qui crée des expositions et dispositifs numériques pour valoriser des savoirs faire,
- c'est une structure qui accompagne les professionnels, en particulier du secteur public, dans leur métamorphose numérique : les bibliothécaires, enseignants, médiateurs etc.

Son action se fait en itinérance sur le territoire des Bouches-du-Rhône. La Fabulerie a inventé la « Fab'mobile » : un dispositif mobile, ressemblant à un vélo-cariote numérique, utilisé pour identifier des enjeux avec des habitants ou des professionnels, faire émerger des idées collectives et des scénarios de services urbains dans un contexte précis, qui relève d'un intérêt commun. La Fabulerie se positionne en accompagnement de la transition ; il y a une proximité avec la 27^e Région qui vise à repenser les politiques publiques, à outiller les agents publics pour innover.

La Fabulerie a par exemple développé le projet « Transfaire ». Ce projet est une réponse à un appel à manifestation d'intérêt (AMI) du département pour rapprocher bibliothèques et structures culturelles du territoire, en particulier dans les communes rurales. La Fabulerie propose un modèle de formation pair à pair en proposant aux professionnels (bibliothécaires, médiateurs culturels...) de découvrir et tester des outils de médiation numériques puis de co-designer ensemble un atelier à animer directement auprès du public. Cette dynamique sert à amorcer le projet, à mettre en réseau des professionnels dont la coopération peut se poursuivre ensuite. Ici c'est la bibliothèque départementale qui a pris le relai pour continuer à animer ce réseau. Le département des Bouches du Rhône et la région PACA développent des appels à projets qui s'inscrivent dans leur champs de compétences (enseignements artistiques, solidarités, lecture publique,...) et de priorités politiques. Le soutien à un projet tel que Transfaire répond pour le département à une volonté de développement numérique sur le territoire et au positionnement dans le grand projet Euromed où la bibliothèque et les archives départementales peuvent proposer de l'innovation culturelle.

Le département a aussi initié un « museomix » pour transformer la médiation dans les musées : cet événement de type hackathon a réuni des professionnels des musées, des artistes et ingénieurs-développeurs pour prototyper des dispositifs de médiation innovants. Pour capitaliser sur cet investissement, le département a voulu impulser une plateforme des acteurs culturels et numériques, avec l'objectif de réaliser le prototype d'une biennale d'art numérique. Cette biennale (Chroniques, Imaginaires numériques) doit se concrétiser pour MP2018 et est aujourd'hui coordonnée par deux

structures du territoire (Zinc à Marseille & Seconde Nature à Aix).

La Fabulerie a un modèle économique coopératif avec 60% de fonds propres et 40% de financements publics (principalement sur appel à projets, avec une première subvention de fonctionnement cette année). La structure organise chaque année une grande exposition qui permet de créer des dispositifs ensuite mutualisés pour d'autres projets. La Fabulerie vend aussi des expositions et dispositifs de médiation à des partenaires privés, ce qui lui permet d'atteindre un équilibre. C'est plutôt sur l'amorçage de projet que la Fabulerie sollicite des financements publics.

C'est intéressant de faire de la prospective, d'établir des scénarios d'usage pour basculer de l'expérimentation vers la politique publique.

Comment équilibre-t-on le besoin d'avoir une visibilité, de communiquer par un grand événement et celui d'être pertinent au quotidien vis à vis des besoins des populations ?

Comment on invente le service public de demain avec les usagers ?





Pour envisager l'événement culturel de demain avec les habitants, appuyons nous sur les pratiques amateurs. Imaginons des événements en proximité plutôt que des grands événements.

Ici les finalités et les méthodes vont de pair : la Fabulerie propose une boîte à outils avec des méthodes qui peuvent essaimer sur d'autres territoires.



Ca montre la nécessité de décloisonner nos modes de faire et assouplir notre organisation.

Ce qu'on en retient

- Une structure comme la Fabulerie est un intermédiaire qui accompagne la transition des politiques publiques ; dans un tel projet, la méthodologie n'est pas dissociée des finalités : outils de design collaboratif, pour certains itinérants (Fab'mobile), ateliers de co-construction, approche fondée sur l'expérimentation d'usages, le prototypage d'actions et de dispositifs innovants. L'optique est de capitaliser sur des expériences, de transmettre des savoirs faire dans une dynamique de réseau, qui doit peu à peu s'autonomiser.

- Une collectivité comme GPS&O peut s'inscrire dans cette dynamique comme le font aujourd'hui le département des Bouches du Rhône et la Région PACA : en soutenant les actions innovantes de telles structures via des appels à projet (en adéquation avec les compétences et grands objectifs définis) et/ou en adoptant directement cette méthodologie de living lab : tester des actions innovantes et les développer si elles sont pertinentes, s'autoriser le droit d'expérimenter à petite échelle, d'adapter les processus, avant de développer des actions plus larges. Dans cette dynamique, la collectivité amorce le projet et accompagne la formation d'un écosystème.

- Il y a un fort enjeu pour les collectivités de rendre visibles leurs actions « invisibles » au quotidien. Plutôt qu'une politique de grand événementiel, des événements à plus petite échelle, qui instaurent un rythme et s'appuient sur les acteurs de proximité et les pratiques amateurs paraissent aujourd'hui plus pertinents pour créer une vraie dynamique territoriale. Cela va dans le sens d'un service public orienté sur les usages, qui travaille la demande plutôt que simplement développer une offre culturelle sans s'assurer qu'elle réponde aux besoins du territoire.

- La notion de droits culturels a été introduite dans la loi NOTRe (2015) : « la responsabilité en matière culturelle est exercée conjointement par les collectivités territoriales et l'Etat dans le respect des droits culturels énoncé par la Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles du 20 octobre 2005 ». Cette notion peut être adaptée selon le contexte territorial. Il est intéressant de s'appuyer sur les méthodes de design de service pour repenser les politiques culturelles : le positionnement est alors d'adapter le service public aux besoins des usagers. A ce titre, on peut s'inspirer des travaux de la 27e Région, laboratoire de transformation publique. La 27e Région développe par exemple le programme « transfo », une résidence pluridisciplinaire pour accompagner une administration publique à tester une action innovante « en situation réelle » (en termes de projets, gouvernance, méthode...).

Pour aller plus loin

<https://lafabulerie.com/portfolio-items/transfaire/>

<http://www.la27eregion.fr>

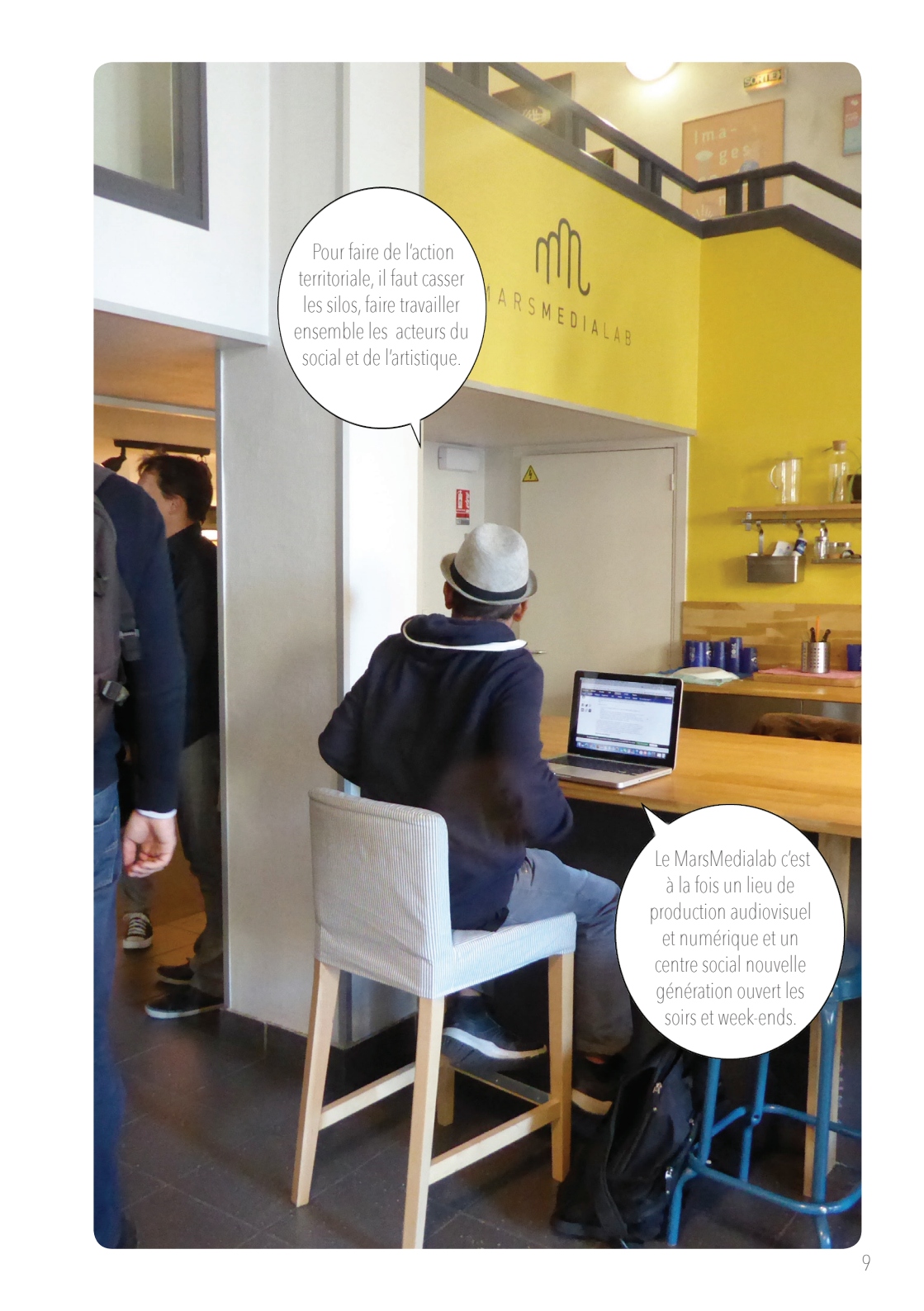
<http://chronique-s.org>

Nous avons été accueillis par **Julien Coclet, directeur d'UrbanProd (association gestionnaire du MarsMediaLab), Marie Picard, directrice adjointe d'UrbanProd, Emmanuel Vergès, directeur de l'Office, structure associée au MarsMediaLab**

Présentation de la structure/projet

Le MarsMediaLab est un lieu géré par UrbanProd, une association qui a été créée à l'origine par des photographes pour accompagner des jeunes des quartiers prioritaires de Marseille. A la fin des années 1990, ils se sont fait connaître avec le projet de journalisme citoyen « webtrotteurs des quartiers », avant l'avènement des réseaux sociaux. UrbanProd veut faciliter la maîtrise du numérique pour le plus grand nombre, face au constat que la maîtrise des usages numériques reste très inégalitaire. UrbanProd propose des outils de médiation, d'expérimentation et de création. L'idée est de donner des clés aux professionnels et aux citoyens pour produire du contenu et de l'image sociale sur les initiatives qu'ils portent, grâce à une initiation aux usages numériques. Le MarsMediaLab réunit en plein centre de Marseille (quartier prioritaire) 45 salariés, aux profils variés (artistes, éducateurs, réalisateurs, journalistes...), dont certains en parcours d'insertion. Le modèle économique s'appuie sur 80% de financements publics et 20% d'autofinancement (recettes de production, formation).

Le MarsMediaLab est le plus ouvert possible, en porosité avec son voisinage, et peut se transformer en lieu de vie ou en centre social nouvelle génération. Ainsi son positionnement décloisonne culturel et socioculturel et se place en coopération avec les financeurs publics ; cette transversalité est historiquement pratiquée sur un territoire fortement investi par l'Etat. La capacité de coproduction et d'outillage d'Urban Prod et de l'Office (structure résidente) est bien identifiée ; ils ont par exemple été sollicités par Marseille Rénovation Urbaine et Euromed pour inventer de nouveaux modes de concertation urbaine.

A photograph of a man wearing a grey hat and a dark blue hoodie, sitting on a light-colored wooden stool at a wooden desk. He is looking at a laptop computer. The room has bright yellow walls. On the wall behind him, there is a logo consisting of three stylized 'm' shapes and the text 'MARS MEDIALAB'. To the right, there is a counter with various items like a pitcher and cups. In the background, a white door is visible with a yellow warning sign. To the left, another person is partially visible, standing near a doorway. The floor is dark grey.

Pour faire de l'action territoriale, il faut casser les silos, faire travailler ensemble les acteurs du social et de l'artistique.

Le MarsMedialab c'est à la fois un lieu de production audiovisuel et numérique et un centre social nouvelle génération ouvert les soirs et week-ends.

L'accès à l'outil numérique est extrêmement démocratisé mais son usage reste très inégalitaire. On veut accompagner les publics dans l'appropriation de ces usages, c'est ce qu'on appelle les humanités numériques



Aujourd'hui on veut donner une valeur sociale à l'usage numérique, on n'est plus que dans le technologique et le développement des infrastructures



Il ne faut plus penser puis faire, mais penser et faire, en remettant les personnes au centre, en leur donnant des espaces de capacitation

Ce qu'on en retient

- Le numérique est ici appréhendé dans une approche par l'usage : on n'est plus dans la première vague de développement des infrastructures et services numériques mais dans un temps de médiation, d'accompagnement des publics dans l'appropriations des usages, car c'est la maîtrise des outils numériques qui concentre les inégalités

- Le numérique est aussi utilisé comme un vecteur pour produire de l' « image sociale ». C'est en donnant à voir les actions menées sur le territoire et en produisant ses propres contenus qu'on peut avoir un impact positif sur les représentations du territoire.

- Le lieu culturel gagne à s'ouvrir à différentes fonctions et à différents publics. Par exemple, en étant ouvert les soirs et week-ends et en diversifiant ses activités, le MarsMediaLab est à la fois un espace de travail, de production audiovisuel, un lieu de formation et un centre social nouvelle génération ouvert sur son quartier. L'ouverture large et l'expertise en termes de coproduction permet aussi d'identifier largement la structure qui est sollicité par les acteurs de différents champs (aménagement, rénovation urbaine. . .) pour sa capacité de mobilisation et d'outillage.

- En termes d'organisation de la collectivité, pour pouvoir mener efficacement les missions de service public, il est nécessaire de tester de nouveaux modes d'organisation : permettre des espaces de capacitation, qui responsabilisent les personnes à l'intérieur des organisations.

- Pour innover aujourd'hui, dans une société « en régime numérique », il faut s'outiller en changeant de manière de travailler, puis de s'organiser. L'innovation est itérative et ne se décrète pas. Cela commence alors par définir de « premiers pas » pour mener des projets d'innovation au sein même de l'institution.

Pour aller plus loin

<https://www.urbanprod.net>

<http://loffice.coop/accueil/>

HOTEL DU NORD ET LE BUREAU DES GUIDES-GR2013

Nous avons été accueillis par **Julie de Muer, conteuse urbaine, chargée des balades et du développement chez Hôtel du Nord et au Bureau des Guides.**

Présentation de la structure/projet

C'est un projet à deux échelles, métropolitaine pour **le GR2013** et locale pour **Hôtel du Nord**, qui s'expérimente directement et concrètement en marchant.

Le Bureau des Guides propose des expéditions artistiques sur le territoire métropolitain et travaille sur les nouvelles hospitalités (aménagement simple, camps de base, observatoires, refuges...). Il se déploie à partir du GR2013, sentier métropolitain de 365 km imaginé et balisé à l'occasion de Marseille Provence capitale européenne de la culture 2013.

Hôtel du Nord est une coopérative d'habitants. Elle est issue d'un processus patrimonial initié en 1995 dans les quartiers nord de Marseille dans un contexte de forte transformation urbaine. A partir du périmètre d'un Grand Projet Urbain, une démarche de « patrimoine intégrée », coordonnée par Christine Breton, conservatrice du patrimoine nommée par la Ville de Marseille, a permis aux associations, habitants et entreprises de collecter et de valoriser le patrimoine local, notamment au travers de balades urbaines.

En 2011, Hôtel du Nord est créé pour mettre en valeur l'hospitalité et le patrimoine naturel et culturel au nord de Marseille. C'est aussi une réaction positive à la capitale européenne de la culture, une alternative citoyenne pour montrer les initiatives des quartiers nord et donner une représentation plus positive de ce territoire. C'est aujourd'hui un réseau de 50 chambres pour l'accueil, de 50 hôtes et de 50 itinéraires.

Guidés par Julie de Muer, nous avons expérimenté un de ces itinéraires en marchant du quartier de la Viste jusqu'aux Aygalades dans ces quartiers nord situés hors des sentiers touristiques traditionnels. Nous avons senti le mistral souffler, dû se rapprocher pour s'entendre, vu les ordures envahir les rues en pleine grève des éboueurs. Nous avons aussi découvert que ces quartiers sont l'agrégation d'anciens petits villages dont on perçoit encore les traces architecturales, nous avons vu des bastides et des maisons auto-construites. Nous avons profité d'une autre vue sur la baie de Marseille depuis Foresta, une vaste friche où la discussion s'amorce entre habitants et propriétaire privé pour y tester des usages, y organiser des événements culturels, et peut-être imaginer un futur parc métropolitain. On a vu des zones d'expérimentation et de capacitation, comme la Cascade des Aygalades, ruisseau délaissé, autrefois lieu de villégiature, qui redeviendra peut-être demain un espace naturel agréable, grâce à la mobilisation de quelques acteurs locaux, coordonnés par la Cité des arts de la rue, qui ont su redonner un caractère d'intérêt à la zone et engager le dialogue avec les collectivités et aménageurs. Avec Hôtel du Nord, nous avons pu éprouver le territoire, réactiver sa mémoire et sentir ses potentiels.



Parcourir le territoire à pied est un véritable outil de découverte et compréhension d'un territoire. Un sentier comme le GR2013 peut parfaitement s'adapter au territoire de Grand Paris Seine et Oise, qui a de nombreux atouts à valoriser, du patrimoine matériel et immatériel.



Quand les critères habituels du tourisme et de la qualité du cadre de vie ne fonctionnent pas, il faut les réinterroger ensemble, mettre en récit ce qui fait patrimoine commun, pour pouvoir ensuite le partager avec d'autres.



Hôtel du Nord, c'est un projet qui reconstruit le rapport de l'habitant à l'institution. Les habitants sont au cœur du processus de rénovation ou de revalorisation des villes.

Les habitants ont la capacité de mettre en narration leur territoire, de se mettre en conversation avec un promoteur pour tester des usages sur un terrain en friche et donc de tester une autre manière de faire la ville ensemble.



Est-ce qu'on est dans l'artistique ou dans la médiation locale ?





Ce qu'on en retient

- Les balades urbaines permettent de représenter des territoires qui sont parfois une « zone blanche » sur les cartes touristiques et d'intérêt patrimonial et sont par ailleurs cantonnés à une image médiatique dévalorisante. Lorsque les critères habituels de qualité du cadre de vie ou d'attrait touristique ne fonctionnent pas, ce type de démarche culturelle vise à recréer un récit commun, proposer d'autres critères ou manières d'appréhender le territoire en s'appuyant sur les expériences des habitants. Ce qui en ressort, par exemple un guide touristique revisité, devient un « produit » communicable, partageable au dehors.
- La collectivité peut travailler l'attachement au territoire en laissant faire et/ou promouvant les initiatives du terrain : les habitants ont la capacité de valoriser ce qui fait patrimoine sur leur territoire et de participer activement à la fabrique de leur ville.
- GR 2013 est le type d'initiative qui permet de mettre en récit le territoire
- Le caractère hybride du projet, à la croisée de plusieurs logiques interdisciplinaires et intersectorielles : œuvre d'art pour certains, parcours sportif pour d'autres, mais également produit touristique et marketing, opération d'urbanisme, etc.
- Il n'y a pas un public, mais des publics du GR 2013 : on est différemment randonneur selon que l'on pratique la marche dans un club ou seul, depuis longtemps ou non, en milieu naturel ou urbain, pour la performance physique ou la découverte d'un lieu. Ces publics partagent néanmoins un même désir d'exploration de l'écosystème métropolitain et de ses métamorphoses.

Pour aller plus loin

<http://hoteldunord.coop>

<http://www.metropolitiques.eu/Hotel-du-Nord-La-construction-d-un.html>

<http://www.lacitedesartsdelarue.net/la-cascade-des-aygalades/>

<http://www.gr2013.fr>

Nous avons été accueillis par **Pierre Sauvageot, compositeur/directeur de Lieux Publics** et **Jasmine Lebert, directrice de la communication et des relations publiques**.

Présentation de la structure/projet

Lieux Publics, centre national de création en espace public, dirigé par le compositeur Pierre Sauvageot, accompagne les artistes qui créent pour, avec et dans la ville.

C'est un projet qui émane de la politique de décentralisation culturelle de l'Etat des années 1980. Au départ l'ancrage du projet à Marseille était flou. La Cité des arts de la rue est un équipement avec des espaces de travail et de création exceptionnels, mais il a été conçu comme un enclave culturelle dans les quartiers nord de Marseille et il s'est passé plus de 15 ans entre le vote du projet et l'inauguration, marquant le désintérêt de la Ville de Marseille. La mission première de Lieux Publics est d'accompagner la création artistique en espace public. L'action territoriale est venue ensuite, c'est aujourd'hui une mission essentielle qui n'est pas toujours facile à articuler à la création artistique.

Un rendez-vous clé est le festival Travellings qui a lieu chaque année et crée la rencontre entre des artistes européens contemporain et le territoire, les cités d'à côté. Les artistes s'inspirent directement de l'environnement proche pour créer. Cela articule le local et l'échelle européenne – Lieux Public est à l'origine d'In Situ, réseau européen sur l'art & l'espace public.

D'autres projets ont été plus compliqués. Par exemple, en 2013, la capitale européenne a laissé de côté les quartiers Nord. Pierre Sauvageot a réuni les acteurs culturels du territoire pour proposer une galerie à ciel ouvert, un feuilleton visuel de la ville, sur les murs, à hauteur d'homme. Les partenaires privés étaient enthousiastes, le public moins réactif. De nombreux partenaires, associatifs, éducatifs ont été rencontrés, avec un diagnostic de terrain, mais le projet n'a pas paru assez implicatif : l'articulation entre création artistique et émanation des pratiques du territoire a montré ses limites. Finalement le projet dans sa dimension initiale a échoué. Le projet redimensionné a donné lieu à une exposition photographique participative, avec tout de même plus de 3000 photographies collectées, présenté sous format de mini-expositions dans les structures associées. Pourtant un tel projet participe à positionner l'art comme « fenêtre sur le monde et miroir de notre territoire ».


Lieux Public agit à l'échelle métropolitaine, avec de nombreux rendez-vous sur le territoire d'Aix-Marseille, nationale et européenne.

Lieux Publics et le Bureau des Guides sont implantés à la Cité des arts de la rue, lieu de création et d'expérimentation dédié aux arts en espace public.

Le projet de la Cité des arts de la rue est né en 1995, de la volonté croisée de Michel Crespin (fondateur et alors directeur de Lieux publics) et de Pierre Berthelot (co-directeur artistique de la compagnie Générisk Vapeur) de s'associer pour fonder, à Marseille, un outil à la hauteur de leur ambition pour les arts de la rue. Ce projet ne s'appuie pas sur une simple logique de lieux mais sur

une chaîne de missions capable de faire de « La Cité » un espace d'expérimentation et de développement des arts de la rue à Marseille : création, formation, construction, diffusion, médiation, une scène à l'échelle d'un morceau de ville.

Très tôt soutenue par l'Etat, La Cité des arts de la rue s'est progressivement imposée pour les collectivités territoriales, au 1er rang desquelles la Ville de Marseille, maître d'ouvrage, comme un outil phare d'identité et de développement culturel à l'échelle locale, nationale et internationale.

A photograph of a white mobile office trailer with a curved roof and several windows, parked on an asphalt surface. In the background, there is a long row of orange shipping containers stacked together. The sky is clear and blue. Two speech bubbles are overlaid on the image, containing text.

À Lieux Publics, on essaie de ne pas faire de l'action culturelle simplement pour montrer ce qu'on se fait, la création artistique s'inspire directement de l'environnement proche.

C'est intéressant de créer la rencontre entre un élu local et un artiste venu d'ailleurs, les mettre en conversation pour croiser leurs regards sur un territoire.



Du côté de GPS&O, il y a un enjeu à développer l'art dans l'espace public, en connexion avec les habitants, et à proposer une sorte de ressourcerie pour la création artistique.

Ce qu'on en retient

- Au départ Lieux Publics hérite d'une politique de décentralisation culturelle, c'est un grand équipement posé par l'Etat au cœur des quartiers nord de Marseille. Progressivement, Lieux Publics a travaillé son ancrage territorial. La porosité entre action territoriale et création artistique est un axe de travail pour que l'équipement ait un positionnement pertinent sur le territoire. Le lieu de création artistique est à la fois une fenêtre sur le monde, en associant des artistes internationaux, et un miroir du territoire sur lequel il est implanté. Lieux Publics fait le constat d'un abandon de l'action socio-culturelle sur le territoire, les structures relais sont en grande difficulté, le lieu culturel doit donc redoubler d'efforts pour parvenir à monter des projets ancrés localement. La vitalité de l'écosystème, dans ses dimensions éducatives, sociales, économiques et culturelles, est essentielle à préserver et à accompagner pour faire vivre les projets sur les territoires.

- Les artistes ont une capacité d'interroger la ville, de porter un autre regard sur elle. A ce titre, un projet comme « un élu/un artiste » permet de mettre en conversation et croiser deux regards, deux lectures d'un territoire. Cette mise en récit peut participer à l'invention, à la fabrique du territoire.

- Les arts en espace public apparaissent ainsi comme un atout incontestable pour la construction des territoires, et en l'occurrence le territoire de l'actuelle Métropole Aix-Marseille-Provence

Pour aller plus loin

<http://www.lieuxpublics.com/fr/>

Nous avons été accueillis par **Fabrice Lextrait, directeur des Grandes Tables et ancien administrateur de la Friche La Belle de Mai à Marseille.**

Présentation de la structure/projet

La friche, a ouverte en 1992, sur le site l'ancienne usine de la Seita à Marseille. Aujourd'hui lieu de création et d'innovation, **la Friche la Belle de Mai** est à la fois un espace de travail pour ses 70 structures résidentes (400 artistes et producteurs qui y travaillent quotidiennement) et un lieu de diffusion (600 propositions artistiques publiques par an, de l'atelier jeune public aux plus grands festivals). Organisée sous forme coopérative, son conseil d'administration réunit usagers du site et institutions publiques, sous la présidence de l'architecte Patrick Bouchain. Avec près de 400 000 visiteurs par an, la Friche la Belle de Mai est un espace public multiple où se côtoient une aire de jeux et de sport, un restaurant, 5 salles de spectacles et de concert, des jardins partagés, une librairie, une crèche, 2400 m² d'espaces d'exposition, un toit terrasse de 8000 m², un centre de formation.

Sur ce nouveau territoire culturel et urbain, on imagine, on crée, on travaille pour que chaque idée puisse trouver son terrain d'application. Toutes les formes d'expressions artistiques se retrouvent ici. Toutes les tendances. Toutes les générations. La découverte, la rencontre, le débat, l'inattendu sont à tous les coins de rues de ce bout de ville. En mai 2006, les Grandes Tables ont ouvert à la Friche la Belle de Mai, un restaurant qui puisse être un lieu de rencontres, de partages culinaires et culturels et de réflexion sur la cuisine et l'alimentation. L'idée est bien que la cuisine peut « faire culture » dans une vraie convivialité et accessibilité. Les Grandes Tables sont sous la direction de Fabrice Lextrait, l'un des initiateurs historique de la friche culturelle et le rédacteur du Rapport Lextrait sur les nouveaux territoires de l'art.



C'est tout un écosystème face à nous :
création, production, diffusion, médiation se
croisent, avec une forte appropriation
populaire.





Ce qu'on en retient

- Un lieu comme la Friche la Belle de Mai montre la capacité d'acteurs de la culture et du numérique à former un écosystème, à transformer une friche en un lieu à la fois ouvert sur la proximité, fréquenté par les habitants, et au rayonnement national.

- La Friche Belle de Mai est aujourd'hui un véritable morceau de ville, et comprend un ensemble d'équipement et d'aménités urbaines attractives : crèches, équipements sportifs, salles de spectacles, restaurants, commerces... et bientôt une école primaire et des logements.

- C'est aujourd'hui un équipement qui peut paraître incomparable mais son organisation actuelle s'est construite progressivement au travers d'une gouvernance collaborative qui a progressivement testé et développé différents types d'actions, reliant toujours production, diffusion et médiation auprès du grand public. On identifie à GPS&O des lieux qui se placent dans des réflexions comparables : le Collectif 12, le Sax, le Château Ephémère ...

- La Friche est une SCIC (Société coopérative d'intérêt général). Les artistes sont dans l'économie et les projets culturels génèrent des retombées effectives (création d'emploi, valorisation de la création artistique, richesses induites sur le territoire ...)

Pour aller plus loin

<http://www.la-friche.org>

<http://www.zinclafriche.org/dyn/>

Nous avons été accueillis par : **Fanny Bordier, directrice de l'association M-Topia porteuse du projet Hétérotopies** à Meyrargues.

Présentation de la structure/projet

Hétérotopies est un parcours à travers la forêt de Meyrargues, aux alentours d'Aix, composé d'une cartographie de sons et de récits géolocalisés. C'est une oeuvre musicale, un paysage sonore à écouter en se promenant. Elle raconte la forêt et ses évolutions futures à partir de récits d'habitants, d'interviews de chercheurs, d'enregistrements récoltés sur le terrain et de données scientifiques.

Nous avons expérimenté une portion de ce parcours au départ du cimetière de Meyrargues, dans la fraîcheur matinale. Après avoir téléchargé l'application sur nos téléphones, mis nos écouteurs, nous avons marché le long du sentier jusqu'au panorama surplombant la vallée et le village. L'écoute du parcours et de la composition sonore a rythmé nos pas, nous mettant dans un état d'attention particulière, en phase avec le récit écouté, le paysage environnant et l'odeur de la forêt. La dimension sensible nous a touché plus intimement qu'une visite classique ou une conférence.

L'association M-topia, coordonnée par Fanny Bordier, a mobilisé pendant deux ans des artistes, des acteurs culturels, numériques, des étudiants et autres opérateurs du territoire en déclinant des expérimentations, workshops et rencontres. Ces expérimentations mêlant art, science et multimédia ont impliqué le Groupe régional d'experts sur le climat en Provence-Alpes-Côte d'Azur, ainsi qu'un consortium de chercheurs et ingénieurs menant une étude sur les effets de l'évolution du climat et de la pollution de l'air sur les espaces agricoles, forestiers du Grand Site Sainte-Victoire à l'horizon 2050. Ce territoire est protégé aujourd'hui, mais fragile car touché par les effets du changement climatique et la pollution à l'ozone. Plutôt que d'appréhender le sujet de façon alarmiste, Hétérotopies propose une démarche créative, qui provoque des échanges, des rêves, pour expérimenter d'autres manières d'agir et vivre ensemble.

Pour mener à bien ce projet, Fanny Bordier a obtenu des financements de la région PACA, du département des Bouches du Rhône et de la commune de Meyrargues qui ont permis de couvrir 50% du coût de développement du projet, les autres 50% étant apportés en production par la structure de Fanny Bordier (coût total du projet 120 000 € HT).

On rend accessible des enjeux scientifiques & écologique mais sans être dans la transmission du sachant au novice. On partage des regards et des expériences – d'habitants, d'artistes, de chercheurs – sur un même site. C'est appropriable par tous.



Les habitants sont fiers de ce parcours sonore car on y entend leurs récits. Il y a à la fois une dimension locale et une valeur artistique plus large, on peut l'écouter sans connaître le territoire, en touriste.



On pourrait mettre en place de telles déambulations sonores sur le territoire de GPSEO, pour en faire découvrir les qualités. Le contenu peut se construire en s'appuyant sur les forces vives locales.





Ce qu'on en retient

- Un projet artistique comme Hétérotopies est innovant sur les enjeux « arts -sciences » : il n'est pas seulement pédagogique, avec un savoir transmis de l'expert au grand public, mais a aussi une vraie valeur artistique en termes de composition d'une œuvre sonore.

- Le son est un médium particulièrement intéressant sur un territoire aussi large et hétérogène que GPS&O : les parcours sonores peuvent s'écouter en autonomie et en liberté, être pérennes, facilement déployables ... Au-delà, cela peut aussi s'envisager comme un média radio collaboratif qui permet de communiquer sur les projets locaux, d'associer les forces vives locales (acteurs culturels, élus, artistes, musiciens amateurs...).

- Ce type de projet met au centre les récits de habitants, il y a donc une forte capacité d'appropriation et de fierté locale. La valeur artistique et scientifique donne aussi une dimension plus large au projet qui peut facilement toucher des touristes ou personnes extérieures ; on a donc une conjugaison locale/rayonnant idéale.

Pour aller plus loin

<http://heterotopies.org>



Nous avons été accueillis par **Sylvia Andriantsimahavandy, responsable du programme The Hive** et **Marie-Christine Bouillet, Développement & Partenariat Secteur Public** à The Camp.

Présentation de la structure/projet

The Camp, inauguré en septembre 2017, est le premier campus européen consacré aux technologies émergentes et aux nouveaux usages. Dans une dynamique public/privé, The Camp propose de réunir un écosystème international d'acteurs académiques et artistiques, de « makers ». Les acteurs publics (métropole, département, région, CCI) ont soutenu l'investissement du projet via des avances remboursables. Le financement est essentiellement privé, avec une grande partie de fonds propres du fondateur (l'entrepreneur Frédéric Chevalier) et l'implication d'un fonds de dotation (Vinci, Accenture, SNCF, La Poste, AccorHotel etc.), de la caisse des dépôts et de banques.

The Camp propose des ateliers de « co-innovation », fondés des méthodes de formation pair à pair, à destination des entreprises et des administrations. Tous les sujets travaillés à the Camp visent des innovations à « impact positif » pour la société ; les thématiques traitées sont la mobilité, la qualité de vie en ville, l'éducation, les énergies renouvelables. L'idée est de créer un écosystème où différentes personnes et compétences se croisent, fertilisent leurs projets.

Un programme spécifique est développé à The Camp : La Hive, dont la première promotion vient de démarrer. C'est un modèle de résidence de création collaborative qui réunit 20 jeunes créatifs du monde entier diplômés ou non (artistes, ingénieurs, développeurs...) en immersion pendant 6 mois sur le campus pour prototyper des solutions concrètes à des enjeux sociétaux. Encadré par des experts, ils partagent un budget de production pour mener à bien un projet (un service, une œuvre, un objet) qu'ils doivent modéliser de A à Z, d'une phase d'immersion et d'idéation à une phase de développement économique. Les « hivers » sont en contact constant les personnes présentes sur le campus (cadres, experts, scolaires etc.). A la fin du programme, ils doivent acquérir des compétences techniques, en management de projet, un réseau professionnel et une « posture face à la complexité du monde ». Les projets qu'ils auront prototypés seront en licence creative commons.



L'innovation se base sur une méthode agile: on a une idée, on la teste, on la développe, on prototype puis on itère.



On peut travailler en partenariat avec des acteurs économiques pour développer une dynamique d'innovation sur le territoire.



On pourrait transposer une dynamique de living lab et de résidences collaboratives à GPSEO ; on n'a pas de pôle universitaire, c'est une alternative innovante.



On crée un écosystème où il y a constamment de l'échange de pair à pair.

We have a strategic plan.
It's called doing things.

Ce qu'on en retient

- The Camp est un lieu unique et exceptionnel, qui tient en premier lieu de la dynamique et de l'investissement personnel d'un acteur privé. Plusieurs « ingrédients » seraient à plus petite échelle adaptables sur le territoire de GPSEO : la dynamique de résidences collaboratives pluridisciplinaires à GPSEO peut être intéressante pour traiter un enjeu stratégique de la collectivité à travers une approche artistique, en prototypant des projets culturels ancrés sur le territoire.

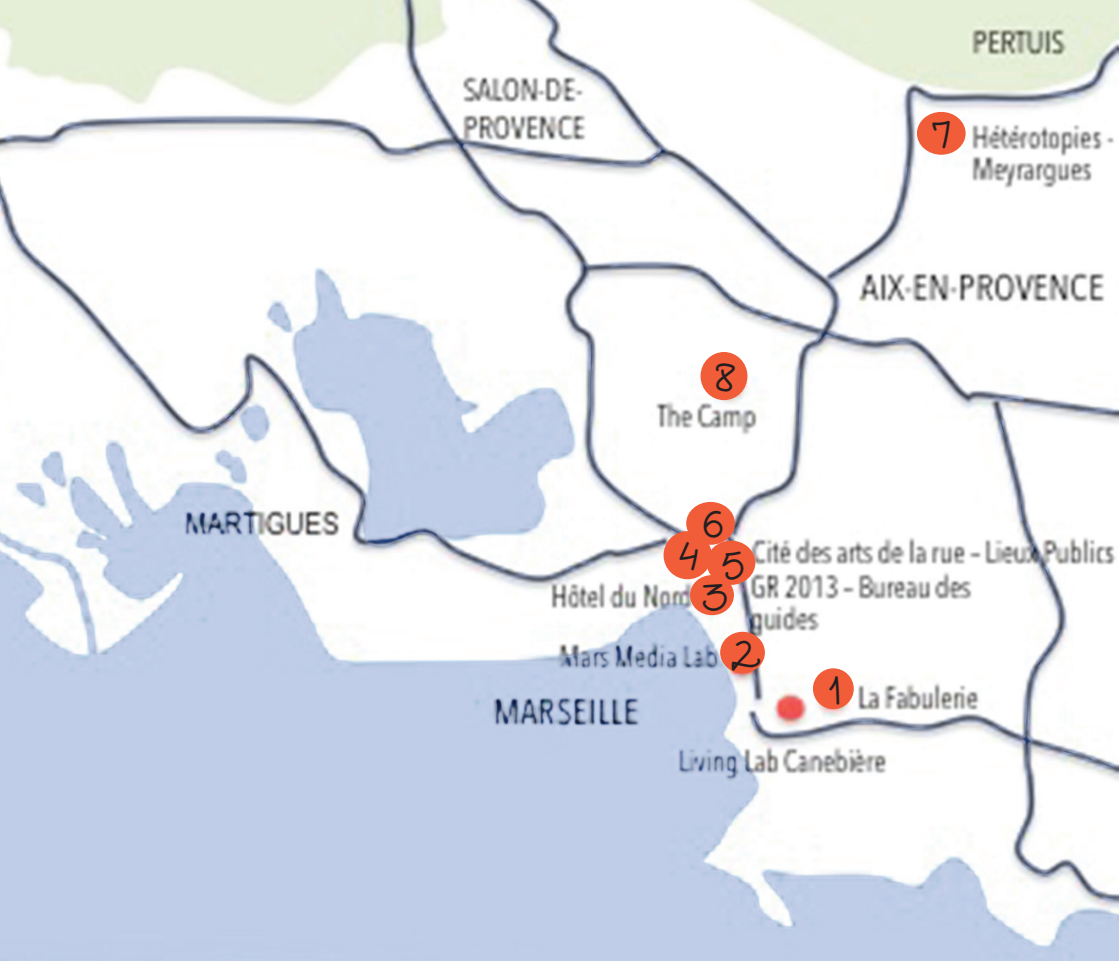
- Le partenariat avec le secteur privé est une piste à poursuivre : le frottement entre des thématiques de recherche-développement des entreprises du territoire et des enjeux de formation peuvent être intéressants. Sur le territoire, cela peut être une alternative à l'absence de pôle universitaire ; on peut par exemple s'appuyer sur les filières de formation professionnelles.

- La méthode d'innovation « agile » mise en œuvre à The Camp, de l'idée au développement du projet, est un format qui peut être adapté au sein même de la direction culture de GPSEO qui peut être transformé en laboratoire d'action transversale au sein de la CU.

- Plus fondamentalement, The Camp permet de nous questionner sur quelques « lieux communs » qui gravitent autour des espaces d'innovation et de création, et notamment : Que les innovations résulteraient avant tout de la pensée objective d'une communauté restreinte aux scientifiques et aux industriels ; que les innovations ne seraient qu'affaires intellectuelles et conceptuelles, que les savoir-faire, les pratiques matérielles, artisanales ou artistiques, ne sauraient leur être décisives ; que le déploiement des sciences, des arts et des cultures ne serait pas organiquement lié au commerce et au monde des affaires ; que le déploiement généralisé des technologies numériques induirait mécaniquement la fin des lieux de créativité et d'innovation.

Pour aller plus loin

<https://thecamp.fr/fr>



ACTEURS RENCONTRÉS

Axelle Benaïch
Cédric Hardy
Vincent Mazer
Julien Coclet
Marie Picard
Emmanuel Vergès
Julie de Muer
Pierre Sauvageot
Jasmine Lebert
Fabrice Lextraït
Fanny Bordier
Sylvia Andriantsimahavandy
Marie-Christine Bouillet