



HAL
open science

La délégation de service public dans le secteur culturel : entre rentabilité économique et finalité culturelle.

L'exemple de Culturespaces

Charlène Charrol

► To cite this version:

Charlène Charrol. La délégation de service public dans le secteur culturel : entre rentabilité économique et finalité culturelle. L'exemple de Culturespaces. Sciences de l'Homme et Société. 2015. dumas-01258044

HAL Id: dumas-01258044

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01258044v1>

Submitted on 18 Jan 2016

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Mémoire professionnel

Culturespaces - Paris

Du 05 janvier au 03 juillet 2015

Tuteur : Fanny Ménégaux

La délégation de service public dans le secteur culturel : entre rentabilité économique et finalité culturelle. L'exemple de Culturespaces.



**CHARROL
Charlène**

UFR Langage, Lettres et Arts du Spectacle, Information et Communication

Master professionnel 2^{ème} année - 30 crédits – Lettres et Arts du Spectacle

Spécialité: Diffusion de la culture

Sous la direction de : Michel Kneubühler



Mémoire professionnel

Culturespaces - Paris

Du 05 janvier au 03 juillet 2015

Tuteur : Fanny Ménégaux

La délégation de service public dans le secteur culturel : entre rentabilité économique et finalité culturelle. L'exemple de Culturespaces.

**CHARROL
Charlène**

UFR Langage, Lettres et Arts du Spectacle, Information et Communication

Master professionnel 2^{ème} année - 30 crédits – Lettres et Arts du Spectacle

Spécialité: Diffusion de la culture

Sous la direction de : Michel Kneubühler

Année universitaire 2014-2015

Remerciements

Je tiens tout d'abord à remercier vivement Fanny Ménégaux, qui a accepté de m'accueillir au sein de Culturespaces et qui m'a fait confiance durant toute la durée de ce stage, ainsi que toutes les filles du service communication et marketing qui m'ont mise à l'aise, m'ont fait partager leur quotidien dans la bonne humeur et m'ont permis d'apprendre et d'évoluer : Julia Dacosta, Romane Dargent, Sophie Etcheverry-Roger, Valeria Guerra et Astrid Letailleur.

J'ai également une pensée pour tous les salariés et stagiaires de Culturespaces (au siège et en régions) avec qui j'ai été amenée à travailler, notamment Florence Sogny à l'accueil, Greta Fornoni à la direction, Camille Molina et Mathilde Formosa au service programmation culturelle et expositions, Mae Woolworth au service accueil et aménagements et Julie Bourdel à la Fondation Culturespaces, qui ont su rendre ces six mois très agréables.

Je n'aurais pas pu réaliser ce mémoire sans l'aide précieuse et les conseils de Michel Kneubühler qui m'a guidée dans son élaboration et s'est montré d'une très grande compréhension.

Je présente à toutes ces personnes et à celles que j'ai pu oublier mes plus sincères remerciements quant au bon déroulement de ce stage.

Je dédie ce mémoire à ma grand-mère maternelle qui nous a quitté au moment où je le rédigeais, et pour qui la réussite scolaire et universitaire de ses petites-filles constituait une priorité, mais aussi et surtout une immense fierté.



Déclaration anti-plagiat
Document **à scanner** après signature
et **à intégrer** au mémoire électronique

DECLARATION

1. Ce travail est le fruit d'un travail personnel et constitue un document original.
2. Je sais que prétendre être l'auteur d'un travail écrit par une autre personne est une pratique sévèrement sanctionnée par la loi.
3. Personne d'autre que moi n'a le droit de faire valoir ce travail, en totalité ou en partie, comme le sien.
4. Les propos repris mot à mot à d'autres auteurs figurent entre guillemets (citations).
5. Les écrits sur lesquels je m'appuie dans ce mémoire sont systématiquement référencés selon un système de renvoi bibliographique clair et précis.

NOM : CHARROL

PRENOM : Charlène

DATE : 28/08/2015

SIGNATURE :



Table des matières

Remerciements	3
Introduction générale.....	6
PARTIE I : RAPPORT DE STAGE	8
Chapitre 1 : Présentation de la structure.....	9
a. Présentation générale.....	9
b. Historique.....	10
c. Fonctionnement interne	13
d. Financement	14
e. Communication	15
Chapitre 2 : Compte rendu des missions.....	17
a. Campagnes d’affichage publicitaire.....	18
b. Relations presse et partenariats médias	24
c. Éditions et publicité.....	29
d. Projets web et nouveaux médias	33
e. Action commerciale	34
PARTIE II : MÉMOIRE	37
Introduction	38
Chapitre 1 : Les partenariats public-privé	40
a. Origines et développement des partenariats public-privé.....	40
b. La notion de délégation de service public.....	42
c. Les 4 modes de gestion de Culturespaces.....	45
d. Avantages et inconvénients de la délégation de service public.....	47
Chapitre 2 : Confrontation entre logique de rentabilité et logique culturelle	50
a. Une gestion économique responsable.....	50
b. Des missions culturelles et scientifiques délaissées	54
c. Vers une « disneylandisation » de la culture ?.....	60

Chapitre 3 : De la nécessité d'évoluer vers un nouveau modèle pour la culture	63
a. Des contradictions avérées	63
b. Une nouvelle génération de partenariats public-privé culturels	66
c. Le modèle américain : une tradition de philanthropie et de bénévolat.....	69
Conclusion.....	72
Conclusion générale	73
Bibliographie	75
Sitographie	77
Table des annexes.....	79
Annexes.....	80
Résumé.....	101
Mots-clés.....	101

Introduction générale

À la suite de mon stage de première année de master au sein de Musée en Musique (auditorium du Musée de Grenoble), je souhaitais réaliser mon prochain et dernier stage dans une structure plus importante, afin de passer d'une vision régionale à une vision nationale de la culture. Toutefois, et malgré cette volonté, j'ai longuement hésité entre deux stages pour lesquels j'étais acceptée : assistante relations presse pour le festival Jazz à Vienne, et assistante communication et marketing auprès de Culturespaces. Le temps de réflexion que j'ai pris à ce moment là m'a permis de m'interroger sur ce que je voulais vraiment faire plus tard. En effet, ce stage de six mois constitue un tremplin important vers le monde professionnel, et je voulais être sûre de faire le bon choix. En regardant le parcours effectué jusqu'à présent, j'ai compris ce par quoi j'étais passionnée : le patrimoine, et plus précisément les musées. Même si Jazz à Vienne semblait être une expérience excitante, pleine de promesses et de découvertes, je savais que Culturespaces m'ouvrait des perspectives très intéressantes. Les missions y étaient pour beaucoup. Participer au lancement, et donc à la mise en place de la communication, d'un nouveau centre d'art s'est révélé être à la hauteur de mes attentes.

De plus, la majeure partie des sites gérés par Culturespaces se situent dans le sud-est de la France, région dont je suis originaire : Les Baux-de-Provence, Nîmes, Aix-en-Provence, etc. Aussi, étais-je désireuse de prendre part au développement culturel de cette région si chère à mon cœur, et de mettre en valeur les trésors qu'elle recèle. En plus d'avoir un caractère très formateur, ce stage avait également une valeur toute personnelle. Enfin, le dernier critère qui avait son importance était la localisation, Paris. Passer six mois à Paris, en travaillant notamment pour le Musée Jacquemart-André, m'a permis de me créer un réseau au sein des plus grandes institutions culturelles françaises, mais aussi des médias : le Centre Pompidou, le Musée du Louvre, *Beaux Arts Magazine*, ou encore *Le Figaro*.

Ce stage de six mois dans une entreprise telle que Culturespaces fut une découverte de tous les instants, mais également une expérience très enrichissante. Le grand nombre de sites gérés par cet opérateur offre une certaine variété dans le travail quotidien et permet d'acquérir un large éventail de connaissances :

structures (monuments insolites, musées, villas, etc.), thématiques (automobile, Grèce Antique, peinture française et italienne, etc.), mais aussi périodes historiques (Antiquité, Moyen Âge, Belle Époque, etc.). Je sais que ce stage va constituer un très bon atout pour débiter ma carrière professionnelle et trouver un premier emploi. Au début de ces six mois, je pensais que les missions confiées ne présenteraient pas la même transversalité que celle que j'ai pu connaître à Musée en Musique. Néanmoins, il s'est avéré que la transversalité était bien présente, puisque le service communication et marketing est amené à travailler avec tous les autres services (développement et mécénat, expositions et programmation culturelle, pôle boutiques, etc.).

Ainsi, j'ai développé lors de ce stage un profil polyvalent me permettant d'être à l'aise avec tous les aspects de la communication : campagnes publicitaires (papier, radio, TV), relations presse, relations publiques, nouveaux médias, action commerciale, mais aussi édition. De même, j'ai été régulièrement amenée à collaborer avec divers prestataires tels que des graphistes, des imprimeurs ou encore de grands groupes spécialisés dans la publicité. J'ai effectué de nombreuses tâches, allant de la rédaction de communiqués de presse à la réalisation d'un livret-jeu, en passant par la mise en place d'une campagne publicitaire de A à Z. Ce stage a aussi été l'occasion de me familiariser avec le monde de l'entreprise privée. J'en ai appris les codes, les méthodes de fonctionnement et les objectifs. Malgré certaines difficultés, ce stage m'a permis d'acquérir des compétences nouvelles, notamment en matière de savoir-être lors de situations de crise et de délais serrés.

Ce mémoire et la réflexion qui y est développée sont donc naturellement en étroite relation avec le stage que j'ai effectué chez Culturespaces sous la direction de Fanny Ménégau, responsable du service communication et marketing. La spécificité du travail de cette entreprise m'a tout de suite interpellée, c'est pourquoi j'ai voulu approfondir la question de la délégation de service public dans le secteur culturel, pour en faire ressortir les tenants et les aboutissants. Le travail de recherche a donc été très axé sur les domaines juridique et économique, des domaines que je ne maîtrise pas forcément, mais a de ce fait élargi mes connaissances en matière de politiques culturelles.

PARTIE I :
RAPPORT DE STAGE

Chapitre 1 : Présentation de la structure

a. Présentation générale

L'entreprise dans laquelle j'ai effectué mon stage, Culturespaces, est une société privée spécialisée dans la gestion de sites, monuments historiques et musées depuis près de 25 ans. Elle a été fondée en 1991 par Bruno Monnier, avec l'appui de grands groupes nationaux tels qu'Havas Tourisme et GDF SUEZ, devenu Engie.

	STRUCTURE
Nom	CULTURSPACES
Date de création	1991 : Bruno Monnier crée Culturespaces.
Domaine d'activité	Gestion de sites, monuments historiques et musées.
Forme juridique	SA à conseil d'administration.
Adresse	153 Boulevard Haussmann, 75008 PARIS.
Principale concurrence	Kléber Rossillon : Entre autres gestionnaire du Château-Musée de Castelnaud et des Jardins suspendus de Marqueyssac en Dordogne, ainsi que du Musée de Montmartre à Paris et plus récemment de la Caverne du Pont-d'Arc en Ardèche. Vert Marine : Société qui gère des équipements à vocation sportive (piscines, patinoires, golf, etc.), touristique et culturelle (centres d'interprétation, parcs animaliers, parcours scénographiés, etc.).
Effectifs	En 2015, l'entreprise compte près de 250 salariés répartis entre le siège à Paris et les sites en région.
Locaux	Le siège de Culturespaces se situe dans le 8 ^{ème} arrondissement de Paris, boulevard Haussmann, en face du Musée Jacquemart-André dont la gestion lui est confiée depuis 1996.
Missions	Répondre aux besoins des collectivités territoriales et des institutions publiques, grâce à la mise en valeur des espaces, des collections et des scénographies de visites et la gestion globale du patrimoine culturel.
Objectifs	Rendre le patrimoine accessible à tous, lui apporter des méthodes modernes de gestion et créer de nouvelles ressources pour sa sauvegarde.

b. Historique

L'histoire de Culturespaces est indissociable de celle de son président-fondateur, Bruno Monnier. Créateur dès l'âge de 19 ans d'une entreprise de services concessionnaire du Château de Versailles, il a suivi parallèlement une formation managériale et culturelle (Science-Po, MBA-HEC¹, Droit et Histoire de l'Art). Après plusieurs années à la Direction Générale d'Havas Tourisme, il devient, en 1986, chargé de mission au cabinet du ministre de la culture, chargé de « Patrimoine 2000 » et du « Grand Versailles ». En 1988, il monte Culturespaces avec quelques passionnés, comme département de conseil et d'ingénierie d'Havas Tourisme. L'entreprise va alors conseiller les collectivités, les propriétaires privés et les grands établissements publics de l'État pour mieux mettre en valeur et gérer leurs monuments et musées.

En 1990, Culturespaces devient une filiale d'Havas Tourisme et de GDF SUEZ et devient un service global de gestion culturelle et économique, dans le cadre de délégations de service public. La même année, l'entreprise signe son premier contrat d'assistance à la gestion pour le Palais des Papes d'Avignon, contrat qui s'achèvera en 2000. La société est officiellement créée en 1991. En 1992, elle se voit confier sa première concession de longue durée par l'Institut de France, pour la mise en valeur et la gestion complète de la Villa Ephrussi de Rothschild. Puis, Culturespaces se verra successivement confier :

- le Château des Baux-de-Provence en 1993
- le Musée Jacquemart-André en 1996
- le Château de Valençay en 1996 (jusqu'en 2008)
- le Musée National de l'Automobile – Collection Schlumpf en 1999
- la Villa Grecque Kérylos en 2001
- le Théâtre Antique d'Orange & le Musée d'Art et d'Histoire d'Orange en 2002

¹ MBA: Master of business administration (maîtrise en administration des affaires) – HEC : Haute École de Commerce.

En 2004, Culturespaces devient internationale avec la reprise en gestion du site du Champ de Bataille de Waterloo en Belgique. Toutefois, le contrat d'exploitation touristique du champ de bataille qui devait initialement courir sur 25 ans a pris fin en 2013 sur fond de différends stratégiques profonds avec l'Intercommunale Bataille de Waterloo 1815. Toujours en 2004, elle acquiert son premier mandat de gestion pour la mise en valeur de la Cité du Train de Mulhouse. En 2005, « Culture Espaces » devient « Culturespaces ». Les sites sont regroupés au sein d'une « chaîne » proposant une même garantie d'accueil et de qualité. Chaque site met en valeur son identité mais dispose d'outils de communication et de gestion communs. En 2006, Culturespaces se voit confier la gestion des trois monuments romains de Nîmes : les Arènes, la Maison Carrée et la Tour Magne. En 2012, elle ouvre les Carrières de Lumières, le plus grand spectacle multimédia de France projeté dans d'immenses carrières, aux Baux-de-Provence. Deux ans plus tard, en février 2014, l'entreprise reprend la gestion du cinéma municipal d'Aigues-Mortes, pour y projeter le film « Aigues-Mortes, un port pour les croisades ». À la suite d'un changement de majorité, la nouvelle municipalité souhaite mettre fin à la convention qui la lie à Culturespaces. Face aux vives tensions, Culturespaces a préféré se désengager.

Enfin, l'année 2015 marque l'ouverture de Caumont Centre d'Art à Aix-en-Provence. Cet hôtel particulier du XVIII^e siècle est le premier lieu acquis par Culturespaces en son nom propre. L'entreprise a déboursé dix millions d'euros pour mettre la main sur ce qui fut le Conservatoire de la Ville, et engagé treize autres millions dans la rénovation et l'aménagement de ce joyau architectural. L'ouverture s'est accompagnée d'une exposition inaugurale, « Canaletto, Rome – Londres – Venise. Le triomphe de la lumière ».

En 2015, Culturespaces gère un ensemble de 12 sites :

- **Musée Jacquemart-André – Paris**
Propriété de l'Institut de France
Confié à Culturespaces en 1996
300 000 visiteurs/an

- **Villa Ephrussi de Rothschild – Saint-Jean-Cap-Ferrat**
Propriété de l'Institut de France
Confiée à Culturespaces en 1992
156 000 visiteurs/an
- **Villa Grecque Kérylos – Beaulieu-sur-Mer**
Propriété de l'Institut de France
Confiée à Culturespaces en 2001
54 000 visiteurs/an
- **Caumont Centre d'Art – Aix-en-Provence**
Propriété de Culturespaces
Ouverture en 2015
- **Château des Baux-de-Provence**
Propriété de la Ville des Baux-de-Provence
Confié à Culturespaces en 1993
284 000 visiteurs/an
- **Carrières de Lumières – Les Baux-de-Provence**
Propriété de la Ville des Baux-de-Provence
Confiées à Culturespaces en 2010
478 000 visiteurs/an
- **Théâtre Antique & Musée d'Art et d'Histoire – Orange**
Propriété de la Ville d'Orange
Confiés à Culturespaces en 2002
180 000 visiteurs/an
- **Arènes de Nîmes**
Propriété de la Ville de Nîmes
Confiées à Culturespaces en 2006
305 000 visiteurs/an
- **Maison Carrée – Nîmes**
Propriété de la Ville de Nîmes
Confiées à Culturespaces en 2006
130 000 visiteurs/an
- **Tour Magne – Nîmes**
Propriété de la Ville de Nîmes
Confiées à Culturespaces en 2006
105 000 visiteurs/an

- **Cité de l'Automobile – Mulhouse**
Propriété de l'Association pour la gestion du Musée National de l'Automobile de Mulhouse
Confiée à Culturespaces en 1999
191 000 visiteurs/an

- **Cité du Train – Mulhouse**
Propriété de l'Association du Musée Français du Chemin de Fer
Confiée à Culturespaces en 2004
91 000 visiteurs/an

Par ailleurs, l'entreprise continue de mettre l'accent sur sa politique de développement en menant de front plusieurs projets :

- L'Atelier des Lumières : ancienne usine de 2.000 mètres carrés au cœur de Paris, qui sera transformée sur le modèle des Carrières de Lumières (concept Amiex®²). L'ouverture est prévue fin 2016.

- Prospection de plusieurs sites susceptibles de convenir pour l'ouverture de plusieurs sites Amiex® : Berlin, Bordeaux, New York et São Paulo.

c. Fonctionnement interne

Culturespaces est une entreprise de taille moyenne qui compte près de 250 collaborateurs répartis au siège à Paris et dans plusieurs régions de France où elle gère des sites (Languedoc-Roussillon, Provence-Alpes-Côte-d'Azur et Alsace). À Paris, l'organisation interne s'établit en fonction de neuf services de tailles variées : direction, développement et mécénat (sous la responsabilité de Judith Moreau), Fondation Culturespaces (sous la responsabilité de Gersende de Pontbriand), programmation culturelle et expositions (sous la responsabilité de Sophie Aurand-Hovanessian), communication et marketing (sous la responsabilité de Fanny Ménégaux), accueil et aménagements (sous la responsabilité d'Anne-Claire de Poulpiquet), travaux et équipements (sous la responsabilité de Xavier de Bergh),

² Amiex®: Art & Music Immersive Experience. Concept de diffusion multimédia à partir de milliers d'images d'œuvres d'art numérisées, diffusées en très haute résolution via la fibre optique et mises en mouvement au rythme d'une bande son spatialisée.

pôle boutiques (sous la responsabilité de Keti Casteraa), ressources humaines (sous la responsabilité de Gaëlle Chantreau) et comptabilité (sous la responsabilité de Sylvie Dissert). Chaque service est installé dans un bureau cloisonné, ce qui accentue l'organisation de la structure et occasionne bon nombre de déplacements dans les couloirs. Par ailleurs, l'opérateur privé travaille beaucoup avec des stagiaires. Ainsi, en janvier 2015, Culturespaces comptait sept stagiaires au siège parisien pour une trentaine de salariés.

Que ce soit au sein même des services ou dans la société de manière générale, la hiérarchie est très affirmée, de même que l'aspect « entreprise privée ». Les employés doivent s'adresser à Bruno Monnier en l'appelant « Monsieur », et être vigilants quant à leur tenue de travail, conformément à ce qui est écrit dans le livret d'accueil : « une tenue soignée, classique et de bon goût ». Le Président Directeur Général n'hésite d'ailleurs pas à signaler les écarts qui peuvent être faits aux employés concernés. De même, ce dernier peut, à l'occasion, manifester son désaccord sur des idées ou des dossiers de façon virulente lors de réunions de service. Le climat particulier qui règne dans certains services de l'entreprise a donné lieu à cinq départs, un *burn-out*, et un départ anticipé d'une stagiaire en l'espace de six mois.

Un séminaire de trois jours visant à faire le bilan sur l'année écoulée et les projets à venir est organisé chaque année au mois de janvier. L'ensemble des salariés du siège, ainsi que les directeurs de sites sont conviés, afin de présenter les derniers chiffres, les potentielles acquisitions, et les objectifs pour l'année d'après. De plus, des réunions de service hebdomadaires avec Bruno Monnier sont mises en place pour faire le point sur les projets en cours. Enfin, de petites réunions informelles et dîners ont lieu à l'occasion des anniversaires, des arrivées et des départs, ou encore des événements particuliers (Noël, Épiphanie, dîner de nouvelle année, etc.).

d. Financement

Compte tenu du fait que je n'ai réussi à avoir que très peu d'informations quant au financement de Culturespaces, il va m'être difficile de développer cette partie. Le seul élément dont je dispose est le suivant : en 2014, le chiffre

d'affaires de l'entreprise était de 26 millions d'euros. Sur ce montant, 3 millions d'euros de redevances ont été reversés aux propriétaires des sites culturels délégués. Ils seront consacrés à la restauration et à la sauvegarde du patrimoine.

e. Communication

Au sein de Culturespaces, le service communication et marketing, dont Fanny Ménégaux est la responsable, est le plus important. Cette dernière supervise le travail de quatre chargées de missions aux rôles bien définis : Romane Dargent, Valeria Guerra, Sophie Etcheverry-Roger et Julia Dacosta. Par ailleurs, elle gère tout ce qui est relatif à la création, la mise en place et le suivi des campagnes d'affichage publicitaire (contrats, réseaux, factures, impressions, livraisons, etc.) Elle est souvent secondée lors de l'étape créative par Valeria Guerra, en charge de l'édition et de la publicité, qui a l'habitude de travailler avec des graphistes et des imprimeurs, et dont l'expérience s'avère très utile sur les questions techniques (chromie, typographie, cadrage, etc.). Selon l'événement ou le site à mettre en valeur, les prestataires (JCDecaux, ClearChannel, AffichePlus, Media Transports, etc.) et les réseaux d'affichage choisis (Paris, région, métro, parkings souterrains, flancs de bus, etc.) varient. Le coût très élevé des campagnes publicitaires d'envergure est proportionnel à l'excellente visibilité que celles-ci offrent. Ainsi, seules des entreprises telles que Culturespaces, bénéficiant d'un budget important, peuvent se permettre ce type de communication. Les messages publicitaires sont un moyen de communication auquel nous sommes tous confrontés plusieurs fois par jour, néanmoins, le circuit développé en amont et aboutissant à la mise en place d'une campagne m'était méconnu.

Valeria Guerra s'occupe des éditions et de la publicité. Les éditions rassemblent tous les supports *print* internes et externes destinés à la diffusion : livrets-jeux, cartons d'invitation, brochures, plaquettes, dépliants, etc. Les catalogues d'exposition ne rentrent pas dans le cadre des éditions, leur réalisation étant du ressort du service programmation culturelle et expositions. Les différentes éditions sont principalement concentrées sur deux périodes : la rentrée de septembre (nouvelle plaquette institutionnelle, mise à jour des brochures des sites, documents relatifs aux expositions d'automne, etc.), et le printemps (documents

relatifs aux manifestations et expositions printanières, ainsi que supports liés au développement ou au lancement d'un nouveau site). Les éditions demandent un travail important sur le long terme, puisque plusieurs étapes sont nécessaires : la création ou refonte du support, la rédaction des contenus, le rassemblement des éléments iconographiques, la mise en page, la relecture, et enfin la diffusion.

Romane Dargent assure deux fonctions bien distinctes, puisqu'elle est à la fois chargée des relations presse et chargée des partenariats médias. Ainsi, elle rédige les communiqués de presse, les dossiers de presse et les prises de parole officielles de Bruno Monnier (discours, préparation d'interviews, etc.), répond aux sollicitations des journalistes (demandes d'informations supplémentaires, de visuels ou d'interviews), organise les conférences de presse et les voyages de presse, assure la veille médiatique³ via *L'Argus* de la presse, et met également en place les partenariats avec les médias (*20 Minutes*, *Le Figaro Magazine*, *France Bleu*, etc.) et avec les institutions (Ministère de la Culture et de la Communication, Ville de Nîmes, Communauté d'Agglomération du Pays d'Aix, etc.). En ce qui concerne la partie presse de ses missions, elle est aidée par deux attachées de presse de l'agence Claudine Colin Communication pour tout ce qui est relatif aux expositions temporaires et spectacles du Musée Jacquemart-André, des Carrières de Lumières et de Caumont Centre d'Art. Au cours de ce stage, j'ai pu prendre conscience de la charge de travail qui pèse sur ses épaules. Il paraît urgent pour Culturespaces d'embaucher une personne supplémentaire, de manière à ce que son poste soit scindé en deux. Fanny Ménégau en est consciente et en fait l'une de ses priorités, toutefois, Bruno Monnier ne semble pas du même avis et préfère investir dans le développement des sites de l'entreprise.

Julia Dacosta (remplacée lors de mon stage par Astrid Letailleur), est en charge de tout ce qui est relatif aux projets web et aux nouveaux médias. Elle travaille en lien avec l'agence de communication digitale Minit-L, qui gère l'ensemble des sites internet (15 au total) ainsi que l'alimentation en contenu des réseaux sociaux (*Facebook*, *Twitter*, *Pinterest*, *Google +*, etc.). Elle doit faire en sorte que tous les outils numériques fonctionnent correctement (pas de piratage, pas de problème informatique, etc.). De plus, elle modère les commentaires laissés en

³ La veille médiatique ou veille média est un dispositif permanent de surveillance des média. Elle est généralement utilisée pour surveiller et analyser les citations et articles consacrés à l'entreprise et ses marques ou produits, ainsi que ceux relatifs aux entreprises et marques concurrentes. Les entreprises qui trustent le marché sont *L'Argus* de la presse, Kantar et EDD.

ligne, répond aux internautes lorsque cela est nécessaire, et anime les communautés en ligne en proposant des jeux concours. Lors de chaque nouvelle exposition, elle développe avec des prestataires extérieurs les applications destinées aux *smartphones* et tablettes, et réalise les bandes-annonces. Enfin, elle s'occupe d'acheter de l'espace publicitaire en ligne, et de créer les bannières pour les campagnes.

L'action commerciale est une communication ciblée sur les professionnels du tourisme (offices de tourisme, autocaristes, croisiéristes, voyagistes, etc.), en vue du développement de partenariats commerciaux sur les sites de Culturespaces. Pour ce faire, Sophie Etcheverry-Roger qui en a la charge, se rend régulièrement sur des salons professionnels en France et à l'étranger (*City Fair* à Londres, *French Rendez-Vous* à Vienne, etc.), et crée chaque année un catalogue spécialement dédié aux professionnels du tourisme. Elle fait en sorte que les sites et événements soient correctement référencés dans les guides de voyage, et démarcher les hôtels, campings et gîtes pour leur faire connaître les lieux afin qu'ils en parlent à leurs clients.

Le service communication et marketing est doté d'un des plus gros budgets de l'entreprise. À titre d'exemple, en 2014, le budget alloué par Culturespaces à ce service était de 2. 300 000€, soit 8% du chiffre d'affaires total qui s'élevait alors à 26 millions d'euros.

Chapitre 2 : Compte rendu des missions

Ma convention de stage stipulait que les missions que j'allais effectuer seraient essentiellement axées autour de l'ouverture de Caumont Centre d'Art à Aix-en-Provence, qui constitue le projet phare de Culturespaces pour l'année 2015. Cela a effectivement été le cas, toutefois, compte tenu du nombre important de musées, monuments et sites historiques gérés par l'entreprise, mon travail s'est étendu aux grands événements ayant lieu au printemps : lancement du nouveau spectacle des Carrières de Lumières, « Michel-Ange, Léonard de Vinci, Raphaël. Les Géants de la Renaissance », ainsi que de l'exposition « De Giotto à Caravage. Les passions de Roberto Longhi » au Musée Jacquemart-André, organisation des

Grands Jeux Romains sur le thème d'Hannibal aux Arènes de Nîmes, mais également préparation de la Fête des Roses dans les jardins de la Villa Ephrussi de Rothschild.

Pour l'ensemble de ces événements, j'ai été amenée à collaborer avec toutes les personnes du service communication et marketing, mais également celles des services programmation culturelle et expositions, développement et mécénat et accueil et aménagements. Ainsi, j'ai pu me familiariser avec tous les aspects de la communication (campagnes d'affichage publicitaire, relations presse et partenariats médias, éditions et publicité, projets web et nouveaux médias et action commerciale) et découvrir le fonctionnement interne entre les différents services avec ses avantages et ses inconvénients. Afin d'organiser au mieux mon travail avec les différentes chargées de mission du service, j'ai fonctionné avec des *check-lists* et *deadlines* dont je discutais avec Fanny Ménégau chaque lundi, lors de notre point hebdomadaire.

a. Campagnes d'affichage publicitaire

Au cours de ces six mois, j'ai pris part au suivi de la création graphique et à la mise en place de plusieurs campagnes publicitaires. Il fallait que je veille tout particulièrement à ce que le plan média⁴ soit respecté, et pour ce faire que j'envoie les fichiers aux imprimeurs et aux afficheurs dans les délais impartis afin que les campagnes d'affichage soient mises en place à temps. J'ai choisi de développer le travail effectué autour des deux campagnes principales : les Carrières de Lumières et Caumont Centre d'Art.

• Les Carrières de Lumières

Chaque année, à l'occasion du lancement du nouveau spectacle des Carrières de Lumières (Les Baux-de-Provence), un visuel est créé pour l'affiche par Patrick Tanguy de l'agence Nuit de Chine, puis décliné sur l'ensemble des supports de communication. Ce visuel est construit tous les ans sur le même modèle, à savoir

⁴ Un plan média est un document qui regroupe l'ensemble des actions prévues dans des réseaux, supports et média choisis pour une campagne publicitaire (campagnes d'affichage, insertions publicitaires, spots radio, etc.). Il se présente le plus souvent sous la forme d'un calendrier comprenant les dates ou périodes ainsi que les média et supports utilisés.

une vue panoramique des parois habillées d'une sélection d'œuvres en fonction de la thématique choisie. Le spectacle 2015, « Michel-Ange, Léonard de Vinci, Raphaël. Les Géants de la Renaissance », présenté jusqu'au 03 janvier 2016, est consacré aux figures emblématiques de la peinture italienne.

Mon travail a dans un premier temps été de suivre la création graphique du visuel de l'affiche 4x3⁵ (12m²), en faisant le lien entre Culturespaces et l'agence pour les corrections. Une fois cette dernière validée, le visuel est décliné pour les affiches 320x240 (8m²) et 120x176⁶ (2m²). Cette étape est la plus longue du processus de mise en place d'une campagne publicitaire, puisque plusieurs niveaux de validation doivent être respectés. Lorsqu'un essai est proposé par l'agence, il est d'abord validé par Fanny Ménégau qui peut demander un certain nombre de corrections, avant d'être soumis à Bruno Monnier qui peut également demander des corrections. Ainsi, lorsque je suis arrivée au mois de janvier, plusieurs centaines de versions avaient déjà été réalisées par l'agence depuis l'été précédent. En effet, la validation finale de l'ensemble des dossiers revient à Bruno Monnier, or, tant qu'une création visuelle ne le satisfait pas complètement rien ne peut être envoyé en impression. Ceci complique très sérieusement le travail du service communication et marketing et lui fait perdre un temps précieux en allers-retours, car il arrive fréquemment que Bruno Monnier revienne sur des éléments validés avec Fanny Ménégau. C'est ce qu'il s'est passé avec cette affiche pour le choix des œuvres.

Une fois le visuel validé j'ai dû formuler une demande de droits auprès de l'iconographe de l'entreprise, Aude Legond, puisque l'affiche met en scène de nombreux tableaux et fresques. Cette dernière s'occupe de présenter le projet à des banques d'images d'art professionnelles telles que Bridgeman Art Library, la RMN ou encore Scala Archives et d'acquérir les droits de reproduction des œuvres d'art. Cette phase s'est révélée compliquée car parmi notre sélection se trouvaient des éléments de la Chapelle Sixtine au Vatican. Les droits ont été difficiles à obtenir et la pression très forte sur l'iconographe qui a préféré démissionner à l'issue de cette tâche. Pour ma part, j'ai transmis les légendes et les crédits photographiques à Patrick Tanguy afin qu'il les indique sur les affiches.

⁵ Voir annexe 1, p. 81.

⁶ Voir annexe 2, p. 82.

Lorsque les logos des partenaires ont été intégrés et que le fichier a été relu par l'ensemble du service, j'ai validé les BAT⁷ et demandé à l'agence de me faire parvenir les fichiers prêts pour l'impression, c'est-à-dire en haute définition avec les traits de coupe positionnés. J'ai ensuite envoyé les fichiers à Lionel Calafat (Print and Display) pour les impressions destinées à la campagne JCDecaux, ainsi qu'à Marc Gallienne (AffichePlus) pour les impressions destinées à la campagne AffichePlus, en leur demandant qu'ils me confirment leur bonne réception et leur conformité (dimensions, bords perdus, traits de coupe, etc.). Il était de mon devoir une fois les campagnes mises en place de demander des justificatifs de pose et d'anticiper les campagnes à venir. Les campagnes d'affichage pour les Carrières de Lumières ont été visibles à Avignon (Ville et parkings souterrains), Aix-en-Provence (Ville et parkings souterrains), Salon-de-Provence (Ville) et Montpellier (aéroport).

Par ailleurs, à la fin de mon stage j'ai commencé à travailler avec Patrick Tanguy sur l'affiche du spectacle 2016⁸, dont le titre provisoire est « Chagall. Songes d'une Nuit d'Été ». Le réalisateur principal du spectacle, Gianfranco Iannuzzi, nous a fait parvenir une sélection de près de deux cents œuvres qu'il compte utiliser et parmi laquelle nous en avons choisi sept sur des critères propres à la communication : sujets représentatifs (mariées, cirque, Bible, etc.) et bestiaire de l'artiste (chèvres, chevaux, etc.), mais aussi chromies attractives (bleu, rouge, jaune, etc.). Il est toutefois dommage de commencer à travailler sur un projet sans pouvoir le suivre jusqu'au bout.

- **Caumont Centre d'Art / Canaletto**

Caumont Centre d'Art est un lieu complètement nouveau, même si le bâtiment est très ancien et bien connu des Aixois, pour lequel il a fallu créer une identité à part entière. Le travail de communication était donc conséquent et primordial pour faire connaître cette nouvelle institution culturelle auprès du plus grand nombre.

⁷ BAT est un acronyme couramment employé dans les domaines de l'imprimerie et du graphisme pour désigner un bon à tirer. Il s'agit d'un document validé par le demandeur que l'imprimeur doit reproduire.

⁸ Voir annexe 3, p. 83.

Caumont Centre d'Art et son exposition inaugurale ont donc constitué la majeure partie de mon travail durant ces six mois. Deux affiches distinctes ont été créées, l'une mettant en avant l'institution et l'autre l'exposition, de même que plusieurs campagnes ont été lancées (affichage classique, flancs de bus, parking souterrains, pavoisement, etc.). Mon rôle a été d'assister Fanny Ménégau sur la mise en place et le suivi de l'ensemble de ces projets. La tâche fut difficile puisque les relations entre Culturespaces, le photographe à l'origine de l'affiche institutionnelle et l'agence créative se sont dégradées au fil des mois, pour finalement aboutir à un changement d'agence quelques semaines avant le début des premières campagnes d'affichage. Cette expérience, bien que délicate, s'est révélée enrichissante dans ma manière d'appréhender le travail avec des prestataires extérieurs issus des domaines artistique et créatif.

De la même manière que pour les Carrières de Lumières, j'ai assuré la liaison entre le service communication et l'agence quant aux retours et corrections des affiches. Le travail relatif à l'affiche institutionnelle était compliqué car il s'agissait d'une création originale du photographe Laurent Chéhère, directement inspirée de sa série « Flying Houses », dont la moindre modification demandait des heures de travail. En effet, Laurent Chéhère a retravaillé chacun des deux cents éléments de la façade, du ciel et de l'extérieur (peintures, cyprès, oiseaux, etc.) sur *Photoshop* avant de recomposer l'image originale. L'enjeu de l'ouverture de Caumont Centre d'Art était tellement grand que plusieurs allers-retours ont été nécessaires. Au final, ce ne sont pas moins de dix versions qui ont été proposées avec différents essais sur la couleur de la façade, les nuances du ciel ou encore les œuvres en suspension. Cela n'a rien d'inhabituel, mais le fait que nous devions passer par une agence intermédiaire pour transmettre nos corrections au



Caumont Centre d'Art © S. Lloyd.

photographe était problématique. Un certain nombre de ces corrections étaient régulièrement oubliées, et le laps de temps entre le moment où donnions nos corrections et celui où nous recevions le fichier corrigé était trop important. Fanny Ménégaux a préféré stopper cette collaboration, acheter les fichiers sources des deux affiches (institutionnelle et Canaletto), et confier la suite du projet à Patrick Tanguy de Nuit de Chine. J'ai par la suite demandé à Jessica Bourges (iconographe engagée en remplacement d'Aude Legond) d'obtenir les droits pour l'ensemble des tableaux visibles sur l'affiche institutionnelle. Nous avons dû changer cette sélection d'œuvres à plusieurs reprises car les droits de plusieurs d'entre eux étaient impossibles à avoir.

Une fois l'étape créative terminée, l'affiche alors validée⁹ est partie en impression. Toutefois, quelques jours plus tard, Bruno Monnier est revenu sur son choix après avoir discuté avec des amis et a demandé à ce que l'affiche imprimée ne soit pas utilisée. Le bloc texte qui était violet et rouge avec des filets est devenu crème, les filets ont disparu et la graisse de la police a été augmentée selon les directives de ce dernier. Les couleurs et nuances choisies pour l'affiche étant très particulières, nous avons assisté, avec Fanny Ménégaux, à ce que l'on appelle dans le jargon de l'imprimerie le calage¹⁰, en nous basant sur le cromalin¹¹ fourni par le graphiste. Cette opération doit être scrupuleusement réalisée afin d'obtenir un résultat optimal. La nouvelle affiche¹² a été imprimée et diffusée lors de campagnes d'affichage locales à Aix-en-Provence (parkings souterrains), Avignon (parkings souterrains) et Marseille (parkings souterrains). Sa diffusion est volontairement restée confidentielle sur demande de Bruno Monnier, qui préférait que l'affiche de l'exposition soit mise en avant.

La création de l'affiche¹³ de l'exposition « Canaletto, Rome – Londres – Venise. Le triomphe de la lumière » a été plus simple que celle de l'affiche institutionnelle, car nous n'avions besoin que d'un seul visuel. Par ailleurs, les droits de reproduction d'une œuvre de Canaletto sont plus faciles à obtenir que

⁹ Voir annexe 4, p. 84.

¹⁰ Le calage désigne l'opération préalable à toute impression. Il permet de régler les couleurs, l'encrage et la densité d'encrage préalablement à la première impression qui donnera le bon à tirer.

¹¹ Il s'agit d'une épreuve servant au contrôle et à la validation des couleurs d'un fichier. Cette épreuve est généralement fournie par un graphiste, et donnée comme modèle au moment du calage des couleurs lors de l'impression.

¹² Voir annexe 5, p. 85.

¹³ Voir annexe 6, p. 86.

ceux d'un Picasso ou d'un Gauguin. Nous avons choisi l'œuvre la plus colorée et lumineuse du parcours de visite, *Venise : Le Bucentaure de retour au Môle, le jour de l'Ascension*. Le plus gros du travail de création (choix des typographies, mise en place du cartouche blanc, cadrage du visuel, etc.) a été réalisé par l'agence initiale, tandis que les dernières corrections et les mises au format ont été faites par Patrick Tanguy. Les étapes ont été les mêmes que pour l'affiche institutionnelle, à savoir création, impression et affichage. Les campagnes d'affichage ont été visibles à Aix-en-Provence (Ville et parkings souterrains), Marseille (Ville, aéroport et parkings souterrains), Montpellier (aéroport), Avignon (Ville et parkings souterrains), Martigues (Ville), Salon-de-Provence (Ville).



Par ailleurs, j'ai mis en place les campagnes d'affichage sur les flancs de bus d'Aix-en-Provence (réseau Metrobus de Media Transports), ainsi que le pavoisement du Cours Mirabeau (Ville d'Aix-en-Provence), avant

d'en assurer le suivi. Ainsi, j'ai géré les demandes de contrats, les dates, les mises au format, les questions techniques et logistiques, les impressions, les envois, et les factures. De la même manière, je me suis également occupée de la création puis de la mise en place de la signalétique Ville avec l'aide de Martine Gouzy, responsable régionale chez JCDecaux. Nous avons travaillé ensemble sur la réalisation des plaques signalétiques destinées à indiquer Caumont Centre d'Art (informations, logo, couleurs, mention des parkings les plus proches, etc.).



Plaques signalétiques © C. Charrol.
Au-dessus : campagne publicitaire flanc de bus à Aix © C. Charrol.

Le vendredi 5 juin, soit un mois après l'ouverture de Caumont Centre d'Art, j'ai été envoyée à Aix-en-Provence pour effectuer une visite mystère et faire un bilan des dispositifs de communication mis en place jusqu'alors (Office de Tourisme, totems et signalétique Ville, point information sur le Cours Mirabeau,

affichage, etc.). Ainsi, j'ai fait la synthèse des outils qui fonctionnaient, ceux qui ne fonctionnaient pas, et j'ai relevé les manques en terme de communication. La visite mystère devait quant à elle servir à améliorer l'accueil des visiteurs et la qualité de la visite.

Enfin, à la fin de mon stage, Fanny Ménégau m'a demandé de réaliser le plan média estival de Caumont Centre d'Art et de son exposition inaugurale, afin d'avoir une vue d'ensemble des actions de communications prévues (campagnes d'affichage, spots radio, insertions presse, etc.). J'ai donc repris tous les contrats et les éléments dont nous disposions afin de créer un tableau Excel récapitulatif. L'objectif de cet exercice était également de voir si nous étions présents de manière homogène et régulière sur l'ensemble des supports de communication.

b. Relations presse et partenariats médias

Avec l'ouverture de Caumont Centre d'Art, le travail de Romane Dargent s'est nettement intensifié puisqu'il fallait qu'elle organise la conférence de presse, les visites en avant premières pour les journalistes, ainsi que la semaine d'inauguration. Je l'ai donc secondé dans les relations presse et les partenariats médias des autres sites de Culturespaces : la Cité de l'Automobile, les Villas Ephrussi de Rothschild et Kérylos, les Arènes de Nîmes, le Musée Jacquemart-André ou encore le Château des Baux-de-Provence.

Le très grand nombre d'événements se déroulant au printemps a donné lieu à la rédaction d'une vingtaine de communiqués de presse¹⁴. Lorsque je devais rédiger un communiqué, je prenais contact avec le site en question afin de rassembler un maximum d'informations et de visuels sur l'événement. Certaines animations telles que le spectacle En Piste ! ou le Bal des Populaires à la Cité de l'Automobile sont, à quelques détails près, exactement les mêmes d'une année sur l'autre. Seules les dates et les informations pratiques devaient être modifiées. Une fois la première version rédigée et mise en page, je la soumettais à Romane Dargent qui me faisait ses retours. J'intégrais ses commentaires, puis envoyais le communiqué au directeur du site et le déposais sur le bureau de Fanny Ménégau

¹⁴ Voir annexes 7, p. 87.

pour validation. Par la suite, je préparais l'*e-mailing* et sélectionnais les listings de journalistes auxquels nous allions l'envoyer (ex : fichiers « PACA », « Presse Jardins » et « Tourisme/Voyage » pour la diffusion d'un communiqué de presse sur la Fête des Roses à la Villa Ephrussi de Rothschild). Une fois l'*e-mailing* envoyé, je répondais aux diverses sollicitations des journalistes. Ce travail était également un excellent moyen d'enrichir et de trier les listings presse en fonction des retours que nous avions.

Cependant, compte tenu du rythme auquel il fallait rédiger et envoyer les communiqués de presse, ainsi que de la quantité de travail que j'avais sur les campagnes d'affichage et les éditions, j'ai demandé à faire un point avec Fanny Ménégaux à propos des missions qui m'étaient confiées par Romane Dargent. Je lui ai ainsi expliqué que malgré tous mes efforts il m'était difficile de satisfaire ses exigences, car la période était très chargée pour tout le monde, même pour moi. Elle a été sensible au fait que je sois venue lui en parler, a reconnu qu'effectivement je n'étais pas uniquement la stagiaire presse, et s'est entretenue avec la chargée des relations presse et des partenariats médias. Tout s'est très bien passé par la suite, et Romane Dargent a fait en sorte d'ajuster les tâches qu'elle me donnait par rapport à ce que j'avais déjà à faire.

Outre les communiqués de presse, j'ai également eu la possibilité de constituer les dossiers de presse¹⁵ de deux événements importants : les Grands Jeux Romains et la Fête des Roses. Leur rédaction était compliquée puisque toute l'organisation et la production se faisaient sur place, à Nîmes et à Saint-Jean-Cap-Ferrat. Aussi, les informations nous arrivaient au compte-goutte et de nombreuses modifications ont eu lieu jusqu'au jour J. Pour les Grands Jeux Romains, les informations étaient à collecter auprès des Arènes de Nîmes, de la Ville de Nîmes, mais aussi de la Fondation Culturespaces qui a mis en place pour l'occasion le projet « Sur les traces des Romains ». Lorsque j'ai eu suffisamment de matière, j'ai commencé à rédiger et à mettre en page, ce qui fut fastidieux. Un long travail de recherche a été nécessaire pour la partie historique du dossier de presse des Grands Jeux Romains, de même qu'un long travail de relecture pour les deux dossiers. Lorsque les dossiers de presse ont été terminés et longuement relus pour éviter toute erreur ou coquille, je les ai envoyés dans un *e-mailing* ciblé aux

¹⁵ Voir annexes 8 et 9, pp. 88-89.

journalistes des listings choisis en amont. Mon travail ne s'est pas arrêté là, puisque une fois le dossier de presse envoyé, il faut faire des relances. Cette tâche, aussi chronophage que nécessaire, n'est pas la plus gratifiante. En effet, les journalistes voient passer un nombre incalculable de communiqués et dossiers de presse chaque jour pour des événements qui ne pourront pas tous être couverts. Aussi, quand je les ai contactés pour m'assurer qu'ils avaient bien reçu notre dossier de presse et savoir s'ils comptaient couvrir l'événement, j'ai été confrontée à deux types de réactions :

- Le/la journaliste désolé(e) qui m'explique qu'il/elle a bien reçu le dossier de presse et qu'il/elle va faire son maximum pour se rendre sur place, ou du moins envoyer un(e) pigiste.
- Le/la journaliste qui m'explique un peu sèchement que ça ne l'intéresse pas et que de toute manière sa rédaction a d'autres priorités en ce moment.

C'est une mission durant laquelle je me suis beaucoup remise en question quant à ma capacité à présenter et « vendre » un événement aux journalistes, mais où j'ai appris qu'il ne fallait pas prendre les mauvaises réactions pour moi. Cela fait partie intégrante du travail d'un(e) chargé(e) des relations presse, il faut arriver à prendre du recul.

Parallèlement aux relations presse, j'ai travaillé sur des missions relatives aux partenariats médias du Musée Jacquemart-André, qui prenaient la forme d'opérations de relations publiques ou de suivi des insertions publicitaires. Des opérations de relations publiques ont eu lieu avec *Le Figaro Magazine*, la Fnac des Ternes (17^{ème} arrondissement de Paris), ou encore les cinémas UGC. Un partenariat a été noué avec ces médias et institutions à l'occasion de l'exposition temporaire « De Giotto à Caravage. Les passions de Roberto Longhi ». Ces derniers se sont fait le relai de l'exposition via différents supports, dossier spécial de plusieurs pages dans *Le Figaro*



**Bannière « De Giotto à Caravage. Les passions de Roberto Longhi »
Fnac des Ternes (17[°]).**

Magazine, bannière verticale accrochée sur la façade de la Fnac des Ternes¹⁶ et bande-annonce projetée avant les films dans les cinémas UGC, tandis que Culturespaces leur a proposé en contrepartie une visite privée de l'exposition. Ces visites privées peuvent être destinées à leurs meilleurs clients (Fnac et UGC) ou au personnel interne (*Le Figaro Magazine*), et prennent soit la forme d'un petit-déjeuner, soit d'une coupe de champagne :

- La formule petit-déjeuner se déroule le matin entre 8h30 et 10h30, avant l'ouverture du musée. Les invités sont accueillis par un(e) représentant(e) de la structure invitante (en général une personne en charge de la communication ou du marketing), et Romane Dargent. Ils déposent leurs affaires au vestiaire, puis ont la possibilité de prendre un petit-déjeuner (café, thé, viennoiseries, jus d'orange, etc.) dans le salon de thé du Musée Jacquemart-André. Les guides-conférencières composent par la suite 3-4 petits groupes pour des départs en visite toutes les quinze minutes environ.
- La formule coupe de champagne se déroule le soir entre 18h30 et 20h, après la fermeture du musée. De la même manière que pour un petit-déjeuner, les invités sont accueillis par un(e) représentant(e) de la structure invitante et Romane Dargent. Un apéritif autour d'une coupe de champagne leur est proposé dans le salon de musique. Les guides-conférencières composent par la suite 3-4 petits groupes pour des départs en visite toutes les quinze minutes environ.

J'ai donc aidé à la mise en place de ces opérations en faisant notamment le lien entre le siège de Culturespaces et le service réceptions du Musée Jacquemart-André. En effet, ce service supervise l'organisation générale et gère les besoins matériels (tables, chaises, vestiaire, etc.) et humains (serveurs, guides-conférencières, hôtesse d'accueil, etc.) en fonction du nombre de personnes attendues. J'ai assisté au petit-déjeuner du Figaro Magazine avec Romane Dargent pour voir comment cela se déroulait, avant de me voir confier l'accueil de la coupe de champagne de la Fnac des Ternes, ainsi que celui du petit-déjeuner des cinémas UGC. Le déroulement des opérations de relations publiques est à peu de choses près le même à chaque fois. J'arrivais une trentaine de minutes avant le début de

¹⁶ Voir annexe 10, p. 90.

l'événement, afin d'accueillir les personnes représentant les structures : Caroline Laisney, responsable de la communication de la Fnac des Ternes (07 avril) et Marie Guislain, responsable marketing chez UGC (05 mai). Je veillais à ce que tout soit prêt du côté du musée, à ce qu'elles soient bien installées, puis les aidais à accueillir les invités. L'une des deux responsables des événements et des réceptions du Musée Jacquemart-André, Vanessa Blacque-Belair ou Cécile Miniconi, était toujours présente en cas de problème.

Ces deux opérations de relations publiques se sont parfaitement déroulées. J'ai apprécié que Romane Dargent me fasse assez confiance pour me donner ces responsabilités, ainsi que le fait d'être autonome. Les partenariats médias peuvent également prendre la forme d'échanges de visibilité entre Culturespaces et les médias. Ainsi, pour les expositions de « De Giotto à Caravage. Les passions de Roberto Longhi » (Musée Jacquemart-André), « Canaletto, Rome – Londres – Venise. Le triomphe de la lumière » (Caumont Centre d'Art) et le spectacle « Michel-Ange, Léonard de Vinci, Raphaël. Les Géants de la Renaissance » (Carrières de Lumières), des partenariats ont été mis en place avec plusieurs grands médias nationaux tels que le groupe *Le Figaro*, *L'Œil*, *20 Minutes*, *Le Parisien* ou encore *Maison Côté Sud*. Ces partenariats se traduisent par des insertions publicitaires à tarifs préférentiels pour Culturespaces, qui offre en échange aux médias une visibilité sur l'ensemble des supports de communication de l'événement à travers la présence de leurs logos.

Une fois les partenariats mis en place, j'ai assuré le suivi des plannings d'insertions. Il s'agissait de fournir les éléments techniques aux différents graphistes afin qu'ils réalisent les mises au format, valider les créations et demander les BAT, envoyer les fichiers aux régies publicitaires dans les délais, puis demander les justificatifs et les classer. Cette mission n'était pas compliquée, mais demandait une grande organisation et une bonne mémoire. Il fallait garder les échéances en tête, consulter chaque jour l'ensemble des plannings pour être sûre de n'avoir rien oublié et de n'avoir aucun retard, et relancer régulièrement les régies pour obtenir les justificatifs.

c. Éditions et publicité

Comme pour l'ensemble du service, l'ouverture de Caumont Centre d'Art a entraîné une augmentation considérable de la charge de travail dans les éditions. Plusieurs supports ont été créés pour l'occasion, avec un niveau d'exigence très élevé : cinq cartons d'invitation, un livret de visite, une carte de communication, un livret-jeux, etc. Afin de ne pas négliger pour autant les éditions des autres sites, un certain nombre de dossiers m'a été délégué. La partie publicité regroupe quant à elle tout ce qui se rattache à l'achat d'espaces publicitaires *print* et radio (créations graphiques, écriture de spots, etc.), autrement dit toute forme de publicité ne rentrant pas dans le cadre d'un partenariat, à l'exception des campagnes d'affichage.

L'une de mes premières missions concernait les éditions du Musée Jacquemart-André et de la Villa Ephrussi de Rothschild. Ces deux sites sont en effet les seuls à proposer à leurs visiteurs une Carte Privilège. Il s'agit d'une carte d'abonnement donnant lieu à de nombreux avantages : 5% de réduction à la boutique-librairie, accès libre et illimité au site, accès coupe-file pour les personnes accompagnantes, etc. Notre souhait était de moderniser la lettre et la carte adhérent¹⁷ que reçoivent les personnes ayant souscrit un abonnement au Musée Jacquemart-André, et de coordonner le *flyer* présentant la Carte Privilège de la Villa Ephrussi de Rothschild¹⁸ avec celui du Musée Jacquemart-André. Nous travaillions pour cela avec la même agence créative pour les deux dossiers, Images&Formes. Une fois les *briefs* adressés à la graphiste, plusieurs essais nous sont parvenus rapidement. Toutefois, ce dossier n'étant pas d'une grande importance au regard des autres dossiers en cours, il nous aura fallu près de cinq mois pour toucher au but et lancer la phase d'impression. Une fois de plus, mon travail était de faire le lien entre le service communication et marketing et l'agence, en vérifiant les textes, la mise en page, la prise en compte des corrections précédentes, et en transmettant les nouvelles corrections. La création du *flyer* de la Villa Ephrussi de Rothschild était assez simple, puisque nous nous appuyions sur celui du Musée Jacquemart-André préexistant. Nous avons juste revu la politique tarifaire, afin de passer d'une rentabilité de cinq à trois visites. En revanche, la

¹⁷ Voir annexe 11, p. 91.

¹⁸ Voir annexe 12, p. 92.

lettre-carte du Musée Jacquemart-André était une création inédite, plusieurs allers-retours ont donc été nécessaires pour en définir la ligne graphique. Ainsi, plusieurs propositions¹⁹ nous ont été faites pour le *design* de la carte adhérent. Après avoir arrêté notre choix sur l'une des propositions, nous avons épuré la mise en page de la lettre, tout en préservant l'identité du site grâce à la couleur rouge.

Par la suite, il nous a fallu travailler sur les éditions relatives aux Grands Jeux Romains (2 et 3 mai 2015), à savoir le *flyer* de présentation²⁰ et le programme du spectacle et des animations²¹. L'agence était basée à Nîmes, de même que les équipes d'organisation. Le dossier de presse que j'avais réalisé au préalable nous a été d'une grande aide, car j'avais rassemblé et mis en page une grande partie des informations dont nous avons besoin. Il n'y a eu aucun travail créatif sur les supports par rapport à l'année précédente, si ce n'est la taille du programme qui a été revue à la hausse, à la demande de la Ville de Nîmes. Toutefois, un gros travail de recherche fut utile pour compléter le propos historique développé dans le programme (voyage d'Hannibal, bataille de Zama, origines de l'*equiria*, etc.). Nous avons fait des corrections directement sur les documents de l'édition 2014, et transmis les nouveaux textes ainsi que le visuel général pour la page de garde. Lorsque les textes ont été mis en page, nous avons dû choisir les éléments iconographiques. La plupart des visuels proviennent des éditions précédentes, il s'agit de scènes neutres qui sont présentes chaque année : formation militaire, course de chars, ou encore combat de gladiateurs. Les autres visuels ont été pris lors des répétitions à Modène en Italie, et nous ont été envoyés par le directeur des Arènes de Nîmes. De la même manière que pour tous les documents de communication, un long travail de relecture est indispensable. Cela permet d'ajuster les textes et les paragraphes, de revoir certaines tournures de phrases, et de relever des erreurs ou des oublis. Enfin, nous nous sommes occupées de l'impression et de l'envoi, tandis que les équipes à Nîmes se sont chargées de la diffusion.

À l'occasion de l'événement « Une Journée chez la Baronne » (du 26 au 30 avril 2015), destiné à faire découvrir la Villa Ephrussi de Rothschild et la vie à la

¹⁹ Voir annexe 13, p. 93.

²⁰ Voir annexe 14, p. 94.

²¹ Voir annexe 15, p. 95.

Belle Époque, le service communication et marketing a édité un livret-jeux²² inédit pour les enfants de 7 à 12 ans. Avec l'aide de l'équipe de la Villa et de Valeria Guerra, j'ai mis au point un parcours de visite, réalisé un chemin de fer (scénario, contexte, objectif, etc.), rédigé les textes de transition et créé les énigmes. Un petit travail de recherche sur la Belle Époque, le style de vie à cette période et l'entourage de Béatrice Ephrussi de Rothschild fut nécessaire. Cela n'était pas très évident puisque toutes les personnes travaillant à la Villa étaient mobilisées pour la Fête des Roses qui avait lieu le week-end des 2 et 3 mai 2015. Mon contact sur place a donc été la stagiaire du service événements et réceptions, avec laquelle j'ai dû organiser la partie pratique de l'enquête : logique du parcours de visite, contraintes du lieu, cachette du collier, etc. Elle n'avait jamais fait de médiation culturelle, sa réflexion n'était donc pas tournée vers le jeune public, et les propositions de contenu qu'elle a pu me faire ne convenaient pas au regard de la cible. En voyant cela, la responsable des éditions et de la publicité m'a soutenue et conseillée afin que je mène cette mission à bien. À cause d'un problème similaire le livret-jeux n'avait pas pu être édité l'année dernière. Lorsque le contenu a été validé par Fanny Ménégaux, Valeria Guerra s'est attelée à la mise en page sur *InDesign*. S'agissant de documents relativement simples dans le format et le graphisme, Culturespaces ne passe pas par une agence pour les livrets-jeux. Seules les petites mascottes, Hugo et Léa, sont réalisées par une agence, puis déclinées à l'envie. Les livrets-jeux ont ensuite été imprimés et livrés à Saint-Jean-Cap-Ferrat pour être distribués aux enfants.

Les sites de Culturespaces sont également présents dans des éditions externes, dont la création et la diffusion ne relèvent pas de l'entreprise. C'est le cas notamment avec le guide « Bienvenue en Provence »²³, édité par l'association éponyme. Ce guide regroupe tous les centres d'intérêt culturels et touristiques de la région provençale (Alpilles, Avignon, Camargue, Cévennes, Luberon et Vallée du Rhône). La diffusion se fait à l'aide d'un réseau de 1100 présentoirs, répartis principalement sur une zone d'environ 1h30 de trajet autour d'Avignon (offices de tourisme, restaurants, lieux culturels et touristiques, hôtels, gîtes, campings etc.). Ainsi, l'ensemble des sites provençaux de Culturespaces bénéficie d'une belle visibilité grâce à une page de présentation qu'il faut remettre à jour chaque année.

²² Voir annexe 16, p. 96.

²³ Voir annexe 17, p. 97.

En me basant sur le guide 2014, j'ai modifié les textes, sélectionné de nouveaux visuels, et mis à jour les informations (horaires, tarifs, dates des spectacles et expositions). La petite nouveauté résidait cette année dans la création d'une page pour Caumont Centre d'Art.

Le lancement de ce nouveau lieu culturel s'est fait avec l'appui de la Ville d'Aix-en-Provence. Aussi, les travaux de restauration, l'inauguration et l'ouverture au public ont-ils été largement relayés dans les publications de la Ville : *Aix-en-Provence le Mag* et *l'Agenda culturel*. Je me suis occupée de transmettre les éléments pour *l'Agenda culturel* de juin 2015²⁴ dans lequel nous avons une page. Cette dernière été volontairement consacrée à l'exposition « Canaletto, Rome-Londres-Venise. Le triomphe de la lumière », puisqu'un dossier de quatre pages avait été entièrement dédié à Caumont Centre d'Art dans le numéro de mai. Les parutions dans des éditions institutionnelles sont les plus difficiles à gérer car le ton doit être le plus neutre possible, chaque opérateur culturel étant mis sur un même pied d'égalité. Il est par exemple impossible de réutiliser le texte et les visuels du numéro précédent. Il faut qu'une actualité justifie la présence du lieu dans les pages de *l'Agenda culturel* : conférences, nouvelle exposition, concerts, etc. Par ailleurs, étant donné qu'il s'agit de publications gratuites, les opérateurs culturels n'ont, en théorie, aucun droit de regard sur les choix de rédaction ou d'illustration, et ne valident pas la mise en page finale.

Enfin, j'ai assisté Valeria Guerra dans des missions relatives à la publicité radio, en participant à la création de cinq spots pour le réseau France Bleu (groupe Radio France). Ce type de communication est différent. Le message doit être concis, clair et direct, pour que l'auditeur le retienne facilement. J'ai dans un premier temps écouté les spots diffusés les années précédentes pour me faire une idée de ce qui était attendu, avant de rédiger les textes. Après une ou deux versions, et l'aval de Fanny Ménégaux, j'envoyais ces textes au comité d'agrément de la publicité de Radio France afin qu'il les valide. Ce comité vérifie la conformité des textes (pas de marques, pas d'injures, longueur cohérente avec la durée, etc.). Lorsque leur accord était donné, je transmettais le texte à Boîte à Mix, un studio de production sonore, publicité radio et vidéo, en leur demandant un devis pour l'enregistrement du spot. Ce studio nous envoyait ensuite des propositions de

²⁴ Voir annexe 18, p. 98.

fonds sonores et de voix. Pour certains spots, les choix étaient faciles et rapides, tandis que pour d'autres cela prenait beaucoup plus de temps. Quand tout était finalement prêt, j'envoyais les spots pour diffusion à la régie publicitaire de Radio France. De la même manière que pour les insertions presse, je devais réaliser tout cela en respectant un calendrier et en prenant en compte le fait que les textes devaient être soumis cinq jours au moins avant la date de diffusion, et que les sons définitifs devaient être remis deux jours ouvrés avant la date de première diffusion.

d. Projets web et nouveaux médias

J'ai réalisé très peu de missions en lien avec les projets web et les nouveaux médias pour deux raisons. La première parce que la chargée de mission sur ce poste, Julia Dacosta, était enceinte et a donc dû assurer plusieurs semaines de passation avec sa remplaçante, Astrid Letailleur. De ce fait, cette dernière a mis un certain temps à appréhender le poste, et n'était pas forcément prête pour déléguer de gros dossiers. La seconde parce que les missions en question tournaient essentiellement autour de Caumont Centre d'Art (vidéo de présentation, bande-annonce et mini-site de l'exposition temporaire, etc.). Les enjeux étaient importants et Bruno Monnier très exigeant, Fanny Ménégaux a donc préféré que tout soit directement géré par la chargée de projets web nouveaux médias. Toutefois, j'ai pu me rendre utile sur diverses petites missions comme la mise à jour des sites web existants (communiqués de presse, articles de presse, photos, etc.), la relecture des applications pour *smartphones* et tablettes des expositions, ou encore la rédaction de *posts* pour *Facebook* et *Twitter* et la réalisation de jeux concours/quizz pour les réseaux sociaux. J'ai tout de même appris beaucoup de choses grâce à Astrid Letailleur qui s'est montrée très pédagogue, et qui n'a pas hésité à m'apprendre le fonctionnement d'outils tel que *Google Analytics*. Il s'agit d'un service en ligne gratuit généré par *Google*, permettant de mesurer et d'analyser l'audience d'un site web.



L'événement majeur que j'ai suivi avec la chargée de projets web et nouveaux médias était la #MuseumWeek 2015, qui s'est déroulée du 23 au 29 mars. Pendant une semaine, les institutions culturelles et musées du monde entier ont été invités à célébrer la culture et à rivaliser d'imagination sur *Twitter*. Sept jours, sept thématiques sur lesquelles poster des contenus : #secretsMW, #souvenirsMW, #architectureMW, #inspirationMW, #familyMW, #favMW et #poseMW. Les deux objectifs principaux étaient d'encourager le public à prendre part à une initiative communautaire amusante, et d'apporter une dimension mondiale à cet événement. Plus de huit cents musées, galeries, et institutions culturelles à travers le monde ont officiellement participé à cette première édition, et échangé 180 000 *tweets* en sept jours. Culturespaces a également joué le jeu via les comptes @Culturespaces et @JacquemartAndre. Notre rôle avec Astrid



#poseMW / @JacquemartAndre.

Letailleur était de trouver des idées de *posts* à la fois insolites et instructifs, afin de partager avec les internautes les richesses patrimoniales et artistiques des sites gérés par cet opérateur. Cette initiative était très enrichissante du point de vue culturel, car nous avons appris quantité de choses sur les sites pour lesquels nous travaillions, mais aussi sur d'autres sites et musées. C'est aussi un excellent moyen de tisser des liens avec d'autres structures culturelles, comme se fut le cas pour le Musée Jacquemart-André avec l'Opéra de Paris ou Muse Firenze.

e. Action commerciale

L'action commerciale est une facette de la communication qui m'était jusqu'alors totalement inconnue. Avec l'ouverture de Caumont Centre d'Art, son objectif était de développer le portefeuille de clients dans la région sud-est afin que ces derniers fassent venir leurs groupes à Aix-en-Provence. C'est dans cette logique

qu'une soirée leur était consacrée à l'occasion de la semaine d'inauguration. Le petit groupe de stagiaires du siège parisien était d'ailleurs convié à cette soirée.

Toujours dans le but d'accroître la visibilité de Caumont Centre d'Art, une billetterie spécifique a été mise en place au sein de l'Office de Tourisme d'Aix-en-Provence. Il a été choisi de communiquer autour de cette nouveauté en faisant ce que l'on appelle dans le jargon du marketing de la PLV (publicité sur le lieu de vente). Cela s'est traduit par la création d'un kakémono²⁵ qui est désormais déployé dans l'espace d'accueil de l'Office de



Kakémono Caumont Centre d'Art, Office de Tourisme d'Aix-en-Provence.

Tourisme. C'est Anne-Katherine Renaud, graphiste travaillant souvent avec Culturespaces, qui a réalisé la partie créative de ce kakémono. L'objectif était de mettre en avant le lieu par rapport à l'exposition, puisqu'il semblerait que l'architecture provençale soit ce qui attire le plus les touristes étrangers. Les visuels utilisés étaient ceux pris lors de divers *shootings* tout au long du printemps. J'ai assuré le suivi du projet en transmettant les photos et les corrections. Toutefois, à la différence du kakémono du Musée Jacquemart-André qui était réalisé par une agence assurant à la fois la partie créative et la partie technique (impression, structure métallique, livraison, etc.), j'ai dû demander un devis à l'agence MBCOM pour la partie technique uniquement. Cela n'a pas posé de problème, et le kakémono a pu directement être livré à Aix-en-Provence. Une personne de l'équipe de Caumont Centre d'Art s'est chargée de le mettre en place à l'Office de Tourisme.

Par ailleurs, dans le cadre de la 10^e édition du salon Rendez-Vous en France qui s'est tenue à Paris (Porte de Versailles) les 31 mars et 1^{er} avril, Sophie Etcheverry-Roger représentait le Musée Jacquemart-André. Afin d'habiller le stand et de le rendre plus attractif, nous avons réalisé un kakémono²⁶. La chargée d'action commerciale s'est occupée d'envoyer le *brief* initial à l'agence MBCOM,

²⁵ Voir annexe 19, p. 101.

²⁶ Dans le domaine de la PLV (publicité sur le lieu de vente) et des outils de visibilité salons, un kakémono est une affiche verticale suspendue et par extension du terme des affiches sur pied portant. Le terme de kakémono vient des œuvres d'art calligraphiées japonaises suspendues. Sur un stand de salon, ils sont souvent sur pied ou autoportants et enroulables.

tandis que j'ai assuré le suivi du projet. Nous souhaitions quelque chose de graphique, épuré et faisant la part belle aux visuels, tout en conservant une petite touche de rouge qui est la signature du musée. Après différents essais, plusieurs allers-retours et quelques ajustements, nous sommes arrivés à une version²⁷ qui a été validée par Fanny Ménégaux. Le kakémono et sa structure ont été livrés à temps au siège de Culturespaces pour qu'il puisse être installé sur le stand.

Les missions que j'ai été amenée à effectuer durant ce stage ont été très variées, me permettant de découvrir certaines facettes de la communication telles que l'action commerciale ou les campagnes d'affichage, mais aussi d'approfondir mes connaissances liées aux relations presse ou aux nouveaux médias. J'ai pu développer mes compétences dans de nombreux domaines (travail avec des prestataires extérieurs ou opérations de relations publiques) et mettre à profit celles déjà acquises (rédaction de communiqués de presse, mise en page, gestion des réseaux sociaux, etc.), en ayant des responsabilités de manière continue. Mon expérience au sein de Culturespaces me permet d'être aujourd'hui complètement opérationnelle, de travailler dans des délais variables avec la même précision et d'être force de proposition quant aux projets qui me seront confiés à l'avenir. Je serai désormais capable de travailler dans le secteur public comme dans le secteur privé, même si je ne partage pas nécessairement la vision de ce dernier. En effet, le pouvoir décisionnaire du PDG sur l'ensemble des dossiers me paraît trop important par rapport aux propositions et suggestions que peuvent faire les salariés. Cela est peu gratifiant pour eux, et n'incite pas beaucoup à insuffler de nouvelles idées. Toutefois, il est intéressant de voir à quel point le service communication et marketing est complet dans ses missions. J'ai partagé le quotidien des personnes qui le compose à travers les projets et les rendez-vous culturels qui ont rythmé cette année 2015, ce qui m'a permis de comprendre le fonctionnement d'un tel service à échelle nationale. Le temps passé au sein de Culturespaces constitue une expérience très enrichissante, tant sur le plan professionnel que personnel.

²⁷ Voir annexe 20, p. 102.

PARTIE II :

MÉMOIRE

La délégation de service public dans le secteur culturel : entre rentabilité économique et finalité culturelle. L'exemple de Culturespaces.

Introduction

En France, les contextes politique et économique des années 80-90 ont contribué à la création de ce que l'on appelle les partenariats public-privé, qui constituent sur le papier une alternative intéressante à la seule gestion publique. Aucun domaine n'y échappe, assainissement, traitement des déchets, énergie, constructions autoroutières, et même culture. Les problèmes de restrictions budgétaires qui ont récemment touché ce dernier secteur, en font un sérieux prétendant à la délégation de service public. En effet, ce type de partenariat entre une collectivité publique et un opérateur privé réunit de nombreux avantages (souplesse, nouvelles formes de financements, etc.) et a ainsi la préférence de la culture. Toutefois, à la différence d'autres secteurs, la culture dispose de spécificités qui rendent sa gestion complexe. Il ne s'agit pas de gérer la culture selon des critères purement financiers, mais d'intégrer un certain nombre de paramètres culturels. En cela, ce modèle atteint ses limites car l'équilibre entre rentabilité économique et finalité culturelle est difficile à trouver. La balance a régulièrement tendance à pencher du côté des finances, laissant les missions premières de la culture (éducation, animation, médiation, etc.) en suspens. De ce fait, nous nous demanderons si la délégation de service public – et les partenariats public-privé de manière générale – est un moyen efficace pour gérer la culture, et quelles sont les perspectives d'avenir de ce modèle. C'est la question que se pose en substance Philippe Pujas :

Dans quelles limites, avec quels garde-fous, peut-on confier une telle institution [...] à une entreprise dont la préoccupation première, et normalement exclusive, est de faire du chiffre d'affaires et du profit ? [...] Quand et dans quelles conditions un musée doit-il être rentable ? Peut-il l'être s'il doit intégrer des contraintes de service public sur la gestion des collections, le travail scientifique et pédagogique, une politique tarifaire sensible à l'impératif de démocratisation ?²⁸

Ainsi, après avoir exposé les origines, le développement et le cadre légal des partenariats public-privé, nous analyserons en détails la notion de la délégation de service public, en présentant les différents modes de gestion qui en découlent, ses avantages mais aussi ses inconvénients. Nous verrons par la suite, de manière

²⁸ PUJAS, Philippe. *Policultures* (Montherlant). Mai 1999, n°38. In TOBELEM, Jean-Michel. *Le nouvel âge des musées : les institutions culturelles au défi de la gestion*. Paris : Armand Colin, 2005, Coll. Sociétales, p. 188.

concrète, comment les opérateurs privés tentent de jongler entre logique de rentabilité et logique culturelle grâce à des techniques managériales qui tendent à transformer la culture en divertissement *low-cost*. Enfin, nous soulignerons les contradictions existantes entre délégation de service public et patrimoine, qui accentuent la nécessité de se tourner vers une nouvelle génération de partenariats public-privé culturels. Nous esquisserons les contours d'un nouveau modèle en traversant notamment l'Atlantique afin d'aller voir ce qui se fait aux États-Unis.

Au cours des chapitres qui vont suivre, nous entendrons par secteur culturel les seuls domaines muséal et patrimonial, puisque cette réflexion va s'appuyer sur l'exemple de Culturespaces, une entreprise privée spécialisée dans la gestion de monuments, musées et sites historiques.

Chapitre 1 : Les partenariats public-privé dans la culture

Depuis les années 70 et la perte progressive de la légitimité accordée aux gestionnaires publics en matière de gestion efficace des ressources, la France, et l'Europe de manière plus générale, ont vu se développer ce que l'on appelle le phénomène des partenariats public-privé :

Dans sa définition la plus large, le terme « partenariat public-privé » couvre toutes les formes d'association du secteur public et du secteur privé destinées à mettre en œuvre tout ou partie d'un service public. Ces relations s'inscrivent dans le cadre de contrats de long terme : elles se distinguent en cela des privatisations et de la sous-traitance. Les investissements [...] nécessaires à la fourniture du service sont financés pour tout ou partie par le prestataire privé. Le paiement, assuré par les usagers ou par une collectivité publique, permet de couvrir l'amortissement de ces investissements et leur exploitation.²⁹

D'abord réservée aux transports, à la gestion de l'eau et des déchets, à la distribution publique du gaz et de l'énergie électrique, à la construction et la maintenance d'immeubles utilisés par la police, la gendarmerie, ou le secteur hospitalier, cette approche partenariale prend de l'ampleur et tend ces vingt-cinq dernières années à pénétrer le secteur culturel dans un contexte politique et économique favorable.

a. Origines et développement des partenariats public-privé dans la culture

Les années 80 ont amorcé le développement des partenariats public-privé dans la culture à travers des mesures politiques phares réunies sous l'appellation « Lois Defferre », telle que la loi n° 82-213 du 2 mars 1982 relative aux droits et libertés des communes, des départements et des régions (politique de décentralisation) qui confère aux collectivités territoriales une grande autonomie, leur permettant ainsi de « [...] s'administrer elles-mêmes sous le contrôle de l'État, en les dotant de la personnalité juridique, d'autorité propre et de ressources »³⁰. De même, la loi n°83-8 du 7 janvier 1983 relative à la répartition de compétences entre les communes, les départements, les régions et l'État, vient renforcer le rôle

²⁹ MARTY, Frédéric, TROSA, Sylvie, VOISIN, Arnaud. *Les partenariats public-privé*. Paris : La Découverte, 2006, Coll. Repères. p. 3.

³⁰ GUINCHARD, Serge, DEBARD, Thierry (dir.). *Lexique des termes juridiques 2014-2015*. 22^e édition. Paris : Dalloz, p. 310.

des collectivités. Ainsi, « depuis sa révision en 2003, la Constitution dispose que la décentralisation est le principe d'organisation de la France »³¹. Cette politique de décentralisation est complétée dans les années 90 par la loi n° 92-125 du 6 février 1992 relative à l'administration territoriale de la République (principe de déconcentration), qui cherche à stabiliser et à rationaliser la décentralisation en définissant une meilleure organisation territoriale de l'État. Toutefois, les collectivités territoriales qui acquièrent de ce fait un grand nombre de responsabilités, notamment en matière de culture, n'ont pas nécessairement les compétences, ni même les moyens pour gérer des musées, des monuments historiques ou des sites patrimoniaux. De plus, dans une volonté de gestion responsable apparaissent un certain nombre de recommandations :

Les recommandations qui en découlent résident notamment dans la réduction du périmètre des activités réalisées en régie (« le gouvernement est le barreur et non pas le rameur »), dans une gestion et un contrôle centrés sur les résultats et non plus sur les ressources consommées, et enfin dans la mise en place d'une organisation comptable fondée sur le modèle du privé.³²

Par ailleurs, ces changements politiques considérables sont accompagnés d'un environnement économique en crise, favorable au développement des partenariats public-privé :

Dans un contexte de raréfaction des ressources publiques, dû à l'accroissement important des déficits et de la dette, l'évaluation du bien-fondé de l'action publique dépend de ses résultats. Les logiques d'évaluation publique et privée se rapprochent, ouvrant la voie à la dynamique portée par les partenariats public-privé (PPP).³³

L'augmentation des dépenses de fonctionnement et d'intervention, les restrictions budgétaires et la baisse significative des subventions allouées au secteur culturel sont autant de facteurs qui accentuent la nécessité de trouver de nouveaux moyens de financement et de gestion, et soulignent l'importance des ressources propres d'une structure. Aussi, la gestion privée, largement répandue au sein des industries culturelles (édition, presse, cinéma, musique, etc.), mais encore très peu présente dans les domaines muséal et patrimonial, se révèle être une option voire une solution attractive dans un secteur en pleine mutation.

³¹ *Loc. cit.*

³² MARTY, Frédéric, TROSA, Sylvie, VOISIN, Arnaud. *Les partenariats public-privé*. Paris : La Découverte, 2006, Coll. Repères. p. 4.

³³ *Loc. cit.*

b. La notion de délégation de service public

Les partenariats public-privé sont essentiellement des partenariats contractuels, nullement nouveaux dans le paysage juridique français. Ces derniers « [s'organisent] par la voie d'un contrat, par définition limité aux termes et échéances dudit contrat »³⁴, entre le délégant (celui qui délègue, qui donne une délégation) et le délégataire (celui qui reçoit la délégation). En France, parmi l'ensemble des types de partenariats public-privé existants (baux emphytéotiques administratifs, marchés publics, autorisations d'occupation temporaires, etc.), la délégation de service public (DSP) demeure le modèle le plus répandu dans le secteur culturel. La faveur dont il bénéficie et les équilibres juridiques, politiques et économiques qui le sous-tendent ont donné naissance à ce qu'il convient d'appeler un « modèle français de la gestion déléguée ». Il s'agit par ailleurs du modèle originel du partenariat public-privé, héritier de la concession :

La délégation de service public, appellation récente, correspond en fait à une technique ancienne que l'on appelait, et que nombreux continuent encore d'appeler aujourd'hui, concession de service public. Ces deux termes correspondent à des mécanismes par lesquels une collectivité publique confie à une entreprise le soin d'assurer pour son compte un service public.³⁵

La notion de DSP est définie de manière légale par la loi n°93-122 du 29 janvier 1993 (« Loi Sapin ») relative à la prévention de la corruption et à la transparence de la vie économique et des procédures publiques. Cette dernière est également « la première loi qui ait commencé à en définir le cadre juridique »³⁶. Voici la définition qui en est donnée dans l'article 38 :

Une délégation de service public est un contrat par lequel une personne morale de droit public confie la gestion d'un service public dont elle a la responsabilité à un délégataire public ou privé, dont la rémunération est substantiellement liée aux résultats de l'exploitation du service. Le délégataire peut être chargé de construire des ouvrages ou d'acquérir des biens nécessaires au service.
Les délégations de service public des personnes morales de droit public sont soumises par l'autorité délégante à une procédure de publicité permettant la présentation de

³⁴ PIGNOT, Lisa, SAEZ Jean-Pierre (coord.). « Les rapports public/privé dans la culture ». In *l'Observatoire*. Juillet 2009, n°35. Grenoble : Observatoire des politiques culturelles, p. 34.

³⁵ AUBY, Jean-François. *La délégation de service public*. Paris : Presses Universitaires de France, 1995, Coll. Que sais-je ?, p. 5.

³⁶ *Op. cit.* p. 7.

plusieurs offres concurrentes, dans des conditions prévues par un décret en Conseil d'Etat³⁷.

Le contrat établi entre les partenaires dans le cadre d'une DSP précise notamment le mode de gestion applicable. On parle alors des différentes formes de DSP. En effet, « avec l'expansion de la délégation de service public et la sophistication des modes de financement des services assurés par les collectivités, de nombreux types de contrats sont apparus [...] »³⁸. Ainsi, plusieurs modes de gestion sont possibles, qu'il s'agisse d'une gestion déléguée ou semi-déléguée :

GESTION DÉLÉGUÉE			
Mode de gestion	Caractéristiques générales	Avantages	Inconvénients
Concession ou concession pure	L'entreprise prend à sa charge la totalité du service, y compris les frais du premier établissement de construction et d'extension.	La collectivité n'apporte aucun moyen financier ni à l'investissement, ni au fonctionnement.	Le contrôle de la collectivité sur le mode de fonctionnement du service est réduit.
Affermage	La collectivité assure les frais de construction et d'extension. Les autres frais, le fonctionnement et les risques sont à la charge du délégataire.	La durée du contrat est plus courte et garantit à la collectivité un meilleur contrôle sur le fonctionnement du service.	La collectivité doit exposer les frais de construction et d'extension.
Régie intéressée	La collectivité assure l'investissement et la responsabilité financière du service. Le régisseur le fait fonctionner moyennant une rémunération qui varie en fonction du résultat.	La collectivité assure réellement la responsabilité du service. Par son système de rémunération le régisseur est plus motivé.	L'investissement et le risque financier reposent sur la collectivité.

³⁷ Loi n°93-122 du 29 janvier 1993 – art. 38, consultée sur [www.http://legifrance.gouv.fr](http://legifrance.gouv.fr).

³⁸ AUBY, Jean-François. *La délégation de service public*. Paris : Presses Universitaires de France, 1995, Coll. Que sais-je ?, p. 16.

Mode de gestion	Caractéristiques générales	Avantages	Inconvénients
Gérance (susceptible de constituer un marché public)	La collectivité assure l'investissement et la responsabilité financière du service. Le gérant le fait fonctionner moyennant une rémunération forfaitaire.	La collectivité assure réellement la responsabilité du service.	L'investissement et le risque financier reposent sur la collectivité. Le gérant est peu motivé par les résultats obtenus.
Bail emphytéotique administratif	L'emphytéote construit l'équipement. Elle est rémunérée soit par l'usager, soit par la collectivité.	Le financement est assuré par le délégataire.	La maîtrise publique est réduite.
GESTION SEMI-DÉLÉGUÉE			
Mode de gestion	Caractéristiques générales	Avantages	Inconvénients
Gestion déléguée à une société d'économie mixte (SEM)	La collectivité utilise la formule de la gestion déléguée mais le fait au bénéfice d'une société d'économie mixte dans laquelle la collectivité joue un rôle de directeur.	La collectivité contrôle doublement le fonctionnement du service. La SEM bénéficie des avantages de la gestion commerciale. Cette formule permet de solliciter facilement des capitaux extérieurs.	Le contrôle de la collectivité est souvent plus fictif que réel.
Gestion déléguée à une association	Le délégataire (ou le gestionnaire de service) est un organisme de type associatif.	Souplesse de fonctionnement des associations. Régime fiscal très privilégié.	Mode de fonctionnement souvent peu adapté à la gestion communale. Difficulté du contrôle de la collectivité locale. Risque de gestion de fait.

Principaux modes de gestion déléguée et semi-déléguée des services publics dans le secteur culturel.

Il est toutefois important de préciser que « bien souvent les conventions conclues entre les collectivités publiques et les délégataires de service public, empruntent des caractéristiques à plusieurs modes de gestion »³⁹. C'est le cas notamment pour Culturespaces, opérateur privé spécialisé dans la gestion de sites, monuments historiques et musées.

c. Les 4 modes de gestion de Culturespaces

Sur son site internet⁴⁰, Culturespaces revendique quatre modes de gestion ou « quatre modes de partenariat », la concession, le mandat de gestion, la société d'économie mixte (SEM) et le contrat de partenariat public-privé, et en donne les définitions suivantes :

- **La concession** : Dans le cadre d'une délégation de service public, Culturespaces apporte un investissement conséquent, reprend le personnel et se voit confier pour une durée minimale de 20 ans la valorisation, la communication et la gestion complète de l'établissement à ses risques et périls. Culturespaces supporte les charges, encaisse les recettes et reverse au propriétaire une redevance.
- **Le mandat de gestion** : Culturespaces assure la direction et le développement de l'établissement pour le compte du propriétaire, pour une durée minimale de 10 ans. Les recettes et les charges sont supportées par le propriétaire qui verse à Culturespaces des honoraires de valorisation, de communication et de gestion.
- **La Société d'Economie Mixte (SEM)** : Culturespaces participe au capital d'une SEM concessionnaire d'un établissement. Elle en assure la direction et le développement et en reçoit des honoraires de gestion. Les recettes et les charges sont supportées par la SEM qui verse à Culturespaces des honoraires de valorisation, de communication et de gestion.

³⁹ AUBY, Jean-François. *La délégation de service public*. Paris : Presses Universitaires de France, 1995, Coll. Que sais-je ?, p. 16.

⁴⁰ <http://www.culturespaces-entreprise.fr/fr/une-vision-innovante/un-nouveau-modele-partenariat-culturel>.

- **Le contrat de partenariat public-privé** : l'État ou un établissement public confie à Culturespaces pour une période minimale de 20 ans une mission globale portant sur le financement, la conception, la réalisation, la maintenance, la communication et la gestion d'un nouvel équipement de service public. Cette mission donne lieu à une rémunération mensuelle.

Ainsi, ce que Culturespaces appelle « concession » se rapproche en réalité plus de l'affermage que de la concession pure, dans le sens où le partenaire privé ne prend pas en charge les frais de construction de l'établissement. Le « contrat de partenariat public-privé » constitue lui une sorte de modèle hybride entre la concession pure et la gérance. Le contrat de partenariat diffère cependant en deux points du marché public : « il est global, ce qui le distingue des marchés ordinaires qui sont conclus en divers lots en raison de leur nature. Il regroupe contrats de construction, de financement et de maintenance. [De plus] il autorise le paiement différé alors que le Code des Marchés Publics interdit par principe le paiement différé »⁴¹. Enfin, le « mandat de gestion » regroupe à la fois des caractéristiques de la régie intéressée et de la gérance, l'investissement et le risque financier reposant dans tous les cas sur la collectivité.

Néanmoins, dans le cadre de la gestion d'un bien culturel par DSP, peu importe le mode de gestion choisi, rares sont les cas où cette gestion est globale. C'est ce que souligne Jean-Michel Tobelem, en prenant l'exemple de Culturespaces :

Les activités de Culturespaces sont multiples : accueil, billetterie, restaurant, boutique, mais aussi programmation culturelle, expositions, spectacles, événements. Seules « la conservation *stricto sensu* et la restauration des œuvres d'art et des bâtiments » ne sont pas prises en charge par l'entreprise. « Dans ce schéma – les coûts principaux restent à la charge du délégataire (*sic*) (réserves, conservation, sécurité, recherche, publications scientifiques, salaire des conservateur...), alors que ce qui est confié au partenaire privé représente par définition des sources de revenu (billetterie, boutique, restaurant...). [...] il ne s'agit pas d'une gestion « globale » de l'établissement dans la mesure où le délégataire (*sic*) doit en tout état de cause continuer à prendre en charge les dépenses relatives à la mission scientifique, culturelle, éducative et sociale de l'établissement ; alors qu'il renonce dans le même temps aux recettes issues de l'exploitation du site »⁴².

⁴¹ PIGNOT, Lisa, SAEZ Jean-Pierre (coord.). « Les rapports public/privé dans la culture ». In *l'Observatoire*. Juillet 2009, n°35. Grenoble : Observatoire des politiques culturelles, p. 35.

⁴² DUVOUX, Carine. « Culture : le privé met timidement un pied dans les musées ». *PPP Mag* (Paris). Février -Avril 2015, n°9, p. 50.

De fait, lorsqu'elle candidate à une DSP, l'entreprise Culturespaces (ou le partenaire privé de manière plus générale) a ainsi l'avantage de pouvoir choisir les projets et/ou services qui l'intéressent à la différence du service public qui, quand il gère un musée ou un site patrimonial en régie directe par exemple, doit en assurer la gestion globale au sens strict du terme.

d. Avantages et inconvénients de la délégation de service public

Bruno Monnier, président-fondateur de Culturespaces, explique que « le secteur privé [n'a] pas les contraintes de la gestion administrative publique »⁴³. En cela la délégation de service public - et la gestion privée au sens large - semble être avantageuse et la plus à même d'offrir une souplesse, un dynamisme et une audace dans le développement de projets culturels. Outre les contraintes de la régie directe (procédures financières et comptables compliquées, processus décisionnels longs et complexes, difficultés pour les décideurs sur le plan politique, etc.), la DSP jouit effectivement de nombreux avantages.

Tout d'abord, les entreprises privées ont souvent plus de facilité pour mobiliser certaines catégories de financements. Ainsi, lors d'un appel d'offres pour une DSP :

Les candidats vont bâtir leur offre en fonction de leur savoir-faire technique et financier mais également en fonction de leurs ressources financières. C'est l'un des intérêts du recours à des modes de financement externe pour une collectivité territoriale. Ainsi au cours d'une même procédure, une collectivité locale pourra se retrouver confrontée à un candidat proposant de réaliser les investissements sous la forme d'un crédit-bail alors qu'un second envisage le financement par un crédit bancaire classique. L'ingénierie financière des délégataires est en constante évolution. La collectivité devra chercher à profiter de cette ingénierie financière afin de baisser le coût global du projet⁴⁴.

Toutefois, il s'avère que sans la DSP, l'État ou une collectivité publique ne peuvent avoir recours à certaines sources de financement tel que le crédit-bail mentionné ci-dessus. Ce produit financier pose en effet « des problèmes au regard de la

⁴³ *Op. cit.* p. 49.

⁴⁴ MICHELET, Christophe, HUET, Gaëtan, GARNIER, Sophie. « La négociation d'une délégation de service public ». *Le Courrier des maires et des élus locaux* (Paris). Février 2012, n°254, Cahier n°52, p. 6.

comptabilité publique »⁴⁵. En ce sens, la liberté accordée aux délégataires de service public en matière de « montages financiers adaptés aux spécificités des contrats qu'ils gèrent »,⁴⁶ apparaît comme un avantage non négligeable.

De la même manière, les changements réguliers qui s'opèrent dans le paysage politique français tournent à l'avantage du secteur privé. En n'étant pas soumises aux multiples échéances électorales que connaît le service public, les entreprises privées ont une marge de progression avantageuse qui leur permet d'accroître la qualité du service proposé et bénéficient également d'un étalement dans le temps de leurs investissements. De plus, ces longues durées permettent la mise en place d'une dynamique de développement, et favorisent donc la productivité. Cette dernière idée va de pair avec la notion de progrès technique. Les grandes entreprises du secteur privé ont en effet les moyens et les réseaux nécessaires « leur permettant de développer les techniques les plus sophistiquées »⁴⁷. Si cela est vrai dans les domaines des télécommunications ou des déchets, il en va de même dans la culture. En ce sens, l'exemple de Culturespaces et des Carrières de Lumières est significatif :

Depuis de nombreuses années, le gestionnaire utilise le digital en complémentarité avec les visites classiques. Dernièrement, des applications pour *smartphone* permettent d'introduire de la vidéo, de la musique... [...] Autre concept tout aussi révolutionnaire, l'Amiex® (Art & Music Immersive Experience), expérimenté depuis plus de trois ans aux Carrières de Lumières, aux Baux-de-Provence (Bouches-du-Rhône), par Culturespaces. [...] « Ces images d'œuvres numérisées en très haute résolution s'animent au rythme de la musique donnant l'impression au visiteur d'entrer complètement dans l'œuvre ». [...] Bien que spectaculaire, la révolution numérique dans la sphère culturelle n'en est qu'à ses débuts. La 4D et les hologrammes seront bientôt prêts⁴⁸.

Toutefois, ces nombreux avantages doivent faire face à un cliché, certes fondé, mais récurrent qui veut qu'une gestion de droite soit plus ouverte à la privatisation et donc à la DSP, tandis qu'une gestion de gauche préférera le système de régie. Cela dit, en dehors de toute considération politique, le modèle de la DSP tel qu'il apparaît aujourd'hui reste perfectible, la « Loi Sapin » ayant atteint ses limites.

⁴⁵ AUBY, Jean-François. *La délégation de service public*. Paris : Presses Universitaires de France, 1995, Coll. Que sais-je ?, p. 69.

⁴⁶ *Loc. cit.*

⁴⁷ *Op. cit.* p. 71.

⁴⁸ ARNAUD, Jean-Michel (dir.). « Culture et territoires ». *L'Abécédaire des Institutions* (Paris). Mai 2015, n°87, p. 23.

Parmi les inconvénients que nous pouvons mentionner, le manque de concurrence effective entre les opérateurs privés arrive en bonne place. Dans le secteur culturel ils sont seulement quatre à se partager le marché : Culturespaces, Kléber Rossillon, Alfran Tourisme et Vert Marine. Ce dernier complète le quatuor de justesse car son activité tourne principalement autour de la gestion d'équipements de loisirs sportifs (piscines, parcs aquatiques, patinoires, etc.). Bien que revendiquant sa capacité à gérer des équipements culturels (centres d'interprétation, parcours scénographiés, parcs animaliers, etc), Vert Marine peine à convaincre en n'affichant que les Grottes de Lacave dans le Lot à son actif. Ainsi, en 2011, à l'occasion de l'appel d'offres pour la gestion de l'Espace de Restitution de la Grotte Chauvet, rebaptisé depuis Caverne du Pont-d'Arc, ce sont trois des quatre sociétés citées plus haut, Culturespaces, Kléber Rossillon et Vert Marine, qui se sont portées candidates. Il existe donc encore trop peu d'entreprises privées créées spécifiquement pour la gestion culturelle, cela réduit le choix des collectivités (projets similaires, pas d'innovation) et risque à terme de créer le monopole d'une entreprise par rapport aux autres, malgré l'obligation d'une mise en concurrence.

Le contrôle parfois défaillant des collectivités délégantes se révèle être un autre problème auquel est confrontée la DSP dans le milieu culturel. Il ne s'agit pas là d'un contrôle financier, qui du reste est assuré chez Culturespaces au moyen d'un compte rendu technique et financier annuel à fournir pour l'ensemble des sites, mais plutôt d'un contrôle que l'on pourrait qualifier de culturel, éducatif et social. Dans la culture, aucun contrôle régulier et suivi n'est effectué quant aux actions, événements et projets mis en place à destination des publics. Or, le service public doit s'en tenir à ses missions essentielles (accès à la culture pour tous, développement de l'éducation artistique et culturelle, etc.), et vérifier, dans le cadre d'une DSP, que celles-ci ne sont pas niées.

On constate donc que d'un point de vue externe, le modèle de la DSP peut s'apparenter à différentes formes juridique et économique. Cette diversité des cadres juridiques et des modes de gestion révèle des avantages et des inconvénients relatifs à des logiques économique et culturelle.

À terme, l'opposition de ces deux logiques contraires se répercute sur les activités internes du délégataire, et sur les choix qui sont faits en matière d'objectifs culturels, de missions et de publics.

Chapitre 2 : Confrontation entre logique de rentabilité et logique culturelle

Dans le secteur culturel, il est important voire nécessaire que le partenariat public-privé, peu importe sa forme, trouve un équilibre entre dimension économique et dimension culturelle. C'est ce qui fait la particularité de ce secteur, et qui rend la tâche difficile aussi bien aux délégants qu'aux délégataires. À la différence de l'assainissement ou de la gestion des déchets, la culture induit un lien direct et un contact physique entre la structure culturelle, et par extension le partenaire privé qui la gère, et les personnes auxquelles s'adresse le service. Tout en continuant de prendre en compte les impératifs de gestion financière liés à la DSP, les opérateurs privés doivent également se souvenir que lorsqu'une collectivité publique leur transfère la gestion d'un monument ou d'un musée, elle leur transfère aussi une partie de ses objectifs et de ses missions premières, à savoir l'éducation artistique et culturelle, la protection du patrimoine monumental et mobilier, la médiation culturelle auprès des différents publics, l'action culturelle, etc. La recherche et la mise en place de cet équilibre seront questionnées et analysées dans ce chapitre à travers l'exemple de Culturespaces.

a. Une gestion économique responsable

Les musées, monuments historiques et sites patrimoniaux, à la différence d'autres secteurs culturels tels que les archives ou le spectacle vivant, représentent une source de revenus intéressante :

[...] depuis le Quattrocento, l'intérêt suscité en Europe par les antiquités, puis par les monuments historiques, a toujours été accompagné de retombées financières. Il suffit de rappeler comment l'abbé Grégoire, dans son premier plaidoyer contre le vandalisme révolutionnaire, associe sans hésitation aux plus hautes considérations morales l'intérêt économique représenté par le tourisme européen: "les arènes de

Nîmes et le pont du Gard ont peut-être plus rapporté à la France qu'ils n'avaient coûté aux Romains"⁴⁹.

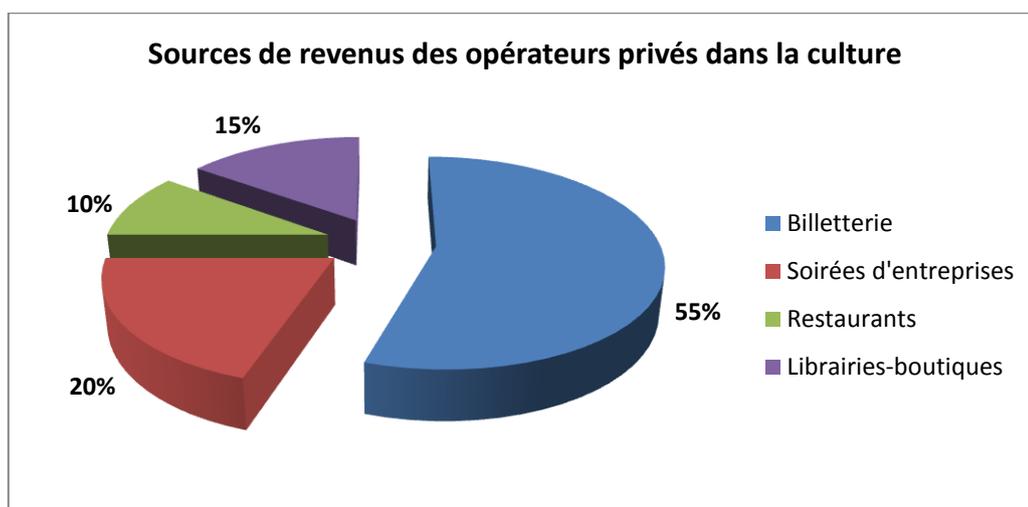
Ainsi, en 2007, sur l'ensemble du territoire français, les billetteries liées au patrimoine (on entend ici par patrimoine les 562 sites, monuments et musées de France ayant répondu à cette question) étaient estimées à 260 millions d'euros⁵⁰. Ce chiffre, qui peut sembler important, ne l'est pas tant que ça lorsque l'on sait « [qu'] entre 2004 et 2010, les ressources propres des musées de France passent de 48% à 39% du budget de fonctionnement »⁵¹. Aussi, est-il nécessaire d'arriver à gérer l'argent engrangé de manière responsable, et toujours dans une perspective culturelle. Cette nécessité est applicable au service public, et plus encore aux opérateurs privés pour qui les ressources propres représentent l'essentiel des budgets annuels. Le reste de ces budgets est complété par la multiplicité des services annexes proposés, à l'image des restaurants, des librairies-boutiques ou encore de la location d'espaces, qui dégagent des bénéfices considérables. En 2014, l'ensemble des quatorze établissements confiés à Culturespaces a ainsi rapporté 26 millions d'euros de chiffre d'affaires. Or, précisons que l'entreprise « évalue le point mort (le seuil de rentabilité) à 100.000 visiteurs annuels »⁵², et ne prend donc en gestion que des établissements franchissant ce cap.

⁴⁹ CHOAY, Françoise. *Le patrimoine en questions : anthologie pour un combat*. Paris : Éditions du Seuil, 2009, Coll. La couleur des idées, 214 p.

⁵⁰ Chiffres résultant de l'*Étude nationale des retombées économiques et sociales du patrimoine*, menée conjointement par l'Agence Régionale du Patrimoine PACA et la direction de l'Architecture et du Patrimoine (Ministère de la Culture et de la Communication), parue en mars 2009 et consultée sur http://www.culture.gouv.fr/culture/politique-culturelle/etude_eco_patrimoine.pdf.

⁵¹ BENHAMOU, Françoise. *Économie du patrimoine culturel*. Paris : La Découverte, 2012, Coll. Repères, p. 52.

⁵² *Loc. cit.*



Source : *Arts Magazine*, Juillet-Août 2015.

Toutefois, et même si cela paraît difficile, le développement des activités annexes doit rester limité. En effet, elles ne constituent pas le cœur des métiers du patrimoine et entrent dans une logique commerciale qui peut paraître contradictoire avec les missions de service public qui incombent à l'État et aux collectivités. Françoise Choay évoque à ce propos « deux aspects mortifères de la muséification du patrimoine : le développement de la culture de masse et la marchandisation du patrimoine »⁵³, en faisant notamment référence à la loi n°2000-5 du 4 janvier 2002, qui confère aux musées nationaux le statut d'établissements à caractère industriel et commercial.

Les entreprises privées gèrent donc les musées et le patrimoine sans aucune subvention, en se basant sur les seules ressources propres de la structure culturelle, et doivent par conséquent mettre en place de nouvelles stratégies pour augmenter leurs sources de revenus et développer le service délégué. C'est ce que précise Bruno Monnier, président-fondateur de Culturespaces dans *Arts Magazine* : « Au contraire des musées publics, dont la subvention couvre 70% des charges, pour nous, la visite est essentielle : c'est elle qui nous fait vivre [...] Nous avons également le souci de bâtir des expositions sans perdre d'argent : on estime le nombre de visiteurs attendus, ce qui détermine un budget dans lequel le commissaire de l'exposition doit se tenir. »⁵⁴. Pour ce faire, Culturespaces table, entre autres, sur une politique tarifaire alignée sur celle des plus grands sites et

⁵³ CHOAY, Françoise. *Le patrimoine en questions : anthologie pour un combat*. Paris : Éditions du Seuil, 2009, Coll. La couleur des idées, p. 39.

⁵⁴ ROSIER, Pascal. « Le charme discret ». *Arts Magazine* (Paris). Juillet-Août 2015, pp. 93-94.

musées nationaux. Si dans un premier temps l'idée peut paraître pertinente, on s'aperçoit cependant rapidement que payer 15€ l'entrée au Louvre (collections permanentes, expositions temporaires et entrée au Musée Eugène-Delacroix), et 12€ celle au Musée Jacquemart-André⁵⁵ (collections permanentes et une seule exposition temporaire) n'est en rien comparable. Cette politique prive un établissement national d'envergure internationale tel que le Louvre d'un certain nombre de recettes, mais permet *a contrario* à un petit musée géré de manière privée, tel que Jacquemart-André, de faire une marge intéressante, même si cette dernière n'est pas totalement justifiée d'un point de vue culturel (superficie d'exposition bien inférieure aux musées nationaux).

Les bénéfices ainsi dégagés peuvent être réinjectés dans le fonctionnement des services les plus à même d'être rentables : la promotion, le marketing et la communication. Le budget communication dans le privé est logiquement « plutôt supérieur à celui du public (jusqu'à 40%) »⁵⁶. En effet, l'opérateur privé va communiquer de manière très large en direction de tous les publics afin d'accroître la fréquentation (nombre de billets d'entrée vendus et consommation proportionnels à cette augmentation), et donc de rapporter de l'argent à l'opérateur privé. La boucle est bouclée.

Ces stratégies rejoignent un ensemble de techniques managériales performantes issues du secteur de l'entreprise, qui tendent à banaliser les missions culturelle et patrimoniale des musées, monuments historiques et sites patrimoniaux. Les objectifs de prévention, d'éducation et financiers de base se réduisent petit à petit aux seuls objectifs financiers, les domaines de la médiation, des animations ou des activités pédagogiques n'étant pas les plus rentables. La gestion économique proposée par ces organismes privés est responsable dans le sens où elle ne coûte pas un euro d'argent public, fonctionne en prenant en compte les réalités économiques actuelles, et cherche à réduire certains coûts élevés pour mieux réinvestir l'argent économisé dans des postes plus rentables. En revanche, cette gestion privée demeure discutable d'un point de vue culturel.

⁵⁵ Musée géré par Culturespaces pour le compte de l'Institut de France depuis 1996.

⁵⁶ ROSIER, Pascal. « Le charme discret ». *Arts Magazine* (Paris). Juillet-Août 2015, p. 94.

b. Des missions culturelles et scientifiques délaissées

La dimension gestionnaire dans le travail des opérateurs privés est trop prépondérante par rapport aux dimensions culturelle et scientifique. En mettant l'accent sur l'aspect financier de la gestion, ils s'éloignent progressivement des missions essentielles du patrimoine : diffusion, éducation, conservation, recherche scientifique, etc. C'est précisément ce qu'il ressort du tableau⁵⁷ ci-dessous :

Dimension scientifique	Dimension culturelle	Dimension gestionnaire
Domaine : collections/recherche	Domaine : publics/diffusion	Domaine : administration/gestion
Réserves	Accueil	Finance
Conservation préventive	Boutique	Personnel
Restauration	Cafétéria	Stratégie de développement
Inventaire	Exposition	Communication
Classement	Publication	Politique touristique
Documentation	Interprétation	Mécénat
Etude	Animations	Partenariats, réseaux, coopérations
Recherche	Activités pédagogiques	Relation avec les tutelles ou le C.A
Acquisitions	Conférence	Collecte de fonds
Prêts et dépôts	Colloque	Politique de bénévolat

Les fonctions assurées par un délégataire – entreprise commerciale.

⁵⁷ TOBELEM, Jean-Michel. *Le nouvel âge des musées : les institutions culturelles au défi de la gestion*. Paris : Armand Colin, 2005, Coll. Sociétales, p. 189.

Les cases en gris foncé sont assimilées aux fonctions assurées en totalité par un délégataire, celles en gris clair aux fonctions en partie assurées, et enfin celles en blanc aux fonctions qui ne sont pas assurées. On constate que les fonctions liées au domaine de l'administration et de la gestion (finance, communication, politique touristique, etc.) sont à peu de choses près toutes assurées, tandis que les fonctions relatives au domaine des collections et de la recherche (réserves, restauration, recherche, etc.) sont complètement ignorées et laissées à la responsabilité du délégant. Les fonctions rentables du domaine des publics et de la diffusion (accueil, boutique et cafétéria) sont prises en charge par le délégataire, à la différence des fonctions éducatives (activités pédagogiques, conférence et colloque). La caution culturelle de la gestion privée se résume en quatre points : les expositions, les publications, l'interprétation et les animations. Ce tableau démontre donc que les dépenses relatives à la mission scientifique, culturelle, éducative et sociale des établissements restent le plus souvent à la charge du délégant. Le partenaire privé se voit quant à lui confier ce qui représente des sources de revenus.

Le problème principal qui découle d'une telle gestion est le manque voire l'absence de médiation. En effet, le partenaire privé va capitaliser sur la fréquentation, la qualité de la visite et la multiplicité des services proposés (le trio accueil, boutique, cafétéria du tableau), et moins sur la diversité des publics et l'accessibilité du contenu culturel à tous. Bruno Monnier revendique cette conception : « [...] l'expérience de la visite d'un monument est un tout. L'offre culturelle ne peut être dissociée de l'offre de service ; elle est au cœur de la stratégie que nous déployons pour chaque lieu »⁵⁸. Or, « le dernier tiers du XX^e siècle a remis en cause cette vision [...] et a proposé de placer le public, l'expérience du visiteur au centre de la démarche »⁵⁹. Ce paradoxe entre la vision d'un opérateur privé et les politiques culturelles actuelles est particulièrement parlant chez Culturespaces. Ainsi, l'entreprise « ne se [soccie] pas de privilégier un segment précis du public mais [préfère] viser un public aussi large que possible (touristes et locaux, jeunes et vieux, populaire et érudit) dans l'espoir d'accroître la fréquentation. [...] C'est alors souvent les jeunes visiteurs, et en particulier les

⁵⁸ DUVOUX, Carine. « Culture : le privé met timidement un pied dans les musées ». *PPP Mag* (Paris). Février-Avril 2015, n°9, p. 50.

⁵⁹ GOB, André, DROUGUET, Noémie. *La muséologie : histoire, développements, enjeux actuels*. 4^e édition. Paris: Armand Colin, 2014, Coll. U, p. 101.

scolaires, vers qui [l'opérateur privé] s'oriente »⁶⁰. La plupart des manifestations et événements proposés sur les sites de Culturespaces sont donc tournés vers le jeune public, comme la Fête des Enfants et l'Espace Enfants (Musée Jacquemart-André), ou par extension vers le public familial, comme les Médiévales (Château des Baux-de-Provence) ou Une Journée chez la Baronne (Villa Ephrussi de Rothschild). Aucune différence n'est faite entre le grand public, le public scolaire, le public spécialisé, le public en situation de handicap et le public familial, alors même qu'ils présentent des caractéristiques qui leur sont propres :

Chacun de ces publics se différencie par le type de visite (individuelle, groupe, animation), présente des attentes, voire des exigences particulières et demande des actions spécifiques. [...] [Cela] exige de connaître, voire de déterminer, de choisir le public auquel [on] s'adresse⁶¹.

Ce choix s'explique par le fait qu'une médiation « prêt-à-porter », c'est-à-dire ne tenant pas compte des spécificités de chacun, est beaucoup plus facile à mettre en place et rentable qu'une médiation dite « sur-mesure ». Cependant, et bien que cela suscite des coûts importants, la médiation culturelle est nécessaire. En effet, « [...] pour la plupart des gens, le patrimoine – culturel, historique, scientifique, technique, social... – ne parle pas par lui-même. Il faut l'interpréter, c'est-à-dire l'expliquer, en dégager une signification auprès du public »⁶².

Conséquence directe de ces choix, Culturespaces néglige la question de la médiation : il n'existe aucun service dédié à la médiation culturelle dans ses bureaux. Par ailleurs, l'entreprise a décidé de ne pas prendre part, ou très peu, aux événements majeurs de la vie culturelle destinés aux publics. Le Musée Jacquemart-André et le Musée d'Art & d'Histoire d'Orange ne participent donc pas à la Nuit Européenne des Musées, tandis que d'autres établissements privés comme la Pinacothèque de Paris consentent à faire un effort en proposant un tarif exceptionnel (5€ au lieu de 13€). De même, seuls trois sites sur treize, le Théâtre Antique d'Orange, la Maison Carrée et la Tour Magne à Nîmes, prendront part aux Journées du Patrimoine en 2015. Les quelques actions de médiation existantes au-delà de ça sont partagées entre le service programmation culturelle et expositions et le service accueil et aménagements. De plus, ces actions s'en tiennent au strict minimum : visites guidées pour les groupes et les scolaires, audioguides (+ 3€ sur

⁶⁰ GOB, André, DROUGUET, Noémie. *La muséologie : histoire, développements, enjeux actuels*. 4^e édition. Paris: Armand Colin, 2014, Coll. U, p. 79.

⁶¹ *Op. cit.* p. 102.

⁶² *Op. cit.* p. 254.

le prix du billet d'entrée pour les expositions temporaires), applications *smartphones* et tablettes, médiation écrite classique (textes de salle, cartels, programmes, etc.) à l'occasion des expositions temporaires, des spectacles ou des événements, mais aucune diversification en fonction des publics (médiateurs étudiants, ateliers ponctuels, médiation participative, etc.). Les seuls dispositifs de médiation ciblée relèvent de la Fondation Culturespaces. Cette dernière a pour mission de favoriser l'accès aux arts et au patrimoine à des enfants éloignés de la culture :

Créée en 2009 sous l'égide de la Fondation du Patrimoine, la Fondation Culturespaces met en place des actions culturelles spécifiques en direction des enfants hospitalisés dans le contexte d'une longue maladie, atteints d'autisme ou issus de milieux défavorisés. [...] la Fondation Culturespaces se distingue par la création de dispositifs pédagogiques sur mesure avant, pendant et après la visite. S'appuyant sur la médiation de spécialistes des enfants défavorisés ou malades, la Fondation crée en vue de la visite des musées ou des monuments des outils spécialement conçus pour chaque groupe d'enfants qui favorisent le caractère unique de cette expérience. Des partenariats pérennes sont établis avec des structures d'accueil d'enfants : centres sociaux, hôpitaux pédiatriques, instituts spécialisés ou établissements scolaires prioritaires. Plus de 1 000 enfants bénéficient chaque année des projets de la Fondation⁶³.

Pour mener à bien les quatre à six projets annuels qu'elle met en place sur sept sites, la Fondation Culturespaces externalise toute la partie médiation à Up Culture, une agence culturelle spécialiste du jeune public. Cette agence se charge de créer la trame du projet, son contenu culturel et les outils adaptés à sa réalisation (malles pédagogiques, costumes, carnets de bord, parcours numériques jeune public, etc.). Seules les médiatrices ne sont pas rattachées à Up Culture. La Fondation Culturespaces dispose d'un budget oscillant entre 150 000 et 200 000€ par an pour la mise en place de ces projets (coordination, communication, médiation, travail de l'agence, etc.). Culturespaces intervient pour sa part à hauteur de 50 000€, et donne en nature les billets d'entrée aux visites et aux événements, le reste provenant d'entreprises, de fondations d'entreprises et de particuliers sollicités lors des appels d'offres ou des campagnes d'appels aux dons. La participation de Culturespaces reste donc anecdotique en matière de médiation lorsque l'on sait que le budget alloué à la communication était de 2. 300 000€ en 2014.

⁶³ <http://www.fondation-culturespaces.com/fr/decouvrir/mission-fondation>.

Si le développement d'une médiation classique n'est pas une priorité pour Culturespaces, il existe néanmoins un domaine dans lequel l'entreprise n'hésite pas à investir du temps et de l'argent : les nouvelles technologies. Récemment, de nombreuses structures culturelles ont choisi de se tourner vers les nouvelles technologies afin de trouver une alternative au traditionnel audioguide, et aux moyens de médiation classique. C'est le cas par exemple du Grand Palais qui, à l'occasion des expositions « Niki de Saint Phalle » et « Velázquez » (2015), a fait la part belle au multimodal (vidéos, application mobile complète avec contenus inédits, lunettes connectées, etc.). Pour Roei Amit, directeur adjoint en charge du numérique au Grand Palais, cela paraissait indispensable :

En plus d'être un « produit d'appel » pour des visiteurs à la sensibilité vidéo de plus en plus affirmée, les vidéos servent la médiation du musée, aux côtés d'un autre incontournable : le *smartphone*. « Nos études montrent que 75% de nos visiteurs ont un *smartphone* et que près de la moitié l'utilise pendant sa visite⁶⁴.

Le recours aux technologies numériques dépoussière l'image un peu « vieillotte » que peuvent encore véhiculer les musées et monuments historiques, et permet de proposer « des approches diverses et complémentaires : ludique, scientifique, pédagogique. À chaque visiteur de faire son marché en fonction de ses attentes, de ses préférences »⁶⁵.

Les opérateurs privés, grands amateurs de ce genre d'innovations technologiques, peuvent compter sur des moyens et des partenaires techniques leur permettant de mettre en place des dispositifs de médiation novateurs sur leurs sites. Culturespaces se revendique ainsi comme le « premier acteur culturel à proposer l'audioguide gratuit pour tous en 1996 »⁶⁶, et se dit « à la pointe des savoir-faire de valorisation et de médiation culturelle »⁶⁷. De plus, « dans chaque site, les moyens les plus modernes de découverte de l'histoire et de l'art sont proposés aux visiteurs : films 3D, dispositifs multimédia, théâtres optiques, circuits audioguidés interactifs en 8 langues, applications pour *iPhone/iPad* et *Android*, sites Internet de dernière génération, réseaux sociaux... »⁶⁸. Culturespaces ne fait

⁶⁴ THE EDITORIALIST. « Le multimodal, nouveau style des expositions temporaires ». In *Musée 21* [en ligne]. Paris : Culturespaces. 2015 [consulté le 21 août 2015]. Disponible sur : < <http://www.musee21.com/multimodal/> >.

⁶⁵ GOB, André, DROUGUET, Noémie. *La muséologie : histoire, développements, enjeux actuels*. 4^e édition. Paris: Armand Colin, 2014, Coll. U, p. 164.

⁶⁶ <http://www.culturespaces-entreprise.fr/fr/une-vision-innovante/nos-valeurs>.

⁶⁷ *Loc. cit.*

⁶⁸ *Loc. cit.*

donc pas exception à la règle, comme l'explique son président-fondateur dans *Musée 21*, le magazine en ligne de l'entreprise destiné aux professionnels de la culture :

Ces nouvelles pratiques nous amènent à collaborer avec des partenaires techniques et des scénographes qui réfléchissent avec nous aux nouveaux modes de communication culturelle ». Parmi les innovations sur lesquelles travaillent les équipes de Culturespaces pour le futur : des hologrammes de personnages grandeur nature capables de parler aux visiteurs, et des systèmes numériques interactifs, grâce auxquels les visiteurs pourront, d'un simple geste, agrandir des reproductions d'œuvres. « Nous nous intéressons à toutes les technologies qui explorent les interactions entre l'œuvre et le public⁶⁹.

Toutefois, le rôle premier de la médiation est de créer un rapport humain entre les gens et les œuvres, or, le risque avec ces nouveaux procédés est que le lien technologie numérique-public prenne le dessus sur le lien œuvre-public :

Et l'œuvre originale dans tout ça ? Le risque qu'elle se retrouve noyée au milieu de procédés digitaux est réel. Même si Bruno Monnier insiste sur le fait que « la contemplation de l'œuvre reste au cœur du dispositif », l'équilibre à trouver est subtil. C'est peut-être cette fine ligne qui fera la différence entre expositions multimodales et divertissements culturels⁷⁰.

De plus, l'important dans un rapport œuvre-public n'est pas la contemplation, comme le dit Bruno Monnier, mais bien l'interprétation et les clés qui sont données aux publics pour y parvenir. Ces nouveaux dispositifs de médiation ne doivent donc pas se substituer à l'exposition, et ne doivent pas non plus être instrumentalisés pour gagner en fréquentation ou pour souligner la capacité d'une structure à investir dans des équipements dernier cri :

Si la technologie n'est pas mise au service d'un contenu, d'une intention, ancrée dans le projet muséal de l'établissement, elle peut rapidement apparaître comme une coquille alléchante mais vide ou donner de faux espoirs à des utilisateurs prêts à s'investir. À certains égards, les musées semblent se lancer – et parfois s'affronter – dans une course à l'équipement ou à l'innovation, plus proche des préoccupations de l'image de marque, de la promotion et du marketing que des besoins réels de ses publics⁷¹.

Comme nous avons pu le constater, les missions culturelles et scientifiques des musées, monuments historiques, et sites patrimoniaux sont peu ou pas développées par les opérateurs privés dans le cadre de DSP. Les actions de

⁶⁹ THE EDITORIALIST. « Le multimodal, nouveau style des expositions temporaires ». In *Musée 21* [en ligne]. Paris : Culturespaces. 2015 [consulté le 21 août 2015]. Disponible sur : < <http://www.musee21.com/multimodal/>>.

⁷⁰ *Loc. cit.*

⁷¹ GOB, André, DROUGUET, Noémie. *La muséologie : histoire, développements, enjeux actuels*. 4^e édition. Paris: Armand Colin, 2014, Coll. U, p. 168.

médiation culturelle classiques, trop ciblées, peu rentables, et souvent difficiles à mettre en place sont délaissées au profit des nouvelles technologies. Ces dernières apportent un souffle nouveau au secteur culturel, en offrant des expériences de visites inédites et en conciliant information et interactivité. En revanche, dans ce contexte, il paraît facile de voir les structures culturelles privées basculer dans le divertissement à travers des « visites-spectacles ».

c. Vers une « disneylandisation » de la culture ?

La frontière entre culture et loisir – ce que les Anglo-saxons appellent *entertainment*⁷² – est mince. La confusion entre les deux termes résulte des changements qui s'opèrent dans l'expérience de visite. On assiste à l'heure actuelle à une perte des dimensions artistiques et historiques au profit de la qualité de l'accueil et des services, mais aussi au développement d'une consommation culturelle et touristique de masse. Ainsi, Culturespaces ne possède pas de service dédié à la médiation culturelle, mais dispose d'un service accueil et aménagements en pleine expansion, supervisé par une responsable visite et qualité. Les missions qui incombent à ce service sont les suivantes : mise en place des nouveaux aménagements des espaces d'accueil des visiteurs et des restaurants, gestion et suivi des commandes des uniformes pour les personnels d'accueil, de surveillance ou d'entretien des sites, organisation et suivi du concours des « Étoiles de l'accueil », gestion des plantations dans les jardins et des aménagements paysagers, mais aussi, et cela semble plus surprenant, mise en place des contenus culturels (spectacles, films, animations, et projets scénographiques), et mise en place des équipements de médiation (audioguides, projections et sonorisation). À travers le travail de ce service, l'entreprise met un point d'honneur à valoriser la « visite plaisir », une visite pendant laquelle le contenu culturel et la médiation ne semblent être que de simples éléments constitutifs de la qualité d'accueil. Cette dernière est d'ailleurs largement louée sur le site internet de Culturespaces, via notamment la Charte Qualité et le renouvellement en 2015 de la certification ISO 9001 « dédiée au Management de la Qualité. Elle est accordée à des établissements mettant en place des procédures qualité de haut niveau »⁷³. Ce phénomène est

⁷² Amusement, distraction, divertissement.

⁷³ <http://www.culturespaces-entreprise.fr/fr/une-vision-innovante/certification-iso-9001>.

souligné à juste titre par Françoise Benhamou dans son livre *Économie du patrimoine culturel* :

Kelli Ann Costa [2004] montre que la qualité de l'accueil peut prévaloir sur la dimension historique [...] le patrimoine se substitue à l'histoire, il la prolonge quand elle a cessé de compter, de sorte que la visite relève de la consommation d'un ensemble de services plutôt que d'une démarche à caractère culturel. La consommation patrimoniale en vient à s'émanciper de l'histoire des lieux dans lesquels le patrimoine s'est initialement déployé⁷⁴.

L'importance de la qualité de l'accueil s'accompagne d'une obsession de l'événementiel. La culture devient distractive et non plus pédagogique : « il s'agit de créer des événements qui attirent l'attention des médias, qui suscitent l'intérêt du public »⁷⁵, afin d'accroître la fréquentation. Au lieu de proposer des conférences, des colloques, des rencontres, des ateliers, ou d'accueillir des activités insolites, les lieux culturels se tournent vers le grandiose et le spectaculaire. Plus rentables car moins confidentiels et ciblés que des actions de médiation classiques, les événements d'envergure ont de ce fait la préférence des opérateurs privés.

Les Arènes de Nîmes, gérées par Culturespaces depuis 2006, constituent en ce sens un très bon exemple. L'entreprise y organise depuis maintenant six ans les Grands Jeux Romains, « la plus grande reconstitution historique antique »⁷⁶ avec près de cinq cents reconstituteurs venus de toute l'Europe (France, Italie, Allemagne, etc.), dans une forme qui se veut proche des spectacles proposés au Puy-du-Fou. La thématique, renouvelée chaque année, se veut grand public : Hannibal (2015), L'Avènement d'Auguste (2014), Le Triomphe de César (2013) ou encore La Guerre de Troie (2012). Toutefois, malgré l'implication d'Éric Dars, Professeur d'histoire et d'Éric Teyssier, Maître de conférences en histoire romaine à l'Université de Nîmes dans la construction des propos scientifique et historique, les spectateurs de cet événement viennent principalement pour l'aspect *show* incroyable avec son et lumière. C'est d'ailleurs en tant que tel que sont « vendus » ces spectacles auprès du public et des journalistes. Le service communication et marketing met l'accent sur les éléments et les chiffres impressionnants (500 reconstituteurs, plus de 10 000 personnes attendues, etc.), ainsi que sur les moyens déployés (costumes, armes et équipements, présence d'un éléphant et de son

⁷⁴ BENHAMOU, Françoise. *Économie du patrimoine culturel*. Paris : La Découverte, 2012, Coll. Repères, p. 54.

⁷⁵ GOB, André, DROUGUET, Noémie. *La muséologie : histoire, développements, enjeux actuels*. 4^e édition. Paris: Armand Colin, 2014, Coll. U, p. 253.

⁷⁶ <http://arenas-nimes.com/fr/evenements/grands-jeux-romains-6e-edition>.

cornac, etc.) afin d'attirer les gens, et non sur la rigueur des propos historiques ou le recours à l'archéologie expérimentale. Culturespaces ne compte pas s'arrêter en si bon chemin, puisqu'un projet de reconstitution d'un camp romain dans les Jardins de la Fontaine a été évoqué. Nîmes et son patrimoine prendraient-ils des allures de Parc Astérix ?

Cet effet de « disneylandisation » de la culture provient entre autres du développement, ces vingt-cinq dernières années, du tourisme culturel, et s'est vu amplifié par l'apparition de nouveaux impératifs de gestion mis en place dans le cadre de partenariats public-privé. C'est ce qu'explique Jean-Michel Tobelem en prenant l'exemple des grands équipements de loisir culturel (GELC) :

[...] il semble aujourd'hui que chaque grande région française soit dotée – ou projette de se doter – d'un GELC, ce qui confirme l'orientation envers une hybridation croissante entre structures privées et structures publiques dans le domaine du tourisme culturel et des loisirs, dans la mesure où ces projets sont souvent le fruit de financements public/privé, et répondent à une volonté de développement économique du territoire concerné⁷⁷.

L'offre culturelle est ainsi adaptée au tourisme de masse, de fait elle est alors considérée comme un produit marchand que l'on consomme tel un loisir, et qui doit être rentable. Les structures culturelles se trouvent donc mises en concurrence avec des parcs de loisirs (parcs à thème, parcs animaliers, parcs d'attractions, parcs aquatiques, etc.). Leurs identités sont désormais tellement similaires, que l'on assiste à une permutation de leurs objectifs :

Il est frappant par ailleurs de constater que si des équipements culturels et certains musées puisent une partie de leur inspiration gestionnaire dans le secteur des parcs à thème (accueil des visiteurs, politique marketing, gestion des flux), notamment en Amérique du Nord, on constate à l'inverse que certains parcs à thème mettent en avant leur rôle en matière « éducative ». C'est ainsi que Disneyland Paris ou le Parc Astérix ont conçu des « livrets pédagogiques » destinés aux enseignants qui accompagnent leurs élèves lors de la visite de ces parcs...⁷⁸

Il paraît évident qu'il existe de profondes contradictions entre la DSP et le patrimoine dans sa forme la plus large, qui font que les modèles mis en place aujourd'hui ne fonctionnent plus – si tant est qu'ils aient fonctionné un jour. La gestion économique des opérateurs privés, bien que responsable dans le fond, s'est peu à peu transformée en une course à la rentabilité, et a pris le pas sur la finalité

⁷⁷ TOBELEM, Jean-Michel. *Le nouvel âge des musées : les institutions culturelles au défi de la gestion*. Paris : Armand Colin, 2005, Coll. Sociétales, p. 262.

⁷⁸ *Op. cit.* p. 263.

culturelle des structures. Les tablettes, *smartphones*, et autres événements d'envergure qui s'adressent à un collectif se sont substitués aux missions culturelle et scientifique du service public, qui placent l'individu au centre ses préoccupations. Dans ce contexte, il est nécessaire de repenser la DSP, et de trouver des solutions dans une optique de gestion culturelle.

Chapitre 3 : Contradictions entre DSP et patrimoine : de la nécessité de trouver un nouveau modèle pour la culture

Le constat qui vient d'être fait avec l'exemple de Culturespaces montre que la DSP telle qu'elle existe aujourd'hui ne semble pas constituer un modèle convenable pour la culture et le patrimoine. En effet, si une gestion consciencieuse paraît indispensable, la préservation des caractères culturel, éducatif et social des musées, monuments et sites patrimoniaux l'est encore plus. Aussi, est-il nécessaire de repenser la DSP dans une optique de gestion culturelle qui ne serait plus basée sur les contradictions qui subsistent à l'heure actuelle. En ce sens, le modèle américain semble apporter des pistes de réflexion intéressantes : développement du mécénat et de la philanthropie, levées de fonds, politique de bénévolat, etc. Même si la solution idéale est loin d'être à portée de main, il est important de continuer à creuser la question pour ne serait ce que s'en rapprocher.

a. Des contradictions avérées

Si l'on observe de près les DSP relatives au patrimoine, on s'aperçoit que les principales contradictions de ce modèle apparaissent avec la définition même de la notion de « patrimoine » : « [...] le patrimoine est un "construit social", objet d'une convention liée au souci de marquer une identité »⁷⁹. Il s'agit d'un bien commun, d'un marqueur identitaire qui échappe, en théorie, à la sphère marchande, et qui renvoie chacun à ses origines. Il y a dans le patrimoine un investissement social qui résulte d'un héritage, d'un legs, et qui fait sens dans la durée. C'est ce qu'Hervé

⁷⁹ BENHAMOU, Françoise. *Économie du patrimoine culturel*. Paris : La Découverte, 2012, Coll. Repères, p. 10.

Glévarec et Guy Saez appellent la « continuité signifiante »⁸⁰. Dans un questionnement presque philosophique, l'émergence de l'idée de patrimoine remontant par ailleurs au Siècle des Lumières, et anthropologique, nous sommes amenés à nous demander en quoi cette notion est compatible avec celle de DSP. Cette dernière renvoie en effet à l'inverse. C'est une entité éphémère qui privatise ce qui rapporte de l'argent dans le laps de temps qui lui est accordé par voie contractuelle : 10, 15, 20 ans. Or, que reste-t-il après les chiffres (fréquentation, rentabilité, chiffre d'affaires), quand le contrat arrive à son terme ? À travers l'exemple des musées, le raisonnement d'André Gob et Noémie Drouguet, applicable à l'ensemble du secteur culturel, souligne très justement ces contradictions et insiste sur les décisions qui s'imposent :

La vision purement économiste de la société et de la culture privilégie le court terme et la rentabilité immédiate, perspectives incompatibles avec le concept de patrimoine et avec les missions du musée. Celui-ci est un service public de la culture, « au service de la société et de son développement », et les structures de gestion, notamment financière, doivent rester subsidiaires par rapport à cet objectif sociétal. Cela implique de s'interdire de mettre en œuvre des structures ou des pratiques qui ont pour finalité de maximiser le profit des quelques grands musées, souvent au détriment de l'ensemble du monde muséal. Les missions du musée sont tournées vers la société et vers le public et si profit il y a, c'est dans l'enrichissement culturel et intellectuel des visiteurs qu'il se mesure. C'est pour prendre en compte cette dimension sociétale, qui ne peut être réduite à des indicateurs économiques classiques, qu'il est indispensable de mettre en œuvre, pour les musées, des modalités de gestion différentes. Celles-ci ne se résument pas à l'application de règles de gestion au secteur particulier de la culture mais consistent en une véritable gestion culturelle⁸¹.

Ces nouveaux modes de gestion ne peuvent fonctionner que si les collectivités publiques reprennent en main leur rôle et leurs missions, et assurent un contrôle plus poussé dans le cadre de DSP relatives au secteur culturel. La souplesse de ce modèle, qui passait pour un avantage, se trouve en réalité être un inconvénient car elle accorde aux délégataires une trop grande liberté quant au maintien de la vocation culturelle des lieux patrimoniaux. Sans la mise en place d'un contrôle précis et assidu des collectivités publiques sur la manière dont sont assurées les fonctions culturelle et sociale d'un musée ou d'un monument, il est impossible de voir naître une gestion culturelle viable. La création d'une grille d'évaluation spécifique peut en cela constituer une solution partielle. Pour ce faire il est possible de se référer aux « indicateurs susceptibles de mesurer, certes de

⁸⁰ GLEVAREC, Hervé, SAEZ, Guy. *Le patrimoine saisi par les associations*. Paris : Ministère de la Culture – La Documentation française, 2002, Coll. Questions de culture, p. 263.

⁸¹ GOB, André, DROUGUET, Noémie. *La muséologie : histoire, développements, enjeux actuels*. 4^e édition. Paris: Armand Colin, 2014, Coll. U, p. 296.

façon rarement quantitative »⁸² les activités correspondantes aux fonctions des structures culturelles, énoncés dans *La muséologie : histoire, développements, enjeux actuels* :

- Rassembler, conserver, et étudier le patrimoine

Indicateurs : acquisitions annuelles, opérations de conservation-restauration, mesures de conservation préventive, publications, conférences et autres interventions scientifiques (colloques...), prêts à d'autres musées pour exposition temporaire...

- Produire des expositions

Indicateurs : liste et présentation des expositions, évaluations qualitatives, et quantitatives, publications (scientifiques et de diffusion), fréquentation, livre d'or...

- Accueillir des visiteurs et leur offrir un loisir culturel

Indicateurs : statistiques de fréquentation, liste des activités culturelles, enquêtes de satisfaction, livre d'or, activités des boutiques et cafétérias...

- Élaborer et mettre en œuvre des produits pédagogiques

Indicateurs : liste et description des diverses animations, nombre de groupes reçus, évaluation des produits, publications pédagogiques, enquêtes de satisfaction auprès des enseignants/élèves/parents...

- Contribuer à l'éducation générale de la population locale

Indicateurs : liste des actions, statistiques de fréquentation élaborée, évaluation de l'impact...

- Contribuer à l'attractivité et à l'image de la ville, de la région

Indicateurs : liste des actions, dossier de presse, évaluation de l'impact par enquête

Cette grille d'évaluation viendrait compléter le bilan annuel – souvent axé sur les questions financières – fourni par les établissements culturels de manière plus détaillée, et ferait l'objet d'une clause dans l'ensemble des contrats de partenariat public-privé (DSP comprise). Une telle mesure permettrait ainsi d'œuvrer en faveur des politiques culturelles et redonnerait aux collectivités une véritable responsabilité dans une perspective de gestion culturelle.

⁸² *Op. cit.* p. 306.

Au-delà de cette proposition qui vise à supprimer les présentes contradictions, sans retomber dans un système de régie directe, il est nécessaire de procéder à des changements radicaux et à la mise en place de garde-fous, en se tournant vers un nouveau modèle de partenariat public-privé.

b. Une nouvelle génération de partenariats public-privé culturels

Les partenariats public-privé que nous connaissons aujourd'hui appartiennent à la première génération de partenariats public-privé, apparue dans les années 80-90. Ces modèles archaïques, désormais obsolètes, ne sont plus du tout en phase avec les questionnements qui agitent actuellement la sphère culturelle. Il est donc essentiel de les repositionner au cœur des problématiques culturelles du XXI^e siècle, en faisant dialoguer partenaires privés et collectivités publiques dans des réflexions nourries par l'ensemble des acteurs culturels. Les collectivités territoriales, à travers par exemple la FNCC⁸³, prennent régulièrement la parole à propos des nouvelles attentes en matière de culture :

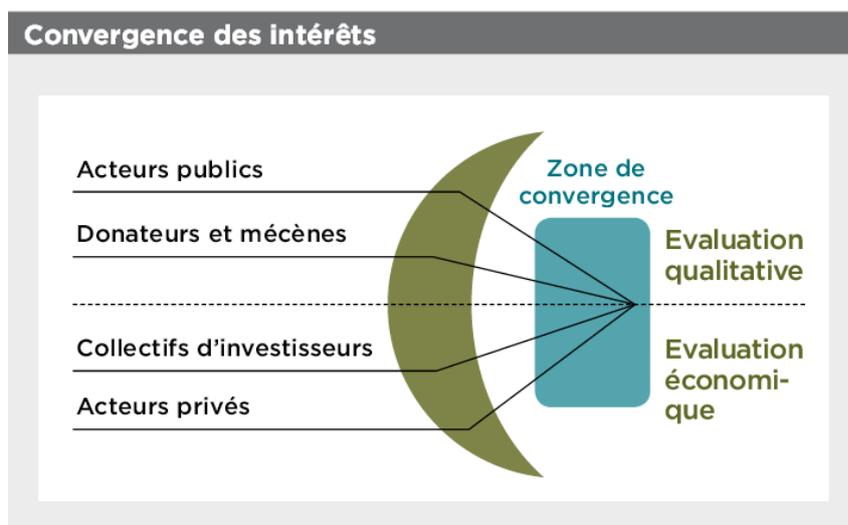
Le maillage culturel de nos territoires est aujourd'hui largement opérationnel. Il faut le reconnaître, s'ils ne le sont pas parfaitement bien sûr, la culture et les arts ont en revanche, les moyens d'être présents partout, donc pour tous. [...] C'est pourquoi il nous faut aujourd'hui promouvoir une politique culturelle qui place la reconnaissance des droits culturels au fondement de son action et la dignité des personnes comme son objectif central, permettant ainsi la prise en compte du désir d'expérimentation créatrice de chacun et la valorisation des identités collectives, et par delà, le dialogue entre les individus et les groupes. Elle passe aussi par le soutien à une éducation à l'expression artistique⁸⁴.

Or, dans le cadre du développement des partenariats public-privé culturels, et si l'on souhaite que cette seconde génération fonctionne mieux que la première, il est impératif que les deux protagonistes (public et privé) se mettent d'accord sur leurs exigences en matière de politiques culturelles, en plus des objectifs de gestion.

⁸³ FNCC : Fédération nationale des collectivités territoriales pour la culture.

⁸⁴ FNCC. « Des politiques culturelles pour les *personnes*, par les *territoires* ». Document d'orientation politique. In *Fédération des réseaux et associations d'artistes plasticiens* [en ligne]. Paris : Fédération des réseaux et associations d'artistes plasticiens. Janvier 2013 [consulté le 18 août 2015]. Disponible sur : <http://www.fraap.org/IMG/pdf/fncc_droits_culturels.pdf>.

Pour ce faire, la convergence des intérêts des acteurs publics et privés qui se forme à l'heure actuelle peut aider. En effet, « chacun de leur côté, décideurs publics et privés ont changé de posture face aux investissements culturels. Le terrain de jeu évolue, et les intérêts de ces deux mondes peuvent converger, notamment en réponse à l'évolution des modes de consommation de la culture par les publics »⁸⁵. C'est ce que démontre le schéma ci-dessous :



Source : Kurt Salmon, 2011.

Aussi, acteurs privés et collectifs d'investisseurs qui travaillaient à l'origine dans une perspective d'évaluation économique et acteurs publics, donateurs et mécènes qui travaillaient eux dans une perspective d'évaluation qualitative, voient leurs intérêts converger en quatre points⁸⁶ :

- La nécessité de prendre en compte la dimension économique des investissements culturels est de plus de plus en plus affirmée, notamment par les acteurs publics. Ceux-ci recherchent également un équilibre financier à leurs projets, via d'autres sources que les subventions.
- La cohésion sociale et la création du lien social (au sein d'une communauté) sont mises en exergue (*sic*) dans les projets, y compris par les acteurs privés.

⁸⁵ KURT SALMON. « Entreprendre et investir dans la culture : de l'intuition à la décision ». Étude internationale. In *Forum d'Avignon* [en ligne]. Paris : Forum d'Avignon. 2011 [consulté le 29 juillet 2015]. Disponible sur :

<http://www.forumavignon.org/sites/default/files/editeur/bd_K_Etude_ForumAvignon_FR.pdf>.

⁸⁶ *Loc. cit.*

- L'importance de la culture dans l'environnement est reconnue tant par le privé qui l'utilise comme levier pour recruter et fidéliser ses collaborateurs que dans le public pour proposer un cadre de vie agréable aux habitants d'un territoire.
- Les nouvelles pratiques et le « besoin de culturel » par les clients/usagers sont pleinement ressentis par les différents acteurs. Une meilleure compréhension entre public et privé apparaît, permettant de mieux coordonner compétences et moyens pour atteindre les objectifs de chacun.

Par ailleurs, pour que cette nouvelle génération de partenariats public-privé hybride – alliant rentabilité économique et finalité culturelle – soit solide, il est indispensable de créer une séparation plus franche des activités pour éviter le mélange des genres. Jean-Yves Gacon, ancien directeur de projet à la MAPPP⁸⁷, explicite ce partage des tâches :

Le partenaire public [...] peut alors se concentrer sur son cœur de métier (conservation des œuvres, mise en valeur pédagogique, politique artistique et culturelle – et les aspects plus techniques ou plus commerciaux), et le privé sur la gestion du bâtiment (maintenance et exploitation technique) et sur les activités à caractère purement commercial (restaurants, boutiques). Dans l'entre-deux de ces activités, les manifestations ponctuelles (expositions temporaires, animations diverses) peuvent être réparties au mieux des compétences et des opportunités : la programmation des expositions temporaires par la personne publique peut se concilier avec des opérations de mécénat ou d'initiative privée proposées par le partenaire⁸⁸.

De cette manière, partenaire public et partenaire privé peuvent mettre leurs savoir-faire au service d'un projet culturel de qualité, et lui donner tous les éléments pour durer.

Enfin, toujours dans le but de proposer une seconde génération de partenariats public-privé plus efficace, il est possible de puiser certaines idées outre-Atlantique, du côté du modèle américain, à travers l'exemple de deux traditions spécifiquement américaines qui paraissent exportables : la philanthropie et le bénévolat.

⁸⁷ MAPPP : Mission d'Appui aux Partenariats Public-Privé. Il s'agit d'un organisme expert prévu par la réglementation (Décret n°2004-1119) sous la forme d'une Mission rattachée au Ministre de l'Économie.

⁸⁸ DUVOUX, Carine. « Culture : le privé met timidement un pied dans les musées ». *PPP Mag* (Paris). Février-Avril 2015, n°9, p. 53.

c. Le modèle américain : une tradition de philanthropie et de bénévolat

« La responsabilité de l'État et des pouvoirs publics en général n'est pas seulement de financer la vie culturelle, mais d'encourager les initiatives de la société civile ».

Frédéric Mitterrand

Ministre de la Culture et de la Communication (2009-2012)

Le modèle américain s'avère intéressant dans sa manière de mobiliser des ressources externes, mais aussi dans sa manière de gérer les ressources internes. Il s'agit donc pour le modèle français (partenariats public-privé) de chercher de nouvelles sources de financements et d'acquérir une meilleure gestion en s'inspirant de ce qui se fait outre-Atlantique. L'objectif est d'arriver à la mise en place d'un équilibre entre logique de rentabilité et logique culturelle. Parmi la multitude de méthodes utilisées (recours aux fondations, dotations en capital, levées de fonds, etc.), la philanthropie et le bénévolat semblent tout particulièrement porter leurs fruits.

Aux États-Unis, la philanthropie n'a rien de nouveau, bien au contraire. Héritière de l'évergétisme antique, cette tradition permet aux personnes généralement fortunées de contribuer au financement et/ou au développement d'une structure culturelle en lui faisant un don (argent, collection d'œuvres d'art, etc.). Le terme « philanthropie » est plutôt réservé aux dons des particuliers, c'est-à-dire à la philanthropie dite individuelle ou privée, tandis que l'on utilisera le terme « mécénat » pour qualifier les dons d'entreprises. Si ce dernier est développé de façon considérable dans le cadre de DSP pour financer certaines charges (Société Marseillaise de Crédit, Fondation d'entreprise GDF SUEZ, ou encore Monte Paschi Banque S.A chez Culturespaces), la philanthropie demeure pour sa part négligée. La différence entre les États-Unis et l'Europe se traduit ainsi par un taux exceptionnel de contributions privées. Le pourcentage de revenus provenant de la philanthropie dans le secteur culturel est quasiment le même que celui des revenus provenant des ressources propres. Ainsi, « le total des contributions philanthropiques aux États-Unis a dépassé pour la première fois 100 milliards de

dollars en 1988... (104 plus précisément) »⁸⁹. De même, « l'année 2000 a été marquée par un don d'une ampleur inédite, celui des cinq milliards de dollars attribués par Bill et Melinda Gates à la fondation qui porte leur nom »⁹⁰. Par conséquent, le financement public reste relativement faible.

Cependant, à l'heure où l'on se détourne de l'État pour créer, développer, financer et promouvoir la culture, il semblerait que les motivations premières de ces généreux donateurs ne soient toutes purement charitables. C'est que démontre Jean-Michel Tobelem en présentant « différents types de motivation à l'origine de la décision du don »⁹¹ :

- La reconnaissance et la loyauté
- L'altruisme et la responsabilité à l'égard de la communauté
- La connaissance intime d'une question (une maladie d'un membre de l'entourage familial par exemple)
- La vie mondaine et la pression sociale (avoir une aile ou un bâtiment nommé d'après soi)
- Le souci de respectabilité et l'accès à certains cercles
- Les déductions fiscales

Ainsi, dans quelles mesures pourrait-on intégrer au modèle français une méthode, reposant du reste sur des bases avantageuses, mais susceptible d'instrumentaliser la culture à des fins personnelles ? Le risque de basculer dans une sorte de ploutocratie culturelle est beaucoup trop important et ne correspond en rien avec les politiques culturelles françaises. La philanthropie reste donc une alternative intéressante pour les partenaires privés si elle est utilisée comme une ressource complémentaire.

Autre procédé largement usité par les institutions culturelles américaines, le bénévolat. Jean-Michel Tobelem le définit comme étant une activité qui « consiste à donner de son temps, de ses efforts ou de ses connaissances en l'absence de compensation financière ou de salaire, au service de la collectivité »⁹². Si cette

⁸⁹ TOBELEM, Jean-Michel. *Musées et culture : le financement à l'américaine*. Mâcon : Éditions W, M.N.E.S, 1990, Coll. Museologia, p. 33.

⁹⁰ TOBELEM, Jean-Michel. *Le nouvel âge des musées : les institutions culturelles au défi de la gestion*. Paris : Armand Colin, 2005, Coll. Sociétales, p. 75.

⁹¹ *Loc. cit.*

⁹² *Op. cit.* p. 138.

option est relativement bien développée dans les structures culturelles publiques (sociétés d'amis de musées), c'est en revanche peu le cas dans les structures privées ou dans le cadre de partenariats public-privé. Lorsque cela est bien encadré, la plus-value peut se révéler très intéressante tant sur le plan économique, culturel, et personnel :

L'apport en nature des bénévoles (prestations et acquisitions pour le musée) ne doit pas être sous-estimé mais il n'apparaît pas dans les données comptables des recettes. Pourtant, de nombreux musées ne sauraient fonctionner sans le bénévolat des amis ou d'autres personnes, parfois liées par un contrat de bénévole. Ces derniers trouvent dans ce travail régulier, pour les uns une occupation, pour les autres une expérience professionnelle, et certainement le sentiment philanthropique d'être utile à la société⁹³.

Les bénévoles peuvent travailler de différentes manières : « à l'accueil ; pour les visites guidées ; dans les départements éducatifs ; par des interventions dans les écoles ; à la boutique et/ou à la cafétéria ; pour des travaux administratifs [...] ; par la participation à des travaux de recherches, d'inventaire, de publication ; etc. »⁹⁴. Dans le cas d'une DSP, le recours au bénévolat pourrait permettre de développer des activités qui n'existent pas et pourtant essentielles, telles que des actions de médiation ciblées ou des animations culturelles singulières (dimensions scientifique et culturelle). Les opérateurs privés et les collectivités publiques y trouveraient certains avantages économiques et culturels, et les bénévoles pourraient ainsi élargir leur horizon quotidien, se mettre au service des autres et apporter leur contribution à une œuvre utile. De même, l'action des bénévoles est intéressante d'un point de vue socioculturel, puisqu'ils « sont peut-être les mieux placés pour établir des relations nouvelles avec les groupes que le [lieu] n'attire encore que modérément, comme les minorités raciales et les catégories socioprofessionnelles les moins favorisées, etc. »⁹⁵. Cette expérience peut également être valorisée auprès d'employeurs potentiels.

Néanmoins, il faut tenir compte des limites du bénévolat. En effet, la qualité du service rendu, la disponibilité des bénévoles ou encore la vocation éducative des musées et sites patrimoniaux peuvent être remis en cause. Il est entre autres

⁹³ GOB, André, DROUGUET, Noémie. *La muséologie : histoire, développements, enjeux actuels*. 4^e édition. Paris : Armand Colin, 2014, Coll. U, p. 317.

⁹⁴ TOBELEM, Jean-Michel. *Le nouvel âge des musées : les institutions culturelles au défi de la gestion*. Paris : Armand Colin, 2005, Coll. Sociétales, pp. 138-139.

⁹⁵ TOBELEM, Jean-Michel. *Musées et culture : le financement à l'américaine*. Mâcon : Éditions W, M.N.E.S, 1990, Coll. Museologia, p. 200.

nécessaire de former ces bénévoles et de s'assurer de leur motivation afin que cela fonctionne au mieux :

L'enjeu de la gestion du bénévolat réside paradoxalement dans sa « professionnalisation » : à la fois pour répondre aux fréquentes objections relatives à l'utilisation des volontaires ; et – plus positivement – pour obtenir la pleine réalisation des potentiels d'efficacité du bénévolat⁹⁶.

Dès lors qu'un cadre précis sera donné à la pratique du bénévolat dans le domaine des musées et du patrimoine, il se peut que, compte tenu des mutations qui s'opèrent dans le paysage culturel français à l'heure actuelle, les musées, monuments et sites patrimoniaux se tournent vers cette pratique.

Conclusion

Il semble trop tôt pour porter un jugement sur les partenariats public-privé dans le domaine culturel, car ils sont encore peu développés par rapport aux pays anglo-saxons. Ainsi, les opérateurs privés spécialisés dans les DSP relatives aux domaines muséal et patrimonial ne constituent pas un *panel* suffisant pour se faire une idée précise. Toutefois, les exemples pris avec Culturespaces tout au long de cette réflexion nous informent – si ce n'est nous confirment – d'une chose : la gestion économique et les besoins de rentabilité prennent le dessus sur les missions scientifique et culturelle. La médiation est standardisée, voire remplacée par la consommation. Une consommation culturelle certes, mais une consommation quand même. Ce modèle apparaît donc comme contreproductif par rapport à la médiation et à la culture. Or, à l'origine de toute DSP se trouvent l'État et les collectivités publiques, dont les missions essentielles sont de conserver les caractères éducatif, social et culturel des musées et monuments français. Les torts sont donc partagés entre organisme privé et collectivités publiques, puisqu'il existe un réel problème quant au contrôle exercé par les délégants sur les délégataires en ce qui concerne l'exécution des missions culturelles.

Ce constat nous renvoie directement à ce que représente le patrimoine pour les Français, et aux conditions dans lesquelles nous souhaitons le conserver pour mieux le transmettre aux générations futures. De ce fait, quelle légitimité ont les

⁹⁶ TOBELEM, Jean-Michel. *Le nouvel âge des musées : les institutions culturelles au défi de la gestion*. Paris : Armand Colin, 2005, Coll. Sociétales, p. 143.

opérateurs privés à exploiter ce patrimoine, si c'est pour leur ôter tout caractère patrimonial, et nous le restituer complètement défiguré ? Le patrimoine s'apparente à un miroir de notre société, de notre culture et de notre identité. Cependant, si en le regardant nous ne nous reconnaissons plus dedans, c'est qu'il devient urgent de prendre des mesures pour lui redonner ses attributs initiaux. Par conséquent, la question qu'il faut aujourd'hui se poser (acteurs culturels, collectivités publiques, opérateurs privés, individus, etc.), et dont la réponse nécessiterait une réflexion à part entière, est la suivante : à quelles conditions une DSP pourrait-elle être compatible avec les politiques culturelles actuelles ? En effet, il faut profiter du fait que les partenariats public-privé sont encore peu développés dans le secteur culturel pour rectifier le tir dès aujourd'hui, et leur donner une impulsion nouvelle.

Pour le moment, le bilan des partenariats public-privé est mitigé, puisque deux contrats de partenariat sont particulièrement mal engagés : le Musée de la Mer à Biarritz, et le Musée Camille Claudel à Nogent-sur-Marne. Le premier est en train de voir son contrat résilié, tandis que le mode de financement et de gestion du second est décrié par la nouvelle municipalité. Les années à venir semblent donc décisives pour la culture.

Conclusion générale

Ce stage ainsi que le mémoire qui l'accompagne ne marquent pas seulement la validation du niveau master, mais également la fin des études supérieures, et l'entrée dans le monde professionnel. Aussi, les connaissances acquises auprès de Culturespaces et celles acquises au fil des recherches effectuées pour alimenter ma réflexion, constituent-elles le bagage avec lequel je vais chercher un premier emploi. L'importance du choix du lieu de stage était donc très grande. En prenant du recul sur cette expérience, je pense avoir fait le bon choix en choisissant Culturespaces plutôt que Jazz à Vienne. Ce stage correspondait beaucoup plus à mon profil. Les six mois passés au sein de cette entreprise s'inscrivent parfaitement dans le parcours que je me suis créé jusqu'à présent, et le complètent bien. Culturespaces m'a également ouvert des portes, notamment celles des grands musées parisiens. J'ai réalisé à travers ce stage l'ampleur du travail qui est

demandé à l'équipe du service communication et marketing pour faire vivre douze sites aussi divers, et j'ai été ravie de pouvoir les aider à mon échelle. Je pense être désormais opérationnelle, et prête pour investir un poste en communication dans le secteur culturel. Le master Diffusion de la Culture m'a énormément aidé pour cela. La formation proposée lors de ces deux années nous offre la possibilité de voir tous les aspects de la culture : communication, production, médiation, écriture spécialisée, régie, etc. Le fait que ce soit une formation professionnalisante est un atout pour la recherche d'emploi à venir.

Par ailleurs, ces six mois m'ont aussi fait prendre conscience des lieux pour lesquels je veux travailler par la suite, et dans quelles conditions je souhaite le faire. Après avoir travaillé dans le secteur public et dans le secteur privé, je sais désormais que je suis plus à l'aise dans le public. De plus, à l'inverse du secteur privé, je partage avec le secteur public une certaine vision de la culture qui a été renforcée par le sujet que j'ai choisi de traiter dans ce mémoire. Je pense que l'individu doit être mis au cœur de nos préoccupations, et cela passe par la mise en place d'une médiation ciblée, d'animations éducatives et pédagogiques, etc. Toutefois, ce sujet m'a permis de poser un regard différent sur l'entreprise. En effet, lorsque l'on passe six mois à partager le quotidien d'un service et d'une société, il est difficile de relever les points négatifs. C'est d'ailleurs ce qui manquait à mon rapport de stage de l'année dernière. Aussi, le fait de questionner un sujet qui fait débat m'a-t-il aidé à me détacher de Culturespaces, et à la voir comme un simple opérateur privé, un exemple parmi tant d'autres, et non plus comme mon lieu de stage. Même si les conditions de rédaction de ce mémoire ont été un peu particulières, j'ai pris beaucoup de plaisir à réfléchir au sujet choisi.

Ma volonté de m'orienter vers le métier de chargée de communication pour le compte de musées ou d'institutions patrimoniales s'est confirmée. En ce sens, j'ai commencé à répondre à des offres d'emploi pour différentes structures telles que le MuCEM ou le Musée du Louvre, et vais continuer à le faire à la rentrée, tout en candidatant de façon spontanée. Je ne me fixe pas vraiment de contraintes quant au lieu pour mes recherches, sachant que le contexte actuel est assez difficile. Toutefois, j'aimerais trouver quelque chose dans le sud-est ou à Paris. Ce sont deux régions où j'ai de solides repères et des connaissances.

Bibliographie

Politiques culturelles françaises

ADAC-GVAF⁹⁷. « Nos engagements ». In *Réseau culture 21* [en ligne]. Fontenay-sous-Bois : Réseau culture 21. Septembre 2014 [consulté le 1^{er} août 2015]. Disponible sur : <<http://reseauculture21.fr/wp-content/uploads/2014/12/ADAC-GVAF-Nos-engagements-2-10-2014.pdf>>.

ARNAUD, Jean-Michel (dir.). « Culture et territoires ». *L'Abécédaire des Institutions* (Paris). Mai 2015, n°87, 32 p.

FNCC⁹⁸. « Des politiques culturelles pour les *personnes*, par les *territoires* ». Document d'orientation politique. In *Fédération des réseaux et associations d'artistes plasticiens* [en ligne]. Paris : Fédération des réseaux et associations d'artistes plasticiens. Janvier 2013 [consulté le 18 août 2015]. Disponible sur : <http://www.fraap.org/IMG/pdf/fncc_droits_culturels.pdf>.

KURT SALMON. « Entreprendre et investir dans la culture : de l'intuition à la décision ». Étude internationale. In *Forum d'Avignon* [en ligne]. Paris : Forum d'Avignon. 2011 [consulté le 29 juillet 2015]. Disponible sur : <http://www.forumavignon.org/sites/default/files/editeur/bd_K_Etude_ForumAvignon_FR.pdf>.

PIGNOT, Lisa, SAEZ Jean-Pierre (coord.). « Les rapports public/privé dans la culture ». In *l'Observatoire*. Juillet 2009, n°35. Grenoble : Observatoire des politiques culturelles, 104 p.

ROTTERDAM, Michel. « Les nouvelles urgences de la culture en milieu urbain ». Conclusion des deux journées d'agitation d'idées de Rennes. In *Banlieues d'Europe* [en ligne]. Lyon : Banlieues d'Europe. 28-29 novembre 2013 [consulté le 18 août 2015]. Disponible sur : <<http://www.banlieuseurope.com/news/242/urgences%20de%20la%20culture%202013.pdf>>.

⁹⁷ ADAC-GVAF : Association des directeurs des Affaires culturelles des grandes villes et agglomérations de France.

⁹⁸ FNCC : Fédération nationale des collectivités territoriales pour la culture.

THE EDITORIALIST. « Le multimodal, nouveau style des expositions temporaires ». In *Musée 21* [en ligne]. Paris : Culturespaces. 2015 [consulté le 21 août 2015]. Disponible sur : < <http://www.musee21.com/multimodal/>>.

Droit général

AUBY, Jean-François. *La délégation de service public*. Paris : Presses Universitaires de France, 1995, Coll. Que sais-je ?, 125 p.

GUINCHARD, Serge, DEBARD, Thierry (dir.). *Lexique des termes juridiques 2014-2015*. 22^e édition. Paris : Dalloz, 1057 p.

MARTY, Frédéric, TROSA, Sylvie, VOISIN, Arnaud. *Les partenariats public-privé*. Paris : La Découverte, 2006, Coll. Repères. 122 p.

MICHELET, Christophe, HUET, Gaëtan, GARNIER, Sophie. « La négociation d'une délégation de service public ». *Le Courrier des maires et des élus locaux* (Paris). Février 2012, n°254, Cahier n°52, 15p.

Économie de la culture et du patrimoine

BENHAMOU, Françoise. *Économie du patrimoine culturel*. Paris : La Découverte, 2012, Coll. Repères, 126 p.

BENHAMOU, Françoise. *L'économie de la culture*. 7^e édition. Paris : La Découverte, 2011, Coll. Repères, 128 p.

CHOAY, Françoise. *Le patrimoine en questions : anthologie pour un combat*. Paris : Éditions du Seuil, 2009, Coll. La couleur des idées, 214 p.

GLEVAREC, Hervé, SAEZ, Guy. *Le patrimoine saisi par les associations*. Paris : Ministère de la Culture – La Documentation française, 2002, Coll. Questions de culture, 412 p.

Musées, financement et gestion :

ART MEDIA AGENCY. « Musées privés, autopsie d'un succès ». *Newsletter Professionnelle d'Art Media Agency* (Paris). Juin 2015, n°208, pp. 3-9.

DUVOUX, Carine. « Culture : le privé met timidement un pied dans les musées ». *PPP Mag* (Paris). Février -Avril 2015, n°9, pp. 46-56.

GOB, André, DROUGUET, Noémie. *La muséologie : histoire, développements, enjeux actuels*. 4^e édition. Paris: Armand Colin, 2014, Coll. U, 348 p.

ROSIER, Pascal. « Le charme discret ». *Arts Magazine* (Paris). Juillet-Août 2015, pp. 92-94.

TOBELEM, Jean-Michel. *Le nouvel âge des musées : les institutions culturelles au défi de la gestion*. Paris : Armand Colin, 2005, Coll. Sociétales, 317 p.

TOBELEM, Jean-Michel. *Musées et culture : le financement à l'américaine*. Mâcon : Éditions W, M.N.E.S, 1990, Coll. Museologia, 249 p.

TOBELEM, Jean-Michel (dir.). *Musées, gérer autrement : Un regard international*. Paris : La Documentation française, 1996, 402 p.

Sitographie

Arènes de Nîmes, Maison Carrée, Tour Magne - Site officiel - gérées par Culturespaces, Nîmes [en ligne]. Culturespaces, 2015 [consulté le 15 août 2015]. Disponible sur : <www.arenes-nimes.com>.

Culturespaces - Musées, monuments, Sites historiques - Paris [en ligne]. Culturespaces, 2015 [consulté le 10 août 2015]. Disponible sur : <www.culturespaces.com>.

Fondation - Culturespaces, Paris [en ligne]. Culturespaces, 2015 [consulté le 13 août 2015]. Disponible sur : <www.fondation-culturespaces.com>.

Grands Jeux Romains [en ligne]. Culturespaces, 2015 [consulté le 15 août 2015]. Disponible sur : <www.grandsjeuxromains.com>.

L'entreprise - Culturespaces, Paris [en ligne]. Culturespaces, 2015 [consulté le 10 août 2015]. Disponible sur : <www.culturespaces-entreprise.fr>.

Légifrance, le service public de l'accès au droit [en ligne]. Secrétariat général du Gouvernement, 2015 [consulté le 6 août 2015]. Disponible sur : <www.legifrance.gouv.fr>.

Ministère de la Culture et de la Communication [en ligne]. Ministère de la Culture et de la Communication, 2015 [consulté le 16 août 2015]. Disponible sur : <www.culturecommunication.gouv.fr>.

Table des annexes

Annexe 1 : Affiche 4x3, « Michel-Ange, Léonard de Vinci, Raphaël. Les Géants de la Renaissance »	81
Annexe 2 : Affiche 120x176, « Michel-Ange, Léonard de Vinci, Raphaël. Les Géants de la Renaissance »	82
Annexe 3 : Affiche 4x3, « Chagall. Songes d'une Nuit d'Été »	83
Annexe 4 : Affiche 4x3, Caumont Centre d'Art version 1	84
Annexe 5 : Affiche 4x3, Caumont Centre d'Art version 2	85
Annexe 6 : Affiche 4x3, « Canaletto, Rome – Londres – Venise. Le triomphe de la lumière »	86
Annexe 7: Communiqués de presse	87
Annexe 8 : Dossier de presse des Grands Jeux Romains 2015	88
Annexe 9 : Dossier de presse de la Fête des Roses 2015	89
Annexe 10 : Bâche Fnac des Ternes, « De Giotto à Caravage. Les passions de Roberto Longhi »	90
Annexe 11 : Lettre d'abonnement Carte Privilège, Musée Jacquemart-André.....	91
Annexe 12 : <i>Flyer</i> Carte Privilège, Villa Ephrussi de Rothschild	92
Annexe 13 : Propositions graphiques Carte Privilège, Musée Jacquemart-André	93
Annexe 14 : <i>Flyer</i> des Grands Jeux Romains 2015.....	94
Annexe 15 : Programme des Grands Jeux Romains 2015	95
Annexe 16 : Livret-jeux « Une Journée chez la Baronne »	96
Annexe 17 : Guide « Bienvenue en Provence » 2015	97
Annexe 18 : Agenda culturel de la Ville d'Aix-en-Provence N°129, Juin 2015.....	98
Annexe 19 : Kakémono office de tourisme d'Aix-en-Provence.....	99
Annexe 20 : Kakémono salon professionnel du tourisme	100

ANNEXES

Annexe 1 :

**Affiche 4x3, « Michel-Ange, Léonard de Vinci, Raphaël. Les Géants
de la Renaissance »**

CARRIÈRES DE LUMIÈRES
LES BAUX-DE-PROVENCE



MICHEL-ANGE · LÉONARD DE VINCI RAPHAËL

6 MARS 2015 - 3 JANVIER 2016

UNE RÉALISATION GIANFRANCO IANNUZZI - RENATO GATTO - MASSIMILIANO SICCARDI

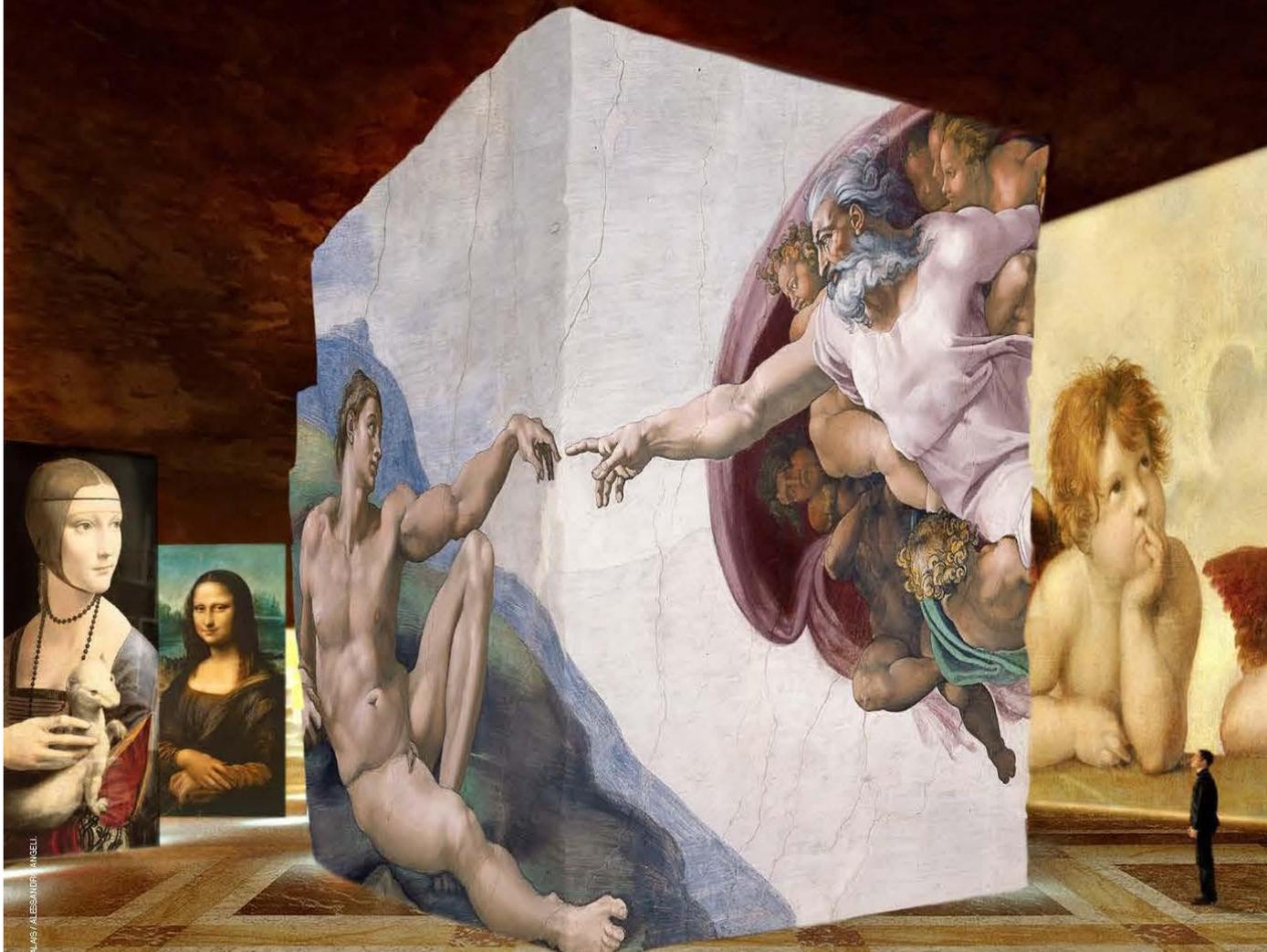


Annexe 2 :

**Affiche 120x176, « Michel-Ange, Léonard de Vinci, Raphaël. Les
Géants de la Renaissance**

CARRIÈRES DE LUMIÈRES

LES BAUX-DE-PROVENCE



MICHEL-ANGE LÉONARD DE VINCI RAPHAËL

UNE RÉALISATION GIANFRANCO IANNUZZI - RENATO GATTO - MASSIMILIANO SICCARDI

6 MARS 2015 - 3 JANVIER 2016

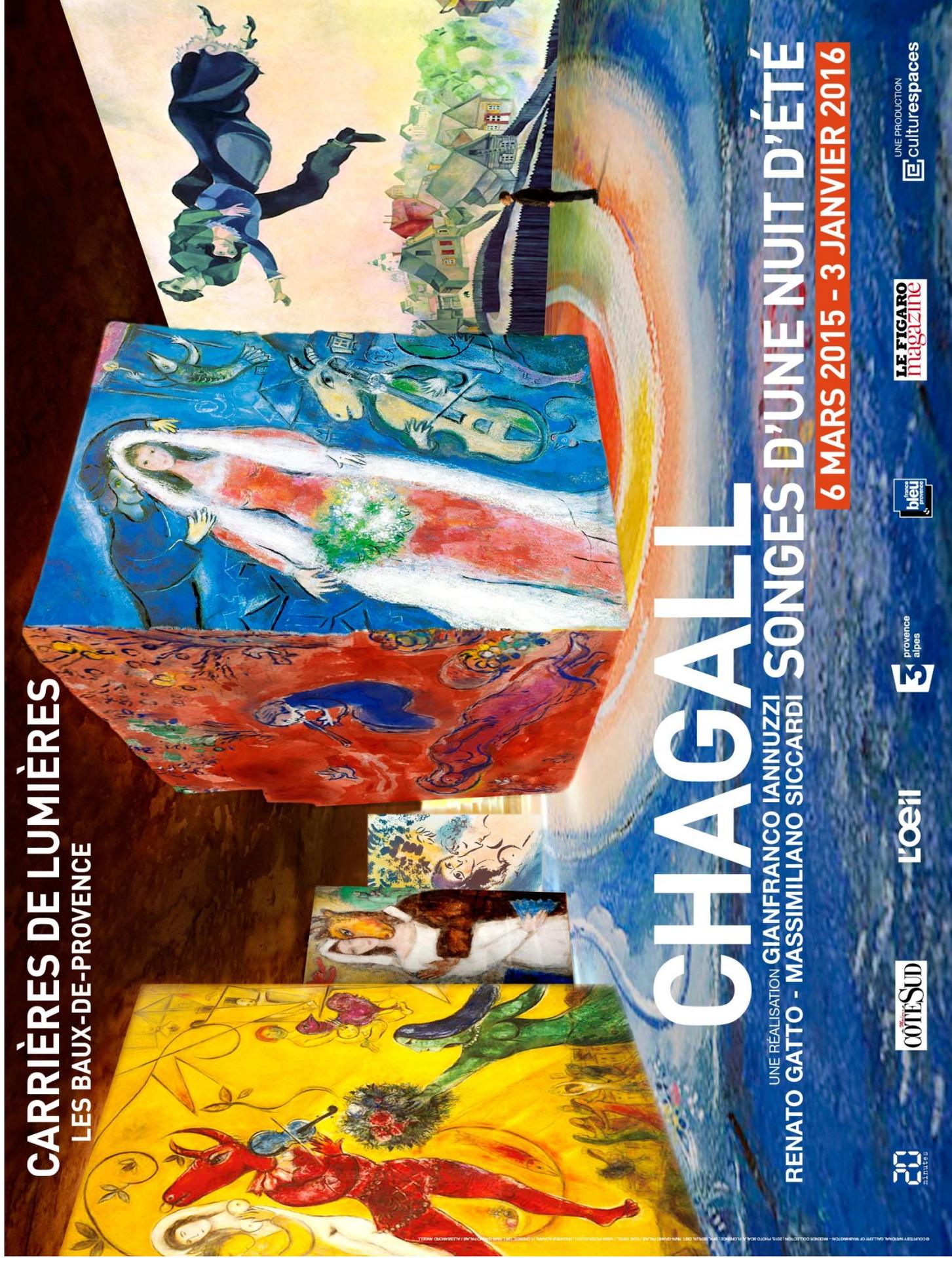
© 2015. PHOTO SCALA, FLORENCE. BPK, BERLIN. USF, FIAN-SORDO PALAIS / BOUTEVELT, MANSIEP/RE/MILITARY, ARCHIVE ALUMNI, FLORENCE. USF, FIAN-SORDO PALAIS / ALESSANDRO ANSELI.



Annexe 3 :

Affiche 4x3, « Chagall. Songes d'une Nuit d'Été »

CARRIÈRES DE LUMIÈRES
LES BAUX-DE-PROVENCE



CHAGALL

UNE RÉALISATION GIANFRANCO IANNUZZI
RENATO GATTO - MASSIMILIANO SICCARDI **SONGES D'UNE NUIT D'ÉTÉ**
6 MARS 2015 - 3 JANVIER 2016



Annexe 4 :

Affiche 4x3, Caumont Centre d'Art version 1

CAUMONT

CENTRE D'ART

AIX-EN-PROVENCE

OUVERTURE LE 6 MAI



UNE PROPRIÉTÉ

culturespaces

AVEC LE SOUTIEN DE

**Société
Municipale de Caumont**

**FONDATION
F. G. G. G.**

1918 - 2018

CAUMONT CENTRE D'ART - 100 Avenue de la République - 13090 CAUMONT - Aix-en-Provence
Téléphone : 04 91 90 00 00 - Email : caumont@culturespaces.com - Site : www.caumont-centre-d-art.com
Mise en œuvre : Culturespaces - Photographie : Olivier Bouchard - Réalisation : Culturespaces - 2018

Annexe 5 :

Affiche 4x3, Caumont Centre d'Art version 2

Annexe 6 :

Affiche 4x3, « Canaletto, Rome - Londres - Venise. Le triomphe de la lumière »

CAUMONT
CENTRE D'ART
AIX-EN-PROVENCE

CANALETTO

ROME, LONDRES, VENISE

6 MAI - 13 SEPTEMBRE



UNE EXPOSITION

culturespaces

© The British Museum Co. - Durham, UK

OUVERT 7/7 - 10h/19h - NOCTURNE MARDI JUSQU'À 21H30
Réservation : caumont-centredart.com & fnac.com #ExpoCanaletto

3 Provence Alpes

fnac

COMESUD

Loeill

La Provence

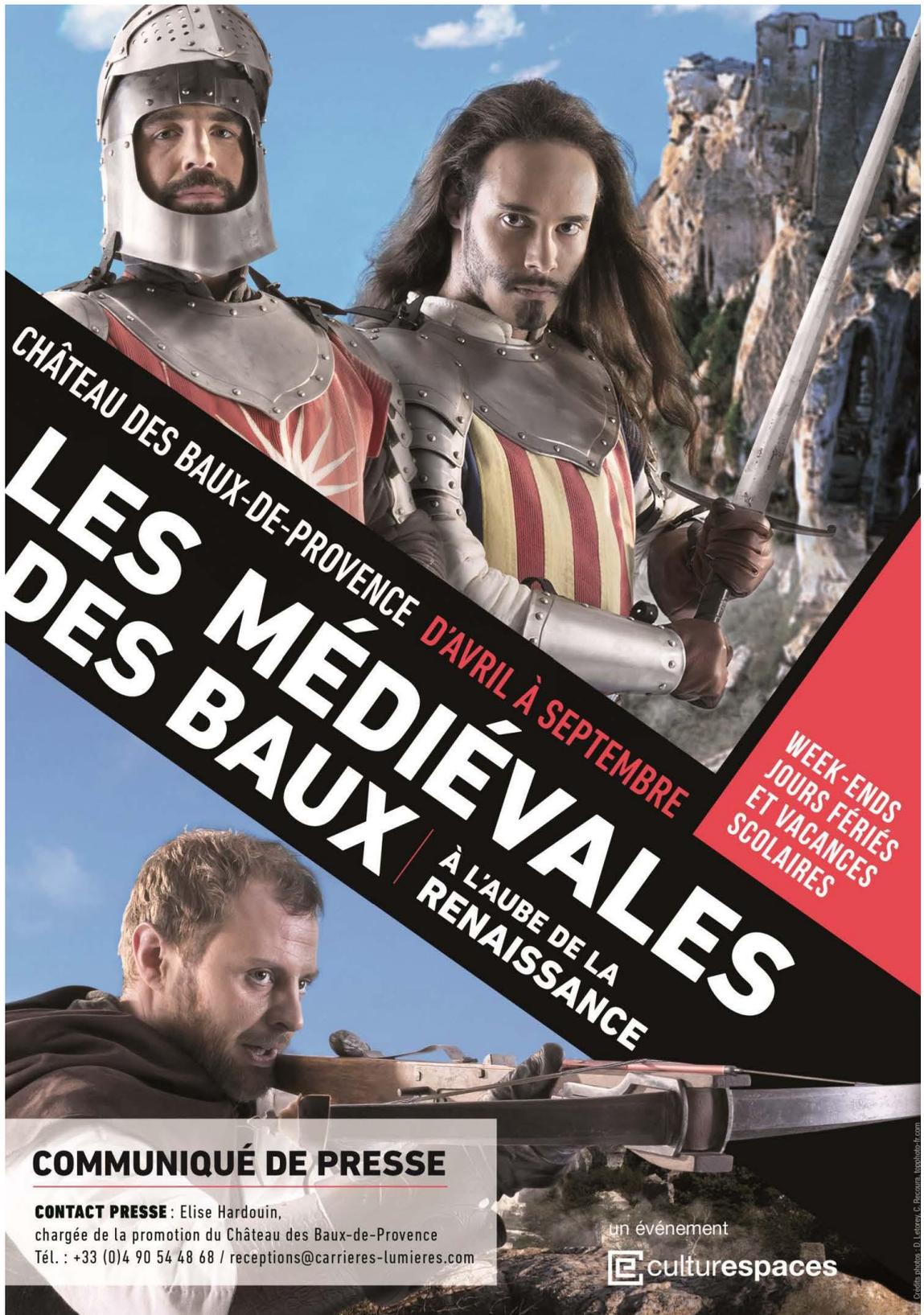
bleu

LE JOURNAL
LEPROVENCE

50 Société
Marseillaise de Crédit



Annexe 7 :
Communiqués de presse



CHÂTEAU DES BAUX-DE-PROVENCE D'AVRIL À SEPTEMBRE

LES MÉDIÉVALES

DES BAUX

À L'AUBE DE LA RENAISSANCE

WEEK-ENDS
JOURS FÉRIÉS
ET VACANCES
SCOLAIRES

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

CONTACT PRESSE : Elise Hardouin,
chargée de la promotion du Château des Baux-de-Provence
Tél. : +33 (0)4 90 54 48 68 / receptions@carrieres-lumieres.com

un événement
 culturespaces

Crédits photos : D. Lacroix, C. Bascour, happyphoto.fr.com



**LES « MÉDIÉVALES DES BAUX - À L'Aube de la Renaissance »
AU CHÂTEAU DES BAUX-DE-PROVENCE
DU 4 AVRIL AU 27 SEPTEMBRE 2015**

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Campé sur un éperon rocheux, le Château des Baux-de-Provence compte parmi les plus beaux sites historiques de France, ses vestiges racontent une histoire vieille de plus de dix siècles. À l'occasion des « Médiévales des Baux », le château propose aux enfants des activités ludiques et pédagogiques et aux familles de faire un véritable bond dans le temps. Tous les week-ends, jours fériés et vacances scolaires d'avril à septembre 2015, profitez de nombreuses animations : découverte de l'artisanat médiéval, armement et tir à la catapulte, tir à l'arbalète, vie quotidienne au Château... Et en juin, chaque week-end, des visites insolites sont proposées !

En 1508, Bernardin, capitaine des corsaires du roi en Méditerranée, est nommé gouverneur des Baux et décide de redonner sa grandeur d'antan au Château des Baux-de-Provence, érigé au XI^e siècle. À l'aube de la Renaissance, entre 1508 et 1520, le château est donc rebâti et la place des Baux retrouve tout son apparat après avoir perdu en importance suite au rattachement, en 1483, de la Provence à la Couronne de France. À travers plusieurs activités inédites pour petits et grands, les « Médiévales des Baux » vous proposent ainsi de revivre cette période florissante.

DÉCOUVERTE DE L'ARTISANAT

Forgeron : de 10h à 14h / « Passes d'armes à la forge » : à 13h30 et 18h

Tailleur de pierre : de 10h à 18h / « 1515. Le grand chantier » : à 14h30 et 16h30

Deux artisans incontournables à l'époque médiévale, un forgeron et un tailleur de pierre, présentent leur travail à la fin du Moyen-Âge à travers deux animations. Tandis que le premier se remémore la symbolique des épées et en profite pour faire quelques passes d'armes devant les visiteurs, le second dévoile son quotidien dans le spectacle « 1515. Le grand chantier », retraçant l'histoire du chantier de reconstruction du Château des Baux en 1515, entre histoire de Provence et histoire de l'architecture.

TIR À LA CATAPULTE : À 11h30, 15h30 et 17h30

Animation proposée par EOZ Production et la Cie Alagos.

TIR À L'ARBALÈTE : De 10h30 à 18h

Stand animé par EOZ Production et la Cie Alagos.

EN JUIN, VISITES INSOLITES DU CHÂTEAU DES BAUX À L'OCCASION DES MÉDIÉVALES

Tous les samedis et dimanches à 11h30 et 16h / Départ devant la chapelle St Blaise à l'intérieur du château

En complément des animations « À L'Aube de la Renaissance » des Médiévales, découvrez le Château des Baux-de-Provence de manière privilégiée et insolite.

Pendant une heure, une visite guidée vous amènera à découvrir l'univers du Château des Baux, son histoire, son épopée et son mythe, selon l'un des thèmes choisis : la famille des Baux, les contes et légendes du Château, la vie courante et sociale à la Renaissance ou encore l'histoire de la Provence.

À noter : La visite guidée est incluse dans le billet d'entrée.



Informations pratiques

Château des Baux-de-Provence

13520 Les Baux de Provence

Tél. : +33 (0)4 90 54 55 56

Fax. : +33 (0)4 90 54 55 00

Email : message@chateau-baux-provence.com

www.chateau-baux-provence.com

Contact presse :

Elise Hardouin, chargée de la promotion du Château des Baux-de-Provence

Tél. : +33 (0)4 90 54 45 86

E-mail : receptions@carrieres-lumieres.com

Horaires d'ouverture du Château des Baux-de-Provence

Ouvert tous les jours de l'année (jours fériés inclus)

Janvier, février, novembre, décembre : 10h-17h

Mars, octobre : 9h30-18h30

Avril, mai, juin, septembre : 9h-19h15

Juillet – août : 9h-20h15

Horaires des animations des « Médiévales des Baux »

Tous les week-ends, jours fériés et vacances scolaires, du 4 avril au 27 septembre

Forgeron : de 10h à 14h / « Passes d'armes à la forge » : à 13h30 et 18h

Tailleur de pierre : de 10h à 18h / « 1515. Le grand chantier » : à 14h30 et 16h30

Tirs à la catapulte : 11h, 15h30 et 17h30

Tirs à l'arbalète : de 10h30 à 18h

Tarifs avec animations (d'avril à septembre) : plein tarif : 10 € / tarif réduit : 8 €

Sans animations (d'octobre à mars) : plein tarif : 8 € / tarif réduit : 6 €

Tarif réduit pour les enfants de 7 à 17 ans, demandeurs d'emploi, enseignants et étudiants

Gratuit pour les enfants de moins de 7 ans et les professionnels du tourisme.

Pass Provence (Château des Baux-de-Provence + Carrières de Lumières) :

Avec animations : 17,5 € (PT) / 14€ (TR)

Sans animations : 15,5 € (PT) / 12 € (TR)

Offre Famille : l'entrée est gratuite pour le 2^e enfant âgé de 7 à 17 ans (avec deux adultes et un enfant payant).

Groupes adultes (dès 20 personnes) : 8 € avec animations d'avril à septembre / 6 € sans animations d'octobre à mars

Groupes scolaires (dès 20 élèves) : 5 € avec animations d'avril à septembre / 4 € sans animations d'octobre à mars

Ateliers pédagogiques : 15 € par enfant

Modes de visite

Visite libre

Audioguide gratuit disponible en dix langues : français, anglais, allemand, néerlandais, italien, espagnol, japonais, portugais, russe et chinois.

Visite guidée du Château ou Château + Village avec un guide conférencier (uniquement sur réservation)

Accès

Le Château des Baux se situe à 15 km au nord-est d'Arles et à 30 km au sud d'Avignon.

En voiture : autoroutes A7 (sortie Avignon), A9 (Nîmes) et A54 (Les Baux-de-Provence)

Espace de parking gratuit pour les autocaristes sur présentation de leur bon de réservation pour la visite du Château.

En train : gares TGV d'Arles, Aix-en-Provence et Avignon

En avion : aéroports de Nîmes, Marseille et Avignon

VISUELS DISPONIBLES POUR LA PRESSE



1. © V. Formica



2. © M. Fasol



3. © Culturespaces



4. © Culturespaces



5. © Culturespaces / M. Fasol



6. © Culturespaces



7. © Culturespaces



8. © Culturespaces



9. © www.toppphoto-fr Armédiéval



10. © Culturespaces



CHÂTEAU DES BAUX-DE-PROVENCE **D'AVRIL À SEPTEMBRE**

LES MÉDIÉVALES

DES BAUX

À L'AUBE DE LA RENAISSANCE

WEEK-ENDS
JOURS FÉRIÉS
ET VACANCES
SCOLAIRES

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

CONTACT PRESSE : Elise Hardouin,
chargée de la promotion du Château des Baux-de-Provence
Tél. : +33 (0)4 90 54 48 68 / receptions@carrieres-lumieres.com

un événement
 culturespaces

Crédits photos : D. Lacroix, C. Bessera, hughobuffet.com



**LES « MÉDIÉVALES DES BAUX - À l'Aube de la Renaissance »
AU CHÂTEAU DES BAUX-DE-PROVENCE
DU 4 AVRIL AU 27 SEPTEMBRE 2015**

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Le Château des Baux-de-Provence compte parmi les plus beaux sites historiques de France, ses vestiges racontent une histoire vieille de plus de dix siècles. À l'occasion des « Médiévales des Baux », le Château propose aux enfants et aux familles de faire un véritable bond dans le temps. Tous les week-ends, jours fériés et vacances scolaires d'avril à septembre 2015, profitez de nombreuses animations : découverte de l'artisanat médiéval, armement et tir à la catapulte, tir à l'arbalète...

- Pour les ponts de mai, venez à la rencontre de l'une des plus grandes figures de la Renaissance : Léonard de Vinci !

LES SECRETS DE L'ATELIER DE LÉONARD DE VINCI

Les week-ends de Pâques, des 1^{er} et 8 mai, et des ponts de l'Ascension et de la Pentecôte – de 10h30 à 18h30

Cette année, deux nouvelles animations sont spécialement proposées lors des ponts du printemps, autour de Léonard de Vinci, qui fut l'un des meneurs des grandes révolutions de la Renaissance par rapport au Moyen-Âge. À la veille de la Renaissance, le Château vit une période faste : les bâtiments résidentiels sont en partie reconstruits et l'artisanat prospère. C'est l'époque des grandes inventions et des découvertes scientifiques, portées par d'illustres personnages tels que Léonard de Vinci. Profitez de ces week-ends prolongés en famille pour entrer dans son atelier et découvrir son quotidien : l'histoire de l'homme, faite de découvertes, d'inventions, de doutes et de succès, mais aussi la vie de l'artiste, rythmée par l'apparition de nouvelles techniques (perspective, optique, camera obscura, etc.) dans l'art de composer un tableau à la Renaissance. L'atelier du maître n'aura plus de secret pour vous !

Pour prolonger l'immersion au cœur de cette période et découvrir les chefs-d'œuvre des plus grands artistes de la Renaissance, rendez-vous aux Carrières de Lumières pour admirer le spectacle numérique « Michel-Ange, Léonard de Vinci, Raphaël. Les Géants de la Renaissance » - à découvrir jusqu'au 3 janvier 2016.

- Et jusqu'au 27 septembre : « Les Médiévales des Baux : À l'Aube de la Renaissance ».

En 1508, Bernardin est nommé gouverneur des Baux et décide de redonner sa grandeur d'antan au Château des Baux-de-Provence, érigé au XI^e siècle. À l'aube de la Renaissance, entre 1508 et 1520, le château est donc rebâti et la place des Baux retrouve tout son apparat après avoir perdu en importance suite au rattachement, en 1483, de la Provence à la Couronne de France. À travers plusieurs activités inédites pour petits et grands, les « Médiévales des Baux » vous proposent ainsi de revivre cette période florissante.

DÉCOUVERTE DE L'ARTISANAT

Forgeron : de 10h à 14h / « Passes d'armes à la forge » : à 13h30 et 18h

Tailleur de pierre : de 10h à 18h / « 1515. Le grand chantier » : à 14h30 et 16h30

A travers deux ateliers et deux spectacles, partez à la découverte de l'artisanat ! Deux artisans incontournables à l'époque médiévale, un forgeron et un tailleur de pierre, présentent leur travail à la fin du Moyen-Âge. Tandis que le premier se remémore la symbolique des épées, le second dévoile ses techniques de taille... Poursuivez la journée en assistant aux spectacles « Passes d'armes à la forge » et « 1515. Le grand chantier », retraçant l'histoire de la reconstruction du Château des Baux en 1515, entre histoire de Provence et histoire de l'architecture.

TIR À LA CATAPULTE : à 11h, 15h30 et 17h30

Animation proposée par EOZ Production et la Cie Alagos.

TIR À L'ARBALÈTE : de 10h30 à 18h

Ce stand est animé par EOZ Production et la Cie Alagos.



Informations pratiques

Château des Baux-de-Provence

13520 Les Baux de Provence

Tél. : +33 (0)4 90 54 55 56

Fax. : +33 (0)4 90 54 55 00

Email : message@chateau-baux-provence.com

www.chateau-baux-provence.com

Contact presse :

Elise Hardouin, chargée de la promotion du Château des Baux-de-Provence

Tél. : +33 (0)4 90 54 45 86

E-mail : receptions@carrieres-lumieres.com

Horaires d'ouverture du Château des Baux-de-Provence

Ouvert tous les jours de l'année (jours fériés inclus)

Janvier, février, novembre, décembre : 10h-17h

Mars, octobre : 9h30-18h30

Avril, mai, juin, septembre : 9h-19h15

Juillet – août : 9h-20h15

Horaires des animations des « Médiévales des Baux »

Tous les week-ends, jours fériés et vacances scolaires, du 4 avril au 27 septembre

Forgeron : de 10h à 14h / « Passes d'armes à la forge » : à 13h30 et 18h

Tailleur de pierre : de 10h à 18h / « 1515. Le grand chantier » : à 14h30 et 16h30

Tirs à la catapulte : 11h, 15h30 et 17h30

Tirs à l'arbalète : de 10h30 à 18h

Week-ends de Pâques, des 1^{er} et 8 mai, ponts de l'Ascension (14-17 mai) et de la Pentecôte (23-25 mai)

Les secrets de l'atelier de Léonard de Vinci : de 10h30 à 18h30

Tarifs avec animations (d'avril à septembre) : plein tarif : 10 € / tarif réduit : 8 €

Sans animations (d'octobre à mars) : plein tarif : 8 € / tarif réduit : 6 €

Tarif réduit pour les enfants de 7 à 17 ans, demandeurs d'emploi, enseignants et étudiants

Gratuit pour les enfants de moins de 7 ans et les professionnels du tourisme.

Pass Provence (Château des Baux-de-Provence + Carrieres de Lumières) :

Avec animations : 17,5 € (PT) / 14€ (TR)

Sans animations : 15,5 € (PT) / 12 € (TR)

Offre Famille : l'entrée est gratuite pour le 2^e enfant âgé de 7 à 17 ans (avec deux adultes et un enfant payant).

Groupes adultes (dès 20 personnes) : 8 € avec animations d'avril à septembre / 6 € sans animations d'octobre à mars

Groupes scolaires (dès 20 élèves) : 5 € avec animations d'avril à septembre / 4 € sans animations d'octobre à mars

Ateliers pédagogiques : 15 € par enfant

Modes de visite

Visite libre

Audioguide gratuit disponible en dix langues : français, anglais, allemand, néerlandais, italien, espagnol, japonais, portugais, russe et chinois.

Visite guidée du Château ou Château + Village avec un guide conférencier (uniquement sur réservation)

Accès

Le Château des Baux se situe à 15 km au nord-est d'Arles et à 30 km au sud d'Avignon.

En voiture : autoroutes A7 (sortie Avignon), A9 (Nîmes) et A54 (Les Baux-de-Provence)

Espace de parking gratuit pour les autocaristes sur présentation de leur bon de réservation pour la visite du Château.

En train : gares TGV d'Arles, Aix-en-Provence et Avignon

En avion : aéroports de Nîmes, Marseille et Avignon

Un site mis en valeur et géré par  **culturespaces**

VISUELS DISPONIBLES POUR LA PRESSE



1. © V. Formica



2. © M. Fasol



3. © Culturespaces



4. © Culturespaces



5. © Culturespaces / M. Fasol



6. © Culturespaces



7. © Culturespaces



8. © Culturespaces



9. © www.toppphoto-fr Armédiéval



10. © Culturespaces



Carrières de Lumières
Baux-de-Provence

L'INTÉGRALE DES CARRIÈRES

3, 4 ET 5 AOÛT 2015

L'occasion exceptionnelle de voir ou revoir en soirée les 3 spectacles des saisons passées

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Au cœur des Alpilles, les monumentales Carrières de Lumières aux Baux-de-Provence accueillent des spectacles multimédia uniques au monde, qui projettent et animent en musique les chefs-d'œuvre des plus grands peintres sur d'immenses parois. Depuis 2012, ces spectacles inédits connaissent chaque année un succès grandissant. Trois mois après son ouverture, l'actuel spectacle, « Michel-Ange, Léonard de Vinci, Raphaël. Les Géants de la Renaissance », a déjà accueilli plus de 166 000 visiteurs, soit une augmentation de la fréquentation de plus de 20% par rapport à l'an passé.

Les 3, 4 et 5 août 2015, les Carrières vous proposent d'assister pour la première fois à la projection intégrale et en nocturne des spectacles produits depuis leur ouverture en 2012. Chaque soir, ce sont les 3 spectacles qui sont exceptionnellement rediffusés. Profitez de cette occasion pour découvrir ou redécouvrir avec émotion les spectacles qui ont, au fil des saisons, habillé les murs des Carrières de Lumières.

Gauguin - Van Gogh, les peintres de la couleur (2012)

Fréquentation : 239 000 visiteurs

Laissez-vous transporter dans les univers colorés de ces deux maîtres. Vous découvrirez, à travers près de 500 chefs-d'œuvre, les liens unissant Paul Gauguin et Vincent Van Gogh ainsi que leur façon différente d'employer la couleur.

Monet, Renoir... Chagall, voyages en Méditerranée (2013)

Fréquentation : 373 000 visiteurs

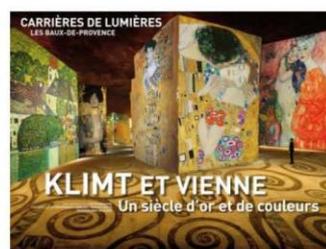
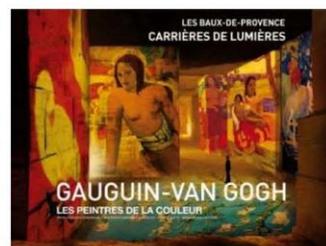
Source d'inspiration infinie, la Méditerranée et ses couleurs lumineuses et contrastées ont fasciné de nombreux peintres de la deuxième moitié du XIXe au XXe siècle, de Monet et Renoir jusqu'à Chagall.

Klimt et Vienne, un siècle d'or et de couleurs (2014)

Fréquentation : 483 000 visiteurs

Le spectacle traverse 100 ans de peinture viennoise, en vous plongeant au cœur des œuvres colorées et lumineuses de Gustav Klimt et des artistes viennois comme Schiele et Hundertwasser qui ont été influencés par son travail.

Réalisation : Gianfranco Iannuzzi, Massimiliano Siccardi et Renato Gatto.





INFORMATIONS PRATIQUES

Les 3, 4 et 5 août 2015 :

- Accès dès 19h45
- Début du spectacle à 20h30, projection des 3 spectacles, avec entracte
- Tarif unique : 19€
- Réservations sur www.carrieres-lumieres.com et billetterie sur place dès à présent

Les Carrières sont fraîches (14°C à 16°C dans la salle de spectacle), pensez à vous couvrir.

Possibilité de se restaurer pendant toute la durée du spectacle.

ACCÈS

Carrières de Lumières
Route de Maillane – 13520 Les Baux-de-Provence

En voiture : autoroutes A7, A9, A54. Parking cars gratuit sur présentation du contrat de réservation.

En train : gares TGV d'Aix-en-Provence, d'Avignon et de Nîmes.

En avion : aéroports de Marseille et d'Avignon.

RENSEIGNEMENTS

Tél. : 04 90 54 47 37 / www.carrieres-lumieres.com

CONTACT PRESSE

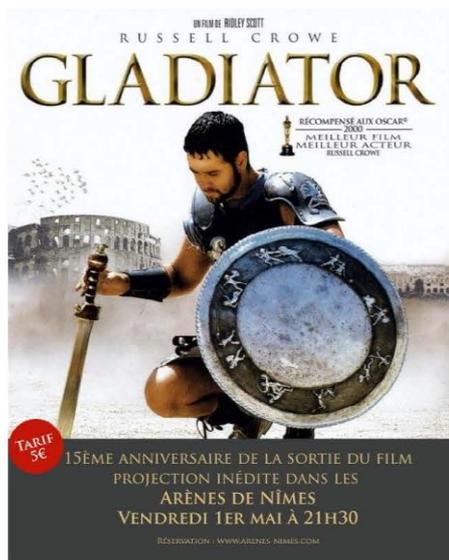
Claudine Colin Communication
Christelle Maureau – christelle@claudinecolin.com / Tél. : 01 42 72 60 01



Communiqué de presse

PROJECTION DU FILM « GLADIATOR » DE RIDLEY SCOTT VENDREDI 1^{ER} MAI À 21H30, AUX ARÈNES DE NÎMES

À l'occasion des Grands Jeux Romains et du 15^{ème} anniversaire de la sortie du film « Gladiator » de Ridley Scott, découvrez ou redécouvrez ce film mythique dans le cadre majestueux des Arènes de Nîmes. Récompensé par 5 Oscars dont celui du meilleur film, « Gladiator » retrace l'épopée du général romain Maximus dont le destin tragique le poussera à devenir gladiateur dans le Colisée de Rome.



Le film sera présenté par Claude Aziza, agrégé de lettres classiques et maître de conférences honoraire en langue et littérature latines à l'Université Sorbonne Nouvelle - Paris III. Claude Aziza est également spécialiste du cinéma et resituer « Gladiator » dans l'univers du péplum.

C'est au cœur des Arènes de Nîmes, lieu même où se sont déroulés des combats de gladiateurs il y a plus de 2000 ans, que le film sera exceptionnellement projeté et prendra une toute autre dimension. Les participants des Grands Jeux Romains seront présents en tenues romaines. Vous aussi, n'hésitez pas à venir costumés !

Russell Crowe et les Arènes de Nîmes

Russell Crowe, acteur et vedette du film « Gladiator » pour lequel il remporta l'Oscar du meilleur acteur, connaît bien les Arènes de Nîmes puisqu'il y tourna en 2005 le clip de « The Weight of a Man » avec son groupe The Ordinary Fear of God (TOFOG).

INFORMATIONS PRATIQUES

Arènes de Nîmes
Boulevard des Arènes – 30000 Nîmes
Tél. : 04 66 21 82 56 Fax : 04 66 21 82 61 / message@arennes-nimes.com

Ouverture des grilles des Arènes à 20h30. Début de la projection à 21h30.

TARIF UNIQUE

5 € (accord parental indispensable pour les enfants)
Billets en vente à partir du 1^{er} mars 2015, à acheter à la billetterie des Arènes / Nombres de places limitées.

CONTACT PRESSE

Michaël Couzigou, directeur des Arènes de Nîmes
Tél. : +33 (0)6 72 56 74 94 / Email : couzigou@arennes-nimes.com



DIMANCHE 31 MAI 2015 : FÊTE DES ENFANTS AU MUSÉE JACQUEMART-ANDRÉ

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Lancée il y a dix ans par Culturespaces, la Fête des Enfants est une formidable occasion de faire découvrir aux jeunes visiteurs les chefs-d'œuvre de la collection permanente du Musée Jacquemart-André, à travers diverses activités ludiques, musicales, artistiques et pédagogiques ! Dimanche 31 mai 2015, l'entrée au musée est gratuite pour tous les visiteurs de moins de 17 ans !

Au programme

10h-18h : atelier de dessin pour les 4-6 ans dans le Jardin d'hiver.

10h-13h : atelier de copiste dans Jardin d'hiver.

10h30 et 11h : conférences sur le musée // durée 45 min, départ dans le Grand Salon.

10h30-13h : atelier Kapla dans le Grand Salon et la Cour du musée.

13h : spectacle Nélie Jacquemart ou l'histoire d'une passion dans le Salon de musique.

13h-16h30 : atelier origami dans le Grand Salon.

13h30-17h30 : atelier Kapla dans le Grand Salon et dans la Cour du musée.

14h : atelier « Entrez dans la danse, Premiers pas de danse à découvrir ensemble » dans le Salon de musique // durée : 1h30.

14h-17h : atelier de copiste dans le Jardin d'hiver.

15h30 et 16h : Spectacle Nélie Jacquemart ou l'histoire d'une passion dans le Salon de musique.

16h15 : goûter sur le perron et dans la Cour du Musée.

17h : lâcher de ballons dans la Cour du Musée.



© B. Bardia



© Culturespaces

 culturespaces

INFORMATIONS PRATIQUES

Musée Jacquemart-André – 158, boulevard Haussmann 75008 Paris

Tél : 01 45 62 11 59 / www.musee-jacquemart-andre.com

Horaires : musée ouvert 7 jours sur 7 de 10h à 18h. **Tarifs du musée** : plein tarif 12€, réduit 10€

Entrée gratuite pour les moins de 17 ans le 31 mai 2015. Les enfants restent sous la responsabilité des parents.

Contact presse : Romane Dargent. Tél : 01 56 59 01 72 / dargent@culturespaces.com

C.C. / 18/05/15



LES « APRÈS-MIDIS ENFANTS » DU MUSÉE JACQUEMART-ANDRÉ du 1^{er} juillet au 31 août 2015

COMMUNIQUE DE PRESSE

Pendant les vacances d'été, le Musée Jacquemart-André ouvre chaque après-midi son « Espace Enfants » : tous les jours entre 14h30 et 17h30, les enfants de 4 à 12 ans et leurs familles sont invités à participer à des ateliers gratuits et à découvrir de façon ludique et pédagogique les collections de Nélie Jacquemart et Edouard André.

VISITE « VOYAGE DANS LES COLLECTIONS »

Une visite d'une trentaine de minutes, intitulée « Voyage dans les collections » est proposée gratuitement tous les jours à 14h45, les enfants et leurs parents sont invités à explorer les collections permanentes en suivant une conférencière qui présentera les **trésors et œuvres phares** du musée. Les enfants pourront également repartir avec un souvenir en se faisant photographier déguisés en personnages inspirés des tableaux du musée.

ATELIERS CRÉATIFS

Dans le Jardin d'hiver, « L'Espace enfants » attend les enfants avec des animations qui permettent de jouer en créant : atelier de dessin, de coloriage, atelier Kapla... Des livres d'art adaptés aux plus jeunes seront à la disposition des enfants.



© B. Bardia

Un musée mis en valeur et administré par  culturespaces

INFORMATIONS PRATIQUES

Musée Jacquemart-André – 158, boulevard Haussmann 75008 Paris

Tél : 01 45 62 11 59 / Fax : 01 45 62 16 36 / www.musee-jacquemart-andre.com

Horaires : Musée ouvert 7 jours sur 7 de 10h à 18h.

Tarifs du musée : plein tarif 12€, réduit 10 €

Les enfants restent sous la responsabilité des parents.

Contact presse : Romane Dargent. Tél. : 01 56 59 01 72 / dargent@culturespaces.com

Dernière modification : CC, 23/06/2015



Du 26 au 30 avril 2015,
la Villa Ephrussi de Rothschild vous invite à vivre
« UNE JOURNÉE CHEZ LA BARONNE ».
- 5 journées d'animations pour les enfants et leurs parents -

COMMUNIQUE DE PRESSE

La Villa Ephrussi de Rothschild propose aux familles et jeunes visiteurs de vivre : « Une journée chez la baronne » du 26 au 30 avril 2015. Sur les traces de la baronne Béatrice Ephrussi de Rothschild, vous évoluerez entre mondanités, œuvres d'art et jardins merveilleux. Trois ateliers sont proposés gratuitement aux enfants et aux parents pour les immerger dans l'atmosphère fastueuse de la Belle Epoque sur la Côte d'Azur.

La baronne et ses invités

Lorsque la baronne Ephrussi de Rothschild organisait des fêtes, au début du XX^{ème} siècle, toute l'élite mondaine de la Riviera se pressait sur la presqu'île de Saint-Jean-Cap-Ferrat pour investir sa luxueuse villa, le temps d'une soirée. Pour cet atelier « la baronne et ses invités », deux comédiennes incarneront la baronne Béatrice et sa cousine, la duchesse Elisabeth de Gramont, pour vous plonger dans l'atmosphère des préparatifs d'une grande réception à la Belle Epoque



© B. Barda

L'affaire du collier de Béatrice

À travers une chasse aux énigmes, petits et grands sont invités à découvrir les chefs-d'œuvre et objets d'art que la Baronne a rassemblés tout au long de sa vie, témoignant de son goût pour l'art et les voyages. De devinette en devinette, le visiteur, muni d'un livret-jeu, devra résoudre « l'affaire du collier » en évoluant parmi l'extraordinaire collection qui orne les salons et appartements privés de la villa.

Secrets de jardins

Grande épicurienne, Béatrice Ephrussi de Rothschild aimait les fleurs et rapportait de ses voyages de nombreuses plantes plus ou moins exotiques aux essences rares. C'est ainsi que neuf jardins thématiques dessinés par les célèbres architectes paysagistes Harold Peto et Achille Duchêne bordent la villa : jardins florentin, espagnol, provençal, à la française, japonais... Dans l'atelier « Secrets de jardins », un comédien endossera le costume du Jardinier de la baronne pour vous guider dans cette succession d'univers végétaux et vous en présenter les multiples espèces.

Durée de chaque atelier : 35 min
Conditions : 20 personnes maximum par atelier
Créneaux horaires: 10h30, 11h30, 12h30, 14h30, 15h30 et 16h30

INFORMATIONS PRATIQUES

Villa Ephrussi de Rothschild
06230 Saint-Jean-Cap-Ferrat
Tél: 04 93 01 33 09 - www.villa-ephrussi.com

Tarifs :

Adultes : 13€/personne
Tarif réduit pour les moins de 17ans (10€)
Enfants : gratuit pour les moins de 7 ans

Horaires d'ouverture au public : 10h-18h

Contact presse : Bruno Henri-Rousseau
bruno.henri-rousseau@villa-ephrussi.com
Tél : 04 93 76 44 00

Dernière modification : C.C. 13/04/15



Villa Kérylos
Beaulieu-sur-Mer

La Villa Kérylos vous invite à vivre
« UNE JOURNÉE DANS UN PALAIS DE LA GRÈCE ANTIQUE »
 - 5 journées d'animations, du 26 au 30 avril 2015 -

COMMUNIQUE DE PRESSE

Du 26 au 30 avril, vivez « Une journée dans un palais de la Grèce antique » : découvrez l'histoire de la Villa Grecque Kérylos et de sa construction à la Belle Epoque par l'architecte Emmanuel Pontremoli pour Théodore Reinach, passionné d'Antiquité grecque .

Sous la forme d'une visite contée et d'un récit poétique ponctué de morceaux de musique, deux comédiens vont dévoiler au public les secrets de cette villa et des grands mythes de l'Antiquité grecque qui ont inspiré sa fondation.

Visite contée de la villa par Théodore Reinach

Incarné par un comédien en tenue Belle Epoque, Théodore Reinach vous accueillera comme il accueillait ses amis de la Riviera, sur le seuil de la villa. À travers son récit qui fera renaître la Côte d'Azur à la Belle Epoque, il va vous raconter sa vie hors du commun, lui qui a fait partie de l'élite intellectuelle et politique de la III^{ème} République. Il partagera aussi avec vous ses goûts pour la musique, la numismatique, l'archéologie, et surtout sa passion pour la civilisation grecque. Cette découverte se poursuivra avec la visite de la villa – thermes, péristyle, bibliothèque : Théodore Reinach évoquera alors les grands héros et mythes représentés sur les fresques et objets. Une fois arrivés dans le grand salon que l'on appelait l'*andron*, vous assisterez à une démonstration de danses grecques antiques d'après les vases grecs.

Récits de voyage par Ulysse

Vêtu d'une tenue grecque, un poète accompagné de sa lyre, vous attendra sur la grande terrasse de la Villa Kérylos pour un doux moment bercé par des airs de musique grecque. Il introduira ainsi le récit des voyages épiques d'Ulysse auprès des enfants qu'il mettra volontiers à contribution pour que les aventures du héros d'Homère reprennent vie.



© Culturespaces

Visite contée
 Durée : 35 min
 Horaires : 10h30, 11h30, 14h, 15h30 et 16h30.

Récits de voyage
 Durée : 20 min
 Horaires : 11h30, 12h30, 15h, 16h30 et 17h15.

Visite sur réservation:
 Capacité : 25 personnes maximum
castellana@villa-kerylos.fr
 ou au 04 93 01 40 42
 ou à l'accueil le jour même



© Recoura

INFORMATIONS PRATIQUES

Villa Grecque Kérylos
 Impasse Gustave Eiffel, 06310 Beaulieu-sur-Mer.
 Tél : 04 93 01 01 44 - www.villa-kerylos.com

Contact presse : Bruno Henri-Rousseau
bruno.henri-rousseau@villa-ephrucci.com
 Tél : 04 93 76 44 00

Tarifs :
 Adultes : 11,50€/personne
 Tarif réduit pour les moins de 17ans (9 €)
 Enfants : gratuit pour les moins de 7 ans

Horaires d'ouverture au public : 10h-18h

Dernière modification : CC, 09/04/15





EXPOSITION

« Regards de Grèce »

Du 29 mai au 29 novembre 2015 à la Villa Grecque Kérylos

COMMUNIQUE DE PRESSE

L'exposition « Regards de Grèce », présentée du 29 mai au 29 novembre 2015 dans la Galerie des Antiques de la Villa Grecque Kérylos à Beaulieu-sur-Mer, propose un voyage photographique et littéraire dans la Grèce de la fin du XIX^e au début du XX^e siècle.



© Yiakoumis / Kallimages, Paris

50 tirages exceptionnels – noir et blanc, panoramiques – sont présentés dans la Galerie des Antiques de la Villa Kérylos. L'occasion de se plonger dans les premières images photographiques prises en Grèce à partir des années 1850.

« Regards de Grèce » donne à voir des portraits et paysages assortis de nombreux clichés pris par des archéologues. Des fouilles de Delphes aux portraits de Grecs en costumes traditionnels, ces photos attestent d'une part de la beauté des monuments classiques et témoignent d'autre part de la vie quotidienne de la population. Une immersion historique et ethnologique au cœur de la société grecque de l'époque.

« Regardez et explorez le monde de la Grèce, de cette Hellade tant modelée et métamorphosée au cours des siècles, tant visitée et tant admirée ou critiquée. La magie de la photographie, en un très bref instant, a rendu immortels et éternellement offerts aux yeux de tous, ces regards pénétrants et vrais », commente Haris Yiakoumis, commissaire de l'exposition et historien de l'art.



© Yiakoumis / Kallimages, Paris



COMMUNIQUE DE PRESSE

Jeudi 28 mai : conférences

À l'occasion du lancement de l'exposition, la Villa Grecque Kérylos propose deux conférences :

- **À 16h30** – « Paul Marguerite de La Charlonie, passager des croisières de la Revue Générale des Sciences et collectionneur », conférence animée par Mme Anaïs Boucher, conservatrice au Musée d'Archéologie Nationale de Saint-Germain-en-Laye.
- **À 17h** – « La Grèce, voyage photographique et littéraire du XIX^e au XX^e siècle », conférence animée par M. Haris Yiakoumis, historien de l'art et commissaire de l'exposition.



© Pierre de Gigord - Yiakoumis / Kallimages, Paris



© Yiakoumis / Kallimages, Paris

La Villa Kérylos propose à l'occasion de l'exposition « Regards de Grèce », un livret pédagogique destiné aux écoles, ainsi qu'un catalogue de l'exposition.

INFORMATIONS PRATIQUES

Villa Grecque Kérylos

Impasse Gustave Eiffel,
06310 Beaulieu-sur-Mer.
Tél : 04 93 01 01 44 - www.villa-kerylos.com

Contact presse : Bruno Henri-Rousseau
Tél : 04 93 76 44 00
bruno.henri-rousseau@villa-ephussi.com

Horaires d'ouverture au public :

Ouvert toute l'année, de 10h à 18h (jusque 19h en juillet et en août)

Tarifs :

Adultes : 11,50€/personne
Tarif réduit pour les moins de 17 ans (9 €)
Enfants : gratuit pour les moins de 7 ans

Dernière modification : CC, 18/05/15

Un musée mis en valeur et géré par  **culturespaces**



Cité de l'Automobile Mulhouse

PROGRAMMATION 2015

Outre l'incroyable collection qu'elle abrite, la Cité de l'Automobile propose tout au long de l'année de nombreux événements – dont certains sont devenus incontournables – qui animent sa piste d'évolution. Découvrez la programmation 2015 qui fait de la Cité de l'Automobile un musée résolument vivant pour tous les amateurs d'engins motorisés de tous genres !

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

SPECTACLE « EN PISTE ! »

Tous les week-ends et jours fériés, du 3 avril au 27 septembre

17 voitures personnalisées et mises en mouvement vous racontent l'aventure automobile de 1870 à nos jours. Du premier vélo en passant par les célèbres Ford T, 2 CV, 4 CV, Bugatti, Rolls Royce... les modèles se succèdent sur l'Autodrome pour le plus grand bonheur des petits et des grands.



HISTORY CARS

Tous les week-ends et jours fériés, du 3 avril au 27 septembre

Prenez le volant de la voiture de vos rêves et conduisez-la sur la piste de l'Autodrome ! My Classic Automobile et la Cité de l'Automobile vous donnent l'opportunité de vivre une expérience hors du commun en montant à bord d'un véhicule ancien de collection, en tant que pilote ou passager.



TENTATIVE DE RECORD DU MONDE EN QUAD

Lundi 6 avril (jour férié)

Après avoir battu en 2014 le record du monde de la plus grande distance parcourue sur un quad en duo et en équilibre sur 2 roues, l'équipe de « StuntYannick » tente cette année un nouveau record de distance en quad, toujours sur 2 roues mais en solo cette fois-ci. Le record sera officiellement validé par le Guinness World Records.



BAL DES POPULAIRES – Hommage à la Citroën 2 CV

Dimanche 3 mai

Les amateurs de voitures populaires ne manqueront pas ce rassemblement de véhicules délicieusement vintage qui ont marqué leur époque (4L, Simca, Cox, etc.). Baptêmes en voiture et animations rythmeront le cours de cette journée qui rendra hommage à la Citroën 2 CV.





Cité de l'Automobile Mulhouse

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

MOTOMANIA

Dimanche 31 mai

Les motos ont désormais leur place sur l'Autodrome : exposition statique et dynamique de tout type de motos anciennes et modernes, animations, baptêmes, démonstrations de stunt et de trial.



VÉHICULES EN UNIFORMES

Samedi 25 et dimanche 26 juillet

Un rendez-vous incontournable pour les passionnés de véhicules militaires mais aussi d'anciens autocars. Jeep, GMC, Dodge, motos et side-car, etc., autant d'engins de collection et actuels qui sont appelés en fanfare à devenir les héros d'un week-end à la Cité de l'Automobile. Au programme : campements militaires, évolutions sur l'autodrome, baptêmes sur piste...



BIENVENUE EN AMÉRIQUE

Samedi 29 et dimanche 30 août

La Cité de l'Automobile se met à l'heure américaine : shows mécaniques, danse et musique rythment la soirée de samedi sur l'Autodrome, tandis que voitures made in USA (Corvette, Mustang, Jeep, etc.), Harley Davidson et diverses animations prolongent le voyage outre-Atlantique toute la journée de dimanche. L'American Dream roulera des mécaniques !



JOUER POUR UN JOUET

Samedi 5 et dimanche 6 décembre

Participez à la quatorzième édition de ce week-end de solidarité permettant aux enfants défavorisés de recevoir un cadeau à Noël. L'entrée est gratuite pour tous les visiteurs qui déposent au pied du sapin un jouet ou un livre neuf.



Et toujours : l'exposition « Drapeau Rouge, 60 ans d'histoire automobile chinoise », à découvrir jusqu'au 29 mars 2015.

© C. Recoura / My Classic Automobile / StuntYannick / Culturespaces

INFORMATIONS PRATIQUES

Cité de l'Automobile - Musée national - Collection Schlumpf
192, avenue de Colmar – BP 1096 68 051 Mulhouse cedex
Tél. : 03 89 33 23 21 / 23 / Fax : 03 89 32 08 09 / www.citedelautomobile.com

TARIFS (Visite de la Cité de l'Automobile + Spectacle « En Piste ! ») :

Plein tarif : 14,5 € / tarif réduit : 11 € / gratuit pour les moins de 7 ans
Billet accès autodrome seul, sans visite du musée : 5 €

CONTACT PRESSE : Martin BIJU-DUVAL, directeur de la Cité de l'Automobile

Tél. : 03 89 33 23 33 / biju-duval@collection-schlumpf.com

Un musée mis en valeur et géré par  culturespaces

C.C 26/02/2015

COMMUNIQUE DE PRESSE

Cité de l'Automobile
MULHOUSE

en piste!

17 voitures emblématiques
racontent leur histoire

avril - septembre 2015



CONTACT PRESSE :

Martin BIJU-DUVAL

Directeur de la Cité de l'Automobile

Tél. : +33 (0) 3 89 33 23 33

biju-duval@collection-schlumpf.com

un événement  culturespaces



EN PISTE ! 17 VOITURES EMBLÉMATIQUES RACONTENT LEUR HISTOIRE

**Tous les week-ends et jours fériés entre le 3 avril et le 27 septembre 2015
à la Cité de l'Automobile – Collection Schlumpf de Mulhouse**

L'Autodrome de la Cité de l'Automobile accueille le spectacle « **En piste ! 17 voitures emblématiques racontent leur histoire** », tous les week-ends et jours fériés entre avril et septembre 2015. Ce spectacle de 45 minutes présente l'aventure automobile de 1870 à nos jours.

Découvrir l'histoire de l'automobile de façon ludique

Vivant, ludique, et pédagogique, ce spectacle est présenté tous les week-ends et jours fériés à 11h et 15h. 17 voitures personnifiées et mises en mouvement vous présentent l'aventure automobile de 1870 à nos jours en exposant leur histoire, la vie de leur concepteur, leurs avancées technologiques et l'évolution de la mécanique.

Des modèles historiques se succèdent sur la piste d'évolution pour le plus grand bonheur des petits et des grands : Ford T, Coccinelle, 2CV, 4CV, Bugatti, Simca Chambord, Rolls Royce...

Un scénario de Jean-Marie Meshaka

Metteur en scène, comédien et scénariste, Jean-Marie Meshaka signe le scénario de ce spectacle.

Il propose aux visiteurs de la Cité de l'Automobile de découvrir ou de redécouvrir les voitures qui ont marqué l'histoire à travers quatre grandes périodes :

▪ Les prémisses de l'automobile et l'avènement du moteur de 1885 à 1905

Les visiteurs découvrent le passage de l'hippomobile à l'automobile avec l'un des premiers vélos ou la de Dion Bouton. L'évolution de la mécanique est en marche...

▪ L'Age d'or de l'automobile de 1905 à 1939

Du taxi de la Marne aux voitures d'avant-guerre, ces voitures illustrent le développement des formes et des techniques de production.



▪ L'automobile pour tous de 1945 à 1970

Après la Seconde Guerre Mondiale, la voiture se démocratise et devient l'objet incontournable du XX^{ème} siècle (2CV, Coccinelle).

Chaque voiture défile devant les spectateurs en racontant son histoire et ses anecdotes. La cérémonie du tour de piste est présidée par Monsieur Loyal qui guide les visiteurs tout au long du spectacle. **Dans un ordre chronologique, les voitures font un tour de piste et sont les protagonistes de courtes saynètes.**

Animer le patrimoine automobile

L'Autodrome de la Cité de l'Automobile peut **accueillir 4 500 personnes dans ses gradins**. Elle propose également **un paddock non couvert** dans lequel jusqu'à 30 voitures peuvent stationner ainsi qu'**un club house** équipé d'un garage pour recevoir les clubs et permettre de travailler sur les véhicules.

Elle permet à la Cité de l'Automobile de passer de 4 à 8 hectares et introduit dans ce complexe muséal, un théâtre de plein air. La Cité de l'Automobile est le **premier musée de ce type à créer un équipement qui rompt délibérément avec l'image statique** d'une collection exposée. Les voitures reprennent leur mouvement pour le plaisir des visiteurs et des collectionneurs.



LA MISE EN SCÈNE

Jean-Marie Meshaka a écrit le scénario du spectacle. Ce dernier évolue dans le domaine de la culture. Comédien, auteur et scénographe, il crée en 1982 le Théâtre de la Ruelle à Mulhouse. Professeur et responsable de la classe d'art dramatique pendant 12 ans au Conservatoire National de Mulhouse, il est mandaté par la ville en 1998 pour mettre en scène le bicentenaire du Rattachement de Mulhouse à la France.

« Très impliqué depuis de longues années dans l'action culturelle de Mulhouse, cette ville a toujours été pour moi un creuset riche de possibilités et d'attentes. À maintes reprises des projets hors les murs m'ont tenté.

Modestes ou plus importantes, mes idées ont toujours gambé autour de « l'urbain mulhousien ». À la proposition du spectacle « En piste », je ne pouvais trouver là que matière à nourrir ma motivation et mon enthousiasme au service d'une création dans un cadre et une scénographie inhabituels avec des « comédiennes insolites et merveilleuses » que sont ces voitures... Ainsi ce sont elles qui parlent, se présentent, bavardent, se racontent pour brosser le tableau de leur histoire de 1870 à nos jours. Ce ne sera donc pas une parade de voitures mais le récit vivant de celles-ci. »

Jean-Marie Meshaka



LE MOT DU CONSERVATEUR

« La nouvelle entrée a été implantée à la charnière de l'ancienne filature de laine et du nouvel espace en plein air qui ouvrira ses portes en 2011. Au cœur de ce nouvel espace, une piste occupant la surface d'un terrain de football permettra aux visiteurs de découvrir des voitures en mouvement. L'enjeu est de taille puisque c'est le premier musée de l'automobile à créer un équipement de ce type. Il existe certes quelques « musées » de l'automobile implantés près de véritables circuits comme Le Mans ou le « Nurburgring », mais leur histoire est bien différente. Le musée du Mans a renouvelé ses thématiques en 2009 pour les focaliser sur l'histoire du circuit, alors que depuis 1991, il était centré sur l'histoire de l'automobile. Il garde une vocation culturelle prioritaire alors que la même année, le « Nurburgring » inaugure un centre d'attractions spectaculaires, probablement démesuré, incluant une petite exposition de voitures historiques. Par ailleurs, plusieurs constructeurs d'automobiles européens ont créé des activités de plein air, généralement sans relation avec des automobiles de collection. Dans ce contexte, ce nouvel espace de plein air devra se bâtir une identité forte. Le programme devra rester avant tout qualitatif et culturel et analyser les relations entre l'homme, l'automobile et la société depuis plus d'un siècle. Ce nouveau challenge passera par une période expérimentale, apportant d'ores et déjà une « mobilité » des collections que le site du musée ne pouvait offrir jusqu'à présent.

En inscrivant ainsi la mobilité des voitures comme une partie intégrante de la valorisation culturelle de ce patrimoine, le musée rompt délibérément avec l'image statique dans laquelle l'enfermait le monde de l'automobile, des collectionneurs et souvent des visiteurs eux-mêmes. Voir évoluer les voitures de collection, les entendre, pouvoir les approcher autrement constituera un enrichissement notable de la visite et valorisera une des finalités du travail de conservation et de restauration des collections. La « frustration » qui pouvait naître de l'exposition statique sera alors compensée. Ces voitures rares, exceptionnelles, de collection ne sont en rien comparables aux voitures d'aujourd'hui. Le cahier des charges de leur mise en fonctionnement sera limité par le caractère avant tout patrimonial des collections : faire rouler une voiture à vapeur, une Bugatti historique... est aujourd'hui très délicat et non sans risque si l'on veut conserver son authenticité. D'autres ressources devront donc être imaginées et mobilisées pour permettre à cet espace de révéler tout son potentiel. D'ores et déjà un spectacle relatant « l'épopée française de l'automobile » est prévu durant la période estivale. Des voitures spécialement préparées à cet effet seront les acteurs dans ce théâtre de plein air. Pour être efficace, le spectacle devra aussi apporter un éclairage nouveau aux véhicules en exposition statique. Le jour où cette synergie entre auto-portrait et auto-mobile sera perceptible dans chaque espace du musée, l'objectif recherché ne sera plus très éloigné. Les partenaires du musée sont aujourd'hui fermement convaincus que cet équipement saura entraîner le musée vers un nouvel avenir grâce à un dynamisme renouvelé ».

Richard Keller

Conservateur en chef de la Cité de l'Automobile – Collection Schlumpf



LES VOITURES

Vélo draisienne

Considéré comme l'ancêtre du vélo, il a été inventé en 1817 par le Baron Von Drais. Ce véhicule est composé de deux roues, d'un guidon ainsi que d'un dirigeoir permettant d'orienter la roue avant. La mécanique des pédales n'existant pas encore, on le mettait donc en action en poussant sur le sol avec ses pieds.

Delamarre

Il s'agit de la première voiture à essence. Construite en 1883 par Edouard Delamarre et son chef mécanicien Léon Malandin, elle est équipée de deux moteurs à quatre temps alimentés par de l'essence.



Vis-à-vis de Dion Bouton

Il s'agit de la première automobile à être fabriquée en grand nombre en 1902. Ce modèle, composé de deux banquettes en face-à-face, est créé par la société de Dion-Bouton, fondée en 1883 par le Comte Albert de Dion.



Renault AG1 Taxi de la Marne

Elle doit son appellation à sa participation à la célèbre bataille de la Marne. Le 6 septembre 1914, alors que les troupes allemandes menacent Paris, le général Gallieni appelle les taxis de la capitale à convoyer des soldats vers le front. Environ 1 100 voitures se suivent, feux avant éteints vers le front et rapatrient par la suite les blessés et les civils. La majorité de ces taxis étaient des Renault AG1, modèle créé en 1905 par Renault dans ses usines à Boulogne-Billancourt.



Ford T

Produite à partir de 1908, elle marque un tournant dans l'histoire automobile puisqu'elle est la première pour laquelle Henry Ford met en place un assemblage à la chaîne (taylorisme) et un salaire proportionnel au prix de la voiture pour les ouvriers.

Citroën B2

Après avoir étudié le taylorisme mis en place par Henry Ford aux Etats Unis, André Citroën met en place ce même système pour la production de la Citroën B2. En juin 1921, la Citroën B2 sort des usines du 15^{ème} arrondissement, quai Javel.





Bugatti Type 40

Conçue par Ettore et Jean Bugatti, elle est un dérivé de la voiture de course, la Bugatti type 37. Pour la rendre plus accessible, le constructeur a réadapté sa mécanique en faisant « l'un des modèles les plus fiables de toutes les productions Bugatti ».



Peugeot air flow 402

Cette voiture est produite entre 1935 et 1942. En cette période de crise économique et de guerre, les constructeurs automobiles travaillent sur l'aérodynamisme pour tenter de trouver des moyens de réduire la consommation des véhicules. La Peugeot Airflow 402 est présentée au Salon de Paris en 1935.

Citroën Traction Avant

Cette voiture a souvent été assimilée à la période trouble de l'Occupation. D'abord voiture de la Gestapo, elle devient une icône pour la Résistance.

Elle a reçu le surnom de « traction-avant » car, contrairement aux autres modèles européens, les roues motrices sont celles de l'avant et non de l'arrière du véhicule.

Jeep

En prévision de l'entrée en guerre des Etats-Unis, le gouvernement américain travailla sur le projet d'un véhicule « idéal » avec 4 roues motrices, un poids de 590 kilogrammes, et une structure permettant d'emprunter les voies de chemins de fer une fois les pneus démontés. Après plusieurs tentatives de Karl Probst, c'est finalement Willys qui travaille à la production de la Jeep. Mais, vite dépassé par la demande, Willys est rejoint par Ford qui commence la production en 1941.



Citroën 2 CV

Ce modèle Citroën était destiné aux classes sociales du monde rural et à faibles revenus. Son cahier des charges était : 4 places assises, 50kg de bagages transportables, une traction avant et une suspension « permettant de traverser un champ labouré avec un panier d'œufs sans en casser un seul ». Cette voiture a notamment marqué la mémoire collective par son utilisation dans des films comme *Le Corniaud*.



Renault 4 CV

Présentée en octobre 1946, elle symbolise le retour de la paix et de la prospérité. Avec ce modèle, plus spacieux que les précédents, la voiture devient accessible au plus grand nombre. Elle est produite de 1947 à 1961.





Volkswagen Coccinelle

Premier modèle construit par la marque allemande Volkswagen, elle est un symbole du Troisième Reich puisqu'elle est conçue à la demande d'Adolf Hitler alors Chancelier. Elle est remarquable dans le monde de l'automobile pour sa diffusion et sa longévité : depuis 1938, elle a atteint le record de modèles vendus.



Panhard & Levassor PL17

Ce modèle de 1959 a subi de multiples améliorations durant les années suivant sa mise en production (nouveaux feux, nouvelles roues à ailettes, montre, sièges inclinables...).

Simca Chambord

Il s'agit d'un modèle de Vedette équipé d'un moteur V8, produit entre 1957 et 1961. Elle a notamment été produite au Brésil sous les noms d'Alvorada, Hemisul ou encore Tufão.

Citroën DS 19

Cette voiture produite par Citroën entre 1955 et 1975 est principalement connue pour avoir été adoptée par le Général de Gaulle lors de sa présidence de 1959 à 1969. Ce modèle dessiné par le designer italien Flaminio Bertoni est reconnu pour ses innovations technologiques ainsi que pour son confort.



Rolls Royce

En 1906, Charles Rolls, sportsman aristocrate, féru de vitesse et de sensations fortes et Henry Royce, « self made man », technicien perfectionniste et travailleur infatigable, fondent la Rolls-Royce Limited. Même si leurs voitures n'ont jamais été à la pointe de l'innovation technique, elles sont considérées comme les meilleures du monde grâce à la perfection de leur construction. L'aura de distinction aristocratique dont le constructeur a su s'entourer a réellement créé la légende.



INFORMATIONS PRATIQUES

Cité de l'Automobile - Collection Schlumpf

192, avenue de Colmar BP 1096 – 68 051 Mulhouse cedex (adresse postale)

Tél. : +33 3 89 33 23 21 / Fax : +33 3 89 32 08 09

Email : message@collection-schlumpf.com

Site internet : www.collection-schlumpf.com

Horaires

La Cité de l'Automobile est ouverte 7 jours sur 7, tous les jours de l'année (sauf le 25 décembre), de 10h à 18h (du 11 avril au 1^{er} novembre)

Spectacle « En piste ! 17 voitures emblématiques racontent leur histoire » : à 11h et 15h (du 3 avril au 27 septembre 2015, tous les week-ends et jours fériés). Dates supplémentaires pendant les ponts du mois de mai : 2, 9 et 30 mai.

Durée : 45 minutes

Tarifs

Individuels

Cité de l'Automobile + Spectacle « En piste ! »

Plein tarif : 14,5 €

Tarif réduit : 11 € (enfants de 7 à 17 ans, demandeurs d'emploi, enseignants et étudiants)

Gratuit pour les enfants de moins de 7 ans, les professionnels du tourisme et les invalides.

Offre Famille

L'entrée est gratuite pour le 2^e enfant âgé de 7 à 17 ans (avec 2 adultes et 1 enfant payant).

Groupes (cité de l'Automobile + « en piste »)

Groupes adultes (dès 20 personnes) : 11 € par personne

Groupes scolaires (dès 20 élèves) : 7 € par élève

Accès

En voiture : autoroutes A35 et A36 sortie Mulhouse Centre. Entrée au 15 rue de l'Epée.

En bus : n°10 « Austerlitz », arrêt « Musée de l'Automobile »

En tramway : ligne 1, arrêt « Musée de l'Auto »

En train : TGV Est, gare de Mulhouse

En avion : aéroport Basel-Mulhouse-Freiburg



COMMUNIQUE DE PRESSE

Tentative de record du monde en quad à la Cité de l'Automobile de Mulhouse le 6 avril 2015

Envie de sensations fortes ? Envie d'en prendre plein les yeux ? Le 6 avril 2015, la Cité de l'Automobile de Mulhouse accueille l'équipe de StuntYannick pour une nouvelle tentative de record du monde en quad, et vous invite à être témoin de ses performances. Le record sera officiellement validé par le Guinness World Records.

Passionnée de moto et de quad, l'équipe de StuntYannick réalise des spectacles d'acrobaties extrêmes depuis 2009. Yannick réalise ainsi des figures incontournables aussi bien seul qu'à deux, avec un vrai sens du spectacle. Yannick se lance très jeune dans le moto cross et montre rapidement une très grande aisance doublée d'une incroyable précision. Toujours à la recherche de sensations fortes, il découvre les acrobaties en moto et en quad. Il laisse alors de côté sa première passion pour se consacrer pleinement **au stunt**. Née aux USA dans les années 80, **cette discipline consiste à faire des acrobaties d'une roue sur l'autre aux commandes de motos et de quads.**

En 2013, l'équipe de StuntYannick a réalisé son premier record du monde : rouler en quad et en équilibre latéral sur 2 roues, au-dessus de 101 personnes ! En 2014, la même équipe dépassait encore ses limites en réalisant son deuxième record du monde : 26,07 kilomètres sur un quad en équilibre latéral, et en duo. Puisqu'ils n'en ont jamais assez, ils se lancent cette année un nouveau défi : parcourir le plus long trajet en équilibre latéral sur 2 roues, en quad et en solo. L'homme à battre est Daniel Adams qui réalisa le record de 27,18 kilomètres (16,89 miles) aux USA, fin 2012. Avant lui, le record était détenu par le pilote Américain Travis Pastrana.



© StuntYannick

Programme de la journée > 11h : Tentative du record / **15h :** Démonstration de stunt

INFORMATIONS PRATIQUES

Cité de l'Automobile - Musée national - collection Schlumpf / 192, avenue de Colmar - BP 1096 68 051 Mulhouse cedex
Tél. : 03 89 33 23 21 / 23 / Fax : 03 89 32 08 09 / www.citedelautomobile.com

TARIFS :

Plein tarif week-end (musée + Autodrome) : 14,5 € / tarif réduit : 11 € / gratuit pour les moins de 7 ans.
Pour assister uniquement au record du monde sur l'Autodrome : **tarif exceptionnel de 5 €**, à partir de **10h30**.

CONTACT PRESSE : Martin Biju-Duval, Directeur d'exploitation de la Cité de l'Automobile

Tél. : 03 89 33 23 33 / biyu-duval@collection-schlumpf.com

C.C.02/04/15

Un musée mis en valeur et géré par  culturespaces



Cité de l'Automobile Mulhouse

Exposition des œuvres de marqueterie de Christophe Thurnherr à la Cité de l'Automobile du 29 mars au 03 septembre 2015

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Du 29 mars au 03 septembre 2015, la Cité de l'Automobile accueille en ses murs une exposition dédiée au travail de Christophe Thurnherr, artisan marqueteur et amoureux de ce matériau noble qu'est le bois. Si ses œuvres trouvent naturellement leur place au sein de la Collection Schlumpf, c'est que l'un des sujets de prédilection de Christophe Thurnherr est l'automobile, et plus précisément les voitures de sport.

Natif de Belfort, dans l'Est de la France, Christophe Thurnherr, ébéniste de formation, s'appuie sur la marqueterie pour pratiquer son art. Cette technique consiste à composer un tableau, à partir d'une multitude d'essences de bois découpées avec une scie munie d'une lame très fine. Les pièces sont ensuite assemblées selon un schéma précis, puis collées une à une sur un support afin de faire vivre l'image et le sujet final. On perçoit au travers de ses créations une passion pour les sports mécaniques, un intérêt qu'il cultive depuis l'enfance.



© Christophe Thurnherr

En effet, les voitures de sport et les super-cars de l'ère moderne sont pour lui de véritables sculptures pour certaines d'entre elles. Sa préférence va naturellement vers des marques ou des modèles de voitures qui ont marqué l'histoire de l'automobile, tels que la Ferrari 458 Spider, la Mercedes SLS AMG Black Series ou encore les « Pur Sang » de Molsheim, célèbres Bugatti. Suivant l'inspiration du moment, il va porter son attention sur un modèle précis et en étudier tous les détails, pour mieux les retranscrire lors de l'élaboration de ses marqueteries hyper réalistes.



© Christophe Thurnherr

Une quinzaine d'œuvres de différentes tailles seront exposées dans l'espace « Aventure automobile » de la Cité de l'Automobile, l'occasion pour tous les curieux de découvrir ce savoir-faire méconnu où la patience est de rigueur puisque la fabrication d'une œuvre nécessite au minimum 250 pièces, voire même 2700 pour les plus exclusives qui demandent 7 mois de travail.



Cité de l'Automobile Mulhouse

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Christophe Thurnherr travaille avec une palette de teintes obtenue grâce à 45 essences de bois précieux scrupuleusement sélectionnées sur les cinq continents, mais utilise également de la nacre, de l'os, de la feuille d'or, des métaux (laiton, étain, etc.), ainsi que des bois teints dans la masse. Des jeux d'ombres et de lumière donnent un effet trompe l'œil en 3D, tandis qu'un vernis multicouche accentue l'effet de profondeur.

Vernissage sur invitation en présence de l'artiste le 28 mars à partir de 19h.



© Christophe Thurnherr

Plus d'informations sur Christophe Thurnherr et son travail : www.marqueterie-thurnherr.com

INFORMATIONS PRATIQUES

Cité de l'Automobile - Musée national - Collection Schlumpf
192, avenue de Colmar – BP 1096 68 051 Mulhouse cedex
Tél. : 03 89 33 23 21 / 23 / Fax : 03 89 32 08 09 / www.citedelautomobile.com

TARIFS :

Plein tarif : 11,5 € / tarif réduit : 9 € / gratuit pour les moins de 7 ans.

CONTACT PRESSE : Martin BIJU-DUVAL, directeur de la Cité de l'Automobile

Tél. : 03 89 33 23 33 / biju-duval@collection-schlumpf.com

C.C.24/02/2015



Cité de l'Automobile Mulhouse

Deux Matra de 1970 et 1973 arrivent à la Cité de l'Automobile !

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

La Cité de l'Automobile est heureuse d'accueillir en ses murs deux modèles emblématiques du constructeur français Matra, prêtés par le Musée Matra de Romorantin. Jusqu'au 15 novembre 2015, la Matra MS 120 Formule 1 de 1970 et la Matra MS 670C de 1973 seront présentées dans l'espace Course, pour le plus grand plaisir des passionnés de voitures de sport et de courses automobiles.

MATRA MS 120 Formule 1 de 1970

Equipée du fameux moteur V12 de 3000 cm³ conçu par l'ingénieur Georges Martin, cette voiture de course pilotée par Jean-Pierre Beltoise et Henri Pescarolo, qui se classeront respectivement neuvième et douzième du Championnat Pilotes, permettra à Matra de se classer à la septième place du Championnat Constructeurs. En 1972, Matra décidera de se tourner vers les épreuves d'endurance tout en continuant d'équiper de ses moteurs l'équipe Ligier de Formule 1.



© Culturespaces

MATRA MS 670C de 1973

Cette voiture de course, également équipée du célèbre moteur V12 de 530 chevaux, permettra à Matra de remporter trois victoires consécutives aux 24 Heures du Mans en 1972, 1973 et 1974, avec notamment Henri Pescarolo au volant. En 1973 et 1974, Matra remportera le titre de Champion du Monde des Constructeurs, avant de se retirer de la compétition en tant que constructeur à la fin de l'année 1974.



© Culturespaces

INFORMATIONS PRATIQUES

Cité de l'Automobile - Musée national - Collection Schlumpf
192, avenue de Colmar – BP 1096 68 051 Mulhouse cedex
Tél. : 03 89 33 23 21 / 23 / Fax : 03 89 32 08 09 / www.citedelautomobile.com

TARIFS :

Plein tarif : 11,5 € / tarif réduit : 9 € / gratuit pour les moins de 7 ans.

Avec le spectacle « En Piste ! » tous les week-ends jusqu'à fin septembre :

Plein tarif : 14,5€ / tarif réduit : 11€ / gratuit pour les moins de 7 ans.

CONTACT PRESSE : Martin BIJU-DUVAL, directeur de la Cité de l'Automobile

Tél. : 03 89 33 23 33 / biyu-duval@collection-schlumpf.com

C. C 17/04/2015



Cité de l'Automobile
Mulhouse

- MOTOMANIA -

Le 31 mai 2015, rassemblement de deux-roues sur l'Autodrome de la Cité de l'Automobile à Mulhouse !

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Pour la première fois, la Cité de l'Automobile accueille les véhicules deux-roues dans son enceinte. Au programme : exposition statique et dynamique de tous types de motos anciennes et modernes, animations, baptêmes, mais aussi démonstrations de stunt...

« Motomania » est un rassemblement ouvert à tous types de motos, trikes, etc., d'époque et actuels. L'ensemble des véhicules présents lors de l'événement seront exposés sur l'Autodrome pour le plus grand plaisir des passionnés comme des amateurs.

La journée sera animée par Yannick Dupont, actuel détenteur du record du monde en stunt, qui proposera pour l'occasion trois démonstrations spectaculaires au guidon de ses motos et quads ! Deux clubs de Harley-Davidson seront également présents avec leurs motos rutilantes, ainsi qu'une piste de quad électrique pour les enfants.

Exposition de Mobylettes et Cycloports

Une dizaine de Mobylettes et Cycloports des années 50 et 60 du célèbre constructeur Motobécane-Motoconfort, en très bel état de restauration, seront présentés par l'association Emmaüs de Scherwiller. Des Cycloports de compétition rouleront également lors de démonstrations sur l'Autodrome.



© Emmaüs Scherwiller



© Culturespaces

À noter : l'entrée (musée + autodrome) est gratuite pour toute personne se présentant au guidon d'une moto !

Entrée motos par le 198, Avenue de Colmar Portail n°4.

Un musée mis en valeur et géré par  culturespaces

INFORMATIONS PRATIQUES :

Cité de l'Automobile - Musée national - Collection Schlumpf
192, avenue de Colmar – BP 1096 68 051 Mulhouse cedex
Tél. : 03 89 33 23 21 / 23 / Fax : 03 89 32 08 09 / www.citedelautomobile.com

TARIFS : Plein tarif : 14,5 € / Tarif réduit : 11 € / Gratuit pour les moins de 7 ans.
Accès à l'Autodrome uniquement : 5€.

HORAIRES : du 11 avril au 1^{er} novembre > 10h-18h

CONTACT PRESSE : Martin BIJU-DUVAL, directeur de la Cité de l'Automobile
Tél. : 03 89 33 23 33 / biju-duval@collection-schlumpf.com

C.C. 26/05/2015



Cité de l'Automobile Mulhouse

La Cité de l'Auto vous convie à son « Bal des Populaires » le 3 mai 2015 ! - Hommage à la mythique Citroën 2CV -

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Le 3 mai, pour la 1^{ère} édition du « Bal des Populaires », les amateurs de belles voitures se donnent rendez-vous à la Cité de l'Automobile de Mulhouse autour des véhicules qui ont marqué leur époque : Citroën 2CV, Renault 4L, Simca, Volkswagen Coccinelle, etc. Cette édition 2015 rendra un hommage tout particulier à un modèle français emblématique : la Citroën 2CV.

Le « Bal des Populaires » est une manifestation de la Cité de l'Automobile à destination de tous les amoureux de voitures construites avant 1980. De nombreux baptêmes seront proposés aux visiteurs, avec notamment la célèbre Citroën 2CV, la Renault 4CV, la Panhard PL17, mais aussi la mythique Citroën DS de 1960 ! Cette journée d'animation vous plongera dans l'univers de celles qui ont sillonné durant des décennies nos routes françaises et qui sont aujourd'hui entrées dans la légende...

Une 2CV entièrement démontable !

Découvrez aussi la « Wazaam », une 2CV sortie tout droit de l'imagination d'un groupe d'amis réunis sous l'appellation *Conceptocar*. Venue spécialement de Paris, cette dernière peut rouler au pas en transportant 4 personnes, mais également se démonter et se remonter intégralement par 4 personnes en moins de 5 minutes !

À noter : l'entrée (musée + autodrome) est gratuite pour toute personne venant avec une voiture dite « populaire » construite avant 1980.



© Culturespaces



© Culturespaces

Un événement créé en partenariat avec la revue *Planète 2CV* Un musée mis en valeur et géré par  culturespaces

INFORMATIONS PRATIQUES :

Cité de l'Automobile - Musée national - Collection Schlumpf
192, avenue de Colmar – BP 1096 68 051 Mulhouse cedex
Tél. : 03 89 33 23 21 / 23 / Fax : 03 89 32 08 09 / www.citedelautomobile.com

TARIFS : Plein tarif : 14,5 € / Tarif réduit : 11 € / Gratuit pour les moins de 7 ans.
Accès à l'Autodrome uniquement : 5€.

HORAIRES : Du 11 avril au 1^{er} novembre > 10h-18h

CONTACT PRESSE : Martin BIJU-DUVAL, directeur de la Cité de l'Automobile
Tél. : 03 89 33 23 33 / biju-duval@collection-schlumpf.com

C.C 27/04/2015



Cité de l'Automobile
Musée National - Collection Schlumpf
Mulhouse

MY CLASSIC AUTOMOBILE

Prenez le volant d'une voiture de légende sur l'Autodrome de la Cité de l'Automobile,
tous les week-ends et jours fériés du 3 avril au 27 septembre 2015

COMMUNIQUE DE PRESSE

Conduisez la voiture de vos rêves ! En partenariat avec My Classic Automobile, la Cité de l'Automobile vous donne l'opportunité de vivre une expérience hors du commun en montant à bord d'un véhicule de collection, en tant que pilote ou que passager.

2 FORMULES DE BAPTÊME :

- **Baptême pilote** : après une présentation de la voiture choisie, prenez le volant pour 7 tours de piste. Famille et amis peuvent vous accompagner (dans la limite du nombre de places de la voiture).
- **Baptême passager** : prenez place dans la voiture de votre choix et laissez-vous conduire pour quelques tours de piste. Le conducteur de My Classic Automobile vous présentera les détails techniques et l'histoire de la voiture en répondant à toutes vos questions.

VOITURES PROPOSÉES* :

- MG TD
- MG A
- Austin-Healey 3000
- Ferrari Mondial
- Lamborghini Urraco
- Jaguar Type E Série 1
- Bentley S1
- Mercedes 190 SL
- Chevrolet Corvette C1
- Jaguar XK 150 Cabriolet
- Porsche 356 Cabriolet



© My Classic Automobile

* Sous réserve de disponibilité sur place



© My Classic Automobile

INFORMATIONS PRATIQUES SUR LES BAPTÊMES

Horaires

10h-17h, du 7 février au 10 avril

10h-18h, du 11 avril au 1^{er} novembre

(sous réserve d'une météo favorable et hors week-ends d'animations)

Tarifs

Baptême pilote : entre 30 et 60€

Baptême passager : entre 15 et 25€

Réservation sur place

Au stand My Classic Automobile sur l'Autodrome

(sur présentation d'un permis en cours de validité pour les baptêmes pilote)

INFORMATIONS PRATIQUES

Cité de l'Automobile - Musée national
Collection Schlumpf

192, avenue de Colmar – BP 1096 68 051 Mulhouse cedex
Tél. : 03 89 33 23 21 / 23 / Fax : 03 89 32 08 09

www.citedelautomobile.com

CONTACT PRESSE

Martin BIJU-DUVAL, Directeur

Tél. : 03 89 33 23 33

bju-duval@collection-schlumpf.com

Horaires : 10h-17h, du 7 février au 10 avril

10h-18h, du 11 avril au 1^{er} novembre

Tarifs :

Plein tarif : 14,5 € (musée + Autodrome)

Tarif réduit : 11 €

Gratuit pour les moins de 7 ans

Un musée mis en valeur et géré par culturespaces

Dernière modification : C.C. 02/04/2015

Annexe 8 :

Dossier de presse des Grands Jeux Romains 2015

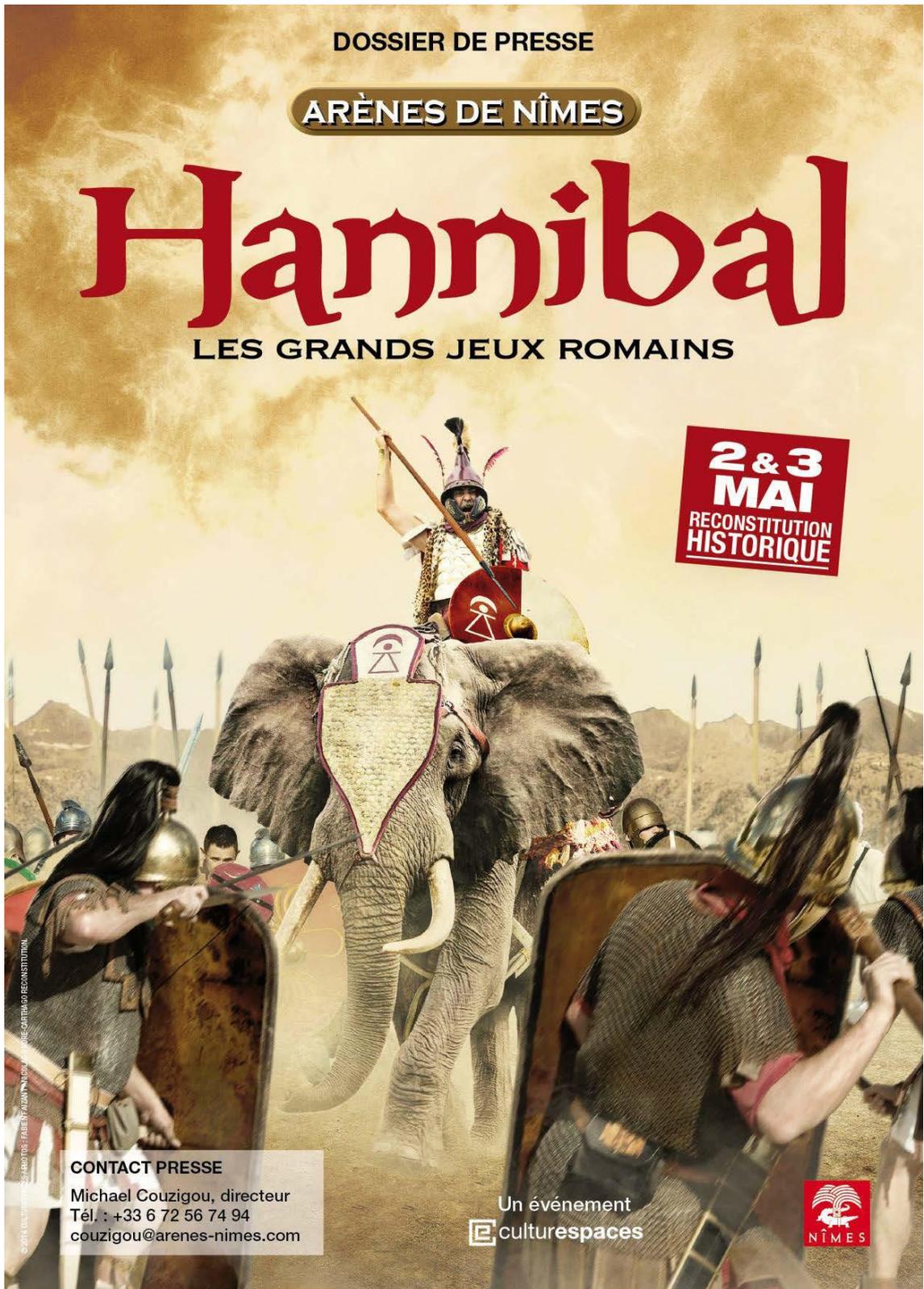
DOSSIER DE PRESSE

ARÈNES DE NÎMES

Hannibal

LES GRANDS JEUX ROMAINS

2 & 3
MAI
RECONSTITUTION
HISTORIQUE



© 2014 CULTURES ESPACES - ARÈNES DE NÎMES - PHOTOGRAPHIE HISTORIQUE

CONTACT PRESSE

Michael Couzigou, directeur
Tél. : +33 6 72 56 74 94
couzigou@arennes-nimes.com

Un événement
culturespaces





Page 3

Communiqué de presse

Page 4

Projection du film « Gladiator » de Ridley Scott : Vendredi 1^{er} mai à 21h30 aux Arènes de Nîmes

Page 5

Un week-end romain à Nîmes

Page 6

La Fondation Culturespaces invite 300 enfants aux Grands Jeux Romains

Page 7

Les Grands Jeux Romains : une reconstitution historique dans les Arènes

Page 8

Le thème des Grands Jeux Romains 2015 : « Hannibal »

Page 11

Le déroulé du spectacle

Page 13

La religion romaine : la cérémonie du culte impérial et la cérémonie celte

Page 15

Les reconstituteurs

Page 21

Les animations dans la ville

Page 25

Culturespaces, producteur de l'événement

Page 29

Visuels disponibles pour la presse

Page 32

Les partenaires

Page 33

Informations pratiques



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Samedi 2 et dimanche 3 mai 2015, les amateurs d'histoire antique se donnent rendez-vous dans les arènes de Nîmes pour participer à la 6^e édition des Grands Jeux Romains organisés par Culturespaces. Cette spectaculaire reconstitution qui réunit plus de 500 reconstituteurs passionnés venant de toute la France, d'Italie ou encore d'Allemagne, aura cette année pour thème « Hannibal », l'illustre ennemi de la République Romaine, passé dans la région nîmoise vers 218 avant J.-C. durant son expédition en marche vers Rome.

Pourquoi les Grands Jeux Romains à Nîmes ?

Surnommée la « Rome française », Nîmes possède les monuments romains les mieux conservés au monde : les Arènes, la Maison Carrée, la Tour Magne, sans oublier le *Castellum Divisorium*, le Temple de Diane et la Porte Auguste. Au milieu de cet héritage patrimonial unique, les Grands Jeux Romains invitent les petits et les grands à découvrir la vie dans l'Antiquité.

L'enthousiasme communicatif des reconstituteurs et la ferveur du public, servie par le décor exceptionnel des Arènes, ont fait de ces Grands Jeux Romains un rendez-vous désormais attendu chaque année par un nombre croissant de spectateurs. L'an dernier, ils étaient plus de 12.000 visiteurs. Cette année encore, remontez 2000 ans en arrière pour revivre les légendaires *ludi* (jeux) dans les arènes comme auraient pu les vivre les habitants de *Nemausus* (Nîmes).

Un nouveau thème en 2015 : « HANNIBAL »

Cette année, l'Empereur Hadrien propose aux citoyens de la Colonia Augusta Nemausus (Nîmes), de célébrer la victoire de Rome sur Carthage au travers de la reconstitution du passage des troupes d'Hannibal dans la région de Nîmes, jusqu'à la victoire de Scipion lors de la bataille de Zama. Le personnage d'Hannibal a toujours suscité un grand intérêt car il est considéré comme l'un des plus grands stratèges militaires de son temps. Sa grande haine envers Rome lui a permis de diriger l'une des plus importantes attaques de la période républicaine. Selon Polybe, Hannibal aurait traversé le sud de l'Europe occidentale avec pas moins de 59 000 soldats. Les spectateurs assisteront également à la *pompa militaire* (où les troupes défilent devant l'empereur), aux courses de chars ainsi qu'aux *munus*, fameux combats de gladiateurs : *thracés* contre *mirmillons*, *rétiars* contre *secutors*.

300 enfants invités par la Fondation Culturespaces

Cette année encore, la Fondation Culturespaces se réjouit de mettre en place une importante opération d'accessibilité autour de cet événement pour les enfants éloignés de l'offre culturelle, issus de milieux défavorisés, malades ou porteurs de handicap. Grâce aux partenariats établis avec différentes structures sociales et médicales, la Fondation Culturespaces invitera 300 enfants à assister à la grande reconstitution historique dans les Arènes de Nîmes, samedi 2 mai.

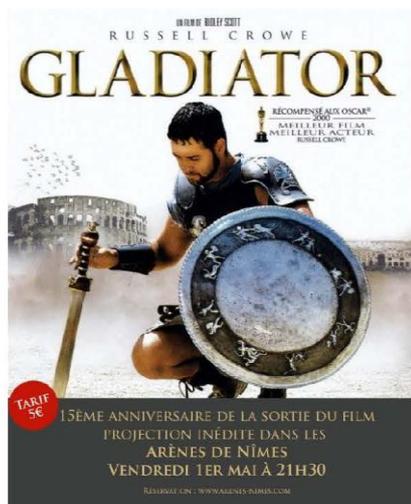


© S. Tétu



PROJECTION DU FILM « GLADIATOR » DE RIDLEY SCOTT VENDREDI 1^{er} MAI À 21H30, AUX ARÈNES DE NÎMES

À l'occasion des Grands Jeux Romains et du 15^{ème} anniversaire de la sortie du film « Gladiator » de Ridley Scott, découvrez ou redécouvrez ce film mythique dans le cadre majestueux des Arènes de Nîmes. Récompensé par 5 Oscars dont celui du meilleur film, « Gladiator » retrace l'épopée du général romain Maximus dont le destin tragique le poussera à devenir gladiateur dans le Colisée de Rome.



Le film sera présenté par Claude Aziza, agrégé de lettres classiques et maître de conférences honoraire en langue et littérature latines à l'Université Sorbonne Nouvelle - Paris III. Claude Aziza est également spécialiste du cinéma et résidera « Gladiator » dans l'univers du péplum.

C'est au cœur des Arènes de Nîmes, lieu même où se sont déroulés des combats de gladiateurs il y a plus de 2000 ans, que le film sera exceptionnellement projeté et prendra une toute autre dimension. Les participants des Grands Jeux Romains seront présents en tenues romaines. Vous aussi, n'hésitez pas à venir costumés !

Russell Crowe et les Arènes de Nîmes

Russell Crowe, acteur et vedette du film « Gladiator » pour lequel il remporta l'Oscar du meilleur acteur, connaît bien les Arènes de Nîmes puisqu'il y tourna en 2005 le clip de « The Weight of a Man » avec son groupe The Ordinary Fear of God (TOFOG).

INFORMATIONS PRATIQUES

Arènes de Nîmes
Boulevard des Arènes – 30000 Nîmes
Tél. : 04 66 21 82 56 Fax : 04 66 21 82 61 / message@arennes-nimes.com

Ouverture des grilles des Arènes à 20h30. Début de la projection à 21h30.

TARIF UNIQUE

5 € (accord parental indispensable pour les enfants)
Billets en vente à partir du 1^{er} mars 2015, à acheter à la billetterie des Arènes / Nombres de places limitées.



UN WEEK-END ROMAIN À NÎMES

Après cinq éditions couronnées de succès, les Grands Jeux Romains reviennent dans les Arènes de Nîmes **les 2 et 3 mai 2015**. Légionnaires romains, celtes, gladiateurs, cour impériale, auxiliaires, cavaliers et chars de combats seront tous présents pour cette grande fête de la romanité.

Samedi et dimanche

Samedi et dimanche, l'effervescence romaine sera visible durant toute la journée, dans le centre-ville, sur la piste des Arènes, ou encore au Musée archéologique. Quelques temps forts viendront cependant rythmer ces journées :

10h30 – 11h **Procession romaine** – de la Maison Carrée aux Jardins de la Fontaine **NOUVEAU**

Une statue du divin Trajan sera sortie de la Maison Carrée, pour être amenée en procession jusqu'aux Jardins de la Fontaine, à travers la ville.

11h – 11h30 **Cérémonie celte** – dans les Jardins de la Fontaine

Cette cérémonie, qui rappelle les racines gallo-romaines de Nîmes, nous renvoie au temps de la guerre des Gaules (58-51 avant J.C.). Dans cette période charnière, les Gaulois de la région sont alliés à César. **Cette cérémonie celte est faite en l'honneur du dieu *Nemos*, qui a donné son nom à la ville, *Nemausus*. Conduite par un druide assisté d'un barde, elle réunit les guerriers gaulois de la tribu des Volques Arécomiques, en présence d'un officier romain venu consacrer cette alliance.**

11h30 – 12h **Cérémonie du culte impérial** – dans les Jardins de la Fontaine

Les prêtres du Culte Impérial proposent une cérémonie en l'honneur de l'empereur Hadrien. La cérémonie est jouée en latin avec les explications historiques du *praeco*. Plus d'informations en page 12.

12h – 12h30 **Défilé triomphal de l'Empereur** – des Jardins de la Fontaine aux Arènes

De retour de l'île de Bretagne (actuelle Écosse), l'Empereur Hadrien passe à Nîmes et défile dans la ville avec ses légionnaires, auxiliaires et les mercenaires celtes qui combattent à ses côtés.

15h30 - 17h30 **Reconstitution historique – dans les Arènes « HANNIBAL »** **NOUVEAU**

Cette reconstitution est une **évoocation historique des jeux de l'amphithéâtre tels qu'ils pouvaient avoir lieu à Nîmes en 122 après J-C**. Les costumes, les armes et les équipements utilisés **s'appuient sur des sources historiques et archéologiques précises**. Les techniques de combat présentées sont également **le fruit de recherches rigoureuses** issues de l'archéologie expérimentale. Cette démarche volontairement historique est unique dans ce domaine. Elle permet de nous **approcher au plus près de la réalité antique**. Le volet final du spectacle de cette année mettra plus particulièrement l'accent sur Hannibal, général carthaginois qui défia Rome ! Plus d'informations pages 7-9.



LA FONDATION CULTURESPACES INVITE 300 ENFANTS AUX GRANDS JEUX ROMAINS

Entre mars et juin 2015, la Fondation Culturespaces met en place le projet « Sur les traces des Romains » aux Arènes de Nîmes et au Théâtre Antique d'Orange. L'objectif est de faire découvrir à des enfants malades ou issus de milieux modestes les richesses patrimoniales de leur région tout en les initiant à l'histoire et à l'architecture.

Le projet devrait toucher **300 enfants** de Nîmes, Orange, Montpellier et villes environnantes. L'action est proposée à des **relais sociaux** : associations de quartiers, centres sociaux, mais aussi à de hôpitaux pédiatriques et établissements scolaires prioritaires dans les régions Languedoc-Roussillon et Provence-Alpes-Côte-D'Azur.

« Sur les traces des Romains » est un projet ludique et pédagogique qui vise à faire découvrir l'Antiquité de façon adaptée et divertissante à des **enfants de 9 à 11 ans**. La Fondation Culturespaces souhaite ainsi permettre aux enfants de découvrir des sites exceptionnels hérités de l'Antiquité romaine. Outre la visite de l'un de ces deux sites avec leur groupe, les enfants seront invités à assister à un événement spectaculaire : la reconstitution historique des Grands Jeux Romains, qui réunit des centaines de légionnaires et de gladiateurs sur la piste des Arènes de Nîmes.

Le projet « Sur les traces des Romains » se décompose en quatre étapes, de mars à juin 2015 :

- Une séance pédagogique avec un médiateur culturel au sein de la structure d'accueil des enfants.
- Une visite guidée ludique sous forme d'un jeu de piste au Théâtre Antique d'Orange, ou en costume romain pour découvrir la vie quotidienne à *Nemausus*, dans les Arènes de Nîmes.
- La participation à la reconstitution historique « Les Grands Jeux Romains » le samedi 2 mai 2015 dans les Arènes de Nîmes.

Pour soutenir les initiatives de la Fondation Culturespaces, il est possible de faire un don sécurisé en ligne sur le site : www.fondation-culturespaces.com

Contact : Gersende de Pontbriand, Responsable, Fondation Culturespaces
Tél. 06 31 86 41 38 - Email : fondation@culturespaces.com

fondation
culturespaces

Créée en 2009, la Fondation Culturespaces a pour mission de favoriser l'accès à la culture pour les enfants éloignés de l'offre culturelle : issus de milieux défavorisés, malades, hospitalisés ou porteurs de handicap. Ses programmes d'actions visent à ouvrir le regard du jeune public sur les richesses artistiques et patrimoniales à travers la découverte de monuments historiques et de musées. La Fondation Culturespaces est active en Région Languedoc-Roussillon depuis 2011. Elle collabore notamment avec le CHU de Nîmes, les centres sociaux de la Ville de Nîmes, en partenariat avec les Arènes de Nîmes. Les initiatives de la Fondation sont financées par la générosité du public et par le mécénat d'entreprise.



LES GRANDS JEUX ROMAINS

Une reconstitution historique dans les Arènes

Le contexte historique des Grands Jeux Romains à Nîmes

Les Grands Jeux Romains à Nîmes commémorent la visite de l'empereur Hadrien en 122 après J.-C. dans la *Colonia Augusta Nemausus* (c'est l'ancien nom de Nîmes). Les textes antiques attestent que cette visite a bien eu lieu à un moment où le fils adoptif de Trajan se déplaçait de la frontière avec l'Écosse actuelle jusqu'en Égypte en passant par la Gaule et l'Espagne (cf *Histoire Auguste, Hadrien, XII*). L'empereur a procédé à cette occasion à des sacrifices en l'honneur de ses ancêtres et offert des combats de gladiateurs. Ces actes attestés seront à nouveau donnés à voir lors des Grands Jeux Romains à Nîmes.

Les Romains organisaient à l'occasion de leurs jeux des reconstitutions plus ou moins théâtralisées de batailles historiques ou d'épisodes mythiques de leur histoire. C'est pourquoi Culturespaces a introduit dans l'organisation des Grands Jeux Romains l'idée d'une thématique fondée sur une reconstitution historique fidèle. **Cette année, l'Empereur Hadrien propose aux citoyens de la *Colonia Augusta Nemausus* de célébrer la victoire de Rome sur Carthage.**

Les combats de gladiateurs : la réalité historique

Au II^e siècle de notre ère, la gladiature est à son apogée. Parfois esclaves, mais le plus souvent libres, les gladiateurs sont tous des professionnels très bien entraînés appartenant à une troupe. Il y a de véritables « stars », entraînées au combat depuis leur adolescence. Leur propriétaire s'appelle le *lanista*. Il a sous ses ordres plusieurs *doctores* qui entraînent les différents types de gladiateurs.

Sous l'Antiquité, une journée dans l'amphithéâtre se déroule de la façon suivante : le matin est consacré à des spectacles de chasse d'animaux sauvages appelés *Venationes*. À midi, des condamnés à mort sont parfois exécutés mais le moment le plus attendu se déroule l'après-midi avec les combats de gladiateurs. Rythmés par la musique, les combats se font à pieds, à cheval ou sur des chars... Le *mirmillon*, le *thrace*, le *rétiaire* ou le *secutor* possèdent un équipement spécifique, appelé *armatura*. Le combat est toujours encadré par un arbitre qui témoigne de la réalité de l'engagement. La mort n'est pas systématique. Elle est seulement possible lors des grands spectacles (*munus*) lorsqu'un gladiateur n'a pas bien combattu. Dans ce cas, le public prend plaisir à exprimer son avis sur le combat. **Le pouce levé ou baissé n'a jamais existé, c'est une invention du XIX^e siècle. En revanche, le public romain fait part de sa décision grâce à un petit morceau d'étoffe (*mappa*) qu'il agite depuis les gradins.**

Les 2 et 3 mai, les spectateurs pourront refaire ce geste antique avec la serviette blanche distribuée à l'entrée des arènes. Si le public estime que le combattant vaincu s'est bien battu et qu'il mérite d'être renvoyé vivant (*missio*), il agitera sa *mappa*. S'il ne mérite pas d'être sauvé, le public exprimera son mécontentement et sa carrière s'arrêtera là... Quant à l'immanquable *praeco*, il sert d'intermédiaire entre l'éditeur des jeux et le public, faisant le lien entre les différentes phases des jeux. Attention, il va chercher à vous influencer...



LE THÈME DES GRANDS JEUX ROMAINS 2015 : « HANNIBAL »

Présentation du thème « Hannibal »

*Par Eric Teyssier, Maître de conférences HDR en Histoire Romaine à l'Université de Nîmes
Spécialiste de la gladiature et de l'archéologie expérimentale
Conseiller historique des Grands Jeux Romains*

En 218 av. J.-C., Hannibal, un général carthaginois richissime, réunit une armée en Espagne afin de porter la guerre en Italie. Il traverse les Pyrénées avec ses mercenaires, ses cavaliers et ses éléphants et avance vers le Rhône sans rencontrer de résistance. C'est alors qu'il arrive sur le territoire des Volques. Grâce aux récits de Tite-Live et de Polybe, cette tribu gauloise de la région de Nîmes fait alors sa première apparition dans l'histoire antique.

Une partie importante des guerriers de la région de Nîmes choisissent de résister et passent sur la rive gauche du Rhône pour faire de ce fleuve « un rempart formidable ». Cependant, le reste des Volques préfère fournir des embarcations à Hannibal pour l'aider à passer le Rhône afin qu'il s'éloigne au plus vite de la région. Des radeaux sont même construits pour permettre le passage des éléphants. En trois jours une flottille est réunie sans doute aux environs de Beaucaire. Lorsqu'il est prêt à traverser, Hannibal ordonne à sa cavalerie de traverser le fleuve plus au nord. Ainsi, alors qu'Hannibal s'apprête à aborder sur la rive droite du Rhône, les Volques sont pris à revers par les cavaliers carthaginois qui surgissent derrière eux. Pris entre deux feux, les Gaulois sont pris de panique et se dispersent rapidement.

La traversée des Alpes est très éprouvante pour l'armée d'Hannibal, et surtout pour les éléphants. En raison du froid extrême, Hannibal perd un œil lors de cette traversée. Une fois les Alpes franchies, Hannibal écrase les romains à trois reprises et met l'Italie à sac. Mais le général romain Scipion finit par traverser la Méditerranée pour débarquer dans l'actuelle Tunisie, afin de menacer directement Carthage. Hannibal abandonne alors l'Italie pour venir défendre sa cité. Il est finalement vaincu par les Romains à la bataille de Zama en 202 av. J.-C.



Les protagonistes

Hadrien (*Imperator Caesar Traianus Hadrianus Augustus*) (76 ap. J.-C.—138 ap. J.-C.)

Né en 76 ap. J.-C., empereur romain de la dynastie des Antonins, il succède à son père adoptif Trajan en 117. Hadrien est un bon administrateur, lettré et helléniste. Veillant au maintien de la paix, il sillonne son empire qui s'étend de l'Écosse à la Syrie. En 122, revenant de l'île de Bretagne, il est de passage à Nîmes. Il décide d'y construire une basilique en l'honneur de l'impératrice Plotine, veuve de Trajan, qui lui a permis d'accéder au trône impérial. Il offre de grands jeux à cette occasion.

Marcus Cominius Aemilianus (83 av. J.-C.—30 ap. J.-C.)

Aemilianus est un magistrat nîmois ayant occupé toutes les magistratures de la cité. Comme sa générosité est appréciée de ses concitoyens, le sénat local lui a attribué l'honneur d'être flamine du culte impérial de la cité. La cérémonie qu'il va présider cette année aura un relief particulier. Pour la première fois à Nîmes elle se fera devant l'empereur. Si tout se passe bien, cela l'aidera à devenir flamine de la province l'année prochaine. Aemilianus nous est connu grâce à sa stèle funéraire conservée au musée de Nîmes.

Hannibal Barca (247 av. J.-C. – 183 av. J.-C.)

Hannibal est le chef militaire du puissant royaume de Carthage qui s'étend sur le nord de l'Afrique le long de la Méditerranée. Elevé dans la haine du Romain, il compte poursuivre l'œuvre de son père, le général Hamilcar Barca, en s'attaquant à l'Empire de Rome. C'est dans ce dessein qu'il entreprend la deuxième guerre punique vers 218 av. J.-C. Son expédition formée par 59 000 soldats et 37 éléphants prévoit de rejoindre l'ennemi en empruntant les chemins de la Gaule méditerranéenne.

Scipion dit « Scipion l'Africain » (235 av. J.-C. – 183 av. J.-C.)

Scipion est un général de la légion romaine et un homme politique influent. Il déjoue l'arrivée imminente d'Hannibal à Rome en s'attaquant directement à la cité de Carthage. Le chef ennemi est alors contraint de rebrousser chemin pour la défense de son royaume. Grâce à son talent de tacticien, Scipion obtiendra la victoire à la bataille de Zama, ce qui lui vaudra le surnom de « Scipion l'Africain ».



Le *praeco* Cornelius Publius Ursus

Il a été autrefois un gladiateur mirmillon connu sous le nom d'Ursus. Une fois son contrat de gladiateur terminé, il n'a pas pu retrouver sa dignité de citoyen du fait de la mauvaise réputation de son ancien métier. Ursus est donc devenu *praeco*. Dans ce rôle, il met sa voix au service de la cité pour annoncer les nouvelles importantes, animer les ventes aux enchères et commenter les spectacles de l'amphithéâtre. Ce jour est un grand jour puisqu'il va pouvoir animer les jeux donnés par l'empereur en personne.

Xantus

Xantus est un fils de bonne famille qui a préféré choisir la carrière de gladiateur plutôt que de poursuivre une paisible vie de notable. Devenu rétiaire de 1ère classe (*primus palus*) sa réputation a dépassé les limites de la cité de Nîmes. Acclamé dans tous les amphithéâtres de la Narbonnaise, il ambitionne la gloire d'une carrière à Rome. La visite d'Hadrien à Nîmes lui donne cette chance et il fera tout pour être remarqué, mais pour cela il devra vaincre Eros.

Eros

Eros a choisi très jeune d'être gladiateur pour échapper à la misère. Combattant *secutor*, il a été vainqueur à quinze reprises, mais a subi un revers face à Xantus l'an dernier. Même si le public lui a été fidèle en le revoyant vivant, Eros ne veut pas rester sur un échec. La présence de l'Empereur augmente la valeur de ce combat, qui peut lui rapporter beaucoup d'argent. Il fera donc tout pour avoir sa revanche. Eros et Xantus nous sont connus grâce à un médaillon d'applique conservé au musée de Nîmes.



DÉROULÉ DU SPECTACLE DES GRANDS JEUX ROMAINS

1. La *pompa* militaire

Précédant l'entrée de l'empereur Hadrien qui donne ici ces jeux, la *pompa* est un défilé de présentation des troupes. Admirez les troupes romaines qui combattent au service de l'empereur pour assurer la paix dans l'Empire de Rome.

2. Entrée de l'Empereur

Acclamez l'Empereur Hadrien, fils du divin Trajan ! Voyez la garde prétorienne qui l'accompagne et les licteurs qui portent les faisceaux, symboles du pouvoir impérial.

3. Les condamnés à mort

L'empereur Hadrien est revenu de l'île de Bretagne (actuelle Angleterre) avec des prisonniers pictes (celtes vivant en Écosse). Condamnés à combattre dans les arènes pour votre plus grand plaisir, ils devront affronter d'étranges créatures, mi-hommes, mi-animaux pour sauver leur misérable vie.

4. Le *munus* des gladiateurs

Les Grands Jeux Romains verront s'affronter différents gladiateurs :

- **Thrace** contre *mirmillon*,
- **Rétiaire** contre *secutor*,

N'hésitez pas à crier pour vous exprimer, pariez sur votre gladiateur préféré et agitez votre *mappa* pour demander la grâce...

5. Distribution de pains

L'Empereur dans sa grande générosité vous offre du pain !

6. L'*Equiria* (course de 6 chevaux en 7 tours) **NOUVEAU**

Les *equirias* sont de très anciennes courses de chevaux remontant à la période étrusque. Très populaires chez les Romains, les *equirias* étaient dédiées au dieu Mars. Durant ces courses tous les coups étaient permis : coups de cravache, nerfs de bœufs, etc. Le premier cheval à franchir la ligne d'arrivée, avec ou sans cavalier, est désigné vainqueur. Les célèbres *palios* italiens sont directement issus de cette tradition antique.



Les Grands Jeux Romains proposent cette année d'ouvrir les paris ! Soutenez votre cavalier dans cette course effrénée. La *mapa* de couleur que vous avez entre les mains représente le quartier que vous soutenez :

- Rouge : quartier du Forum de la Maison Carrée
- Vert : quartier de l'Amphithéâtre
- Blanc : quartier de Neptune, près de la Fontaine

7. Intermède des danseuses et acrobates

8. Bataille finale : Hannibal à la bataille de Zama **NOUVEAU**

Voyez la conquête du redoutable Hannibal qui défia l'autorité de l'Empire, jusqu'aux portes de Rome. Vous assisterez à sa longue marche depuis l'Espagne jusqu'en Italie, en passant par la région de *Nemausus*, où l'armée carthaginoise va affronter le terrible peuple des Volques. La bataille finale se déroulera en Tunisie, dans la plaine aride de Zama, entre les légions de Scipion l'Africain et Hannibal.

Furor Elephantus :

Les éléphants de guerre ont très souvent été utilisés, depuis de l'Antiquité jusqu'à l'époque contemporaine. Ils font leur apparition dans la vallée de l'Indus d'abord, puis lors de la bataille de Gaugamèles où les éléphants perses terrifièrent les armées macédoniennes d'Alexandre le Grand. Cette arme efficace était redoutée par les combattants : l'infanterie était écrasée, les chevaux des cavaliers fuyaient devant ces étranges mastodontes. Leur vision sur le champ de bataille provoquait la panique dans les rangs ennemis.

Néanmoins, lors de la bataille de Zama, les légions romaines de Scipion trouvèrent un stratagème pour abattre les éléphants d'Hannibal facilement : l'infanterie laissa des couloirs ouverts dans lesquels s'engouffrèrent les éléphants. Il ne restait plus qu'à envoyer tous les projectiles possibles sur le flanc des animaux qui périsaient littéralement transpercés.

C'est la première fois dans l'histoire des Grands Jeux Romains que ce type de bataille est reconstitué dans les Arènes, avec un véritable éléphant conduit par Hannibal ainsi que son cornac.

Scénario et mise en scène : Eric Dars, Professeur d'histoire / Eric Teyssier, Maître de Conférences à l'Université de Nîmes, département Histoire / Michael Couzigou, Directeur des Arènes de Nîmes pour Culturespaces.

Coordination : Michael Couzigou / Culturespaces

Régisseurs techniques : Yann Guerrero et Mickaël Grenat

Musique originale et conception vidéo : Fabien Faizant



LA RELIGION ROMAINE : LA CÉRÉMONIE DU CULTE IMPÉRIAL ET LA CÉRÉMONIE CELTE

Avec l'avènement de l'Empire apparaît un nouveau culte : celui « des empereurs divinisés et de leurs familles ».

Dans les faits, ce culte n'avait pas pour vocation d'honorer un empereur de son vivant. Jamais les Romains n'ont pris l'homme à la tête de l'Empire pour un dieu. Cette volonté d'honorer les empereurs répondait probablement à deux besoins.

Tout d'abord, celui de réunir le plus grand nombre d'individus autour de la personne impériale dans une communion civique. Ce culte, comme tous les autres cultes publics, donnait à la population la possibilité de se rassembler, de partager des moments de joie, des fêtes, des émotions donnant corps à ce sentiment d'appartenance autour de la personne de l'empereur et donc, en quelque sorte, de l'Etat.



Le deuxième besoin à l'origine du culte impérial était celui pour les populations de la capitale comme celles des cités de l'Empire de comprendre et d'appréhender un nouveau type de pouvoir inégalé jusque-là. Avec le premier empereur romain, Auguste, un homme concentrait tous les pouvoirs et les honneurs. Comme personne ne pouvait être supérieur à l'empereur, on lui décerna des honneurs comparables à ceux que l'on offrait aux dieux.

Ce culte honorait donc plus les pouvoirs de l'empereur que l'homme lui-même. Il était l'homme choisi par les dieux pour exercer un pouvoir immense, un pouvoir beaucoup trop grand pour le commun des mortels.

Le culte des empereurs divinisés était rendu par des prêtres: les *flamines impériaux*. Ils étaient tous notables de leur cité. Ils étaient aidés par les *sevirs augustaux*, des affranchis qui voyaient dans ce culte la possibilité de participer activement à une cérémonie qui regroupait tout le corps civique et au-delà. Lors de ces « cérémonies impériales », la plupart des rites traditionnels étaient observés : l'invocation, la prière, la libation, le sacrifice.

La cérémonie du culte impérial

Cette année, la cérémonie du culte impérial partira de la Maison Carrée, temple dédié à ce genre de cérémonie. Une statue du divin Trajan sera sortie de l'édifice pour être amenée en procession aux Jardins de la Fontaine, en passant à travers toute la ville.



La représentation du prédécesseur d'Hadrien viendra ainsi à la rencontre de son successeur de passage à Nîmes. Hadrien et sa cour attendront la procession au cœur de l'*Augusteum*, le vieux sanctuaire dédié au dieu local *Nemausus* et aux empereurs divinisés depuis Auguste. La procession sera l'occasion de mettre en scène tous les notables de la ville, parmi lesquels le flamine, grand prêtre d'Auguste, et la flaminique, prêtresse chargée du culte des impératrices divinisées. Suivront les *quattuorvirs*, les quatre magistrats les plus importants de la cité de Nîmes, les édiles, les questeurs, le préfet des armes et des vigiles et les *sévirs*, collège de six affranchis désignés pour l'année par leur cité, afin de s'occuper des cérémonies de culte.

La cérémonie celte

Les Celtes attachent une grande importance au caractère sacré de l'eau, de nombreuses sources ou grottes abritent ainsi des lieux de culte. Notre patrimoine en garde encore la trace. À Nîmes, la source au pied du Mont Cavalier (centre de la ville actuelle) est certainement à l'origine du développement de la vie. Les Volques Arécomiques divinisent cette source et y vouent un culte au dieu *Némos*. L'eau du sanctuaire est source de vie et de guérison et devient par conséquent sacrée. Dans certains cas, l'eau sacrée ne peut pas être utilisée pour les besoins du quotidien. Cela explique sans doute la construction d'un aqueduc, le pont du Gard, pour acheminer de l'eau vers Nîmes. La source pouvait également accueillir un temple, un autel ou encore une statue du dieu vénéré. Les Romains, désireux de souder les habitants celtes et romains de la ville, y installent un temple en l'honneur d'Auguste et de Rome. Ce lieu devient un parfait exemple de la fusion culturelle entre Gaulois et Romains.



LES RECONSTITUTEURS

Les Grands Jeux Romains rassemblent à Nîmes le temps d'un week-end les meilleurs groupes de reconstitution et d'expérimentation antique européens. Plusieurs centaines de reconstituteurs de l'antiquité, soit une vingtaine de troupes, sélectionnées pour le sérieux de leur démarche, présentent leur travail dans le cadre de l'amphithéâtre le mieux conservé au monde.

France

Ange Ruiz (Chars de combat, Arles)

Cette troupe spécialisée dans l'attelage a reconstitué deux chars romains. Ils exploitent différentes techniques afin de recréer le plus fidèlement possible des courses de chars comme dans la Rome Antique.

Contact : Ange RUIZ – 04.90.96.52.47 – attelage-arles@wanadoo.fr

Carpefeuch (Nîmes)

Association culturelle Nîmoise, Carpefeuch se passionne pour la romanité. En guise d'ouverture des Grands Jeux Romains, l'association organise un dîner romain le 29 avril au Collège Feuchères de Nîmes : cette *cena romana*, servie en habits antiques, est préparée en suivant les recettes du grand gastronome Apicius. L'association participera également aux défilés et au spectacle dans les Arènes. L'association organise par ailleurs la 5^e édition du Forum du Livre Péplum du 5 au 7 juin à Nîmes.

Contact : Martine QUINOT MURACCIOLE – 06.75.92.79.25 – association.carpefeuch@laposte.net

Carthago Reconstitution

Depuis 2010 la troupe Carthago Reconstitution présente des animations et des spectacles historiques uniques en Europe sur les guerriers d'Hannibal Barca (- 247 -183) et l'utilisation d'un éléphant de guerre carthaginois tel qu'il était monté durant la deuxième guerre punique avec *Furor Elephantus*. Les présentations sont le fruit de nombreuses recherches et d'études des sources historiques et archéologiques.

Contact : Pascal MINNE – 06.75.00.28.36 – carthagoanim@gmail.com



Equi-Staff (Cavalerie romaine, Avignon)

La vocation première de cette entreprise provençale d'équitation classique est l'enseignement de l'équitologie et des bases de l'équitation à travers des services adaptés et personnalisés. Equi-Staff élargit son champ d'action pour illustrer l'utilisation du cheval à travers différentes époques et différents styles. De l'époque romaine et ses manœuvres militaires à la monte western en passant par les tournois équestres du Moyen Age jusqu'aux tournois de horse-ball actuels ou encore la monte camarguaise, Equi-Staff propose une fresque du cheval traversant les âges grâce à des passionnés reconstituteurs professionnels.

Contact : Aurélien DE BRUYNE – 06.72.28.58.81 – aurelien_debruyne@hotmail.com

Galates

Spécialisée dans la médiation culturelle, la compagnie Galates propose des animations ainsi que des spectacles historiques sur l'Antiquité. Multipolaire et pluridisciplinaire, la compagnie évoque la musique, le théâtre, mais aussi les sciences antiques telles que l'art de la guerre, la marine, la géographie ou encore l'enfance et la médecine.

Contact : Philippe GUERAS – 06.21.93.35.80 – galates-spectacles@gmail.com

Institut Français de la Narbonnaise – Embonne (Légionnaires, Agde)

L'Institut Français de la Narbonnaise est une association agathoise. S'appuyant sur l'archéologie expérimentale, celle-ci nous fait voyager à travers différents aspects de la vie quotidienne antique, par le biais de la gastronomie, de la vie militaire et des combats.

Contact : Jean-Marc MELILLI – 06.51.34.08.21 – embonne@neuf.fr

La Lance Arverne (Gaulois, Romagnat)

La troupe de reconstitution regroupe des femmes et des hommes passionnés d'histoire et d'archéologie celtique. Ils essaient de reconstituer la façon de vivre et les techniques artisanales du peuple arverne du 1^{er} siècle avant JC jusqu'à la Guerre des Gaules dans son contexte géographique et historique. Ils veulent rectifier les clichés et les idées reçues souvent caricaturales entretenues par les médias, d'où leur volonté de présenter la civilisation et la société gauloise sous un jour plus conformes aux données scientifiques et archéologiques récentes.

Contact : Thomas LOBO – 06.45.25.65.03 – lancelibre@gmail.com



Les Mercenaires du Temps (Spectacles historiques, Codolet)

Cette compagnie propose des animations culturelles ainsi que des animations de rue et des spectacles. Ils proposent également des démonstrations de lutte, de combats aux armes blanches (de gladiateurs ou médiévaux) ou encore des ateliers pour les enfants. Décors, costumes, armes et protections sont réalisés par les artistes créateurs de la compagnie. Les scénarios originaux s'inspirent de l'Histoire.
Contact : Robert DUPOUX – 06.61.94.13.49 – mercenairestems@aol.com

Limitis (Gaulois, Rhône-Alpes)

Cette association regroupant une vingtaine de personnes a pour objectif d'étudier les peuples vivant à la périphérie du monde romain et de les faire connaître au plus grand nombre. Leurs activités sont le résultat de recherches fondées sur des sources littéraires, iconographiques et archéologiques.
Contact : Patrick BERBERIAN – 06.12.93.41.28 – berberianpatrick@hotmail.fr

Lorica Romana (Légionnaires, Gard)

L'association Lorica Romana représente la X^{ème} légion Gémina. Cette unité participa au siège de Gergovie contre Vercingétorix en 52 avant J-C et existait toujours sous le règne de l'Empereur Hadrien. L'équipement des légionnaires de l'association est identique à celui de cette époque.
Contact : Nicolas PIROSA – 04.66.59.08.68 – nicop30@yahoo.fr

Allemagne

AERA (Légionnaires)

L'Association Européenne de Reconstitution Antique se compose de légionnaires français, autrichiens et allemands. Ces bénévoles dévoilent leur habileté et leur discipline aux combats. Leur objectif est de faire connaître au public les civilisations méditerranéennes antiques qui constituent la racine commune des peuples européens modernes.
Contact : Jean-Luc FERAUD – 07.71.08.81.52 – assoc.aera@t-online.de



Italie

ASSOCIAZIONE CULTURALE CISALPINA, Milan

Un des premiers groupes en Europe, actif depuis 1999, qui partage son temps entre la recherche et la reconstruction historique dans les différentes sphères de la vie dernières ancienne et moderne. La formation présente aux Grands Jeux Romains reconstitue la troisième cohorte prétorienne du I^{er} siècle ap. J.-C.

Contact : Valentina RUSSO – +39 373 710 18 81 (Luca Bonacina) – lucioquintus.boncino@cisalpa.net

ASSOCIAZIONE CULTURALE DECIMA LEGIO, Rome

Depuis 2008, la Decima Legio s'occupe presque exclusivement de la reconstitution historique de l'armée romaine de la période républicaine (période comprise entre les guerres puniques et les entreprises de Jules César en Gaule). Les reconstitutions concernent l'armement, l'équipement des légions républicaines et les manœuvres de marche, les tactiques de bataille et la vie quotidienne des légionnaires de l'époque.

Contact : Giuseppe CASCARINO – +39 348 357 75 12 – gascarino@tiscali.it / info@decimalegio.it

FEDERATION EVROPANTIQVA, Vérone

Fondée en 2006, la Fédération Evropantiqva regroupe quatre associations de reconstitutions historiques italiennes (Fianna apPalug, Teuta Insubris, Lingons et Brogos Keltoi) qui sont actives depuis plus de 10 ans. La Fédération est engagée dans la reconstitution de différentes réalités du III^e siècle av. J.-C., en particulier gauloise et punique.

Contact : Gial CANESTRELLI – +39 333 664 81 19 – info@evropantiqva.org

LEGIO VI FERRATA, Rovigo

Groupe d'archéologie expérimentale né en 2008, dans le but de reconstituer de manière la plus fidèle possible une légion opérationnelle pendant les guerres puniques et pendant le premier siècle après J.-C. en Syrie.

Contact : Matteo FORNASARI – clarvs79@yahoo.it

LEGIO XII – FULMINATA, Cesena

Cette association a pour vocation de reconstituer une légion romaine de l'époque républicaine et de César, en particulier par l'apprentissage des techniques de combat des légionnaires.

Contact : Giuseppe Rudilosso – +39.335.728.65.72 – rudikg@alice.it



LEGIO X GEMINA PFD , Rome

L'association culturelle SPQR est née en 2004 d'un groupe de passionnés déjà experts dans le secteur de la reconstitution historique. Ce groupe a réussi à reconstruire plusieurs périodes de l'Antiquité romaine : époque punique, époque tardo-républicaine, époque impériale et tardo-impériale. L'historique école de gladiateurs, « Ludus Magnus », basée à Rome peut compter 12 combattants (gladiateurs et gladiatrices). Au-delà des aspects militaires, l'association tient à valoriser l'aspect civique de l'époque de référence grâce à des activités didactiques liées au monde commercial, religieux et politique.

Contact : Giorgio FRANCHETTI – +39 338 414 11 91 – info@legiodecima.it

LIGURES VELEIATES (APS Popolo di Brig), Vimercate

Depuis 2004, cette association propose, dans un but didactique et en s'appuyant sur les données de la recherche historique et archéologique, une reconstitution de la vie quotidienne militaire et civile des Ligures qui habitaient les Apennins au III^e siècle av. J.-C. Elle propose aussi, sous le nom de Teuta Brig, une reconstitution des Gaulois Cisalpins de la même époque.

Contact : Livio ASTA – +39 333 755 46 80 - info@popolodibrig.it

NINUPHAR EVENTI (Danseuses), Rome

L'association Ninuphar Eventi a été fondée en 2011 par Serena Piccolomini, danseuse professionnelle. L'association anime des événements culturels historiques en mettant l'accent sur la danse des anciennes périodes romaine et médiévale. L'association compte également un groupe de cinq danseuses orientales professionnelles.

Contact : Serena PICCOLOMINI – +39 345 611 92 80 – serenapiccolomini@virgilio.it

OKELUM – VENIA TAURISCI, Turin

Créée en 2011, cette association culturelle de Turin évoque par phases successives la vie de la population celtique des Taurisci aux IV-III^e siècle av. J.-C, I^{er} siècle av. J.-C. et I^{er} siècle ap. J.-C. Désormais romanisée, l'association compte plusieurs collaborations avec des musées.

Contact : Gianfranco BONGIOANNI – +39 335 571 02 58 – gianfrancobongioanni@alice.it

ROMANITAS-PACTUM, Rome

L'association reproduit le corps de garde de l'empereur Marc-Aurèle (121 ap. J.-C. - 180 ap. J.-C.) représenté par *V Cohors Praetoria*, fer de lance de l'association. Le symbole de la garde prétorienne est le scorpion, emblème de l'empereur Tibère, architecte de la construction de la célèbre *Castra Praetoria* de Rome.

Contact : Silvia VINCENZI – +39.328.941.67.20 – romanitas2010@gmail.com



SIMMACHIA ELLENON, Fano

Groupe d'histoire et d'archéologie expérimentale (VII-III^e siècle av. J.-C.). Cette année, ils se présentent à Nîmes en reconstituant une troupe de soldats Carthaginois.

Contact : Marco GIORDANI – +39 380 899 42 20 – info.simmachia@gmail.com

« SIPPE ULFSON », INSTITUT D'ARCHÉOLOGIE EXPÉRIMENTALE ET DE RECONSTITUTION HISTORIQUE, Modène

Association née en 2008 dans le but de reconstituer le plus fidèlement possible trois populations : un groupe de mercenaires de la tribu des Volques du III^e siècle ap. J.-C., un *comitatus* germanique du I^{er} siècle ap. J.-C. et un groupe de guerriers celtibériques appartenant à l'armée d'Hannibal Barca.

Contact : Massimiliano SALVIATI – +39. 328. 175. 62. 97 – sippe_ulfson@hotmail.it

SULIIS AS TORC, Vicenza

Créée en 2007, cette association reconstitue les populations préromaines qui vivaient dans les limites de la région de la Vénétie (anciens Vénitiens, Celtes). Depuis 2010, l'association a commencé à reconstituer les frondeurs des Baléares, utilisés notamment par l'armée d'Hannibal.

Contact : Andrea SPIGOLON – andreatheskull@gmail.com

TORC NA MOIRE (EPIKA), Ancona

Groupe de reconstitution protohistorique de mercenaires Gaulois Senones du IV^e siècle avant J.-C. L'association est plus particulièrement engagée dans la reconstitution des techniques de combat de l'Antiquité.

Contact : Andre RECCHI – +39.348.481.50.26 – info@recchiandrea.it

XIII LEGIO GEMINA – RUBICO, Torriana

Cette association reconstitue la vie quotidienne d'une légion romaine du I^{er} siècle ap. J.-C., la Legio XIII Gemina. Elle utilise l'archéologie expérimentale en s'appuyant sur des sources à la fois anciennes et modernes, et travaille en collaboration avec des archéologues et des musées.

Contact : Denis PASINI – +39.338.765.45.21 – legioxiiiirubico@gmail.com



ANIMATIONS ET SPECTACLES PROPOSÉS PAR LA VILLE DE NÎMES

Spectacles et animations proposés par la Direction des Affaires Culturelles de la Ville de Nîmes, le Service Valorisation et Diffusion des Patrimoines et le Musée Archéologique.

Entrée libre dans la limite des places disponibles.

Si les Grands Jeux dans l'amphithéâtre sont au cœur des événements du 2 et 3 mai 2015, les spectacles, animations, ateliers et expositions entièrement gratuits proposés par la Direction des Affaires Culturelles participent avec force, d'autant, à cette célébration de la romanité. Des Jardins de la Fontaine au Musée Archéologique, de multiples rendez-vous vous attendent, deux jours durant. Soyez au rendez-vous !

➤ Aux Jardins de la Fontaine, Quai de la Fontaine

SPECTACLES

« L'affaire Caius »

Spectacle en forme d'enquête

Une histoire policière « à l'antique », une aventure théâtrale ludique et participative, faite pour apprendre en s'amusant... Avis aux détectives en herbe amateurs d'histoire(s) !

Spectacle en forme d'enquête collective librement adapté du best-seller jeunesse d'Henry Winterfeld.

Cie La Nouvelle Fabrique - Tout public à partir de 8 ans

Samedi et dimanche à 14h – Durée 1h

Les arpenteurs de l'invisible

Spectacle déambulatoire

Performance-appel à l'imagination

On dit qu'ici s'élevait il y a deux mille ans autour de la source sacrée, un *augustum*, un théâtre, etc. l'Organisme International des Zones Invisibles et Fantaisistes, envoie ses équipes au cœur du sanctuaire antique, prendre les mesures de l'absence, fouiller les strates de récits et partager avec le public une mémoire vivante.

Cie 1er Siècle - Tout public à partir de 8 ans

Samedi et dimanche à 15 h30 – Durée 40 min

« Nemausa, retour aux sources » - Au temple de Diane

Spectacle théâtral

Depuis toujours, Nemausa habite dans les Jardins de la Fontaine, près du temple de Diane. Elle est l'esprit de la source, invisible, mais toujours présente. Par une conjonction lunaire improbable, elle va aujourd'hui apparaître aux yeux de tous, et dévoiler son quotidien...

Cie Eskimo - Tout public à partir de 10 ans

Samedi et dimanche à 17h - Durée : 40 min



ANIMATIONS JEUNE PUBLIC ET FAMILLE DANS LES JARDINS DE LA FONTAINE

Dans la limite des places disponibles

« Ateliers fouilles archéologiques »

Deux bacs de fouille pour s'initier à l'archéologie : les archéologues en herbe dégagent la pièce principale d'une « **domus** gallo-romaine » avec sa mosaïque ou mettent au jour des squelettes inhumés dans l'Antiquité...

INRAP Direction interrégionale Méditerranée - Pour le jeune public de 6 à 12 ans

Samedi et dimanche de 14h à 18h près du Grand mur

Durée : environ 45 mn – Tickets de participation à retirer sur place à 14h

« Les dieux au bout des doigts » - Au temple de Diane

Découverte de la mythologie gallo-romaine pour petits et grands à travers une animation ludique réunissant un atelier de création de marionnettes et un conte.

Association Alohomora - Tout public

Samedi et dimanche de 14 h à 18 h

Tresser des couronnes de laurier.

Compose ta couronne de laurier ou ta couronne d'or.

Pour le jeune public à partir de 7 ans

Coloriage, collage.

Décore la frise végétale qui court sur les murs du nymphée.

Pour le jeune public à partir de 3 ans

Samedi et dimanche de 14h à 18h près du Grand mur

« Les Jeux Romains »

Découvrez les jeux en vogue il y a 2000 ans : noix, osselets, latroncules, delta, dés, etc.

Jeux de stratégie, d'habileté ou de hasard.

Tout public

Samedi et dimanche de 14 h à 18 h près du Grand mur

Construire comme les romains – Atelier kapla

A l'aide de milliers de planchettes, participez à la construction de tours, temples, et d'une réplique de l'aqueduc du Pont du Gard.

Dans le cadre du 30^e anniversaire de l'inscription du Pont du Gard sur la liste du Patrimoine Mondial de l'Unesco - Pour le jeune public

Samedi et dimanche de 14 h à 18 h près du Grand mur



VISITES GUIDÉES

« Le sanctuaire antique »

Visite commentée par une guide-conférencière pour découvrir l'histoire du site antique.
Samedi et dimanche - Départ devant le nymphée à 14h30 et 16h30

« Nîmes romaine, les monuments publics de la cité antique »

Visite commentée par une guide-conférencière
Samedi et dimanche - Départ devant l'Office de Tourisme à 14h30

➤ Au Musée archéologique, 13 Boulevard Amiral Courbet

Expositions, animations jeune public, artisanat, dégustation, musique...

CARTHAGE ET L'ARCHÉOLOGIE

Dans le cadre des Grands Jeux Romains, le musée archéologique propose d'éclaircir certains points historiques à travers plusieurs grandes thématiques :

- Hannibal et son parcours
- Les stratégies militaires développées par les armées puniques et romaines
- Les scientifiques, médecins, astronomes, botanistes de l'Afrique romaine
- Les mosaïques d'Afrique du Nord, œuvres réputées de l'Empire
- L'imaginaire associé aux « héros de Carthage » : Didon et Enée, Hannibal ou Salammbô
- Les objets archéologiques propres à la civilisation carthaginoise (les masques en particulier)
- Les paysages d'Afrique romaine et des plantes de cette région

Pour rendre ce discours historique et archéologique accessible à tous, le musée archéologique vous propose des prestations scénarisées, des réalisations plastiques, des ateliers pour les enfants ou encore des projections de films.

VENEZ ÉGALEMENT DÉCOUVRIR...

1. Un livret sur l'histoire de Carthage.

Musée archéologique – À demander à l'accueil.

2. Les batailles carthaginoises contées en diorama par des chantres et chroniqueurs.

Dans le jardin du musée. Horaires à l'accueil.

3. Le jardin de plantes mellifères.

Venez sentir, observer, découvrir ces plantes qui parfument nos miels.

Dans le cloître du musée – Samedi et dimanche de 10h à 18h.



4. L'apiculture romaine et l'apithérapie : un héritage carthaginois.

Dans le cloître du musée – *Samedi et dimanche de 10h à 18h.*

5. Conte musical sur Carthage : *Didon et Enée.*

Par la Cie Skald

Premier étage du musée – *Samedi et dimanche, 3 représentations par jour. Programme à l'accueil du musée.*

6. Réalisation participative d'une mosaïque de Carthage avec le public.

Par Christel Savarèse

Dans le cloître du musée – *Samedi et dimanche de 10h à 18h.*

7. Projection du film *Hannibal* (1959) de C.L. Bragaglia, suivi d'un brunch carthaginois.

Séance commentée par Claude Aziza et suivie d'un brunch à base de flan carthaginois.

Dimanche à 11h - Rendez-vous dans la salle du premier étage du musée à 10h45.

8. Ateliers enfants (6-12 ans) : Fabrique d'un masque carthaginois.

Par Françoise Rebord

Samedi et dimanche, ateliers toutes les heures. Gratuit et sur réservation à l'accueil du musée. Séance scolaire le mercredi 29 avril.

9. Ateliers enfants (3-6 ans) : Coloriage « Les héros de Carthage ».

Dans le cloître du musée - *Samedi et dimanche, ateliers toutes les heures.*



PRODUCTEUR DES GRANDS JEUX ROMAINS

« Notre vocation est d'aider les institutions publiques à mettre en scène leur patrimoine et à développer son rayonnement culturel et touristique. Elle est aussi de démocratiser l'accès à la culture et de faire découvrir à nos enfants notre histoire et notre civilisation, dans des sites culturels remarquables. »

Bruno Monnier, Président et Fondateur de Culturespaces

Culturespaces anime et gère, avec éthique et professionnalisme, des monuments, musées et sites historiques prestigieux qui lui sont confiés par des institutions publiques et des collectivités. Sont gérés par Culturespaces :

- *le Musée Jacquemart-André, Paris (depuis 1996)*
- *la Villa Ephrussi de Rothschild, Saint-Jean-Cap-Ferrat (depuis 1992)*
- *la Villa Grecque Kérylos, Beaulieu-sur-Mer (depuis 2001)*
- *Caumont Centre d'Art, Aix-en-Provence (ouverture le 6 mai 2015)*
- *les Carrières de Lumières aux Baux-de-Provence (depuis 2012)*
- *le Château des Baux-de-Provence (depuis 1993)*
- *le Théâtre Antique d'Orange (depuis 2002)*
- *les Arènes de Nîmes, la Maison Carrée, la Tour Magne (depuis 2006)*
- *la Cité de l'Automobile, Mulhouse (depuis 1999)*
- *la Cité du Train, Mulhouse (depuis 2005)*

Culturespaces prend en charge la mise en valeur des espaces et des collections, l'accueil des publics, la gestion du personnel et de l'ensemble des services, l'animation culturelle et l'organisation des expositions temporaires, ainsi que la communication nationale et internationale des sites, avec des méthodes de management efficaces et responsables certifiées **ISO 9001**. Pour que la visite soit toujours un moment de plaisir, les équipes de Culturespaces placent **la qualité de l'accueil et l'enrichissement culturel de tous les publics** au cœur de leurs préoccupations.

Avec **plus de 20 ans d'expérience et plus de 2 millions de visiteurs par an**, Culturespaces est le premier acteur privé dans la gestion des monuments et musées français, et l'un des premiers acteurs européens du tourisme culturel. Parce que notre patrimoine doit être préservé pour les générations futures, Culturespaces participe chaque année au financement de programmes de restauration des monuments et des collections qui lui sont confiés. De son côté, **la Fondation Culturespaces**, créée sous l'égide de la Fondation du Patrimoine, a pour mission de mettre en œuvre des actions favorisant l'accès des enfants à la culture.



Culturespaces, pour faire revivre l'Histoire

La mise en scène de l'histoire constitue aujourd'hui un **phénomène de société dont l'importance ne cesse de croître** et qui trouve un écho de plus en plus important auprès du public français.

Incontestablement, **les Anglo-Saxons constituent les pionniers du « reenactment »**, terme correspondant à ce que l'on peut désigner en français sous le nom « **d'histoire vivante** ». Initiés dans les années 60 pour le centenaire de la guerre de Sécession, ces grands rassemblements de Sudistes et de Yankees ont rapidement acquis une très grande popularité et ont gagné d'autres périodes historiques. **Les guerres napoléoniennes, le Moyen Âge, les deux grands conflits mondiaux et bien d'autres périodes** sont à présent concernés. Ce sont parfois des centaines, voire des milliers, de passionnés d'histoire qui se rassemblent pour la plus grande joie du public. Que ce soit à Waterloo, à Hastings, à Borodino ou sur les plages normandes, **ces passionnés de toutes origines sociales consacrent une part importante de leurs loisirs pour faire revivre le passé** devant des dizaines de milliers de spectateurs. Dans les années soixante-dix, les Anglais ont également abordé la reconstitution de la légion romaine. Depuis les premiers pas du groupe Britannique de l'Hermine Street Guard, **la reconstitution antique a elle aussi gagné l'ensemble du Vieux Continent. Très éloignées des approximations et des gladiateurs en carton-pâte des péplums, ces associations mènent un travail minutieux de reconstitution historique** et répondent à leur manière à l'attente patrimoniale du grand public.

Dans un souci de rigueur scientifique, certaines de ces reconstitutions sont parfois accompagnées par différents chercheurs en archéologie expérimentale. C'est le cas des Grands Jeux Romains. Pour le seul domaine de l'Antiquité, leurs expériences ont permis de réaliser des progrès très importants dans la connaissance des arts de combat antique dans toutes leurs variétés. Les techniques des pugilistes et des lutteurs grecs, des gladiateurs, des légionnaires et des cavaliers romains, des guerriers celtes et des hoplites sont maintenant infiniment mieux connues grâce à une approche non plus théorique mais pratique.

L'archéologie expérimentale permet de comprendre et d'analyser les technologies de civilisations disparues. Elle trouve son origine dans la nécessité de comprendre concrètement certains textes anciens et de vérifier les hypothèses relatives aux méthodes de fabrication d'objets ou d'outils antiques découverts au cours des fouilles. Fondées sur les sources écrites, les artefacts archéologiques et les sources iconographiques, ces expérimentations se fondent toujours sur une méthodologie scientifique. Plus ancienne que le « reenactment », l'archéologie expérimentale apparaît dès le XIX^e siècle.



À l'origine, cette démarche a été utilisée par Napoléon III pour comprendre le fonctionnement et la portée des machines de guerre romaines du temps de César. Après la seconde guerre mondiale les préhistoriens reprennent à leur compte ces méthodes. Manquant, par définition, de toutes sources écrites, les spécialistes de la préhistoire ont fait d'importants progrès dans la connaissance de nos lointains ancêtres en expérimentant certaines de leurs techniques. Plus récemment, ces expériences ont également été riches d'enseignements pour l'époque antique et notamment dans le domaine particulier des techniques de combat. Ces expérimentations se fondent toujours sur une reconstitution bien pensée, mais elles vont plus loin dans leur démarche. En effet, l'expérimentation ne propose pas seulement une présentation didactique d'un gladiateur ou d'un légionnaire mais elle éclaire également la logique de son équipement et des techniques de combat qui en découlent par une expérience concrète.

Sur ce plan, le département d'histoire de l'université de Nîmes est le seul en France à proposer des cours d'archéologie expérimentale qui permettent une réelle avancée des connaissances dans ces domaines et une relecture des sources antiques traitant de ces questions.

Loin de trahir le monument par une mise en scène « pseudo historique » qui n'aurait d'autre but que de répéter inlassablement les mêmes idées reçues, le propos de la reconstitution des Grands Jeux Romains dans les Arènes de Nîmes, exceptionnelle par son ampleur et par sa nature, consiste à faire revivre ces pierres par une présentation qui reste au plus près de la réalité. De la venue d'Hadrien à Nîmes jusqu'aux différents temps forts du spectacle dans les arènes, tout est conforme à l'esprit des jeux romains du II^e siècle de notre ère. Les seules limites sont celles de la sécurité et de la législation en vigueur. La mise en scène a été élaborée en liaison avec les historiens de l'université de Nîmes dans un esprit pédagogique de valorisation vivante du patrimoine monumental.

Outre la présentation ludique du travail des groupes de reconstitutions durant la journée, le spectacle final conserve lui aussi son sens didactique. L'indispensable « *praeco* », crieur public de la Rome antique, guidera le public dans chaque phase du spectacle. Le *praeco* constitue, aujourd'hui comme hier, l'interface indispensable entre la piste et les gradins. Lors de ces jeux, le sort des gladiateurs vaincus n'est pas scellé par l'éternel cliché, faux, du pouce retourné (qui pourrait compter 25000 pouces en quelques minutes ?). Les 2 et 3 mai, le public va pouvoir à nouveau retrouver le geste authentique par lequel les Romains exprimaient leur grâce ou leur sanction vis-à-vis du vaincu mais courageux, en agitant une étoffe. Ainsi, tout en assistant à un spectacle haut en couleurs, les spectateurs des Grands Jeux Romains de Nîmes prennent activement part à une expérience originale d'expérimentation historique.





Fabien Faizant : la musique au service du spectacle

À l'œuvre également dans cette aventure conduite par Culturespaces: Fabien Faizant, qui travaille dans le domaine de la musique et de l'image. Il collabore avec Eric Teyssier depuis 13 ans sur des projets à caractère historique via sa structure **Chronomedia**. En 2008, Fabien Faizant fait la connaissance de Michael Couzigou, Directeur des Arènes, et depuis 2009, il compose les morceaux musicaux du spectacle et les enrichit chaque année en fonction des nouveaux tableaux. *« Culturespaces a toujours souhaité accompagner le propos historique des Grands Jeux Romains tout en offrant au public un grand moment fort en émotion. La musique œuvre dans ce sens et s'appuie sur l'orchestre symphonique pour produire un espace sonore puissant, qui rappelle les films de cinéma. Cette collaboration fructueuse renforce l'identité historique et culturelle des Grands Jeux Romains »*, explique Fabien Faizant.



**VISUELS DISPONIBLES POUR LA PRESSE,
DANS LE CADRE DE LA PROMOTION DE L'ÉVÉNEMENT**



1. © V. Formica



2. © M. Fasol



3. © M. Fasol



4. © M. Fasol



5. © M. Fasol



6. © V. Formica



7. © V. Formica



8. © M. Fasol



9. © M. Fasol



10. © V. Chambon



11. © M. Fasol



12. © V. Formica



13. © M. Fasol



15. © M. Fasol



16. © M. Fasol



14. © M. Fasol



17. © M. Fasol



LES PARTENAIRES

Organisateurs

 culturespaces



Partenaires



 Midi Libre



 Objectif Gard
Toute L'actualité Gardoise



 Tango!
Transports de l'Agglomération Nimoise



 Keolis



INFORMATIONS PRATIQUES

Horaires

Samedi 2 et dimanche 3 mai 2015

9h30 : ouverture des caisses
14h30 : ouverture des grilles des Arènes
15h30 : début du spectacle de reconstitution dans les Arènes

Où acheter son billet ?

Billets en vente dans les billetteries spectacles et sur Internet.
Billets en vente sur place à la billetterie des Arènes **les 1^{er}, 2 et 3 mai 2015 de 9h30 à 18h00.**

La Maison Carrée est quant à elle ouverte de 9h30 à 18h30 et la Tour Magne de 9h à 18h30.
Pour toute information : 04 66 21 82 56

Tarifs

Le billet donne accès au spectacle « Les Grands Jeux Romains » dans les Arènes, soit pour le 2, soit pour le 3 mai. Sont disponibles 3 catégories de billet :

INDIVIDUELS

➤ **CAT. 3 – Assis placement libre**

Plein tarif : 10 € / Tarif enfant (-12 ans) : 5 €
Gratuit pour les moins de 4 ans (sur les genoux des parents)

➤ **CAT. 2 – Assis numéroté**

Il inclut :

- un poster des Grands Jeux Romains à retirer sur place le jour du spectacle à la tente Info-Presse située sur le parvis des Arènes.

Plein tarif : 25 € / Tarif enfant (-12 ans) : 15 €
Gratuit pour les moins de 4 ans (sur les genoux des parents)

➤ **CAT. 1 – Assis numéroté, carré or**

Il inclut :

- un poster des Grands Jeux Romains et une médaille gladiateur « Monnaie de Paris » à retirer sur place le jour du spectacle à la tente Info-Presse située sur le parvis des Arènes.

Plein tarif : 45 € / Tarif enfant (-12 ans) : 23 €
Gratuit pour les moins de 4 ans (sur les genoux des parents)



Tarifs

OFFRE PARTENAIRE

Sur présentation, aux guichets des Arènes le 2 ou le 3 mai, d'un billet de train TER aller-retour acheté sur internet (feuille imprimée en A4) à destination de Nîmes et daté du 2 ou du 3 mai 2015, bénéficiez, pour 1 billet "Grands Jeux Romains" acheté en plein tarif, du tarif enfant sur les 2^e, 3^e et 4^e billets achetés simultanément.



GROUPE

Pour l'achat de 20 billets minimum en CAT. 2 et 1, un **tarif préférentiel sera accordé** :

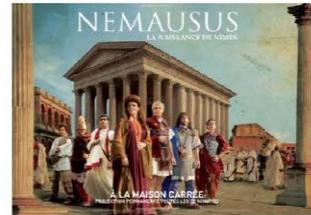
- CAT. 2 : 15 €/personne (adultes ou enfants)
- CAT. 1 : 23 €/personne (adultes ou enfants)

Contactez Ariane au 04 91 60 99 44 ou par e-mail : adam.ce@wanadoo.fr

Les billets groupes sont également en vente dans les magasins Fnac, Géant, Auchan, Carrefour.

Nemausus, la naissance de Nîmes

Et ne manquez pas le film *Nemausus, la naissance de Nîmes*, actuellement présenté à la Maison Carrée. Plongez au cœur de l'histoire de la fondation de Nîmes : de l'*oppidum* celte à la romanisation sous l'empereur Auguste, suivez le destin d'une famille nîmoise qui a forgé l'histoire antique de la Ville.



CONTACT PRESSE

Pour toute autre demande de visuels ou d'informations, merci de contacter:

Michael Couzigou, directeur des Arènes de Nîmes, Maison Carrée, Tour Magne

Tél. : + 33 6 72 56 74 94

E-mail : couzigou@arennes-nimes.com

Romane Dargent, chargée des relations presse

Tél. : + 33 6 43 95 57 77

Email : dargent@culturespaces.com

C.C. 16/03/15

Merci au Lycée Saint Vincent de Paul et au BTS Tourisme de Nîmes pour leur aide dans l'accueil du public.

Annexe 9 :

Dossier de presse de la Fête des Roses 2015



Villa Ephrussi de Rothschild

DOSSIER DE PRESSE

Événement

LA FÊTE DES ROSES ET DES PLANTES

6^e ÉDITION, 2 ET 3 MAI 2015

Contact presse
Romane Dargent
Tél : + 33 1 56 59 01 72
dargent@culturespaces.com

un événement
 culturespaces



**LES 2 & 3 MAI 2015 :
6^{ème} ÉDITION DE LA FÊTE DES ROSES & DES PLANTES
DANS LES JARDINS DE LA VILLA EPHRUSSI DE ROTHSCHILD**

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

La Villa Ephrussi de Rothschild prépare la 6^{ème} édition de la « Fête des Roses & des Plantes ». Les 2 et 3 mai 2015, une vingtaine d'exposants, rosiéristes, pépiniéristes, professionnels de l'univers des jardins se donnent rendez-vous pour transmettre leur passion et leur connaissance des fleurs au plus grand nombre.

Les visiteurs de la « Fête des Roses et des Plantes » pourront déambuler au milieu d'une variété de roses grimpantes ou couvre-sols, anciennes ou modernes, capables de déployer une large palette de couleurs (rose, rouge, jaune, blanc, orange...), de la plus douce à la plus vive.

Jardiniers novices ou plus aguerris trouveront leur bonheur auprès des différents exposants. Aux côtés des rosiéristes, dans les allées du Jardin à la française prendront place d'autres professionnels qui présenteront des plantes rares, des fleurs exotiques ou méditerranéennes, des iris, des agrumes...

Par ailleurs, de nombreuses animations offriront l'occasion aux adultes comme aux enfants d'explorer l'univers des plantes : visites guidées des neuf jardins thématiques de la Villa Ephrussi de Rothschild, ateliers encadrés par des jardiniers pour apprendre à faire des bouquets ou pour savoir comment repoter. Ceux qui veulent approfondir leurs connaissances en matière de roses et d'horticulture pourront assister à des conférences données par la Société Française des Roses, ou poser toutes les questions qu'ils veulent aux jardiniers qui se tiendront à leur disposition. Des concerts dans les jardins et des contes sur les roses émailleront également ces deux journées.

Cet événement rend hommage à la Baronne de Rothschild qui vouait une telle passion aux fleurs et aux plantes qu'elle entoura la villa de plusieurs jardins thématiques. Surplombant la Méditerranée, les 9 jardins de la Villa Ephrussi de Rothschild ont reçu le label « Jardin remarquable » et « Plus beaux jardins de France ».

Pour la dernière édition de la « Fête des Roses et des Plantes », la Villa Ephrussi de Rothschild a accueilli environ 6000 visiteurs français et internationaux sur deux jours.



© S. Tétu



© S. Tétu



© defrance.de



LES EXPOSANTS

Samedi 2 et dimanche 3 mai 2015, la Villa Ephrussi de Rothschild célèbre les roses et les plantes sous toutes leurs formes... C'est ainsi qu'elle rassemble dans ses jardins un nombre croissant de rosiéristes, mais aussi des pépiniéristes et professionnels de l'art de vivre passionnés par l'univers des fleurs et des plantes.

Liste des exposants :

Rosiéristes :

- **Les Roseraies de Châteaubois** (Le Thor, 84)
- **Les Rosiers d'Argens** (Roquebrune-sur-Argens, 83) / www.rosiers-provence.fr
- **Nino Sanremo** (San Remo, Italie) / www.ninosanremo.com
- **Roseraies et pépinières Georges Delbard** (Malicorne, 03) / www.delbard.fr
- **Rose des Arts** (Fontaine-de-Vaucluse, 84)
- **Roseraie des Plans** (Villeneuve Loubet, 06)
- **Roseraie Chambret** (Hyères, 83)

Pépiniéristes :

- **Iris en Provence** (Hyères, 83) / www.iris-en-provence.com
- **Le Jardin des Erythrines** (Hyères, 83)
- **Mamzelle de l'Air** (Pornic, 44)
- **Passion Bonzaï** (Nice, 06)
- **Pépinière Sébastien Fossat** (Nice, 06) / www.pepiniere-fossat-sebastien.fr
- **Plantes Sylvana** (Vintimille, Italie)

Mais aussi :

- **Bio 3G** (Merdrignac, 22) / www.bio3g.fr
- **Confiserie Florian** (Tourettes-sur-Loup, 06) / www.confiserieflorian.com
- **Comme Une Fleur** (Saint-Paul-de-Vence, 06) / www.commeunefleur06.fr
- **Franck Picault**, peintre sur lin (Sainte-Anastasie, 83) / www.franckpicault.fr
- **La Forge Saint-Alman-d'Anjou** (Brissac-Quincé, 49)
- **La Rivière des Arômes** (Rosans, 05) / www.riviere-des-aromes.fr
- **Le Domaine Lalande de Pomerol** (33) / www.lalande-pomerol.com
- **Parfumerie Fragonard** (Grasse, 06) / www.fragonard.com
- **Société Française des Roses** (Lyon, 69) / societefrancaisedesroses.asso.fr



LE PROGRAMME

La Villa et ses jardins sont ouverts au public de 10h à 18h.

Samedi 2 et dimanche 3 mai :

> ATELIERS

De 11h à 16h – Le jardin des senteurs

Atelier création de parfum autour de la Rose par le parfumeur Fragonard. Ouvert à tous.
Jardin à la française.

De 10h à 18h – Ma première plante

Atelier repotage pour les enfants, animé par des jardiniers de la Villa.
Jardin à la française.

De 10h à 18h – Mon premier bouquet

Atelier de composition florale ouvert aux enfants, animé par un jardinier de la Villa
Jardin à la française

De 10h à 18h – Les conseils du jardinier

Atelier animé par l'équipe de jardiniers de la Villa.
Jardin à la française

De 10h à 18h – La saveur des fleurs

Atelier « saveur » des fleurs et des plantes avec le confiseur Florian autour d'un blind-test gustatif.
Jardin à la française

De 10h à 18h – Bouturage de rosier

Démonstration de bouturage par Nino Sanremo, rosiériste italien spécialisé.
Jardin à la française

De 10h à 18h – Découverte et dégustation des fleurs

Atelier découverte des fleurs comestibles et partage de recettes, animé par Mme Corinne Reinsch.
Animation de 10h à 12h et de 14h à 17h : une robe à déguster !
Jardin à la française



LE PROGRAMME

> VISITES GUIDÉES

À 10h30, 12h, 15h et 17h – Les jardins de la Baronne

Visites guidées historiques des jardins avec Jacqueline Manciet, guide de la Villa.

À 10h, 10h30, 11h30, 12h, 14h30, 15h, 17h et 17h30 – La visite du jardinier

Visites guidées botaniques des jardins avec André Castellan, chef jardinier de la Villa.

> ANIMATIONS

À 14h, 14h45, 15h30, 16h15, 17h et 17h45 – Les contes et la rose

Un conteur, Mr David Razon, fera découvrir aux petits et aux grands les plus belles histoires sur la rose.

À 14h20, 15h10, 15h50, 16h40 et 17h20 – La musique des jardins

Une pause musicale sera proposée dans les jardins par un ensemble de musiciens jouant des thèmes champêtres.

Samedi 2 mai uniquement

> CONFÉRENCES

Salon des Putti, 1^{er} étage de la Villa

À 11h – « Végétation endémique et plantes importés sur la Côte d'Azur »

Conférence animée par le CFPPA d'Antibes.

À 14h30 - « Du greffon au container, un rosier se prépare pour votre jardin, le parcours technique d'un rosier »

Conférence animée par Maurice JAY, Président de la Société Française des Roses, Président de Congrès 2015 Lyon Roses et professeur des universités.

À 16h – « Les roses du XIX^e siècle »

Conférence animée par Maurice JAY, Président de la Société Française des Roses, Président de Congrès 2015 Lyon Roses et professeur des universités.



LE PROGRAMME

Dimanche 3 mai uniquement

> CONFÉRENCES

Salon des Puttis, 1^{er} étage de la Villa

À 11h – « La végétation endémique de la Côte d'Azur »

Conférence animée par le CFPPA d'Antibes.

À 14h30 - « Les roses du XIX^e siècle »

Conférence animée par Maurice JAY, Président de la Société Française des Roses, Président de Congrès 2015 Lyon Roses et professeur des universités.

À 16h – « La création d'une rose »

Conférence animée par Robert LAPERRIERE, Obtenteur rosiériste, Vice-président de la Société Française des Roses.



UNE VILLA DE RÊVE, ENTOURÉE DE JARDINS MERVEILLEUX

Parmi les plus belles demeures de la Côte d'Azur figure la Villa Ephrussi de Rothschild, joyau d'architecture hérité de la Belle Époque. Elle a été construite par l'excentrique baronne Béatrice Ephrussi de Rothschild, fille du baron Alphonse de Rothschild, et épouse de Maurice Ephrussi.

Béatrice de Rothschild a découvert le Cap-Ferrat en 1905, à l'époque où la Côte d'Azur était un lieu de villégiature de la haute société, et y acquerra sept hectares de terrain. **Cinq années d'importants travaux furent nécessaires pour construire ce « palazzino »** rappelant les grandes demeures de la Renaissance italienne.

En connaisseuse, elle a reconstitué un décor pour chaque pièce dans le respect d'une demeure aristocratique du XVIII^e siècle (à l'exception du patio) à partir de boiseries provenant de la destruction de prestigieux hôtels parisiens, tel que l'hôtel de Crillon. Béatrice a acheté sans compter meubles signés, tapis d'Aubusson et de la Savonnerie, tableaux de Boucher, de Lancret, croquis et esquisses de Fragonard, tapisseries des Gobelins, services de porcelaine de Sèvres... mais aussi des œuvres d'art médiéval et Renaissance et des objets venus d'Extrême-Orient. Au total, l'éclectique collection de la villa compte **plus de 5 000 œuvres et objets d'art**.

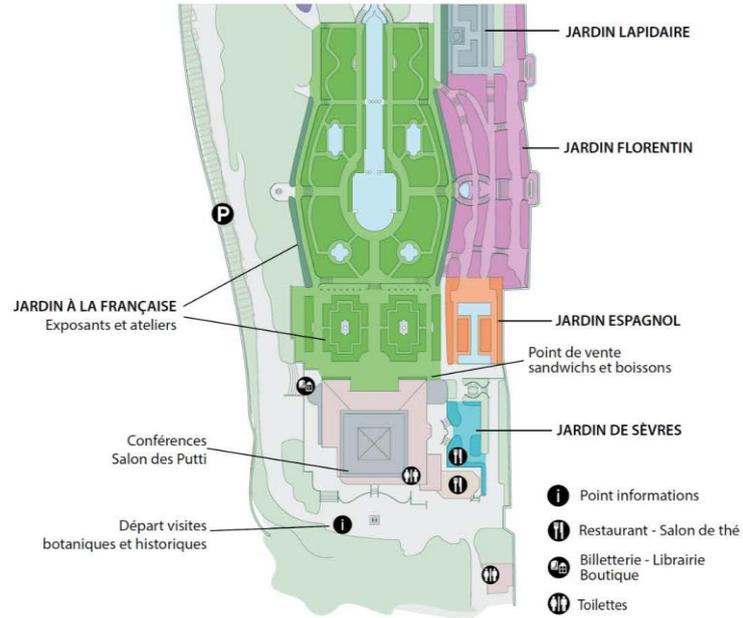
Béatrice de Rothschild s'est éteinte en 1934 à l'âge de 70 ans, léguant sa propriété à l'Académie des Beaux-arts avec un souhait : ouvrir un musée dans sa villa pour faire de sa collection de mobilier et d'objets d'art une œuvre totale et durable, auxquels les jardins allaient offrir le plus beau des écrans.

La baronne a en effet imaginé des jardins avec l'aide, notamment, des célèbres architectes paysagistes Harold Peto et Achille Duchêne. La villa est aujourd'hui **entourée de neuf magnifiques jardins** ornés de colonnades, de cascades, de bassins, de parterres fleuris, d'allées ombragées et d'arbres aux essences rares : les jardins florentin, espagnol, à la française, exotique, lapidaire, japonais, provençal, roseraie et de Sèvres.

Suivant la même exigence, l'Académie des Beaux-Arts décide en 1992 de confier sa mise en valeur et sa gestion complète à Culturespaces. Depuis, près de 165 000 visiteurs se promènent chaque année dans les jardins de la Villa Ephrussi de Rothschild : les néophytes pour s'émerveiller de leurs multiples couleurs et parfums et les spécialistes pour apprécier plus spécifiquement leurs 58 plantes emblématiques.



LE PLAN



LES PARTENAIRES INSTITUTIONNELS

Fragonard
PARFUMEUR



LES PARTENAIRES MEDIAS



Midi
CÔTESUD



l'art des
JARDINS



culturespaces PRODUCTEUR DE L'ÉVÉNEMENT

« Notre vocation est d'aider les institutions publiques à mettre en scène leur patrimoine et à développer son rayonnement culturel et touristique. Elle est aussi de démocratiser l'accès à la culture et de faire découvrir à nos enfants notre histoire et notre civilisation, dans des sites culturels remarquables. »

Bruno Monnier, Président et Fondateur de Culturespaces

Avec plus de 20 ans d'expérience et plus de 2 millions de visiteurs par an, Culturespaces est le premier acteur privé dans la gestion des monuments et musées français, et l'un des premiers acteurs européens du tourisme culturel. Culturespaces anime et gère, avec éthique et professionnalisme, des monuments, musées et sites historiques prestigieux qui lui sont confiés par des institutions publiques et des collectivités. Sont gérés par Culturespaces :

- *le Musée Jacquemart-André, Paris (depuis 1996)*
- *la Villa Ephrussi de Rothschild, Saint-Jean-Cap-Ferrat (depuis 1992)*
- *la Villa Grecque Kérylos, Beaulieu-sur-Mer (depuis 2001)*
- *les Carrières de Lumières aux Baux-de-Provence (depuis 2012)*
- *le Château des Baux-de-Provence (depuis 1993)*
- *le Théâtre Antique et le Musée d'Art et d'Histoire d'Orange (depuis 2002)*
- *les Arènes de Nîmes, la Maison Carrée, la Tour Magne (depuis 2006)*
- *la Cité de l'Automobile, Mulhouse (depuis 1999)*
- *la Cité du Train, Mulhouse (depuis 2005)*

Pour tous ces lieux, Culturespaces prend en charge la mise en valeur des espaces et des collections, l'accueil des publics, la gestion du personnel et de l'ensemble des services, l'animation culturelle et l'organisation des expositions temporaires, ainsi que la communication nationale et internationale des sites, avec des méthodes de management efficaces et responsables certifiées ISO 9001.

Partage et transmission culturelle au XXI^e siècle

Pour que le patrimoine soit transmis aux générations futures, Culturespaces participe chaque année au financement de programmes de restauration des monuments et des collections qui lui sont confiés. Les équipes de Culturespaces placent la qualité de l'accueil et l'enrichissement culturel de tous les publics au cœur de leurs préoccupations, pour que la visite soit toujours une expérience unique. Afin de s'adapter aux nouveaux usages des visiteurs, Culturespaces s'appuie sur les technologies numériques pour diffuser plus largement la culture par le biais d'applications smartphones et tablettes, ou encore par le développement de nouveaux modes d'exposition basé sur la numérisation d'œuvres d'art projetées en grand.

Culturespaces, 1^{er} opérateur culturel dans le sud de la France

En 2014, Culturespaces a accueilli plus d'1,6 million de visiteurs dans les différents sites des régions Provence-Alpes-Côte d'Azur et Languedoc-Roussillon qu'elle gère, avec la confiance des institutions publiques et des collectivités.

À Aix-en-Provence, Culturespaces a fait pour la première fois l'acquisition de l'Hôtel de Caumont. C'est dans cet ancien hôtel particulier du XVIII^e siècle que Culturespaces va lancer un nouveau centre d'art, le **6 mai 2015**. Dédié aux Beaux-Arts avec deux grandes expositions temporaires par an, **Caumont – Centre d'Art** sera plus largement ouvert à toutes formes d'expressions artistiques.



La Fondation Culturespaces, créée sous l'égide de la Fondation du Patrimoine, a pour mission de mettre en œuvre des actions favorisant l'accès aux arts et au patrimoine à des enfants issus de milieux défavorisés, malades ou en situation de handicap.

C'est ainsi que la Fondation Culturespaces développe le projet « **Autisme et Patrimoine en famille** », une initiative nationale en faveur **de l'accessibilité à la culture et au patrimoine pour les familles et fratries d'enfants autistes**. Mis en place à la Villa Ephrussi de Rothschild depuis mai 2014, le projet propose aux familles un parcours de visite adapté ainsi que des outils pédagogiques sur mesure téléchargeables en amont de la visite ou accessibles à l'arrivée sur le site. L'accès aux sites est gratuit pour les familles qui sont accueillies dans les meilleures conditions par un personnel sensibilisé aux problématiques de l'autisme.

www.fondation-culturespaces.com

VISUELS DISPONIBLES POUR LA PRESSE



1. Fête des Roses 2013 à la Villa Ephrussi de Rothschild
© S. Tétu



2. Fête des Roses 2013 à la Villa Ephrussi de Rothschild
© S. Tétu



3. Fête des Roses 2013 à la Villa Ephrussi de Rothschild
© S. Tétu



4. Fête des Roses 2013 à la Villa Ephrussi de Rothschild
© S. Tétu



5. Fête des Roses 2013 à la Villa Ephrussi de Rothschild
© S. Tétu



6. Fête des Roses 2013 à la Villa Ephrussi de Rothschild
© S. Tétu

VISUELS DISPONIBLES POUR LA PRESSE



7. Fête des Roses 2013 à la Villa Ephrussi de Rothschild
© S. Tétu



9. Fête des Roses 2013 à la Villa Ephrussi de Rothschild
© S. Tétu



10. Animation pour enfants à la Fête des Roses 2013 à la
Villa Ephrussi de Rothschild © S. Tétu



8. Ateliers pour les enfants lors de la Fête des Roses
2014 à la Villa Ephrussi de Rothschild
© defrance.de



11. Visite guidée des jardins la Villa Ephrussi de
Rothschild lors de la Fête des Roses 2013 © S. Tétu



INFORMATIONS PRATIQUES

Villa et Jardins Ephrussi de Rothschild

06230 Saint-Jean-Cap-Ferrat

Tél : 04 93 01 45 90 / Fax : 04 93 01 31 10 / www.villa-ephrussi.com

Horaires d'ouverture

Le samedi 2 mai : la Villa est ouverte de 10h à 18h.

Le dimanche 3 mai : la Villa est ouverte de 10h à 18h.

Tarifs

Plein tarif : 13 € avec audioguide (disponible en 9 langues : français, anglais, allemand, espagnol, italien, russe, japonais, chinois et néerlandais)

Tarif réduit (étudiants, enseignants et demandeurs d'emploi) : 10 €

Gratuit pour les journalistes et les porteurs d'une carte d'invalidité.

Tarif groupe (minimum 20 personnes) : 10 €

Les visites pour les groupes se font sur réservation : groupe@villa-ephrussi.com

Offre Famille : L'entrée est gratuite pour le 2^{ème} enfant âgé de 7 à 17 ans (avec deux adultes et un premier enfant payant).

Billet combiné Villa Ephrussi + Villa Kérylos : 20 € (plein tarif) / 15,50€ (tarif réduit)

Accès

La Villa Ephrussi de Rothschild est située à 8 kilomètres de Nice et 12 km de Monaco.

En voiture : accès par la basse corniche (N98)

En bus : 81 et 100

En train : gare de Beaulieu-sur-Mer

En avion : aéroport de Nice

NOUVEAUTÉ - Navette-bus gratuite depuis la gare de Beaulieu-sur-Mer :

- Arrêt à la Villa Kérylos / Terminus à la Villa Ephrussi de Rothschild
Fréquence à définir en suivant l'arrivée des trains. Horaires mis en place mi-avril selon la SNCF.

Navettes gratuites depuis les parkings de Saint-Jean-Cap-Ferrat :

- Chemin du Sémaphore
- Avenue de Verdun
- Boulevard du Général de Gaulle

Navette gratuite depuis le parking du port de Beaulieu-sur-Mer



INFORMATIONS PRATIQUES

Restauration

Un point restauration proposant des glaces, boissons chaudes et froides et sandwiches sera présent sur la terrasse de Villa tout au long de l'événement.

La Villa dispose également d'un salon de thé où il est possible de déjeuner.

Contact presse

Romane Dargent

Tél : +33 1 56 59 01 72 / +33 6 43 95 57 77

E-mail : dargent@culturespaces.com

Plus d'informations sur : www.villa-ephrucci.com

Annexe 10 :

**Bâche Fnac des Ternes, « De Giotto à Caravage. Les passions de
Roberto Longhi »**

Billetterie **fnac**

MUSÉE
JACQUEMART-ANDRÉ
INSTITUT DE FRANCE

DE GIOTTO
À CARAVAGE

Les passions de Roberto Longhi

27 mars - 20 juillet 2015

© Firenze, Fondazione di Studi di Storia dell'Arte Roberto Longhi

une exposition

 culturespaces

fnac

Réservez vos billets en magasin,
sur votre mobile et sur **fnac.com**

Annexe 11 :

Lettre d'abonnement Carte Privilège, Musée Jacquemart-André

Découvrez les autres musées, monuments historiques et centre d'art mis en valeur et gérés par Culturespaces

- Musée Jacquemart-André - Paris
- Villa Ephrussi de Rothschild - Côte d'Azur
- Villa Grecque Kérylos - Côte d'Azur
- Caumont Centre d'Art - Aix-en-Provence
- Château des Baux-de-Provence
- Carrières de Lumières - Les Baux-de-Provence
- Théâtre Antique & Musée d'Orange
- Arènes de Nîmes
- Maison Carrée - Nîmes
- Tour Magne - Nîmes
- Cité de l'Automobile - Mulhouse
- Cité du Train - Mulhouse

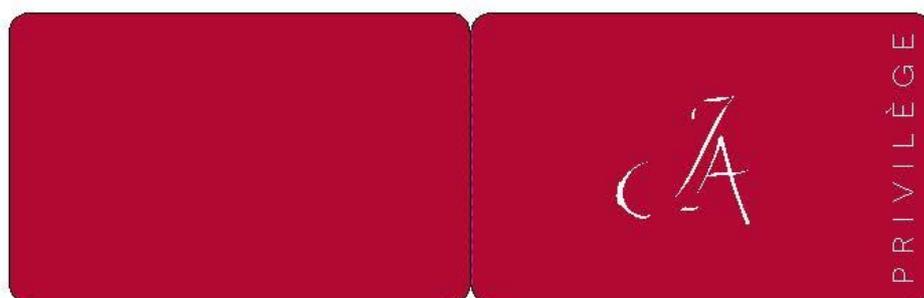
Culturespaces, spécialiste de la gestion globale du patrimoine culturel

Depuis 25 ans, Culturespaces met en valeur et gère avec éthique et professionnalisme des musées, monuments historiques et centre d'art.

Conscient que le patrimoine doit être préservé pour les générations futures, Culturespaces participe chaque année au financement de programmes de restauration des monuments et des collections qui lui sont confiés, ainsi qu'à leur mise en valeur.

Pour que la visite soit toujours un moment de plaisir, les équipes de Culturespaces placent la qualité de l'accueil, la diversité des services (ouverture 7 jours sur 7, audioguides gratuits, livret-jeux remis gratuitement aux enfants, etc.) et l'enrichissement culturel de tous les publics au cœur de leurs préoccupations.

 **culturespaces**



En cas de perte ou de vol de votre carte : un duplicata payant vous sera délivré uniquement par correspondance. Il vous sera facturé 10 euros. Lorsque vous constatez la perte ou le vol de votre carte, contactez le Musée Jacquemart-André au 01 45 62 16 45. Vous recevrez à votre domicile un formulaire à compléter et retourner au Musée accompagné d'un chèque de 10 euros à : **Musée Jacquemart-André, Service adhésions, 158 boulevard Haussmann, 75008 Paris**. Vous trouverez également le formulaire de demande de duplicata à télécharger sur le site internet : www.musee-jacquemart-andre.com



Musée Jacquemart-André

Musée Jacquemart-André
Institut de France



Retrouvez le détail des événements et expositions
sur www.musee-jacquemart-andre.com

CETTE CARTE EST STRICTEMENT PERSONNELLE, ELLE N'EST VALABLE QU'ACCOMPAGNÉE D'UNE PHOTO.

- 1 - COLLEZ VOTRE PHOTO DANS LE CADRE
- 2 - RETIREZ LA PARTIE DROITE
- 3 - DÉTACHEZ ET COLLEZ LA PARTIE GAUCHE SUR LA PARTIE DROITE
- 4 - DÉCOLLEZ L'ENSEMBLE POUR OBTENIR VOTRE CARTE

Musée Jacquemart-André - Propriété de l'Institut de France
158, boulevard Haussmann - 75008 Paris | Tél. +33 (0)1 45 62 16 45 | Fax +33 (0)1 45 62 16 36
message@musee-jacquemart-andre.com | www.musee-jacquemart-andre.com

Annexe 12 :

Flyer Carte Privilège, Villa Ephrussi de Rothschild

Formulaire d'adhésion

Votre carte

- Carte Solo : 38 €
- Carte Duo : 70 € (cette formule vous permet de visiter la Villa avec une personne de votre choix à tout moment)
- Carte Jeune (- 26 ans) : 20 €

Vos coordonnées

M. Mme Mlle

Nom* : _____

Prénom* : _____

Date de naissance* : _____

Adresse* : _____

Code postal* : _____ Ville* : _____

Pays* : _____

Téléphone* : _____

E-mail* : _____

(obligatoire pour recevoir la newsletter et accéder à votre espace abonné sur le site Internet)

*Mentions obligatoires

Date :

Signature :

Comment avez-vous connu la Carte Privilège ?

- bouche à oreille
- sur place à la Villa
- sur le site Internet de la Villa
- dans la presse
- sur Internet (hors www.villa-ephrussi.com)
- document d'information de la Villa

Attention ! Conformément à la loi Informatique et Liberté, vous disposez d'un droit d'accès au fichier et de rectification auprès de la Villa Ephrussi de Rothschild. La Villa est susceptible d'échanger ses fichiers avec d'autres partenaires. Si vous ne souhaitez pas que votre adresse soit communiquée dans le cadre de ces opérations, veuillez cocher la case ci-dessous, dater et apposer votre signature.

- Je ne souhaite pas faire partie d'un échange de fichier.
- Je ne souhaite pas recevoir la lettre d'information électronique.

Date et signature :

Villa Ephrussi de Rothschild
Privilège

Villa Ephrussi de Rothschild Carte Privilège

Des avantages toute l'année

- ▶ Accès libre et illimité à la Villa, aux jardins, au salon de thé-restaurant
- ▶ Réductions en boutique

DÉCOUVREZ

La Villa
Les neufs jardins
Le salon de thé-restaurant
Les journées d'animations

062016 - Culturespaces - RCS Douai 839066118 - © Villa Ephrussi de Rothschild

Un site mis en valeur et géré par  **culturespaces**

Villa Ephrussi de Rothschild Privilège

Les avantages

- ACCÈS LIBRE ET ILLIMITÉ PENDANT 1 AN
 - à la Villa
 - aux neufs jardins
 - au salon de thé-restaurant
 - aux journées d'animations
- RÉDUCTION
 - 5 % sur l'ensemble de la boutique de la Villa (hors produits signalés)
- INFORMATIONS TOUTE L'ANNÉE
 - Des newsletters vous informent des actualités de la Villa Ephrussi de Rothschild.

Choisissez votre carte

Carte Solo **38 €**

Carte Duo **70 €**

- Profitez aussi d'un ACCÈS GRATUIT POUR LA PERSONNE QUI VOUS ACCOMPAGNE (dans la limite d'une visite par jour).

Carte Jeune (-25 ans) **20 €**

- Carte réservée aux jeunes âgés de moins de 25 ans le jour de l'achat de leur carte

Comment obtenir votre carte

Sur Internet

Règlement par carte bancaire uniquement

Remplissez le formulaire d'adhésion en ligne sur www.villa-ephrussi.com et réglez par paiement sécurisé avec votre carte bancaire.

Par courrier

Règlement par chèque uniquement

Envoyez :

- Le formulaire d'adhésion complété (voir au verso)
- Une photocopie de votre carte d'identité (pour la carte Jeune uniquement)
- Un chèque à l'ordre de la Villa Ephrussi de Rothschild de :
 - 38 € pour la Carte Solo
 - 70 € pour la Carte Duo
 - 20 € pour la Carte Jeune

Adresse d'envoi :

Villa Ephrussi de Rothschild
Carte Privilège
06230 Saint-Jean-Cap-Ferrat

Tél. : +33 (0)4 93 76 44 01
adhesion@villa-ephrussi.com
www.villa-ephrussi.com

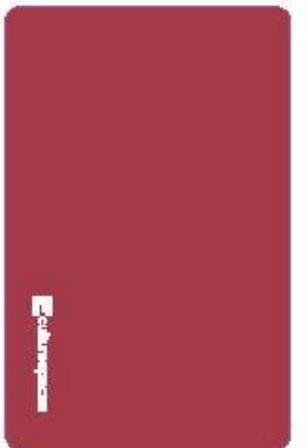
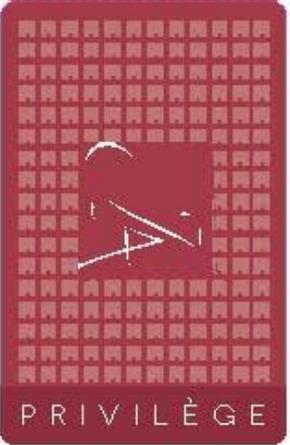
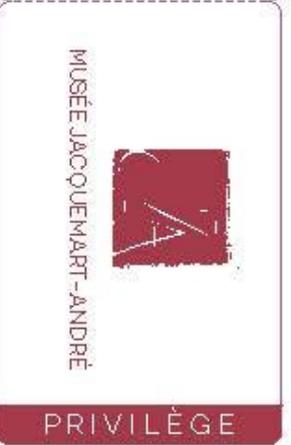
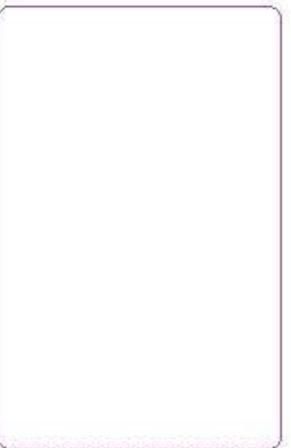
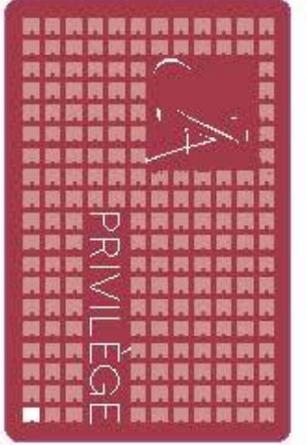
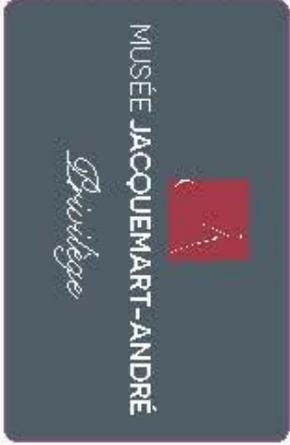
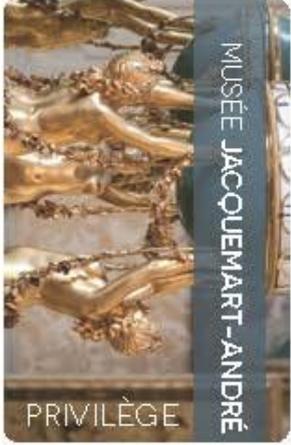
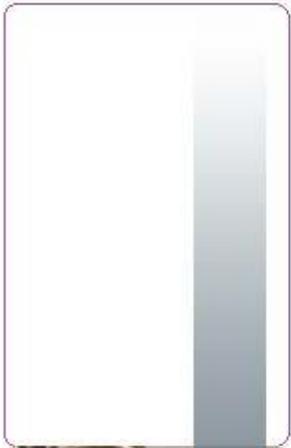
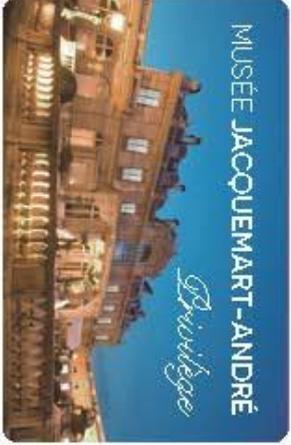
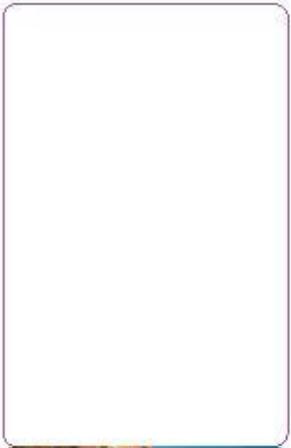
Votre carte sera envoyée à votre domicile dans un délai de 15 jours à réception de votre commande. Elle est valable un an à compter de la date d'émission.

Propriété de l'Académie des Beaux-Arts de l'Institut de France.
Mise en valeur et gérée par Culturespaces.



Annexe 13 :

**Propositions graphiques Carte Privilège, Musée Jacquemart-
André**



Annexe 14 :

Flyer des Grands Jeux Romains 2015

INFOS PRATIQUES

ARÈNES DE NÎMES

Tél. : + 33 (0)4 66 21 82 56 - message@arennes-nimes.com
Propriété de la Ville de Nîmes - Gérées par Culturespaces

TARIFS

Le billet est valable pour une journée au choix (2 ou 3 mai), et donne accès au spectacle « Les Grands Jeux Romains » dans les Arènes.

Sont disponibles 3 catégories de billets :

■ CAT. 3 - ASSIS PLACEMENT LIBRE

Plein tarif : 10 € • Tarif enfant (-12 ans) : 5 €
Gratuit pour les moins de 4 ans (sur les genoux des parents)

■ CAT. 2 - ASSIS NUMÉROTÉ

Il inclut :

- un poster des Grands Jeux Romains à retirer sur place le jour du spectacle à la tente Info-Pressé située sur le parvis des Arènes.

Plein tarif : 25 € • Tarif enfant (-12 ans) : 15 €
Gratuit pour les moins de 4 ans (sur les genoux des parents)

■ CAT. 1 - ASSIS NUMÉROTÉ, CARRÉ OR

Il inclut :

- un poster des Grands Jeux Romains et une médaille gladiateur « Monnaie de Paris » à retirer sur place le jour du spectacle à la tente Info-Pressé située sur le parvis des Arènes.

Plein tarif : 45 € • Tarif enfant (-12 ans) : 23 €
Gratuit pour les moins de 4 ans (sur les genoux des parents)

Tarif groupes à partir de 20 personnes (pour CAT. 2 et 1)

Contact : Ariane au 04 91 60 99 44 / adam.ce@wanadoo.fr

Les billets groupes sont également en vente dans les magasins Fnac, Géant, Auchan, Carrefour.

ACCÈS

- Autoroute A9 ou A54 sortie Nîmes Est/Centre, puis direction « Centre-ville » et « Arènes ».

MERCREDI 29 AVRIL, CENA ROMANA

L'association culturelle nîmoise Carpefeuch organise au collège Feuchères un dîner romain préparé selon les recettes du grand gastronome Apicius. Plus d'infos : association.carpefeuch@laposte.net

VENDREDI 1^{ER} MAI À 21H30, AUX ARÈNES DE NÎMES

PROJECTION DU FILM « GLADIATOR » DE RIDLEY SCOTT

À l'occasion du 15^e anniversaire de la sortie du film « Gladiator » de Ridley Scott, découvrez ou redécouvrez ce film mythique dans le cadre majestueux des Arènes de Nîmes. N'hésitez pas à venir costumé !

Tarif unique : 5 € (nombre de places limité, à acheter à la billetterie des Arènes)

CULTUR ESPACES ET LA VILLE DE NÎMES
PRÉSENTENT

ARÈNES DE NÎMES

Hannibal

LES GRANDS JEUX ROMAINS

2 & 3
MAI
RECONSTITUTION
HISTORIQUE
À PARTIR DE
5€

UNE PRODUCTION @culturespaces

RÉSERVATIONS : arennes-nimes.com

Midi Libre 3 languedoc-roussillon bleu mac nîmes métropole NÎMES



LES GRANDS JEUX ROMAINS

SAMEDI 2 ET DIMANCHE 3 MAI

Les Grands Jeux Romains reviennent dans les Arènes de Nîmes les 2 et 3 mai 2015.

Cette reconstitution historique spectaculaire, unique en Europe, met l'Antiquité romaine à l'honneur avec près de 500 reconstituteurs passionnés venant de toute la France, d'Italie ou encore d'Allemagne et d'Autriche. Remontez le temps et revivez les légendaires *Iudi* (jeux) dans les Arènes comme auraient pu les vivre les habitants de *Nemausus* (Nîmes) il y a 2 000 ans.



Cette année, l'Empereur Hadrien propose aux citoyens de la *Colonia Augusta Nemausus* de célébrer la victoire de Rome sur Carthage, à travers la reconstitution du passage dans la région des troupes d'Hannibal, illustre ennemi de la République Romaine, vers 218 avant J.-C. durant son expédition vers Rome. Si ce célèbre général et homme politique carthaginois fascine, c'est qu'il est considéré comme l'un des plus grands stratèges militaires de son temps et surtout l'un des rares à avoir osé défier Rome ! Il a dirigé l'une des plus importantes attaques de la période républicaine, aidé selon la légende, de près de 37 éléphants et 59 000 soldats.

Les spectateurs assisteront également à la *pompa* militaire (où les troupes défilent devant l'Empereur), à des combats sur chars ainsi qu'aux *munus*, fameux combats de gladiateurs : *thraces* contre *mirmillons*, *rétiaires* contre *secutors*.

Réservez vite vos places sur www.arennes-nimes.com

PROGRAMME

SAMEDI 2 ET DIMANCHE 3 MAI

MAISON CARRÉE

10h30 : procession romaine de la Maison Carrée
aux Jardins de la Fontaine.



JARDINS DE LA FONTAINE

11h00 : cérémonie celte.
11h30 : cérémonie du Culte Imperial.
12h00 : défilé triomphal de l'Empereur (départ des Jardins de la Fontaine jusqu'aux Arènes, via le boulevard Victor Hugo).

ARÈNES

15h30 à 17h30 : les Grands Jeux Romains - Hannibal.
Ouverture des portes à 14h30.



NOUVEAUTÉ 2015 : L'EQUIRIA

Assistez, lors du spectacle, à cette course de chevaux montée. Bien que moins connue que la course de char, l'Equiria est la plus ancienne des compétitions équestres. Le gagnant est le premier cheval qui franchit la ligne d'arrivée, même sans cavalier. Soutenez votre cavalier préféré !

Les animations de la Ville de Nîmes :

Pendant tout le week-end, des animations, ateliers et projections gratuits sont proposés au Musée Archéologique, dans les Jardins de la Fontaine et dans différents lieux de la ville. Consultez le programme détaillé sur :

www.grandsjeuxromains.com

Annexe 15 :
Programme des Grands Jeux Romains 2015

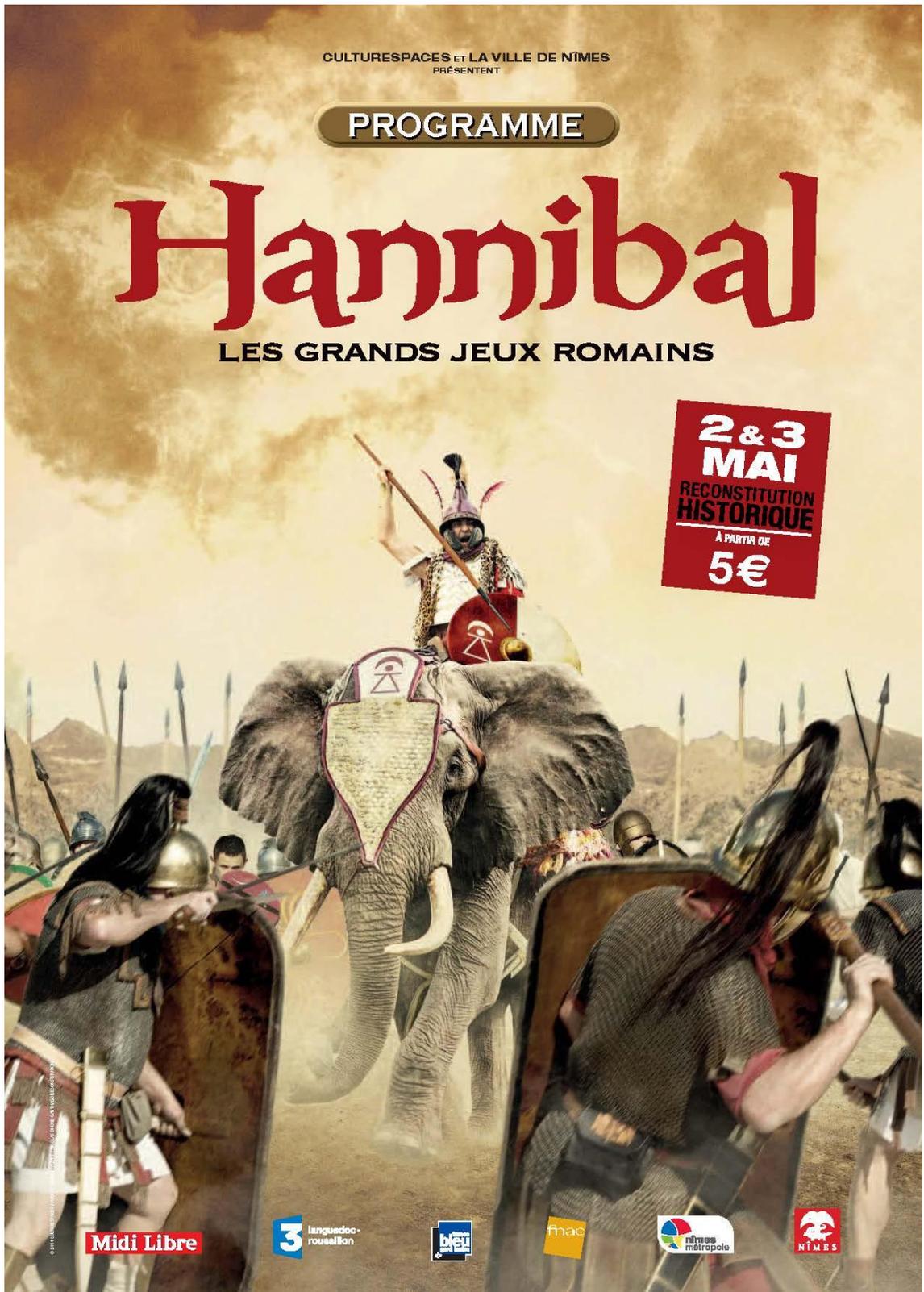
CULTURESPACES ET LA VILLE DE NÎMES
PRÉSENTENT

PROGRAMME

Hannibal

LES GRANDS JEUX ROMAINS

**2 & 3
MAI**
RECONSTITUTION
HISTORIQUE
À PARTIR DE
5€



Midi Libre

3 languedoc-roussillon

DRAC

mac

metropole

NÎMES

LES GRANDS JEUX ROMAINS 2015

Soyez les bienvenus aux Grands Jeux Romains ! Cette reconstitution historique spectaculaire, unique en Europe, met l'Antiquité romaine à l'honneur avec plus de 500 reconstituteurs passionnés venus de toute la France, d'Italie ou encore d'Allemagne. Remontez le temps et revivez les légendaires *ludi* (jeux) dans les Arènes comme auraient pu les vivre les habitants de *Nemausus* (Nîmes) il y a 2 000 ans ! Légionnaires romains, celtes, cour impériale, gladiateurs, auxiliaires, cavaliers : tous seront présents pour cette grande fête de la romanité.

1 Maison Carrée

À 10h30 - Procession romaine

En 122 ap. J.-C., l'Empereur Hadrien est en visite à Nîmes. À cette occasion, la statue du divin Trajan, père adoptif d'Hadrien, est sortie de la Maison Carrée et amenée en procession à travers la ville jusqu'aux Jardins de la Fontaine. Le cortège est composé de danseuses, de magistrats de la cité et de la population civile.

2 Jardins de la Fontaine

À 11h - Cérémonie celte

Cette cérémonie rend hommage au dieu *Nemos*, divinité celte liée au sanctuaire de la source.

À l'époque de la guerre des Gaules, les gaulois de *Nemausus* sont alliés à César pour mener la guerre en Gaule du Nord. Conduite par un druide assisté d'un barde, la cérémonie réunit les guerriers gaulois de la tribu des Volques Arécomiques, en présence d'un officier romain venu consacrer cette alliance. À l'issue de la cérémonie, le feu sacré sera porté vers la tribune du Culte Impérial romain.

À 11h30 - Cérémonie du Culte Impérial

Les flamines, prêtres du Culte Impérial, officient une cérémonie en l'honneur de l'Empereur Hadrien. Elle est jouée en latin avec les explications historiques du *praeco*. Lors de ces cérémonies célébrant l'Empereur, la plupart des rites traditionnels sont observés : l'invocation, la prière, la libation et le sacrifice. Ce culte, comme tous les autres cultes publics, donnait à la population la possibilité de se rassembler, de partager des moments de joie, de fête et des émotions donnant corps à ce sentiment d'appartenance autour de la personne de l'Empereur et donc en quelque sorte à l'Etat. C'est aussi l'occasion, pour des légionnaires romains particulièrement valeureux, d'être élevés en grade, ou récompensés pour leurs états de service. Le général Macrinus remettra à cette occasion des *Vitis*, récompenses militaires.



À 12h - Défilé triomphal de l'Empereur

Départ des Jardins de la Fontaine jusqu'aux Arènes, via le boulevard Victor Hugo.

De retour de l'Île de Bretagne, Hadrien passe à Nîmes et défile dans la ville avec ses légionnaires, ses auxiliaires et les mercenaires celtes qui combattent à ses côtés. Ce défilé présente également les combattants offerts aux Nimois pour les Grands Jeux Romains : prisonniers de guerre, cavaliers, gladiateurs. Les notables de la ville sont aussi présents.



3 Arènes

De 15h30 à 17h30

Les Grands Jeux Romains – Hannibal

Cette année, l'Empereur Hadrien propose aux citoyens de la *Colonia Augusta Nemausus* de célébrer la victoire de Rome sur Carthage, à travers la reconstitution du passage dans la région des troupes d'Hannibal, illustre ennemi de la République Romaine, vers 218 avant J.-C. durant son expédition vers Rome. Si ce célèbre général et homme politique carthaginois fascine, c'est qu'il est considéré comme l'un des plus grands stratèges militaires de son temps et surtout l'un des rares à avoir osé défier Rome ! Il a dirigé l'une des plus importantes attaques de la période républicaine aidé, selon la légende, de près de 37 éléphants et 59 000 soldats.

Mais avant d'assister à la bataille de Zama, qui a vu s'affronter les troupes d'Hannibal et celles de Scipion l'Africain, les spectateurs assisteront à la *pompa* militaire (où les troupes défilent devant l'Empereur), à une course de chevaux appelée *equiria*, ainsi qu'aux *munus*, fameux combats de gladiateurs : *thrax* contre *mirmillon*, *rétiaire* contre *secutor*. L'Empereur dans sa grande bonté fera distribuer du pain, mais aussi de l'argent !



culturespaces Producteur des Grands Jeux Romains

Depuis 25 ans, Culturespaces met en valeur et gère des monuments, musées et sites qui lui ont été confiés par les institutions publiques. Avec 13 établissements et 250 collaborateurs, Culturespaces accueille chaque année plusieurs millions de visiteurs. Mettre en valeur, accueillir, faire découvrir, réaliser des événements et des expositions temporaires, transmettre la culture à tous, telle est la vocation de Culturespaces. Depuis 2005, Culturespaces assure la gestion des monuments romains de la Ville de Nîmes et a créé en 2010 les Grands Jeux Romains, avec le soutien de la Ville.

SPECTACLES ET ANIMATIONS DE LA VILLE DE NÎMES

Spectacles et animations proposés par la Direction des Affaires Culturelles de la Ville de Nîmes, son service Valorisation et diffusion des patrimoines et le Musée Archéologique.

Entrée libre dans la limite des places disponibles.

Si les Grands Jeux dans l'amphithéâtre sont au coeur des événements du 2 et 3 mai 2015, spectacles, animations, ateliers et expositions entièrement gratuits proposés par la Direction des Affaires Culturelles participent avec force à cette célébration de la romanité. Des Jardins de la Fontaine au Musée Archéologique, de multiples rendez-vous vous attendent, deux jours durant.

2 Jardins de la Fontaine

SPECTACLES

« L'affaire Caius » - Spectacle en forme d'enquête

Avis aux détectives en herbe amateurs d'histoire(s) ! Voici une histoire policière « à l'antique », une aventure théâtrale ludique et participative faite pour apprendre en s'amusant... Spectacle en forme d'enquête collective librement adapté du best-seller jeunesse d'Henry Winterfeld.

*Cie La Nouvelle Fabrique - Tout public à partir de 8 ans
Samedi et dimanche à 14h30 - Durée : 1h*

« Les arpenteurs de l'invisible » - Spectacle déambulatoire. Performance-appel à l'imagination

On dit qu'ici, autour de la source sacrée, s'élevait il y a deux mille ans un *augusteum*, un théâtre, etc. L'Organisme International des Zones Invisibles et Fantaisistes, envoie ses équipes au coeur du sanctuaire antique, prendre les mesures de l'absence, fouiller les strates de récits et partager avec le public une mémoire vivante.

*Cie 1^{er} Siècle - Tout public à partir de 8 ans
Samedi et dimanche à 15h30 - Durée : 40 min*

« Nemausa, retour aux sources » au temple de Diane - Spectacle théâtral

Depuis toujours, Nemausa habite dans les Jardins de la Fontaine, près du temple de Diane. Elle est l'esprit de la source, invisible, mais toujours présente. Par une conjonction lunaire improbable, elle va aujourd'hui apparaître aux yeux de tous, et dévoiler son quotidien...

*Cie Eskimo - Tout public à partir de 10 ans
Samedi et dimanche à 17h - Durée : 40 min*

ATELIERS ET ANIMATIONS

« Ateliers fouilles archéologiques »

Deux bacs de fouille pour s'initier à l'archéologie : les archéologues en herbe dégagent la pièce principale

d'une *domus* gallo-romaine avec ses mosaïques, ou mettent au jour des squelettes inhumés dans l'Antiquité...

INRAP Direction interrégionale Méditerranée - De 6 à 12 ans

Samedi et dimanche de 14h à 18h

Près du Grand mur - Durée : environ 45 min - Tickets à retirer sur place à 14h

« Les dieux au bout des doigts » au temple de Diane

Découverte de la mythologie gallo-romaine pour petits et grands à travers une animation ludique réunissant un atelier de création de marionnettes et un conte.

*Association Alohomora - Tout public
Samedi et dimanche de 14h à 18h*

Tresser des couronnes de laurier

Composez votre couronne de laurier ou d'or.

Pour le jeune public à partir de 7 ans

Coloriage, collage

Décorez la frise végétale qui court sur les murs du nymphée.

Pour le jeune public à partir de 3 ans

Samedi et dimanche de 10h à 17h près du Grand mur

« Les Jeux Romains »

Découvrez les jeux en vogue il y a 2000 ans : noix, osselets, latroncules, delta. Jeux de stratégie, d'habileté ou de hasard.

Tout public

Samedi et dimanche de 10h à 17h près du Grand mur

« Construire comme les romains » - Atelier kapla

Participez à la construction de tours, aqueduc, temples, à l'aide de milliers de planchettes.

Pour le jeune public et les parents

Samedi et dimanche de 10h à 17h près du Grand mur

VISITES GUIDÉES

« Le sanctuaire antique »

Visite commentée par une guide-conférencière pour découvrir l'histoire du site.

Samedi et dimanche - Départ devant le nymphée à 14h30 et 16h30

4 Au cœur de la Cité

VISITES GUIDÉES

« Nîmes romaine, les monuments publics de la cité antique »

Visite commentée par une guide-conférencière.

Samedi et dimanche - Départ devant l'Office de Tourisme à 14h30

5 Musée Archéologique

ANIMATIONS

Un livret sur l'histoire de Carthage

À retirer à l'accueil

Les batailles carthagoises contées en diorama par des chantres et chroniqueurs

Dans le jardin du musée.

Horaires à l'accueil

Le jardin de plantes mellifères

Venez sentir, observer, découvrir ces plantes qui parfument nos miels.

Dans le cloître du musée.

Samedi et dimanche de 10h à 18h

L'apiculture romaine et l'apithérapie : un héritage carthagois

Dans le cloître du musée.

Samedi et dimanche de 10h à 18h

Conte musical sur Carthage : Didon et Enée

Par la Cie Skald

Premier étage du musée.

Samedi et dimanche, 3 représentations par jour

Programme à l'accueil du musée

Réalisation participative d'une mosaïque de Carthage

Par Christel Savarèse

Dans le cloître du musée.

Samedi et dimanche de 10h à 18h

Projection du film *Hannibal* (1959)

de C.L. Bragaglia, suivi d'un brunch carthagois

Séance commentée par Claude Aziza et suivie d'un brunch à base de flan carthagois.

Dimanche à 11h - Rendez-vous dans la salle du premier étage du musée à 10h45

Ateliers enfants (6-12 ans) : fabriquer un masque carthagois

Par Françoise Rebord

Samedi et dimanche, ateliers toutes les heures

Gratuit et sur réservation à l'accueil du musée

Ateliers enfants (3-6 ans) : coloriage « Les héros de Carthage »

Dans le cloître du musée.

Samedi et dimanche, ateliers toutes les heures

CONFÉRENCES

Développement de certains points historiques à travers plusieurs grandes thématiques :

- Hannibal et son parcours
- Les stratégies militaires développées par les armées puniques et romaines
- Les scientifiques, médecins, astronomes, botanistes de l'Afrique romaine
- Les mosaïques d'Afrique du Nord, oeuvres réputées de l'Empire
- L'imaginaire associé aux « héros de Carthage » : Didon et Enée, Hannibal ou Salammbô
- Les objets archéologiques propres à la civilisation carthagoise (les masques en particulier)
- Les paysages d'Afrique romaine et des plantes de cette région



LES GRANDS JEUX ROMAINS

UNE RECONSTITUTION HISTORIQUE UNIQUE EN EUROPE

La reconstitution qui vous est proposée est une évocation des jeux de l'amphithéâtre tels qu'ils pouvaient avoir lieu à Nîmes en 122 ap. J.-C. Les costumes, les armes et les équipements utilisés s'appuient sur des sources historiques et archéologiques précises. Les techniques de combat présentées sont également le fruit d'expérimentations rigoureuses. Cette démarche volontairement historique de l'archéologie expérimentale est unique dans ce domaine. Elle permet de s'approcher au plus près de la réalité antique.

Pourquoi les Grands Jeux Romains à Nîmes ?

Les Grands Jeux Romains commémorent la visite de l'Empereur Hadrien en 122 ap. J.-C. dans la *Colonia Augusta Nemausus*. Les textes antiques attestent que cette visite a bien eu lieu au moment où l'Empereur Hadrien, qui a succédé à Trajan, se déplaçait de la frontière avec l'Écosse actuelle jusqu'en Égypte en passant par la Gaule et l'Espagne. À cette époque, Rome est à l'apogée de sa puissance.

Si le règne de Trajan était voué à la guerre et à la conquête, celui d'Hadrien est consacré à l'organisation de son vaste empire. Il est très attentif à l'administration des provinces et n'hésite pas à les parcourir. La visite d'un empereur dans une ville de province est néanmoins exceptionnelle. Il est donc d'usage qu'il offre des jeux fastueux pour célébrer l'événement.

Parmi ces jeux, les empereurs romains apprécient les reconstitutions mettant en scène la gloire passée de leurs ancêtres, leurs faits de guerre ou des mythes liés au culte gréco-romain.

Le thème 2015 : Hannibal

Le personnage d'Hannibal a toujours suscité un grand intérêt car il est considéré comme l'un des plus grands stratèges militaires de son temps. Sa détermination et son hostilité envers Rome l'ont amené à diriger l'une des plus importantes attaques de la période républicaine. À travers cette nouvelle thématique, les Grands Jeux Romains lèvent le voile sur un personnage qui a failli faire tomber Rome et proposent pour la première fois la reconstitution de la bataille de Zama dans les Arènes, avec un véritable éléphant conduit par Hannibal et son cornac.

Le contexte historique

En 218 av. J.-C., Hannibal, un général carthaginois richissime, réunit une armée en Espagne afin d'atteindre l'Italie et attaquer la République romaine.

Il traverse les Pyrénées avec ses mercenaires, ses cavaliers et ses éléphants et avance vers le Rhône sans rencontrer de résistance. C'est alors qu'il arrive sur le territoire des Volques. Grâce aux récits de Tite-Live et de Polybe, cette tribu gauloise de la région de Nîmes fait alors sa première apparition dans l'histoire antique.

Une partie importante des guerriers de la région de Nîmes choisissent de résister et passent sur la rive gauche du Rhône pour faire de ce fleuve « un rempart formidable ». Cependant, le reste des Volques préfère fournir des embarcations à Hannibal pour l'aider à passer le Rhône afin qu'il s'éloigne au plus vite de la région. Des radeaux sont même construits pour permettre le passage des éléphants. En trois jours une flottille est réunie aux environs de Beaucaire. Lorsqu'il est prêt à traverser, Hannibal ordonne à sa cavalerie de traverser le fleuve plus au nord. Ainsi, alors qu'Hannibal s'apprête à aborder sur la rive gauche du Rhône, les Volques sont pris à revers par les cavaliers carthaginois qui surgissent derrière eux.

Pris entre deux feux, les Gaulois sont pris de panique et se dispersent rapidement.

La traversée des Alpes est très éprouvante pour l'armée d'Hannibal, et surtout pour les éléphants. En raison du froid extrême, Hannibal perd un œil lors de cette traversée. Une fois les Alpes franchies, Hannibal vainc les Romains à trois reprises et met l'Italie à sac. Mais le général romain Scipion décide de traverser la Méditerranée pour débarquer dans l'actuelle Tunisie, afin de menacer directement Carthage. Hannibal abandonne alors l'Italie pour venir défendre sa cité. Il est finalement vaincu par les Romains lors de la bataille de Zama en 202 av. J.-C.

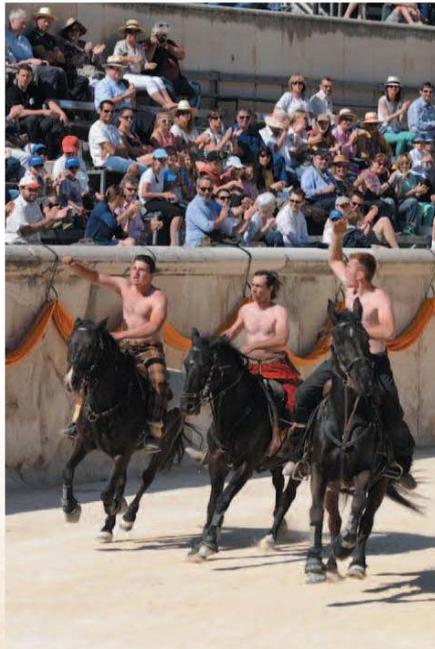
LE DÉROULEMENT DU SPECTACLE

La *pompa* militaire

Précédant l'entrée de l'Empereur, la *pompa* est un défilé de présentation des troupes : les troupes romaines, les troupes auxiliaires (Celttes en tenue de légionnaires romains qui combattent avec l'Empereur), les Gaulois et les mercenaires. Tous les protagonistes du spectacle font une démonstration en manoeuvre de combat appelée « tortue ». L'Empereur entre à son tour, encadré de sa garde prétorienne et suivi de son esclave personnel.

Il est accueilli par les édiles de *Nemausus*. Acclamez l'Empereur Hadrien, fils du divin Trajan !

Le *praeco*, crieur public et présentateur de ces jeux, vous demande de participer à une prière en l'honneur de Jupiter. Levez-vous, tendez vos mains vers le ciel et répétez après-lui : « *Jovis Maximus Optimus, protège l'Empereur et sa famille, que notre cité soit éternelle et que les jeux se déroulent bien. Envoie-nous un signe !* ».



L'*equiria* (course de 6 chevaux)

L'*equiria* est une course de chevaux très ancienne, remontant à la période étrusque. Très populaires chez les Romains, l'*equiria* était dédiée au dieu Mars, sous la protection du dieu Neptune, représenté par le cheval géant qui entre en piste. Durant ces courses tous les coups étaient permis : coups de cravache ou de nerfs de boeufs, etc. La violence de ces courses était particulièrement appréciée par les Romains. Le premier cheval à franchir la ligne d'arrivée, avec ou sans cavalier, est désigné vainqueur.

La célèbre tradition du *palio* italien est directement issue de cette tradition antique.

Les Grands Jeux Romains proposent cette année d'ouvrir les paris ! Soutenez votre cavalier dans cette course effrénée. La *mappa* de couleur que vous avez entre les mains représente le quartier que vous soutenez :

- Rouge : quartier du Forum de la Maison Carrée
- Vert : quartier de l'Amphithéâtre
- Blanc : quartier de Neptune, près de la Fontaine

Distribution du pain

Il est de tradition d'offrir « du pain et des jeux » (*panem et circenses*). Goûtez ce merveilleux pain, cuit par notre maître boulanger. Le pain est parfumé à l'anis ou encore à la fleur d'orange, comme dans la Rome antique !

Combat des condamnés à mort

Hadrien revient de l'île de Bretagne (Angleterre actuelle) avec des prisonniers pictes (Celttes vivant en Écosse).

Ces prisonniers de guerre sont condamnés à combattre dans les Arènes où ils affronteront d'étranges créatures, mi-hommes, mi-animaux pour sauver leur vie, mais surtout pour votre plus grand plaisir ! Si l'un des condamnés sort vainqueur de ce combat, l'Empereur lui remettra le bonnet d'affranchi. Cet homme retrouvera donc sa liberté (à moins que l'Empereur ne change d'avis et l'envoie dans les mines de sel de Dacie !)

Le *munus* des gladiateurs

Pour célébrer sa venue à Nîmes, l'Empereur offre un *munus*, un spectacle de combats de gladiateurs souvent organisé par un homme politique de la cité afin d'obtenir, à prix d'or, la faveur du peuple. C'était le temps fort des *ludi*, les jeux romains. Il faut imaginer la ferveur du public pour ces combattants. Il existait de véritables « stars », entraînées au combat depuis leur adolescence.

Les spectateurs pariaient sur leur gladiateur préféré. Il existait même des équipes de « supporters », prêts à en



découdre dans les gradins pour soutenir leurs favoris. N'hésitez pas à crier pour vous exprimer, et agitez votre *mappa* pour demander la grâce. Pour demander la mort du vaincu, évitez le pouce retourné : cette méthode n'a jamais existé. Contentez-vous de crier « *lugula* » (prononcez « iougoula ») qui signifie « tue-le » !

Admirez les meilleurs *essedaires* de tout l'Empire, des gladiateurs qui s'affrontent sur des chars de combat employés sur les champs de bataille, surtout par les bretons. Puis, des gladiateurs combattant par paire : *thrace* contre *mirmillon* • *rétiaire* contre *secutor*.

Distribution d'argent

L'Empereur, pour vous remercier de votre pieuse fidélité, va faire distribuer quelques pièces de monnaie afin d'améliorer votre quotidien !

Intermède des danseuses et acrobates

Elles sont belles, jeunes, et accompagnent l'Empereur dans tous ses déplacements afin de le distraire un peu, surtout après tant de mois passés en dehors de Rome !

Hannibal

Hannibal a défié l'autorité de Rome, jusqu'aux portes de la cité éternelle. Assistez à sa longue marche depuis l'Espagne jusqu'en Italie, en passant par la région de *Nemausus*, où l'armée carthaginoise affronte le terrible peuple des Volques. La bataille finale, entre les légions de Scipion l'Africain et l'armée d'Hannibal se déroule en Tunisie, dans la plaine aride de Zama.

1. Le voyage d'Hannibal

Hannibal Barca est originaire de Carthage (actuelle Tunis). Les carthaginois, en quelques siècles, sont devenus une puissance commerciale et militaire très importante en Méditerranée. Rome, dont la puissance ne cesse de croître également, voit d'un très mauvais œil le développement de ce dangereux voisin. Les carthaginois conquièrent l'Hispanie (actuelle Espagne) et décident de marcher sur Rome. L'armée carthaginoise est composée de combattants très divers tels que des mercenaires celtes ou des frondeurs des Iles Baléares. Un long périple attend Hannibal et son armée : franchissement des Pyrénées, traversée du Sud de la Gaule et du Rhône et enfin passage par les Alpes. Arrivés près du Rhône, la première grosse difficulté apparaît : traverser ce fleuve dont le courant est réputé pour sa puissance. Les carthaginois font également face aux Volques qui attendent l'armée d'Hannibal de pied ferme à l'est du Rhône. Le général carthaginois décide de prendre les Volques à revers en demandant à ses cavaliers de traverser le Rhône plus en amont, pratiquement à gué.

On suppose que cette traversée s'effectua entre Beaucaire et Arles. Les éléphants qui accompagnent le convoi sont alors hissés sur des radeaux. Une fois sur l'autre rive, les troupes chevauchent vers le sud et prennent l'infanterie Volques par surprise. Il s'agit là de la première victoire d'Hannibal, qui continue ensuite son chemin à travers la Provence puis les Alpes.



2. La mise à sac de l'Italie

Hannibal est parvenu à franchir les Alpes avec beaucoup de difficultés : cols à haute altitude, manque d'approvisionnement et froid (Hannibal perd un oeil suite à un orgelet mal soigné). Toutefois, la plaine du Pô est en vue. L'armée d'Hannibal fonce sur les populations civiles et pille toutes les villes qui se trouvent sur son chemin. Rien ne semble arrêter l'armée du général carthaginois, qui malgré la résistance de l'armée romaine, met l'Italie à sac. L'armée d'Hannibal se rapproche dangereusement de Rome !

3. Prélude à la bataille de Zama

Le Sénat de Rome est en pleine ébullition. Hannibal fait courir un grand risque à la République romaine. Seul un homme providentiel peut l'emporter face au général carthaginois. Cet homme s'appelle Scipion. On lui donne pour mission de partir en Afrique combattre sur les terres d'Hannibal afin de contraindre le général à rentrer à Carthage. L'affrontement est inévitable.

4. La bataille de Zama

Les deux armées se font face dans la plaine aride de Zama (sud-est de la Tunisie actuelle) : d'un côté les légions de Scipion, de l'autre les armées d'Hannibal. Les forces en place sont impressionnantes : 50 000 fantassins, 4 000 cavaliers et 80 éléphants de guerre pour Hannibal. 34 000 légionnaires, 3 000 cavaliers romains et 6 000 cavaliers numides pour Scipion.

Les éléphants de guerre du général carthaginois sont redoutables. Si Scipion veut prendre le dessus, il lui faut trouver un stratagème le plus rapidement possible. Il décide d'utiliser une ruse : ouvrir des couloirs dans ses propres lignes pour que les éléphants adverses s'y engouffrent. Les couloirs se referment sur les pachydermes et les vélites (fantassins légers) peuvent ainsi harceler les flancs des éléphants à l'aide de tous les projectiles possibles. La victoire de Scipion sera totale ! Il prend ainsi le surnom d' « Africanus » (« l'Africain »).

Après cet échec retentissant, Hannibal prend la fuite. Il se suicidera quelques années plus tard, préférant la mort à sa capture par les Romains.



Le saviez-vous ?

Dans l'Antiquité, les éléphants de guerre, ou *furor elephantus*, ont souvent été utilisés. Ils font leur apparition dans la vallée de l'Indus d'abord, puis lors de la bataille de Gaugamèles, où les éléphants perses terrifient les armées macédoniennes d'Alexandre le Grand. Cette arme efficace était redoutée par les combattants : l'infanterie était écrasée et les chevaux des cavaliers fuyaient devant ces étranges mastodontes. Leur apparition sur le champ de bataille provoquait la panique dans les rangs ennemis.

LES PROTAGONISTES



Hadrien (Imperator Caesar Traianus Hadrianus Augustus)

Né en 76 ap. J.-C., empereur romain de la dynastie des Antonins, Hadrien succède à son père adoptif Trajan en 117. Il est un bon administrateur, lettré et helléniste. Veillant au maintien de la paix, il sillonne son empire qui s'étend de l'Écosse à la Syrie. En 122, revenant de l'île de Bretagne, il est de passage à Nîmes. Il décide d'y construire une basilique en l'honneur de l'impératrice Plotine, veuve de Trajan, qui lui a permis d'accéder au trône impérial. Il offre de grands jeux à cette occasion.



Hannibal Barca

Hannibal est le chef militaire du puissant royaume de Carthage qui s'étend sur le nord de l'Afrique, le long de la Méditerranée. Elevé dans la haine des romains, il compte poursuivre l'oeuvre de son père, le général Hamilcar Barca, en s'attaquant à l'Empire de Rome. C'est dans ce dessein qu'il entreprend la deuxième guerre punique vers 218 av. J.-C. Son expédition formée par 59 000 soldats et 37 éléphants prévoit de rejoindre l'ennemi en empruntant les chemins de la Gaule méditerranéenne.



Scipion dit « Scipion l'Africain »

Scipion est un général de la légion romaine et un homme politique influent.

Il déjoue l'arrivée imminente d'Hannibal à Rome en s'attaquant directement à la cité de Carthage.

Le chef ennemi est alors contraint de rebrousser chemin pour défendre son royaume. Grâce à son talent de tacticien, Scipion obtiendra la victoire à la bataille de Zama, ce qui lui vaudra le surnom de « Scipion l'Africain ».



Le praeco Cornelius Publius Ursus

Il a été autrefois un gladiateur mirmillon connu sous le nom d'Ursus. Une fois son contrat de gladiateur terminé, il n'a pas pu retrouver sa dignité de citoyen du fait de la mauvaise réputation de son ancien métier. Ursus est donc devenu *praeco*.

Dans ce rôle, il met sa voix au service de la cité pour annoncer les nouvelles importantes, animer les ventes aux enchères et commenter les spectacles de l'amphithéâtre.

La Fondation Culturespaces a pour mission de favoriser l'accès aux arts et au patrimoine aux enfants hospitalisés, autistes et issus de milieux défavorisés. En 2015, la Fondation mène une importante action en Région Languedoc-Roussillon en faveur d'enfants éloignés de l'offre culturelle. 300 enfants de 6 à 12 ans participent au projet « Sur les traces des romains » conçu en quatre étapes. Le samedi 2 mai, l'ensemble des enfants sera réuni aux Arènes pour la reconstitution historique « Les Grands Jeux Romains », troisième étape du projet.

La Fondation d'entreprise AREVA est mécène principal partenaire du projet « Sur les traces des Romains ».



Pour soutenir les actions de la Fondation :

- Don en ligne sécurisé sur le site, à partir de 15 € sur : www.fondation-culturespaces.com
- Don par courrier : Fondation Culturespaces
153, bd Haussmann - 75008 Paris

Les dons versés à la Fondation Culturespaces donnent droit à une réduction d'impôts de 66%.
Par exemple, pour un don de 30 €, le coût réel est de 10,20 €.

Informations : 01 56 59 01 78 - fondation@culturespaces.com
www.fondation-culturespaces.com



Atelier pédagogique dans le cadre du projet « Sur les traces des Romains »

RESTAURANTS PARTENAIRES

Mangez romain ! Les restaurateurs nîmois vous font découvrir la cuisine et la gastronomie au temps des jeux antiques...

Ouverts le samedi et dimanche

À la Tchatche

4, rue Saint-Antoine
04 66 84 10 58

Bistro Romain

Square de la Couronne
04 66 26 26 28

Café Olive

22, boulevard Victor Hugo
04 66 67 89 10

Carré Jazz

25, rue de l'Horloge
04 66 64 84 99

Courtois

8, place du Marché
04 66 67 20 09

L'Aventure

18, place du Marché
04 66 67 45 73

L'Etoile

24, rue de l'Etoile
04 66 87 19 84

La Camargue

3, impasse du Marché
04 66 21 67 86

Le 9

9, rue de l'Etoile
04 66 21 80 77

Le Bouchon du Marché

23, rue de l'Etoile
04 66 23 15 49

Le Café Carré

1, place de la Maison Carrée
04 66 67 50 05

Le Cercle

5, rue Saint-Antoine
09 53 01 93 21

Le Ciel de Nîmes

16, place de la Maison Carrée
04 66 36 71 70

Le Danieli

1 ter, place d'Assas
04 66 36 06 66

Le Fournil de Bellecroix

19, rue Saint Castor
04 66 36 07 99

Le Frenchy

4, rue de la Monnaie
04 30 50 43 77

Le Mogador

2, place du Marché
04 66 21 87 90

Le Paséo

10, place du Marché
04 66 67 76 94

Le Pavillon de la Fontaine

9, quai Georges Clémenceau
04 66 64 09 93

Le Petit Mas

25, rue Madeleine
04 66 36 84 25

Le Petit Nîmois

14, place du Marché
04 66 36 02 62

Le Victor Hugo

28, boulevard Victor Hugo
04 66 36 00 19

Le Wine Bar

1, place des Arènes
04 66 76 19 59

Les Alizés

26, boulevard Victor Hugo
04 66 67 08 17

Restaurant Nicolas

1, rue Poise
04 66 67 50 47

Bar de l'Horloge

2, place de l'Horloge
04 66 67 30 35

Brasserie le Montcalm

21, rue de la République
04 66 67 34 94

La Fourchette des Arènes

19, rue de l'Aspic
04 66 67 45 63

Ouverts le samedi uniquement

Bar de l'Horloge

2, place de l'Horloge
04 66 67 30 35

Brasserie Le Montcalm

21, rue de la République
04 66 67 34 94

La Fourchette des Arènes

19, rue de l'Aspic
04 66 67 45 63

Le Café Flora

2, rue Saint-Antoine
04 66 05 22 69

Le Rendez-Vous

6, place de l'Hôtel de Ville
04 66 28 18 17

Organisateur du spectacle : Culturespaces • Scénario, propos scientifique et historique : Eric Dars, Professeur d'histoire / Eric Teyssié, Maître de conférences en Histoire romaine à l'Université de Nîmes • Coordination : Michael Couzigou • Organisation logistique : équipes de Culturespaces Nîmes • Musique originale et conception vidéo : Fabien Faizant • Régisseurs techniques : Yann Guerrero et Mickaël Grenat.



LES 12 ET 13 SEPTEMBRE, AU THEATRE ANTIQUE D'ORANGE : LES LEGIONS ROMAINES

Revivez Orange à l'époque romaine !

Une centaine de reconstituteurs passionnés est appelée à investir Orange et son Théâtre Antique pour mettre à l'honneur, le temps d'un week-end, les vétérans de la II^e légion gallique, fondateurs de la colonie romaine d'Orange. Au programme : la revue des troupes, la visite du campement romain, des animations ludiques et pédagogiques pour les enfants. **Infos sur www.theatre-antique.com**



Annexe 16 :

Livret-jeux « Une Journée chez la Baronne »

Livret-jeux
7-12 ans

À la recherche du collier perdu



... avec Hugo & Léa !

Béatrice Ephrussi de Rothschild donne une grande fête dans sa splendide villa du Cap Ferrat et a convié beaucoup de monde pour l'occasion. Malheureusement, impossible de mettre la main sur son collier favori ! La soirée risque d'être gâchée...

Bienvenue



à la Villa Ephrussi de Rothschild !

Certains invités proches de la Baronne sont déjà arrivés. La personne à l'origine de la disparition du collier se trouve forcément parmi elles.

Pour l'identifier, aide Hugo et Léa à résoudre les énigmes de ce livret.

À toi de jouer !

Le collier



Les invités

Pour t'aider dans tes recherches voici quelques éléments sur les identités des invités.



ALBERT 1^{ER} DE MONACO (1848-1922)
C'est le prince souverain de Monaco, mais également le fondateur du célèbre Musée océanographique de la principauté. Grand ami de la Baronne, il prend régulièrement part aux soirées qu'elle donne.



**ELISABETH DE GRAMONT
(1875-1954)**

Elisabeth de Gramont, duchesse de Clermont-Tonnerre, est la cousine de Béatrice. Très proches, les deux jeunes femmes adorent s'amuser et raffolent des grandes soirées mondaines sur la Côte d'Azur.

Suis-nous à l'étage

Le salon des tapisseries

À l'étage, ce salon tire son nom des tapisseries qui ornent ses murs, et notamment la grande tapisserie de près de 20 m², déployée sur le mur du fond. On remarque une nouvelle fois la passion de Béatrice pour les animaux qui y sont représentés en très grand nombre.

4
Cette tapisserie a été fabriquée par une manufacture parisienne très réputée. Trouve son nom en remplaçant chaque numéro par la lettre correspondante dans l'alphabet, sachant que A = 1, B = 2, C = 3, etc.

7 - 15 - 2 - 5 - 12 - 9 - 14 - 19

Solution :

L E S

			7					
--	--	--	---	--	--	--	--	--

Le salon des singes

Les murs de cette pièce sont décorés de dessins de singes en train de jouer et danser. D'ailleurs, Béatrice en possède deux en guise d'animaux de compagnie ! Ce type de décoration, appelée singerie, était très à la mode au 18^e siècle.



5

Parmi les différents dessins de singes, retrouve celui qui a un bonnet rouge avec une plume. De quel instrument joue-t-il ?

Solution :

			2			
--	--	--	---	--	--	--



La loggia

C'est Béatrice qui a voulu la construction des jardins qui s'étendent à tes pieds. Ils ont une forme de pont de bateau. Depuis la loggia, Béatrice pouvait contempler la mer à loisir et même surveiller son équipage de trente jardiniers, coiffés de bérets à pompon rouge !



Viens, maintenant on va se promener dans les jardins !



Les jardins

La Villa est entourée de 9 magnifiques jardins surplombant la mer. Une simple balade prend rapidement des allures de tour du monde : jardins espagnol, florentin, japonais, exotique, provençal... Ils évoquent les nombreux voyages que Béatrice a effectué tout au long de sa vie.

Le jardin à la française

Ce type de jardin a été créé au 17^e siècle . Il a été souvent utilisé par le Roi de France pour les jardins de ses résidences, comme au Château de Versailles. La structure du jardin à la française a souvent des tracés géométriques et symétriques, des parterres, des bassins et des fontaines avec des jeux d'eau.



6

Tu peux voir ici à gauche, un détail de l'arbre le plus grand et le plus majestueux du jardin à française ! Il est originaire d'Asie. Comment s'appelle-t-il ?

Solution :

FIGUIER DES

6					5		
---	--	--	--	--	---	--	--

Retrouve l'arbre, un petit panneau planté à côté t'aidera à trouver la solution!

Le jardin japonais

Dans ce jardin l'atmosphère est très détendue. Les motifs apaisants tracés dans le sable blanc invitent à la rêverie et à la méditation...

Son nom d'origine en japonais signifie « jardin où l'on écoute tranquillement l'agréable bruit des vagues au crépuscule ».



7



Pour retrouver le nom japonais du jardin, mets dans l'ordre les temples ci-contre, du plus grand au plus petit.

Solution :

			4				8	
--	--	--	---	--	--	--	---	--

Qui a fait disparaître le collier de Béatrice?

Pour le savoir, reporte dans la grille les lettres grisées que tu as trouvées dans les réponses.



1	2	3	4	5	6	7	8	9



Bien joué! Tu as identifié qui à fait disparaître le collier.
 Mais où est-il ?
 Pour le savoir, raye dans cette grille les solutions de chaque
 énigme. Les lettres restantes t'indiqueront
 où est caché le collier de Béatrice.

E	N	A	I	D	L		A	R	H
V	I	O	L	O	N	O		S	I
G	O	B	E	L	I	N	S	E	B
R	A	C	U	P	I	D	O	N	O
S	N	A	I	N	A	B	I	E	U
C	H	O	S	E	K	I	T	E	I

Bravo !
 Tu as retrouvé le collier!
 Merci de nous avoir
 accompagnés dans
 cette aventure !



Découvre aussi la Villa
 Kérylos où des nouvelles
 aventures t'attendent...

SOLUTIONS DES ÉNIGMES

- 1- Cupidon
 - 2- Diane
 - 3- Hibou
 - 4- (Les) Gobelins
 - 5- Violon
 - 6- (Figurier des) Banans
 - 7- Choskritei
- La personne qui a fait disparaître le collier est ELISABETH et le collier se trouve dans LA ROSERAIE.

Annexe 17 :
Guide « Bienvenue en Provence » 2015

LES BAUX-DE-PROVENCE

Carrières de Lumières

+33 [0]4 90 54 47 37

www.carrieres-lumieres.com

13



UNE IMMERSION EXTRAORDINAIRE DANS L'ART ET LA MUSIQUE

Au cœur des Alpilles, les monumentales Carrières de Lumières accueillent des spectacles multimédia uniques au monde.

Michel-Ange,
Léonard de Vinci, Raphaël
Du 6 mars au 3 janvier 2016

Entre la fin du XV^e et le début du XVI^e siècle, en Italie, la Renaissance atteint son apogée avec ses illustres représentants : Léonard de Vinci, Michel-Ange et Raphaël. De Florence à Rome, en passant par la cour des Sforza à Milan, ce spectacle amène les visiteurs à la découverte des œuvres de ces grands artistes.

Le voyage imaginaire

Entre deux projections, ce spectacle court vous invite à venir explorer les éléments naturels sur les traces de Jules Verne : les constellations d'étoiles, les profondeurs de la mer, le centre de la Terre...

- + Livret-jeux enfant gratuit
- + 2^e enfant gratuit : de 7 à 17 ans, avec deux adultes et un enfant payant

© Courtesy National Gallery of Washington - Widener Collection ; 2015, Photo Scala, Florence ; BPK, Berlin, Dät. RMN-Grand Palais / Elise Estel / Hans-Peter Roth ; Archives Minart, Florence, Dät. RMN-Grand Palais / Alessandro Angeli

EXTRAORDINARY IMMERSION IN ART AND MUSIC

At the heart of the Alpilles, the monumental Carrières de Lumières, host extraordinary multimedia shows which are unique in the world.

Michelangelo,
Leonardo da Vinci, Raphael
6 March 2015 to 3 January 2016

Between the late XVth and the early XVIth century, in Italy, the Renaissance reached its peak with its most important representatives: Leonardo da Vinci, Michelangelo and Raphael. From Florence to Rome, through the Sforza Court in Milan, the show takes visitors to discover the greatest masterpieces of these artists.

Imaginary voyage

Between two screenings, this short show invites you to explore the elements in the footsteps of Jules Verne: constellations of stars, depths of the sea, centre of the Earth...

- + Free activity booklet
- + 2nd child free: from 7 to 17 years old, with two adults and one child paying

Carrières de Lumières - Route de Maillane - 13520 Les Baux-de-Provence

☺ Ouvert tous les jours. Du 6 au 31 mars : 10h - 18h. Du 1^{er} avril au 30 septembre : 9h30 - 19h30. Du 1^{er} octobre au 3 janvier 2016 : 10h - 18h.

☺ Open every day. From 6th to 31st March: 10 am to 6 pm. From 1st April to 30th September: 9.30 am to 7.30 pm. From 1st October to 3rd January 2016: 10 am to 6 pm.

LES BAUX-DE-PROVENCE

Château des Baux

+33 [0]4 90 54 55 56

www.chateau-baux-provence.com

14



LE GRAND SITE MEDIEVAL DE LA PROVENCE

Campé sur un éperon rocheux, découvrez l'un des plus beaux sites historiques de France dominant le célèbre village des Baux. Le château offre un panorama exceptionnel sur la Vallée des Baux, les vignes et les champs d'oliviers, jusqu'à la mer.

Les médiévales des Baux :
à l'aube de la Renaissance

Tous les week-ends, jours fériés et vacances scolaires, du 4 avril au 27 septembre. Au programme : visite du camp de siège, armement et tir à la catapulte, tir à l'arbalète, duel d'armes...

Les secrets de l'atelier
de Léonard de Vinci

Du 4 au 6 avril, du 1^{er} au 3 mai, du 8 au 10 mai, du 14 au 17 mai et du 23 au 25 mai.

Les journées des petits chevaliers
Du 24 au 28 octobre.

+ Audioguide Gratuit
+ Livret-jeux enfant gratuit
+ 2^e enfant gratuit : de 7 à 17 ans,
avec deux adultes et un enfant payant

PROVENCE'S MAJESTIC MEDIEVAL SITE

Perched on a rocky spur, discover one of the finest historic sites in France, overlooking the famous village of Baux. From the Château enjoy a magnificent view over the Baux Valley, vineyards and fields of olive trees down to the sea.

Les Baux Medieval Days:
at the dawn of the Renaissance

Every weekend, bank holidays and school holidays, from 4 April to 27 September. A variety of activities: visit of the camp headquarters, catapult aiming and firing, cross bow shooting, medieval duels...

The secrets of Leonardo da Vinci's
workshop

4 to 6 April, 1 to 3 May, 8 to 10 May, 14 to 17 May and 23 to 25 May.

Young Knights days
From 24 to 28 October:

+ Free audioguide
+ Free activity booklet
+ 2nd child free: from 7 to 17 years old,
with two adults and one child paying

Château des Baux-de-Provence - 13520 Les Baux-de-Provence

☺ Ouvert tous les jours. Janvier, février, novembre, décembre : 10h - 17h. Mars, octobre : 9h30 - 18h30. Avril, mai, juin, septembre : 9h - 19h15. Juillet, août : 9h - 20h15
☺ Open every day. January, February, November, December: 10 am to 5 pm. March, October: 9.30 am to 6.30 pm. April, May, June, September: 9 am to 7.15 pm. July and August: 9 am to 8.15 pm

NÎMES

Arènes de Nîmes

Maison Carrée, Tour Magne

+33 (0)4 66 21 82 56

www.arenes-nimes.com

18

19

20



REVIVEZ NÎMES À L'ÉPOQUE ROMAINE

Des gradins aux galeries intérieures, découvrez l'amphithéâtre le mieux conservé du monde romain, l'histoire des gladiateurs et des jeux dans l'Antiquité. La visite visio guidée ou audioguidée des Arènes vous fait revivre une journée de spectacle d'époque et vous raconte l'histoire du lieu, de sa construction à la fin du I^{er} siècle, jusqu'à nos jours. Puis, découvrez à la Maison Carrée, le seul temple du monde antique entièrement conservé, le film "Nemausus, la Naissance de Nîmes". Enfin, la Tour Magne, offre un panorama saisissant sur la ville. Une tablette tactile montre l'évolution du plan de la ville et de ses monuments du I^{er} siècle à aujourd'hui.

Les Grands Jeux Romains : Hannibal
Les 2 et 3 mai

Remontez le temps et assistez aux légendaires *tudi* (jeux).

- + Audioguide gratuit
- + Livret-jeux enfant gratuit
- + 2^e enfant gratuit : de 7 à 17 ans, avec deux adultes et un enfant payant

GET A TASTE OF THE CITY OF NÎMES DURING ROMAN TIMES

From the terraces to the interior galleries, discover the best-preserved amphitheatre in the world, the history of gladiators and ancient Roman games. The Arena audioguided or visio-guided tour allows you to relive a day of entertainment in Roman times and tells you the history of the Amphitheatre, from its construction at the end of the Ist century AD until today. Then, discover at the Maison Carrée, the only fully-preserved temple from Antiquity, the film "Nemausus, the Birth of Nîmes". Finally, the Tour Magne provides an outstanding view over the city. A touch table shows the development of the city and its monuments from the Ist century until nowadays.

The Great Roman Games: Hannibal

On 2 and 3 May

Go back in time and witness the famous *tudi* (games).

- + Free audioguide
- + Free activity booklet
- + 2nd child free: from 7 to 17 years old, with two adults and one child paying

Arènes de Nîmes - Boulevard des Arènes - 30000 Nîmes

☺ Ouvert tous les jours (sauf fêtes et concerts)

Janvier, février, novembre, décembre : 9h30 - 17h / Mars, octobre : 9h - 18h. Avril, mai, septembre : 9h - 18h30. Juin : 9h - 19h / Juillet, août : 9h - 20h.

☺ Maison Carrée et Tour Magne : Horaires consultables sur www.arenes-nimes.com

☺ Open every day (except ferias and shows) January, February, November and December: 9:30 am to 5 pm / March and October: 9 am to 6 pm / April, May and September: 9 am to 6:30 pm / June: 9 am to 7 pm. July and August: 9 am to 8 pm

☺ Maison Carrée & Tour Magne available on the website www.arenes-nimes.com

ORANGE



Théâtre Antique

+33 (0)4 90 51 17 60
www.theatre-antique.com

32



LE THÉÂTRE ROMAIN LE MEILLEUR CONSERVÉ D'EUROPE

Au cœur de la Provence, ce grand Théâtre de la Rome Impériale, inscrit sur la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO, est un témoignage exceptionnel de la civilisation romaine.

Le Musée d'Art et d'Histoire retrace l'histoire d'Orange de l'Antiquité jusqu'au XX^e siècle.

Festival Les Equestriades
Hommage aux écuyers français
par le Cirque Alexis Grüss.

Les 29 et 30 mai, assistez à la 2^e édition de ce spectacle exceptionnel qui présente le meilleur de l'art équestre et des disciplines aériennes issues des arts de la piste.

Les Légions romaines

Les 12 et 13 septembre, amateurs d'histoire, grands ou petits, remontez le temps et revivez Orange à l'époque romaine !

- + Audioguide Gratuit
- + Livret-jeux enfant gratuit
- + 2^e enfant gratuit : de 7 à 17 ans, avec deux adultes et un enfant payant.

Théâtre Antique
et Musée d'Art d'Histoire d'Orange - Rue Madeleine Roch - 84100 Orange

THE BEST PRESERVED ROMAN THEATRE IN EUROPE

At the heart of Provence, this large Theatre of Imperial Rome listed as a UNESCO World Heritage Site, offers an exceptional glimpse of Roman civilization. The Art & History Museum retraces Orange's history from ancient times until the 20th century.

Festival The Equestriades,
Tribute to French horseriders
by Alexis Grüss Circus.

On 29 and 30 May, after a highly successful first event, the "Equestriades" festival returns to the Roman Theatre of Orange for a second performance of this exceptional show, which will showcase the best of circus equestrian art and aerial acrobatics.

The Roman legionaries

The 12 and 13 September, history lovers, young and old, travel back in time and experience Orange in the days of the Romans!

- + Free audioguide
- + Free activity booklet
- + 2nd child free: from 7 to 17 years old, with two adults and one child paying

☺ Ouvert tous les jours : Janvier, février, novembre, décembre : 9h30 - 16h30. Mars, octobre : 9h30 - 17h30. Avril, mai, juin, septembre : 9h - 18h. Juillet, août : 9h - 19h.
☺ Open every day : January, February, November, and December: from 9.30 am to 4.30 pm. March, October: from 9.30 am to 5.30 pm. April, May, September: from 9 am to 6 pm. June, July, August: from 9 am to 7 pm.

AIX-EN-PROVENCE

Caumont Centre d'Art

+33 (0)4 42 20 70 01

www.caumont-centre-dart.com

43



UN NOUVEAU CENTRE D'ART DANS UN JOYAU DU XVIII^e SIECLE

À quelques pas du Cours Mirabeau, un nouveau Centre d'Art ouvre ses portes dans l'Hôtel de Caumont, hôtel particulier du XVIII^e entièrement restauré.

La programmation s'articule autour de deux expositions temporaires d'envergure dédiées aux grands noms de l'art. En parallèle, le film "Cézanne au pays d'Aix", projeté dans l'auditorium, présente le parcours de l'artiste et sa passion pour Aix-en-Provence et sa région.

Caravaggio, Rome - Londres - Venise
Le triomphe de la lumière
Du 6 mai au 13 septembre 2015

Les fabuleuses collections du prince de Liechtenstein
Du 29 octobre au 13 mars 2016

+ Livret-jeux enfant gratuit pour les expositions
+ 2^e enfant gratuit : de 7 à 17 ans, avec deux adultes et un enfant payant

A NEW ART CENTRE IN A XVIIIth CENTURY JEWEL

Just a few steps from the Cours Mirabeau, a new Art Centre is opening its doors in the Hôtel de Caumont, a fully restored private mansion from the 18th century.

Two major temporary exhibitions per year dedicated to great names in the history of art, as well as a diverse program of events, make Caumont an important cultural location in Aix-en-Provence. The film "Cézanne au Pays d'Aix", shown in the auditorium, presents the artist's career and his passion for Aix-en-Provence and its region.

Caravaggio, Rome - London - Venice
The triumph of light
6 May to 13 September 2015

Masterpieces from the collections of the Prince of Liechtenstein
29 October 2015 to 13 March 2016

+ Free activity booklet for exhibitions
+ 2nd child free: from 7 to 17 years old, with two adults and one child paying

Caumont Centre d'Art - 3, rue Joseph Cabassol - 13100 Aix-en-Provence

☺ Ouvert tous les jours.

De mai à septembre : 10h - 19h. D'octobre à décembre : 10h - 18h

☺ Open every day.

From May to September : 10 am - 7 pm. From October to December : 10 am - 6 pm

✳

Annexe 18 :

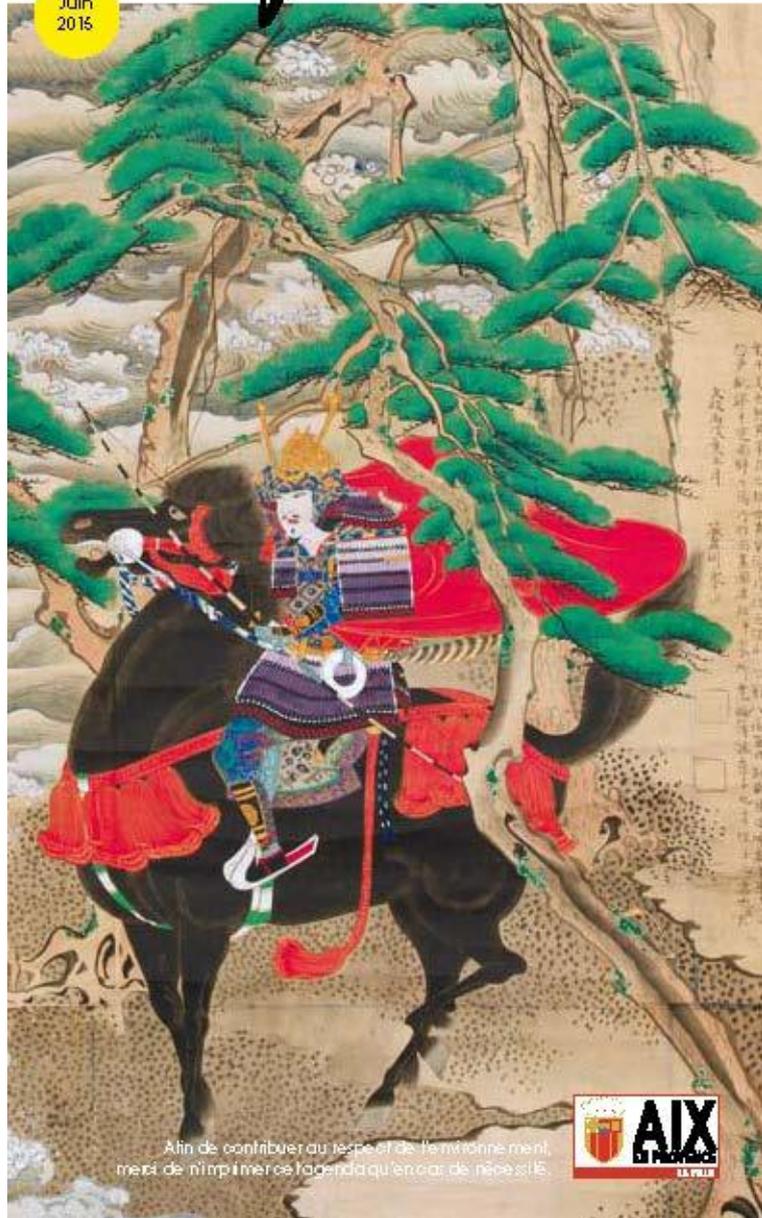
Agenda culturel de la Ville d'Aix-en-Provence

N°129, Juin 2015

AIX-EN-PROVENCE l'agenda culturel

n° 129

Jun
2016



Afin de contribuer au respect de l'environnement,
merci de n'imprimer ce agenda qu'en cas de nécessité.





© J. The Bowles Museum, Ca. Durham, UK

CAUMONT CENTRE D'ART

CANALETTO, ROME - LONDRES - VENISE

LE TRIOMPHE DE LA LUMIÈRE

Jusqu'au 13 septembre

**Dr. Bożena Anna Kowalozyk, commissaire générale
(spécialiste de la peinture vénitienne du XVIII^e siècle).**



► Canaletto
Caprice avec des
ruines classiques et des
bâtiments
de la Renaissance (Détail)
Vers 1763-66 Huile sur
toile
87 x 121,6 cm - Rome,
Collection BNK
Groupe BNP Paribas
© collection
BNL - BNP Paribas

Cette nouvelle institution culturelle, établie dans l'ancien Hôtel de Caumont, un joyau du XVIII^e siècle à deux pas du cours Mirabeau accueille Antonio Canal, dit Canaletto (1697-1768), maître bien connu et incontesté de la lumière vénitienne.

L'artiste est connu pour être le peintre de Venise le plus emblématique du genre de la veduta, création artistique du XVIII^e siècle vénitien la plus admirée en Europe. Cette exposition inaugurale de Caumont Centre d'Art entend apporter un éclairage nouveau sur l'ensemble de l'œuvre de Canaletto, avec un intérêt particulier pour le traitement de la lumière dans la peinture du maître vénitien.

Plus d'une cinquantaine de tableaux et dessins issus de collections publiques et privées internationales permet de présenter la figure de Canaletto et les différentes phases de sa carrière artistique, à Rome, Londres et Venise.

La technologie du XXI^e siècle s'invite dans l'exposition sous la forme d'une installation numérique permettant d'animer et de sonoriser certains de ses tableaux et de replonger le visiteur dans la Venise du XVIII^e siècle, canaux compris.

La librairie-boutique culturelle est ouverte aux horaires de Caumont Centre d'Art, y compris le dimanche et la terrasse donnant sur des jardins ombragés offre une halte de choix au cœur du quartier Mazarin.

Plein tarif : 11 € / tarif réduit : 8,5 €

(Gratuit pour les enfants de moins de 7 ans)

Visite de l'Hôtel de Caumont et de l'exposition temporaire

► **Caumont Centre d'Art** 3 rue Joseph Cabassol

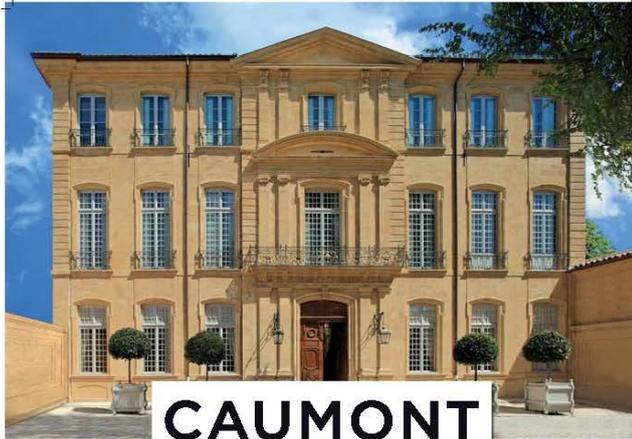
Ouvert 7j/7 de 10h à 19h, même le lundi

Nocturnes les mardis jusqu'à 21h30 en période d'exposition.

Informations : 04.42.20.70.01 - caumont-centredart.com

Annexe 19 :

Kakémono Office de Tourisme d'Aix-en-Provence



**CAUMONT
CENTRE D'ART
AIX-EN-PROVENCE**



UN NOUVEAU CENTRE D'ART
DANS UN JOYAUX XVIII^e

EXPOSITIONS
FILM CEZANNE
SALONS HISTORIQUES
JARDINS
CAFÉ
LIBRAIRIE

OUVERT 7/7 JOURS
MÊME LE LUNDI

3, rue Joseph Cabassol
13100 Aix-en-Provence



CANALETTO
ROME, LONDRES, VENISE

6 MAI - 13 SEPTEMBRE

PHOTOGRAPHY: J. G. / G. G.

Propriété de  culturespaces

Annexe 20 :

Kakémono salon professionnel du tourisme

 culturespaces

Musée Jacquemart-André

Institut de France

Paris



Des chefs-d'œuvre dans un splendide hôtel particulier



OUVERT
7j/7

À deux pas des Champs-Élysées,
découvrez la plus belle collection privée
d'œuvres d'art de Paris.

www.musee-jacquemart-andre.com

Résumé

Ce mémoire traite des origines et du développement des partenariats public-privé dans la culture (domaines muséal et patrimonial), et s'intéresse plus particulièrement aux spécificités de la délégation de service public. À travers l'exemple de l'opérateur privé Culturespaces qui gère plusieurs musées, monuments et sites patrimoniaux en France, les avantages et les inconvénients de ce mode de gestion sont analysés, et les contradictions qui en résultent sont soulignées. En effet, entre rentabilité économique et finalité culturelle, l'équilibre est difficile à trouver pour les organismes privés et les collectivités publiques. Ce constat nous amène donc à réfléchir à un nouveau mode de gestion pour la culture, une gestion qui se veut culturelle. Des pistes de réflexion sont ainsi proposées en prenant appui sur le modèle américain et ses traditions : philanthropie, bénévolat, etc.

Mots-clés

Partenariats public-privé – délégation de service public – Culturespaces – gestion culturelle – rentabilité économique – musées – patrimoine.