



HAL
open science

Des allumés au voyage : d'un paradigme culturel vers un modèle touristique

Camille Sablé

► **To cite this version:**

Camille Sablé. Des allumés au voyage : d'un paradigme culturel vers un modèle touristique. Architecture, aménagement de l'espace. 2013. dumas-01837999

HAL Id: dumas-01837999

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01837999>

Submitted on 13 Jul 2018

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.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives 4.0 International License

Camille Sablé

des allumés au voyage

d'un paradigme culturel vers un modèle touristique

sous la direction de Rémy Jacquier

→ nantes
ensa
→ architecture

ECOLE NATIONALE SUPERIEURE D'ARCHITECTURE DE NANTES
DOCUMENT SOUMIS AU DROIT D'AUTRES

Je souhaite ici remercier tous ceux qui m'ont soutenu et apporté de l'aide (parfois vaine), et ainsi contribuer à la fabrication de cet essai

Je voudrais en premier lieu remercier Rémy Jacquier, mon tuteur de mémoire, pour sa présence et ses conseils très précieux tout au long de l'année

Un grand merci à Blandine Chavanne d'avoir accepté de me rencontrer et de m'avoir livré son témoignage utile à la rédaction de cet essai

Je remercie aussi Yves Michaud (philosophe), qui n'ayant pu me rencontrer m'a gentiment fait part de l'un de ses textes

Un merci tout particulier à Violaine pour son soutien, son aide et sa présence si précieuse à mes côtés

Un immense merci à ma maman pour ses relectures attentionnées et pertinentes

Merci à Mallory pour son soutien et son aide essentielle

Merci à Émeline pour être restée patiemment à m'écouter parler de mon sujet

Une douce attention à Caroline et Julie

Merci à mes parents pour leur soutien

Merci à Valentin et Antonin pour leurs relectures vaines et leurs moments de déconcentration

Merci à la pluie de m'avoir privé de sorties, me permettant ainsi de passer de longues heures à la bibliothèque sans regrets

Un seul regret, celui ne d'avoir pu rencontrer Jean Blaise, qui n'a pu trouver le temps de m'accorder un entretien

avant-propos

9

introduction au politiques culturelles publiques

17

à chacun son événement

18

l'initiative publique

23

la culture à tout faire

30

vingt ans de politiques culturelles à nantes

37

la mise en place d'un modèle

38

le contexte de développement

56

les effets sur la ville

74

séduction fatalisme et exotisme

92

le voyage à nantes

99

la société publique locale

102

la ville renversée par l'art

128

l'exemple du musée des beaux-arts

156

des expériences

171

de l'art et des artistes

188

l'art du teasing

198

éducation et culture, parents pauvres de la politique évènementielle ?

213

Médiagraphie

219

avant-propos

Je me suis décidé à écrire cet essai, à propos du *Voyage à Nantes* et des politiques culturelles dont il est issu, au sortir de l'été 2012, alors que la première édition - dans une effervescence médiatique retentissante - du *Voyage à Nantes* prenait fin.

Après avoir passé un an en Pologne en tant qu'étudiant erasmus chez mes amis slaves, j'étais avide de (re)découvrir Nantes. Et je dois dire que par cet événement, l'espérance de retrouver ma ville dans un bouillonnement de culture était plus forte que jamais.

Le *Voyage à Nantes* fut lancé en grande pompe, accompagné d'une campagne de communication - et marketing - absolument efficace, faisant retentir les échos de l'évènement jusqu'à mes oreilles. Pas directement bien évidemment, à Wrocław (Pologne), point d'affiche *Podróż do Nantes*¹. Mais la magie des réseaux sociaux et du buzz a depuis bien longtemps réduit les frontières !

Il faut dire que le suspens avait commencé dès l'été 2011, avec un film mettant en scène un Spiderman aussi loufoque que grotesque, dans tous les lieux emblématiques de Nantes. Avant même de partir, j'étais pressé de revenir.

Cette manifestation étant pour une grande partie destinée aux personnes de l'extérieur, je me

1. « Voyage à Nantes » en polonais

suis senti, revenant de l'Est, un an plus tard, pour la seconde fois étranger dans ma ville, (re)découvrant Nantes. Et je dois dire avoir pris un malin plaisir à retrouver des lieux qui avaient échappé à ma mémoire, d'en découvrir d'autres sous un jour nouveau.

La volonté de cet essai était aussi d'effectuer en retour en arrière après tout le fracas médiatique observé durant cet l'été là. Après de temps de l'évènement, celui de l'analyse.

À l'origine, cet essai devait se porter exclusivement sur le *Voyage à Nantes*. Mais tout ayant une origine, il m'a fallu remonter jusqu'aux premières actions de Jean Blaise dès 1990 pour comprendre ce qu'était exactement cette nouvelle entité, d'où venait-elle, et vers quel but se dirigeait-elle. Cet essai est une étude de vingt ans d'une politique culturelle ambitieuse, dont le point d'orgue se trouve être aujourd'hui le Voyage à Nantes.

Il sera question ici de Nantes bien évidemment, de sa politique culturelle, son contexte de développement, ses enjeux hier, et ses enjeux aujourd'hui. L'occasion sera aussi d'aborder le sujet des politiques culturelles d'un point de vue plus large.

Nous aborderons brièvement le développement d'une politique culturelle en France, depuis André Malraux, qui fut le premier - au sens de pionnier - ministre de la Culture, et tous les enjeux que cela a impliqué, notamment celui de la démocratisation. Puis après un retour sur vingt années de politiques culturelles à Nantes, nous aborderons le cas du *Voyage à Nantes*, sous différents angles : touristique, évènementiel, politique, artistique et culturel.

On l'aura compris, il sera (aussi) question de culture - pour le moins au début de l'essai, nous verrons que ce terme aurait tendance à perdre de son sens au fil des pages - mais il faudrait dans un premier temps, tenter de définir ce que pourrait être la *culture*.

Si l'on se penche un instant sur la définition textuelle, on obtient : *bien moral, progrès intellectuel, savoir à la possession desquels peuvent accéder les individus et les sociétés grâce à l'éducation, aux divers organes de diffusion des idées, des œuvres, etc. Ensemble de connaissances et de valeurs abstraites qui, par une acquisition généralement méthodique, éclaire l'homme sur lui-même et sur le monde, enrichit son esprit et lui permet de progresser*².

C'est donc un ensemble de savoirs, auxquels il est possible d'accéder par l'éducation, par la transmission, qui une fois assimilés sont retransmis à leur tour. Il est très difficile de définir ce terme, tant par le nombre de définitions qu'on pourrait lui attribuer, que par la dimension personnelle qu'il représente.

La culture est quelque chose d'intime, que nous tentons tous de faire fructifier, de nourrir et de développer. La culture peut être considérée comme tout ce qu'il est possible de transmettre, de partager, et d'apprendre. La culture est aussi ce qui caractérise chaque individu, elle est propre et singulière. Mais la culture permet aussi de nous identifier à un groupe, à une nation, permet de rassembler des entités, mais aussi de les distinguer entre-elles.

2. Source CNTRL

« Ne pas avoir de culture, c'est comme ne pas avoir d'affection, comme ne pas avoir de rêves, on en meurt! »
Jean-Luc Courcoult

« L'art est fait de productions (des œuvres matérielles ou immatérielles, pérennes ou éphémères) et de processus de production. La culture est faite de constructions et de confrontations productives. L'art ne peut exister que s'il est pétri de certitudes. Il est « avenir » et porteur de « futur ». Même quand il se veut « interrogateur » du monde et des puissances qui tentent de s'y imposer. La culture est faite d'incertitudes et de quêtes de réponses. Parce qu'il est à la fois affirmation et certitude, l'art divise. Parce qu'elle est contradiction, la culture peut rassembler. »

JEAN-CLAUDE WALLACH - La culture, pour qui ? Essai sur les limites de la démocratisation culturelle - Éditions de l'Attribut - « La culture en question » - 2006 - p107

« Considérons que le mot art vise à désigner un ensemble en perpétuel mouvement, et transformations de pratiques et d'activités individuelles et/ou collectives qui produisent des œuvres. Le mot culture s'attache quant à lui rendre compte d'un ensemble – également en perpétuel mouvement, et transformation – de signes, de pratiques et d'activités qui caractérisent une société ou, à une moindre échelle un groupe social. »

JEAN-CLAUDE WALLACH - La culture, pour qui ? Essai sur les limites de la démocratisation culturelle - Éditions de l'Attribut - « La culture en question » - 2006 - p61

« Nous avons vécu sur une idée extrêmement restreinte de la culture. C'était l'idée de Malraux, relayée par Jack Lang : les Maisons de la Culture, et ciné-clubs.. Mais le mot « culture » est un des mots-clés les plus caméléonesques qui soit. On dit « culture » d'un point de vue technique, et on dit ce même mot par rapport à la nature lorsqu'on veut désigner tout ce qui est acquis, comme le langage, par rapport à nos instincts.. Ces trois sens souvent se bousculent et on passe de l'un à l'autre. Or le premier sens du mot culture et celui de « culture cultivée ». Ce sens n'a cessé de s'élargir et de s'éclater. À mon avis les Maisons de la Culture devraient devenir des maisons absolument polyvalentes, y compris des lieux de rencontre et de vie. Parce que la culture c'est aussi la compréhension d'autrui. »

EDGARD MORIN - « La culture en crise » - Beaux Arts Magazine - n°232 - Septembre 2003

Avant de commencer votre lecture, permettez moi de vous énoncer quelques préceptes.

Je suis d'avance navré pour le nombre de fois où les trois mots *Voyage à Nantes* seront répétés dans ce texte. L'appellation aurait pu être simplifiée grâce aux trois lettres du très tendance sigle *VAN*. Mais dans un souci de précision et d'exactitude la version longue a été préférée.

Ensuite, pour la lecture du chapitre *l'art du teasing* de la dernière partie, il est fortement conseillé le visionnage des deux films promotionnels de l'événement : *Le Voyage à Nantes*³ et *Jack et Julie*⁴, réalisés par Gaëtan Chataigner.

3. GAETAN CHATAIGNER (réalisateur) - Le Voyage à Nantes - 2011. Vidéo accessible à cette adresse : [en ligne] <http://vimeo.com/25651371> (consulté le 4 juin 2013)

4. GAETAN CHATAIGNER (réalisateur) - Jackie et Julie - 2012. Vidéo accessible à cette adresse : [en ligne] <http://vimeo.com/40574544> (consulté le 4 juin 2013)

introduction aux politiques culturelles publiques

« Il était entendu, il y a 130 ans que la plus grande actrice française ne pouvait pas jouer dans cette ville, parce qu'il n'y avait personne pour l'écouter. Vous êtes tous ici et combien d'amiénois seront là après vous. Vous êtes plus nombreux comme abonnés de cette maison qu'il n'y a d'abonnés à la comédie française. [..]. Une maison de la Culture se définit par l'audience qui la constitue. Hors de cela, on crée des paternalismes parfaitement inutiles. [..]. Nous ne prétendons pas comme l'Union Soviétique, donner leur chance à tous, et nous le regrettons, mais nous prétendons formellement donner sa chance à chacun »¹.

1. ANDRÉ MALRAUX - Discours inaugural de la Maison de la Culture d'Amiens - mars 1966

À chacun son événement

On assiste depuis plusieurs années à une recrudescence du nombre de biennales d'art contemporain, de foires d'art contemporain, de *festivals populaires* mettant à l'honneur cet art. Chaque pays, chaque région, métropole ou ville y va de son festival, occasion faite de montrer ce qu'il se fait en matière d'art, mais aussi de mettre un coup de projecteur sur son territoire. Il en existe plusieurs types, en fonction de leurs échelles, de leurs commanditaires, de leurs objectifs.

Il y a par exemple ceux que l'on pourrait appeler les mastodontes en la matière, à l'image du territoire qu'ils représentent, de l'engagement politique très fort et des budgets qui leurs sont dévolus : les Capitales Européennes de la Culture. Ce titre est attribué par le Parlement et le Conseil Européen depuis 1985, sur une initiative des ministres de la culture français et grec et l'époque : Melina Mercouri et Jack Lang. Cette distinction récompense les efforts menés en faveur de la culture, par des villes qui sont défavorisées culturellement, mais qui voulant rattraper leur retard, ont consenti de larges investissements dans la culture. Ainsi, chaque année plusieurs villes européennes sont élues Capitale Européenne de la Culture, et sont mises à l'honneur, sous le feu des projecteurs et ainsi démontrer avec force toute l'ambition culturelle qu'elles ont.

On retiendra l'édition 2010, mettant à l'honneur Essen en Allemagne, et toute la vallée de

la Ruhr. *Ruhr 2010* est emblématique par les enjeux qu'elle représentait, ceux de relever tout un territoire (d'une superficie d'environ quatre mille kilomètres carrés, représentant cinquante-trois villes) par l'art.

La France accueille pour cette année 2013, Marseille comme la Capitale Culturelle de l'Europe qui compte bien se refaire une image grâce à l'événement. Avec un budget de quatre vingt onze millions d'euros, financé à quatre vingt-quatre pour-cent par l'Union Européenne et les collectivités, *Marseille-Provence 2013* mettra à l'honneur ses dernières réalisations en faveur de la culture, à l'image de la ruche Belle de Mai, du hangar J1 transformé en galerie d'exposition, mais aussi du GR13, un immense parcours artistique de trois cent soixante kilomètres. L'occasion est aussi de mettre en avant des réalisations de grandes peintures de l'architecture, à l'image du MUCEM (Musée des Civilisations de l'Europe et de la Méditerranée) de Rudy Ricciotti, de la Villa Méditerranée de Stefano Boeri ou de l'Ombrière du Vieux-Port - sorte de gigantesque miroir flottant à dix mètres au dessus du sol - signé Foster + Partners.

La ville d'Aubagne accueillera même le Centre Pompidou Mobile durant l'été 2013. Les enjeux touristiques sont énormes, avec des objectifs d'accueil de dix millions de touristes sur tout le département, durant toute l'année ! Les retombées en terme d'image pourraient être gigantesques pour Marseille, en tentant de faire oublier son passé sulfureux et devenir ainsi un lieu majeur de la Culture Européenne. Le coup de projecteur à l'échelle mondiale est tel que le *New York Times* a élu la capitale phocéenne deuxième



L'Ombrière à Marseille par Foster + Partners - © Em

destination où voyager, derrière ... Rio de Janeiro² !

Lille était aussi Capitale de la Culture en 2004. La ville aurait accueilli plus de neuf millions de visiteurs durant cette année là et surfe depuis sur l'image d'une ville culturelle et créative, à l'opposé de la ville industrielle et grise qu'elle était jusqu'avant. Et c'est sans doute grâce à cette distinction qu'aujourd'hui Lille fait partie des villes les plus culturelles en France. En 2004, le prix lui a été décerné pour récompenser ses efforts, mais surtout pour l'encourager dans la voie qu'elle avait pris. Force est de constater que le bilan est plutôt bon - du moins en terme d'image - espérons que cette récompense puisse mener Marseille sur le même chemin.

Il existe bien d'autres manifestations à des échelles plus réduites, faisant la promotion des arts et de la culture. Lille justement excelle en la matière, grâce à *Lille 3000*, qui poursuit l'action entamée par la ville en 2004. On notera ainsi que l'événement ponctuel Capitale Culturelle Européenne dans la capitale nordiste a permis une action pérenne en faveur de la culture. C'est ainsi que du 6 octobre 2012 au 13 janvier 2013, *Lille 3000* a organisé son événement touristique-culturel : *Fantastic 2012*, revendiquant deux millions de visiteurs³ !

2. MATT BLOCH, ALICIA DESANTIS, MATT ERICSON, BEN KOSKI, JOSH ROBINSON et JOSH WILLIMAS (2013) - The 46 Places to Go un 2013 - New York Times - 11 janvier - [en ligne] http://www.nytimes.com/interactive/2013/01/10/travel/2013-places-to-go.html?_r=0 (consulté le 5 juin 2013)

3. EMANUEL PALL (2013) - Lille 3000 : excellent bilan de fréquentation de Lille Fantastic - France 3 - 17 janvier 2013 - [en ligne] <http://www.france3.fr/2013/01/17/l-excellent-bilan-de-frequentation-de-lille-fantastic-182827.html> (consulté le 6 juin 2013)

Nantes fait aussi figure de bon élève en France, avec l'organisation de nombreux événements, mettant à l'honneur les arts, la culture et la ville, mais nous auront l'occasion d'y revenir plus largement ultérieurement.

On assiste aussi à un engouement pour les manifestations ponctuelles, à l'image des *Nuit Blanche* à Paris, où durant une nuit la ville revêt ses habits de lumière pour se transformer en une galerie d'art géante. D'autres manifestations artistiques se multiplient, non plus en milieu urbain, mais sur le thème du paysage, à l'instar d'*Estuaire* entre Nantes et Saint-Nazaire, ou encore la triennale d'*Echigo-Tsumari* au Japon.

L'initiative publique

Il est un point commun à toutes les manifestations dépeintes ci-avant, celui d'intervenir dans un contexte précis, dans l'espace public. Il faut, pour bien comprendre dans quelles conditions l'art est descendu dans la rue, revenir sur l'instauration des politiques culturelles en France.

Les politiques culturelles en France sont nées avec le Général de Gaulle, lorsqu'il charge, en 1958, André Malraux du *rayonnement de la Culture française*. Un an plus tard, et pour la première fois dans les institutions françaises, le Ministère des Affaires Culturelles est créé, en 1959 et dirigé par André Malraux (ministre des Affaires Culturelles 1959 à 1969). Le Ministre de la Culture a alors à sa charge de continuer son action en faveur du rayonnement culturel du pays, mais aussi d'assurer une mission de démocratisation de la culture. Même si ce mot *démocratisation* n'a jamais été prononcé par André Malraux, il a mis au cœur de son action de rendre accessible la culture pour tous, en témoigne le décret fondateur de 1959 : « *Le ministère chargé des affaires culturelles a pour mission de rendre accessibles les œuvres capitales de l'humanité, et d'abord de la France, au plus grand nombre possible de français ; d'assurer la plus vaste audience à notre patrimoine culturel, et de favoriser la création des œuvres de l'art et de l'esprit*

qui l'enrichissent »⁴. L'idée n'est non pas encore de permettre à tout le monde d'accéder à la culture, mais déjà de permettre à ceux qui le désirent d'y parvenir.

Une action très chère au cœur d'André Malraux a été l'ouverture sur tout le territoire de *Maisons de la Culture*. Toujours dans une logique de démocratisation, l'idée était de doter chaque département de sa propre Maison, afin de permettre à tous les enfants, qu'importe leur niveau social, d'accéder à la culture et de se confronter au patrimoine national. Mais il est une chose jamais mise en place ou défendue par André Malraux, c'est la médiation et l'éducation culturelle.

Le ministre de la culture « affirme qu'il suffit de mettre en présence des œuvres et des publics pour que se produisent la magie du miracle et pour que la démocratisation surgisse de cette relation »⁵. C'est ce qui est défini par Jean-Claude Wallach⁶ comme le mythe malrucien, et qu'il contredit : « il ne suffit pas de mettre en présence l'œuvre et le spectateur pour que le miracle s'accomplisse. Une chose est de « donner accès » selon la formule utilisée à la création du ministère des affaires culturelles. Une autre est d'ouvrir la porte... »⁷.

4. Décret fondateur du Ministère des Affaires Culturelles - 24 juillet 1959

5. JEAN-CLAUDE WALLACH - La culture, pour qui ? Essai sur les limites de la démocratisation culturelle - Éditions de l'Attribut - «La culture en question» - 2006 - p39

6. Jean-Claude Wallach était consultant dans le domaine des politiques publiques de l'art et de la culture. Il était également chargé de cours à l'Université Paris-I et formateur pour le Centre National de la Fonction Publique Territoriale (CNFPT)

7. JEAN-CLAUDE WALLACH - La culture, pour qui ? Essai sur les limites de la démocratisation culturelle - Éditions de l'Attribut - «La culture en question» - 2006 - p15

C'est sur ce terrain que la plus grande divergence se fait entre Jack Lang (ministre de la Culture de 1981 à 1986 puis de 1988 à 1993) à et André Malraux. C'est véritablement Jack Lang qui a engagé la culture vers une démocratisation, accompagnée de sa médiation. Il est arrivé à la tête du ministère de la Culture en 1981, alors que la gauche et François Mitterrand venaient de passer au pouvoir après plus de vingt ans de gouvernement de droite.

François Mitterrand est arrivé au sommet de l'État avec une politique extrêmement ambitieuse en faveur des arts et de la culture. « *Et la culture n'était pas un élément de programme. Elle était tout le programme. 1981 était un événement culturel en soi* »⁸. Jack Lang fort de l'engagement politique de son président a pu mener la politique ambitieuse qu'il entendait « mobilisant des moyens budgétaires dont ses prédécesseurs ne parvenait même pas à rêver »⁹. Tous les budgets ont été doublés, permettant à des projets emblématiques de voir le jour, comme le Grand Louvre, l'Opéra Bastille, la BnF François Mitterrand, donnant au passage un nouvel élan à l'architecture en France, avec des réalisations de Jean Nouvel, Christian de Portzamparc ou Dominique Perrault. Il a permis aussi l'élargissement du champ culturel, supprimant les notions d'art majeur et d'art mineur, mettant sur un même niveau les pratiques amateurs, la création et l'industrie culturelle. On retiendra de son action l'instauration de grands événements festifs

8. DANIEL JANICOT - La culture un enjeu capital(e) - Éditions France-Empire Monde - 2012 - p94

9. JEAN-CLAUDE WALLACH - La culture, pour qui ? Essai sur les limites de la démocratisation culturelle - Éditions de l'Attribut - «La culture en question» - 2006 - p40



François Mitterrand lors de l'inauguration du Grand Louvre - 1988 - © afp

et populaires, comme la *Fête de la Musique* ou les *Journées du Patrimoine*.

Si les forts investissements consentis par l'État ont permis à de grands projets de naître et des manifestations populaires de voir le jour, les couches de population les plus éloignées de la culture ne s'en sont pas retrouvées plus proche pour autant. Le mérite des politiques culturelles a été de produire une offre, de financer les institutions et de mieux les répartir sur le territoire, mais dans notre société ou une majeure partie de la richesse nationale passe par la puissance publique, la survie des arts passe par un financement public. « *Ne dites surtout pas que la politique culturelle ne sert pas à démocratiser, mais qu'elle sert à quelque chose de très simple qui est le financement de la vie artistique* »¹⁰.

Et la démocratisation est une notion très complexe, ce n'est pas donner accès qui démocratise, mais la médiation et la pédagogie qui en résultent. L'initiative, en 1992, de nommer Jack Lang au poste de ministre de la Culture, ainsi que de l'Éducation, si elle avait été concluante, aurait pu permettre de rendre plus accessible la culture par l'éducation culturelle et la pédagogie. Car construire des théâtres, des salles de spectacles, de danse, des musées n'est pas démocratiser, c'est donner une visibilité à un monde artistique, mais la rendre intelligible et compréhensible est la mission de la pédagogie culturelle. La démocratisation n'est pas offrir au plus grand nombre l'attente de quelques-uns, puisque selon Jean-Claude

10. PHILIPPE URFALINO - «La culture en crise» - Beaux Arts Magazine - n°232 - Septembre 2003

Wallach, plus une population est haute sur l'échelle des pratiques culturelles, plus elle aura la capacité de circuler sur cette échelle, en passant de ce qu'il appelle du plus légitime au moins légitime. Proposer plus et rendre plus accessible n'aideraient donc pas les populations les plus défavorisées à profiter totalement de la gamme offerte. Si l'on rajoute à tout cela que la situation sociale induit des comportements sociaux, et donc culturels propres, résoudre l'équation culturelle ressemble à s'y méprendre à réussir la quadrature d'un cercle. De plus, selon une étude sur les pratiques culturelles, dix ans après le doublement des budgets de la culture, il est confirmé que les questions des moyens budgétaires ne sont pas déterminantes en terme de démocratisation.

Accéder à l'idéal de la démocratisation, ne pourrait se faire que par une action locale, de proximité, en donnant plus de pouvoir aux localités et aux territoires, aux dirigeants représentants dans les régions, à ceux qui sont le plus proches des populations. En donnant plus de pouvoirs décisionnels aux entités locales, chacun pourrait à sa manière mener une action culturelle - encore faudrait-il que celle-ci soit une priorité pour ces entités - mais au risque de rompre l'universalité de l'accès à la culture. Redonner du pouvoir aux localités, c'est aussi permettre une action plus proche et plus concertée, avec notamment les associations. Car si l'échec de l'éducation culturelle dans les écoles est un fait, une pédagogie pourrait être entreprise par les localités au travers d'associations artistiques et culturelles. C'est dans ce sens que vont les lois de décentralisation, notamment les lois

de mars 1982¹¹ et juillet 1983¹², qui permettent aux collectivités d'assumer plus responsabilités culturelles, avec la gestion des DRAC (Direction Régionale des Affaires Culturelles) et les FRAC (Fond Régional d'Art Contemporain). Cette décentralisation s'est également traduite par une multiplication du nombre de festivals culturels (vus précédemment), permettant aux régions et aux collectivités d'accroître leur rayonnement culturel, de défendre une culture régionale et de développer le tourisme. Pourtant selon Jean-Claude Wallach toujours, la décentralisation a eu peu d'effets sur la démocratisation, contrairement au transfert des collèges et lycées aux départements et régions, qui aurait permis bien plus d'initiatives, notamment d'un point de vue architectural en permettant une plus grande liberté dans les réalisations.

11. Loi n° 82-213 du 2 mars 1982 relative aux droits et libertés des communes, des départements et des régions

12. Loi n° 83-663 du 22 juillet 1983 relative aux droits et libertés des communes, des départements et des régions en complément à la loi n°82-213

La culture à tout faire

Mais une chose est sûre, la décentralisation a entraîné une guerre entre villes, une « foire au fief »¹³, où la culture semble être un moyen de démarcation et d'identification solide. La ville et les collectivités prennent de plus en plus de poids sur l'échiquier national et « les villes deviennent des acteurs majeurs dans l'évolution du monde et qu'elles supplantent petit à petit les États-Nation¹⁴ ». Devenant plus puissantes, une compétition s'installe entre elles. Elles cherchent ainsi à se démarquer, à se doter d'une identité qui serait différente de leurs concurrentes afin d'assurer leur hégémonie. Et la culture est justement une façon trouvée par les villes pour développer leurs singularités et leur identité, c'est une nouvelle façon de les promouvoir, au risque de tomber dans les travers du marketing et de la communication. Cette nouvelle identité permettant aux villes de faire émerger l'espace d'un territoire dans l'imaginaire collectif des populations, c'est la prise de conscience de l'espace dans lequel on vit. Ce fut une stratégie - on le verra plus tard - à Nantes avec la biennale d'art contemporain *Estuaire*, qui était une première étape dans la prise en compte d'une métropole allant de Nantes à Saint-Nazaire.

13. BENOÎT MEYRONIN - Marketing territorial. Enjeux et pratiques - Éditions VUIBERT (2nd édition) - «Références Mana» - 2012 - p57

14. DANIEL JANICOT - La culture un enjeu capital(e) - Éditions France-Empire Monde - 2012 - p20

« Promouvoir l'image de la ville et les régions et se différencier devient un enjeu véritable où l'art en espace public peut jouer un rôle non négligeable »¹⁵. L'innovation artistique est un langage désormais utilisé par les collectivités pour se démarquer. Par des initiatives locales et régionales, on assiste à la définition d'un nouveau modèle, par opposition à un modèle qui serait insufflé par les politiques gouvernementales. Car territorialiser, c'est aussi refuser l'application mécanique de normes et de modèles qui seraient plus communs. « Il existe presque une stratégie culturelle type pour les villes qui cherchent à se démarquer grâce à la culture sur la scène mondiale. Cette stratégie se concentre essentiellement sur la création de nouvelles institutions culturelles, qui, avec le déclin relatif des croyances religieuses, sont en passe de devenir les nouvelles cathédrales postmodernes, de nouveaux landmarks dans nos paysages urbain »¹⁶. Les villes font alors preuve de dynamisme pour exister et compensent justement la faiblesse de leurs institutions par l'érection de grands équipements culturels, mais aussi par l'organisation d'événements culturels, de festivals, de foires d'art contemporains.

Devenir culturel devient donc une *mode* et pour certaines villes se place au cœur d'une véritable stratégie d'image, mais aussi de développement. Car à quoi bon être une ville culturelle - et donc

15. ANDRÉA URBERGER - "L'art en espace public : pour quoi faire ?" - in : EMMANUELLE CHÉREL (dir.) - Art et Anthropologie - École Nationale Supérieure d'Architecture de Nantes - «Lieux Communs - Les Cahiers du LAUA» - n°9 LAUA - 2006 - p142

16. DANIEL JANICOT - La culture un enjeu capital(e) - Éditions France-Empire Monde - 2012 - p23

attractive - si ce n'est pour obtenir les bénéfices d'une telle politique, par les fameuses retombées économiques ? Puisque «le lien entre une vie culturelle riche et l'attractivité urbaine est établi»¹⁷, les villes pourraient-elles s'acheter une épaisseur culturelle et ainsi s'assurer une prospérité économique. Car les retombées économiques de la culture peuvent être considérables, c'est en cela que les territoires tendent de plus en plus à se diriger vers une industrialisation de la culture, à l'image de ce qu'il se fait aux États-Unis entre autre. De plus en plus, les populations sont incitées à consommer du bien culturel, produit en masse, en vue d'une commercialisation, c'est une culture du divertissement et du loisir. Voilà de quoi inciter les villes à s'engager dans cette voie. Le premier ministre lui même, Jean-Marc Ayrault, a rappelé les enjeux économiques de la culture, lors de ses vœux au monde de la culture à Marseille. « Chaque festival est l'occasion d'une multiplication impressionnante de populations, de stimulation du tourisme et du commerce »¹⁸. Selon lui la culture pourrait être une porte de sortie de la crise que nous vivons actuellement, même si elle n'est pas une marchandise comme une autre, la culture a cette capacité de générer des profits et - peut être - la création de milliers d'emplois. « Investir dans la culture, ce n'est pas simplement dépenser, c'est au sens propre du terme investir, c'est à dire préparer l'avenir »¹⁹.

17. Ibid, p102

18. JEAN-MARC AYRAULT - Vœux au Monde de la Culture - Marseille - 12 janvier 2013

19. Ibid.

De plus en plus de villes s'engagent également sur le terrain du développement urbain concerté avec des artistes. Selon Jean de Loisy (directeur du palais de Tokyo), cette démarche utopique lui « paraît très constructive et correspond à des nécessités de transformation esthétique du monde. Ce n'est pas seulement de l'esthétisme, mais de la politique au sens le plus profond du terme, et il me paraît louable, urgent, de donner aux artistes, à long terme, une responsabilité d'une tout autre nature que celle du spectacle, à l'intérieur de la société »²⁰. Une démarche permettant de ne plus laisser la question du devenir de la métropole aux seuls technocrates, ingénieurs ou architectes.

Utiliser la culture à des fins économiques, commerciales ou identitaires constitue pour certains ce que l'on pourrait appeler l'instrumentalisation de l'art. C'est la question que Philippe Chadoir²¹ se pose : « les grands événements urbains et les formes de « médiatisation » patrimoniale ne relèvent-ils pas de stratégies de valorisation où les arts et la culture peuvent sembler soumis à des formes d'instrumentalisation au seul service de l'attractivité des agglomérations ? »²². Mais selon Bernard Latarjet,

20. JEAN DE LOISY - «Estuaire 2007, entretien avec JEAN BLAISE» - in ALAIN GRALEPOIS (dir.) - Estuaire 2007 - Éditions Région des Pays de la Loire - Revue 303 - n°97/07 - juin 2007 - p 11

21. Philippe Chadoir est professeur en sociologie des politiques urbaines à l'Université Lumière Lyon-2, mais aussi membre du comité d'expert auprès de la DRAC Rhône-Alpes et président de Lieux publics, Centre National de Création des Arts de la Rue à Marseille.

22. PHILIPPE CHADOIR, « La ville événementielle : temps de l'éphémère et espace festif », Géocarrefour [En ligne], Vol. 82/3 | 2007, mis en ligne le 26 mars 2008, consulté le 10 mai 2013. URL : <http://geocarrefour.revues.org/2301>

ce conflit est stérile : « un terme doit être mis aux conflits désormais caricaturaux, dépassés, entre une approche socioculturelle qui instrumentaliserait les artistes et confinerait l'art à des finalités sociales, et une approche puriste qui réduirait à la seule dimension esthétique la responsabilité sociale des créateurs »²³. Certes, vouloir l'attractivité d'un territoire est sans doute positif, mais n'utiliser la culture qu'à cette fin semble problématique. Or l'on assiste à une instrumentalisation où la culture est bonne à tout faire. Jean-Marc Ayrault exprime encore très bien ce phénomène, dans son discours pour les vœux à la culture où il a défendu successivement une conception de la culture en tant qu'instrument d'action politique, de gestion de l'espace public, de maintien de l'ordre, de paix sociale et d'identité nationale. Elle a bon dos la culture !

Le problème ici, est de donner une seule vision de la culture, qui serait unilatérale, toujours positive, pouvant régler tous les problèmes, niant complètement la négativité qui peut exister dans l'art. Si l'on s'intéresse à l'art corporel des années soixante ou soixante-dix, cela n'a rien de très réjouissant, plutôt même angoissant. Les mots de Jean-Marc Ayrault nient complètement le fait que l'art et la culture ne sont pas là que pour annoncer de bonnes nouvelles ou régler des conflits, mais justement pour donner une vision du monde, aussi conflictuelle puisse telle être.

En parlant des nombreux conflits que connaît la cité phocéenne, il dit « aujourd'hui c'est Marseille

23. BERNARD LATARJET - «Vers une nouvelle époque de l'art» - in FABRICE LEXTRAIT et FRÉDÉRIC KAHN (dir.) - Nouveaux territoires de l'art - Sujet Objet Éditions - 2005

qui lutte, qui change, qui gagne »²⁴. En cela il met de forts espoirs dans la culture, ceux d'éradiquer la ville de toute la mafia et la corruption qui existent. «Vaste programme!» lui répondrait Jacques Chirac ... En s'adressant à l'Europe, il compte grâce à la culture «redonner à l'Europe le souffle dont elle besoin»²¹ et lui incombe même la lourde tâche de redresser les comptes publics de l'État français. Cette histoire ressemblerait-elle de près à une action qu'il aurait pu mener durant vingt ans, en tant que Maire de Nantes ?
Affaire à suivre ...

24. JEAN-MARC AYRAULT - Vœux au Monde de la Culture - Marseille - 12 janvier 2013



Jean-Marc Ayrault et Jean Blaise peints sur la fresque de Royal de Luxe © Camille Sablé

vingt ans de politiques culturelles à Nantes

Comme dans toute bonne histoire, il nous faut un héros, et dans les très bonnes, il faut un duo de héros, un duo de choc. On a tous en tête bien évidemment *Batman et Robin*, *Sherlock Holmes et le Docteur Watson* ou même encore *Oui-Oui et son taxi*.

La culture à Nantes a aussi son duo, qui depuis vingt ans maintenant travaille main dans la main, comme un seul homme, pour mettre la culture dans la ville, dans la vie des gens et au service de la fabrique d'urbain. Diversité des parcours, diversité des professions, diversité d'action, mais un but commun : que Nantes rayonne par la culture. Nos deux protagonistes pour ce duo sont bien sûr Jean-Marc Ayrault et Jean Blaise.

La mise en place d'un modèle

Jean-Marc Ayrault tout d'abord, maire de Saint-Herblain à ses débuts, puis de Nantes - durant plus de vingt-trois ans ! - et maintenant Premier Ministre. Il arrive à la tête de la ville en 1989, deux ans après la fermeture des chantiers navals. Nantes est surnommée « la belle endormie ». Il aura donc à sa charge de relever la ville, de réveiller celle qui dort. Il mettra la culture au cœur de son action pour venir panser les plaies de la ville et la remettre sur pied. Aujourd'hui Nantes est jugée comme l'une des villes les plus agréables de France, en tête des villes où « il fait bon vivre » et même Capitale Verte de l'Europe pour cette année 2013.

Jean Blaise ensuite, le « Monsieur Culture de Nantes » est arrivé dans la Cité des Ducs en 1982 pour créer une des dernières Maisons de la Culture, si chères à André Malraux. Il se définit lui même comme « un créateur de regards » et espère changer et faire évoluer la ville par l'art. L'art dans la ville, l'art dans l'espace public, c'est ce qui l'anime depuis ses débuts. Découvrir et redécouvrir sa propre ville d'une façon nouvelle, par l'art, par la culture, en investissant des lieux insolites, qui seront peut-être transformés ou vus sous un angle nouveau. Voilà son job, voilà ce que depuis plus de vingt ans maintenant, Jean Blaise essaie de mettre en place à Nantes. Il utilise et met l'art au service de la ville pour créer du lien social,

pour redresser l'économie, pour réenchanter la ville, tout est bon du moment que c'est positif pour la ville, encore et toujours la ville. Il est bien évidemment connu à Nantes pour les événements qui seront décrits quelques lignes plus bas, mais également à Paris où il est sollicité en 2002 par Bertrand Delanoë pour imaginer *Nuit Blanche* avant de réitérer l'expérience en 2005. Les enjeux et les convictions sont les mêmes : « Rendre l'art accessible à tous, mettre en valeur de l'espace urbain par la création moderne, créer un moment de convivialité »¹.

C'est ainsi que l'histoire commence, presque une histoire d'amour, entre Jean-Marc Ayrault, Jean Blaise, Nantes et la culture.

Remettons nous dans le contexte quelque instants. Nantes fait face depuis la fin des années soixante-dix et le début des années quatre-vingt à une grave crise de son industrie, et comme nombre de villes en France - à l'instar de Lille - à une forte désindustrialisation. Deux faits emblématiques sont la fermeture des Chantiers Navals en 1987 sur l'île de Nantes et la fermeture de l'usine LU quai Baco en 1986, qui marquent la fin symbolique de l'ère industrielle. Jean-Marc Ayrault alors Maire de Saint-Herblain se présente à la Mairie de Nantes et remporte les élections de 1989 dès le premier tour avec plus de cinquante pour-cent des suffrages exprimés en sa faveur. Il hérite alors d'une ville dans le déclin, ayant subi plusieurs années d'alternance. La ville a enduré

1. MAIRIE DE PARIS - «Historique des Nuits Blanches» - [En ligne] http://www.paris.fr/pratique/culture-patrimoine/nuits-blanches/historique-nuit-blanche/rub_6806_stand_19173_port_15521 (consulté le 26 avril 2013).



Comblements de la Loire - Place de la Bourse © Archives municipales de Nantes

la guerre, les bombardements, les comblements successifs de l'Erdre et de la Loire et doit maintenant faire face au déclin économique et industriel. Nantes jouit d'une très mauvaise image, morne, aussi grise et maussade que sa météo, on la surnomme *la belle endormie*. La ville qui dort attend patiemment que son prince charmant vienne la délivrer de sa torpeur.

Prêt, feu, partez !

Nous sommes en 1990, le contexte économique à Nantes est difficile, les chantiers Dubigeon viennent de fermer laissant ainsi derrière eux un territoire d'une extraordinaire diversité, une friche industrielle de plusieurs hectares à deux pas du centre ville. Ce territoire ne jouit pas d'une très bonne réputation dans ces années là, ce sont les docks, les anciennes usines, les chantiers navals, c'est mal famé, et ça sent mauvais. Finalement les Nantais ne connaissent pas ce lieu, cette île - d'ailleurs la ville lui a toujours tourné le dos -, séparée du centre, par un bras de Loire. Traverser le pont, traverser le fleuve c'était sortir de Nantes, c'était aller vers un territoire inconnu. Y passer pourquoi pas, pour se rendre à Rezé, mais il était impensable d'imaginer un seul instant que ces lieux pourraient devenir des lieux de fête, de détente, accueillir des danseurs ou des musiciens.

Mais cette idée Jean Blaise l'a eue - soutenu par la mairie - avec en 1990 la création du festival *les Allumés*. Frappé par la série du chiffre six, le festival durant six éditions a accueilli des artistes de six métropoles étrangères différentes, appelés à intervenir dans des lieux éclatés de la ville pendant six jours, de six heures de l'après-midi à six heures du matin. Toute la ville était imprégnée, des lieux

classiques de culture jusque dans des lieux insolites qu'étaient les friches industrielles de l'île de Nantes. Et la manifestation fut un franc succès! Jean Blaise dit avoir voulu « *montrer ce qu'il se faisait de plus avant-gardiste, de plus underground, dans les friches, dans le passé, et ça, ça a créé de la poésie* »².

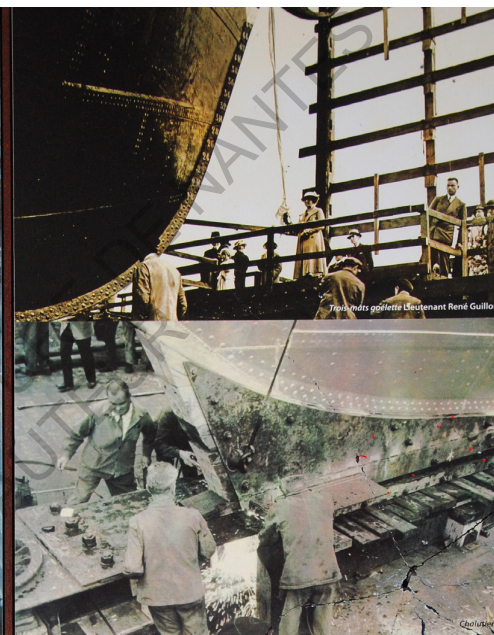
Jean Blaise alors directeur du CRDC³ invite durant les six éditions que comptait le festival, tour à tour Barcelone, Saint-Petersbourg, Buenos-Aires, Naples, Le Caire, La Havane. Le but du festival était de redonner « *la pêche à la ville* », comme le dit son créateur, en utilisant la renommée et l'image de ses invitées, à l'instar de Barcelone, en pleine préparation pour ses Jeux Olympiques. Des lieux jadis réservés aux ouvriers sont ouverts à la population, l'usine de phosphate Delafoy à Chantenay, ou encore le Blockhaus et les chantiers Dubigeon sur l'île de Nantes. Ils se sont vus accueillir dans leurs enceintes des activités jamais imaginées dans leurs fonctions d'antan. Tandis que l'usine Delafoy accueillait la réplique d'une grande boîte de Buenos Aires, le même endroit se transformait en temple du rock italien une édition plus tard. D'autres ont accueilli des combats d'échecs, et les rues furent submergées par la parade de *Royal de Luxe*. *Les Allumés* ont sonné le réveil de Nantes et furent la première pierre de toute une

2. JEAN BLAISE (2012) - «La ville comme palimpseste ou re-construire la ville sur elle-même» - Rendez-vous [compte] n°31 - Conférence à l'ensa Nantes - 23 octobre 2012

3. Centre de Recherche pour le Développement Culturel. Centre fondé en 1982 par Jean Blaise pour le développement culturel. Ce «laboratoire culturel», à l'origine installé à Nantes, fut déplacé (étant devenu indésirable à Nantes) à Saint-Herblain où Jean-Marc Ayrault était Maire, avant de revenir à Nantes en 1989 après l'élection de Jean-Marc Ayrault.



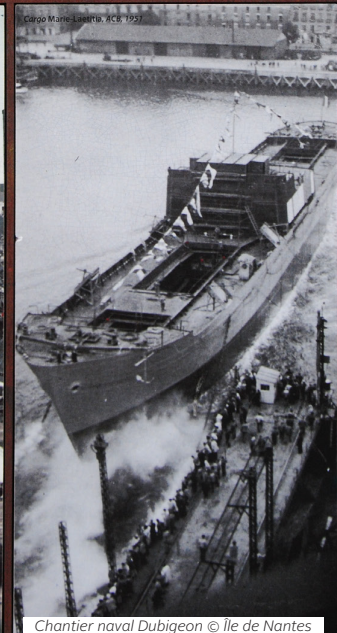
Cargo Boreo, ACB, 1907



Trois mats golette Lieutenant René Guillon



Cargo Marie-Louise, ACB, 1954



Cargo Marie-Louise, ACB, 1954



Cuirasse Descartes, ACL, 1894

Chantier naval Dubigeon © Île de Nantes

politique culturelle et festive destinée à relever la ville, par la culture en lui donnant l'image d'une ville qui bouge, festive et joyeuse.

D'après Jean Blaise l'image de la ville a commencé à changer dès la première édition. Les habitants se sont eux-mêmes laissés surprendre par la ville, par les lieux qu'ils découvraient mais aussi par eux-mêmes. Jean Blaise résume : « *la question, alors, se pose de faire évoluer l'image de la ville. Or, face à des grands travaux qui nécessitent plusieurs années d'investissement, la culture est un outil souple, rapide, susceptible de traduire une action volontariste* »⁴.

Les Géants de Nantes

En 1989, une compagnie de théâtre de rue *Royal de Luxe* lance un appel à toutes les villes de France, à la recherche d'un nouveau lieu d'implantation. La ville de Toulouse, où elle était implantée avant, avait refusé son financement. La compagnie se retrouvant ainsi à la rue, Jean-Marc Ayrault la fait venir à Nantes en lui proposant un hangar de dix-mille mètres-carrés et un financement annuel sous forme de subventions. Leur philosophie est de faire irruption dans l'espace public et d'enchanter la ville et son quotidien. C'est du théâtre de rue gigantesque, qui vient saupoudrer de merveilleux le quotidien et ainsi alimenter l'imaginaire collectif, faisant aujourd'hui partie de notre patrimoine immatériel. Ils interviennent dans toutes les villes de France et font des tournées internationales. Chacun de leur passage ne passe pas inaperçu, avec une

4. JEAN BLAISE - «Des allumés de la représentation» - [En ligne] <http://www.liberation.fr/villes/0101503114-des-allumes-de-la-representation> (consulté le 27 avril 2013)



La Petite Géante sur le quai de la Fosse - Spectacle El Xolo - 2011 © Camille Sablé

arrivée dans la ville fracassante et très bien orchestrée, prenant le public par surprise avec des marionnettes immenses, des objets, des véhicules hors-normes qui investissent toute la ville. Ils ont fait partie de la programmation des *Allumés* avec leur spectacle *La véritable histoire de France* et leur *Cargo 92*.

Nantes et ses habitants y sont très attachés et chacun de leur passage est un événement immanquable. On a tous en tête la parade des géants, *la Petite Géante* et son oncle *le Géant*, *l'Éléphant des Indes*, *le Rhinocéros*, *le Xolo*, et tous ces milliers de personnes dans les rues, à attendre, à scruter le moindre détail de l'arrivée probable de ces êtres si grands ! Cette troupe, bien que voyageant dans le monde entier a une histoire particulière avec Nantes qui l'a accueillie au début des années quatre-vingt-dix. Ce sont d'une certaine manière les « *Géants de Nantes* ». Quelque part, *les Géants* restent gravés dans la mémoire des Nantais, chaque rue dans laquelle ils sont passés reste marquée par le souvenir de leur passage. Traversant la place Graslin, on se retrouve plongé deux ans en arrière et on aperçoit *la Petite Géante* faisant une sieste dans son immense transat, ou regardant vers la Loire on devine *le Grand Scaphandrier* entamant sa lente remontée vers la surface. Ils alimentent notre imaginaire collectif et notre patrimoine immatériel, ils électrisent l'air et la ville au point d'imprégner la cité jusque dans ses moindres particules, nous y compris.

Unique en son genre

En 1996, Jean Blaise organise un nouveau festival, *Trafics*, mais l'opération fut un échec. En 1997 le CRDC revient alors avec une nouvelle formule des *Allumés* baptisée *Fin de siècle*, mettant à l'honneur

Johannesburg en 1997 et New-York en 1998. Changement d'échelle, la manifestation s'étend sur dix jours mais le succès n'est pas au rendez-vous, une édition accuse un large déficit et le public semble déçu.

La dernière édition en 1999 inaugure le nouveau projet de Jean Blaise : *le Lieu Unique*. Pour cette fin de siècle, tous les habitants de la ville étaient invités à ramener un de leurs objets personnels, pour l'enfermer dans une sorte de capsule temporelle : *le Grenier du temps*. Cet espace spécialement aménagé dans *le Lieu Unique* rassemble plus de seize-mille objets répertoriés qui seront redécouverts le premier janvier 2100 et feront ainsi état de ce qu'est notre société aujourd'hui.

Le Lieu Unique, nouveau projet à l'époque de Jean Blaise, est une Maison de la Culture qui prend ses quartiers dans un lieu désaffecté, dans une friche industrielle, en centre ville, dans un lieu emblématique de Nantes et cher aux Nantais : l'usine de biscuits LU. Alors que l'activité industrielle s'arrête en 1986, la mairie rachète en 1995 l'usine, qui est au fur et à mesure investie par des artistes, et par les *Allumés*. Patrick Bouchain se charge de la réhabilitation pour en faire cette Maison de la Culture et l'endroit que nous connaissons aujourd'hui. L'architecte vient seulement révéler le lieu, et lui redonne une seconde vie par de petites actions ponctuelles, par petites touches. Quelques murs sont détruits, la structure est révélée et la Tour LU conservée.

Toujours animé par les mêmes convictions, Jean Blaise dit avoir construit son action culturelle à partir de lieu, de ce qu'il lui a inspiré. Il est considéré comme un microcosme, un organisme vivant et

indépendant, un morceau de ville. C'est un lieu alternatif et ouvert à toutes les cultures : un grand bar, un restaurant, une scène nationale, une galerie d'exposition, une librairie et un hammam, autant d'activités qui cohabitent dans ce lieu magique de l'ex biscuiterie qui propose expositions, concerts, danse, théâtre, conférences, cirque, rencontres de littérature, débats philosophiques ... C'est une usine à produire de l'imaginaire.

« Nous ne souhaitons pas construire un théâtre de plus mais plutôt un centre d'art ouvert en permanence au public. LU doit devenir le bistrot du coin à l'échelle d'une ville en même temps qu'une des plateformes européennes des arts contemporains. D'où l'importance que nous attachons aux espaces sociaux de LU qui ne sont pas à côté des espaces réservés à la création artistique mais au contraire en soutien, et pensés pour la préserver de la tentation de l'isolement, pour la relier à la vie. LU doit être un lieu unique, au sens d'extraordinaire. Un lieu qui ne laisse ni l'artiste ni l'œuvre tranquilles. »⁵

L'idée est là, celle de vouloir mixer les populations, les habitués des centres d'arts et ceux que Jean-Claude Wallach décrit comme « les couches les plus éloignées de la culture », de vouloir s'adresser à tous et faire se croiser les gens. En proposant un grand nombre d'activités, et d'une grande diversité, le LU vise tous les publics. Mais est-ce que viser tous les publics et recevoir tous les publics fabrique de la mixité, du lien et de l'échange ? La mixité fonctionne

5. JEAN BLAISE - Discours de l'inauguration du Lieu Unique - 1er janvier 2000

t'elle, difficile de répondre à la question, mais à n'en pas douter le LU s'adresse et reçoit des publics différents.

Des personnes qui s'y arrêtent juste pour boire un verre croiseront sûrement sur leur chemin d'autres gens faisant la queue pour l'exposition, le spectacle ou le concert. De là à devenir le « bistrot du coin », le pas à faire reste grand, il suffit de passer un après midi là-bas pour se rendre compte que le public est plutôt jeune, branché et un minimum connaisseur des lieux à vocation artistique, rien à voir avec les bistros PMU que l'on pourrait trouver dans les faubourgs de l'île de Nantes. Mais le pari est sûrement réussi, celui de créer un grand lieu de convivialité et d'échanges autour d'une programmation artistique éclectique et exigeante.

Le Grand Éléphant

En 2004, une nouvelle étape dans le développement du théâtre urbain est lancée, avec la création, par décision du conseil communautaire de Nantes Métropole, des *Machines de l'île*. Cette nouvelle aventure lancée par François Delarozière⁶ et Pierre Orefice investit une travée des ex nefs Dubigeon pour leur espace d'exposition et de création de leurs machines. Le projet est à la frontière entre une démarche artistique mais aussi touristique et urbaine, en s'implantant sur l'île de Nantes en plein développement.

A l'instar de *Royal de Luxe*, *Les Machines de l'île* participent du patrimoine imaginaire de la cité avec la déambulation de leurs énormes machines

6. Directeur de la compagnie 'La Machine, et créateur de machines pour la compagnie Royal de Luxe



Le Grand Éléphant © Mehdi Latif

dans les rues de Nantes, comme par exemple le *Grand Éléphant*, qui chaque jour, rituellement, sort des nefs pour faire quelques pas, pour le plus grand bonheur des touristes. Le projet tient tout autant de l'urbain que de l'artistique, dans le sens où ces machines restent en place, sur le site du parc des Chantiers et participent à l'animation et à l'urbanisation de cette nouvelle aire de divertissement. Le *Grand Éléphant* a été rejoint depuis peu par le *Carrousel des Mondes Marins*, en attendant le gigantesque *Arbre aux Hérons* prévu dans quelques années.

Cet éléphant a d'une manière assez incroyable et rapide marqué les esprits des Nantais et autres, en devenant ni plus ni moins l'ambassadeur de Nantes. Il est presque devenu l'emblème, le symbole de la ville, tout autant que l'était il y a quelques années le FC Nantes. C'est aujourd'hui une destination immanquable lorsque l'on visite la ville. Chaque touriste se doit d'aller admirer la déambulation de l'animal, qui émerveille autant les enfants que les parents. Le pachyderme est doué de ce que l'on pourrait appeler une capacité d'ébahissement. Et il s'immisce partout, non seulement dans l'esprit des gens à la seule évocation du nom de Nantes, mais aussi sur des affiches, allant jusqu'à mettre à terre la Tour de Bretagne ou la Tour LU !

Cap sur l'océan

« *Quand on en a eu marre d'être dans le Lieu Unique, on s'est dit il faut qu'on ressorte dans l'espace public, et là on a créé Estuaire* »⁷. Estuaire est un

7. JEAN BLAISE - Interview Re.architecture - Pavillon de l'arsenal - [En ligne] <http://www.pavillon-arsenal.com/videoenligne/collection-31-384.php> - (consulté le 28 avril 2013)

des derniers coups en date de Jean Blaise et Jean-Marc Ayrault. On a eu affaire avec cet évènement à un véritable changement d'échelle dans la politique culturelle de la ville. En effet, *Estuaire* est une biennale d'art contemporain qui compte trois épisodes, 2007, 2009 et 2012, entre Nantes et Saint-Nazaire. C'est une biennale qui ne ressemble à aucune autre, puisque le concept est de lier deux métropoles - Nantes et Saint-Nazaire - au fil de la Loire, au fil de l'estuaire par l'inscription de l'art dans le paysage. C'est une logique de politique de développement du territoire et d'accélération d'un processus urbain qui déborde du cadre habituel de ce genre d'évènement.

Finalement la question était de donner du sens à ce lien, et la façon de l'appréhender pour les habitants de la métropole : comment activer dans l'imaginaire collectif l'existence de ce territoire. Jean de Loisy (directeur du Palais de Tokyo) disait d'*Estuaire* : « *ce n'est pas tellement une société d'aménagement du territoire, mais plutôt une entreprise d'aménagement de l'imaginaire* »⁸.

La première étape pour le visiteur est l'appréhension du paysage, de friches portuaires, de villes, de villages, de zones naturelles, de bocages... Il y a ainsi un processus de prise en compte du territoire, au fil du fleuve, sur ses soixante kilomètres. L'échelle est immense, *le paysage, l'art et le fleuve* tentent d'entrer en dialogue. L'enjeu est là, celui de découvrir ce territoire, tenter de l'approcher, impalpable, et de mettre un coup de projecteur sur l'estuaire.

8. JEAN DE LOISY - «Estuaire 2007, entretien avec JEAN BLAISE» - in ALAIN GRALEPOIS (dir.) - Estuaire 2007 - Éditions Région des Pays de la Loire - Revue 303 - n°97/07 - juin 2007 - p 11

Cette aventure artistique totalise aujourd'hui vingt-huit œuvres, dont l'entretien et la mise en valeur sont aujourd'hui à la charge du *Voyage à Nantes*, mais qui à l'origine étaient gérées par l'association CRDC-Lieu Unique⁹. Vingt-huit œuvres, c'est ce dont il reste aujourd'hui des trois éditions mais bon nombre d'œuvres n'ont duré que le temps de l'évènement. La manifestation a voulu entrelacer des temporalités, des présences, mêlant temporaire en intérieur, installations et œuvres pérennes dans l'espace public. Entre éphémère et durable, chaque œuvre est conçue *in-situ* et vient tirer sa force du territoire. La volonté était de créer quelque chose qui s'impose et s'inscrit vraiment dans la ville et le territoire. Et ce dialogue *art/nature* donne des œuvres à l'échelle parfois impressionnante comme *L'observatoire* de Tadashi Kawamata, qui offre un cheminement long de huit cent mètres ou encore le *Serpent d'océan* de Huang Yong Pong ou des choses plus discrètes à l'instar de *Did I miss something* de Jeppe Hein.

L'autre objectif, loin d'être sous-jacent, est de faire découvrir des pièces d'art contemporain au plus grand nombre. Puisque franchir le pas d'un musée ou d'une galerie n'est pas toujours chose aisée, les œuvres s'installent dans la ville. Le rapport est inversé et ce sont les œuvres qui viennent vers la population. L'art part à la rencontre des gens, de la population des villes et des villages de l'estuaire et a pour objectif de s'adresser à tous - et peut-être plus encore à ceux

9. Association CRDC-Lieu Unique, créée par Jean Blaise et présidée par Françoise Chedmail. Cette association, sous l'impulsion de Jean Blaise, a créé la biennale d'art contemporain Estuaire puis géré les éditions 2007 et 2009, avant d'en confier la gestion au *Voyage à Nantes* à partir de 2011.



Serpent d'océan de Huang Yong Pong © Dono Heneman

qui ont le moins souvent accès à la culture. Certains changements se sont opérés, notamment à l'échelle des petites communes, et *Estuaire* a donné à des gens l'envie de s'intéresser à l'art. À Paimboeuf par exemple, les habitants se sont appropriés le *Jardin Étoilé* de Kinya Maruyama qui se voit régulièrement être pris en photo, en arrière fond de clichés de mariés.

Dans un ces articles, *le Monde* est allé jusqu'à dire d'*Estuaire* « plutôt qu'une simple exposition, c'est la révolution de tout un territoire »¹⁰. La formulation ne manque sûrement pas d'excès, mais il est indéniable que l'évènement aura marqué l'esprit des ligériens et reste aujourd'hui inscrit dans le territoire avec ses vingt-huit œuvres pérennes.

D'autres manifestations encore font les beaux jours de la culture dans la capitale ligérienne. J'aurai pu développer dans cette partie des évènements tels que le *Festival des Trois Continents*, ou encore *Les Folles Journées* - aujourd'hui exportées dans le monde, à Tokyo, Buenos Aires ou Bilbao - mais ils ne font pas partie de la même stratégie culturelle mise en place par la mairie depuis presque vingt-cinq ans maintenant. Aujourd'hui Nantes continue de mener une politique culturelle audacieuse, parfois regardée de près par ses concurrentes mais aussi contestée par certains, et vient de franchir une nouvelle étape avec la création du *Voyage à Nantes*, que j'aborderai dans une partie ultérieure.

10. EMMANUELLE LEQUEUX (2012) - «Le Voyage à Nantes, une biennale pas comme les autres» - Cahier du «Monde» - Le Monde - Vendredi 15 juin - n°20964

le contexte de développement

« Valéry disait que les civilisations sont mortelles, sachons que les régions industrielles le sont aussi » Pierre Mauroy

On l'a vu, l'activité culturelle mise en place par la Mairie à Nantes est riche. Tous les événements culturels tels que ceux des *Machines de l'île*, les *Allumés* ou *Estuaire* participent d'une stratégie municipale. Mais avant d'être une réponse à une volonté de visibilité, ces politiques avaient à l'époque, l'ambition de relever la ville devant la grave crise qu'elle connaissait.

De grands projets urbains pour donner de l'envergure

Le constat de Jean-Marc Ayrault - lors de son arrivée à la tête de Nantes en 1989 - est celui que la ville doit éclater, s'ouvrir et s'épanouir. Ce n'est pas qu'une question d'image, mais de dynamisme, pour entraîner toutes les énergies et synergies vers le chemin de la croissance perdue. Nantes se meurt et se morfond devant la perte de ses industries. Il met alors en place des politiques urbaines ambitieuses pour relever la ville de ses cendres. Nantes est la première ville de France à retrouver son tramway après la guerre. Bien que le projet fut initié - et maintes fois mis en péril - dès 1977 sous le mandat d'Alain Chénard (PS), les travaux n'ont commencé qu'en 1981, avant d'être stoppés par le nouveau maire Michel Chauty (RPR) en 1983. Finalement, la première ligne a ouvert en 1984 et les socialistes revenus à la tête de la ville en

1989 étendirent ce réseau sous l'impulsion de Jean-Marc Ayrault. Dans un premier temps, ils décidèrent le prolongement de la ligne existante et la création de la seconde, puis dans un deuxième temps la réalisation des lignes trois et quatre. Le premier mandat de Jean-Marc Ayrault fut aidé par l'arrivée dès 1989 du TGV qui contribua à désenclaver la ville et l'ouvrir sur Paris et un bout de l'Europe.

Les années quatre-vingt-dix furent marquées par de grands travaux urbanistiques notamment dans le centre ville avec l'émergence d'une politique de canalisation de la circulation automobile, menant à la rénovation du Cours des Cinquante Otages, ou des Cours Saint-Pierre et Saint-André ainsi que la place Royale ou l'île Feydeau. Le grand projet urbain de Jean-Marc Ayrault restera celui de *l'île de Nantes*, initié dès la fermeture des Chantiers - qui sévissaient sur l'île - en 1987, avant de voir ses premières réalités à la fin des années quatre-vingt-dix et toujours en cours de chantier à l'heure actuelle.

Culture et dynamisme

En matière de développement urbain, grâce aux grands projets avec le tramway, la (non)voiture, le TGV, les rénovations urbaines ou les quartiers en émergence, la ville se relève peu à peu, fait preuve de dynamisme, de volontarisme et d'investissement. Mais après ce très bref bilan des mandats de Jean-Marc Ayrault, un fait structurant de sa politique a été oublié - volontairement bien-sûr - celui de la place de la culture dans son action. La ville a maintenant besoin d'actions pour montrer qu'elle est dynamique et qu'elle peut être présente dans le paysage européen et

international, qu'elle a de l'ambition, qu'elle agit, qu'elle est dans le mouvement, bref montrer que ça bouge !

Jean Blaise résume très bien la stratégie culturelle du Maire qui sera mise en place pour faire 'bouger la ville' : «*Les travaux urbanistiques sont là pour redresser la ville, le tram, l'île de Nantes .. Mais c'est très long ! Or, avec la culture, on peut agir très vite. La culture peut être une vitrine forte et fiable sur les intentions politiques que l'on peut avoir sur une ville*»¹.

Les grands projets urbains sont là pour redonner de la vigueur à l'économie, quand la culture est là pour donner et redonner une image positive et dynamique d'un territoire, redonner confiance aux habitants dans le but ... d'accueillir des investisseurs économiques et de nouvelles populations, la boucle est bouclée ! Jean Blaise a eu l'idée de faire redécouvrir leur ville aux Nantais à travers d'autres yeux que les leurs. «*Bougez-vous ! C'était ça le message. Vous ne pourrez pas indéfiniment porter le deuil de la Navale, un monde s'est éteint, un autre va renaître .. La ville était investie pas des esthétiques avant-gardistes venues d'ailleurs. Nous adressions ainsi un signal très fort à la jeunesse*»².

Un tramway nommé des arts

Pour accompagner le développement du tramway, la municipalité avait décidé, d'agrémenter le tracé d'interventions artistiques. Toutes plus ou moins

furent des fiascos. La première intervention est décidée en 1992 et réalisée deux ans plus tard : l'aménagement de la place du Commandant l'Herminier, au niveau de l'arrêt Chantier Naval de la ligne une. Pour ce faire, la ville a fait appel à un artiste de renom, Dan Graham, s'achetant grâce à ce grand nom de l'art, une vitrine sur l'international. Malheureusement l'opération est un échec. La place nommée par l'artiste *Nouveau Labyrinthe* prend des airs de désert minéral, surélevé d'un mètre par rapport au niveau de la rue, la rendant presque inaccessible, et coupant tout lien avec la ville. Très vite elle se dégrade, les plaques se décollent, sont recollées, mais rien n'y fait. En plus d'être une erreur artistique, l'oeuvre est un échec technique. Un procès a d'ailleurs eu lieu en 2006 entre Dan Graham et la Mairie de Nantes, l'artiste fut condamné à payer soixante dix mille euros à la ville, mais la somme ne fut jamais versée.

Sous l'impulsion de Laurent Théry³, six projets artistiques furent décidés le long des lignes de tramways. Là encore l'opération fut un échec. Sur les six projets, deux furent éliminés dès l'étude de faisabilité, et les mâts lumineux imaginés par Claude Levêque⁴ place Viarme ne verront jamais le jour.

Aucun des trois autres projets ne pu se vanter d'un meilleur bilan. L'oeuvre *Pied-à-terre de lumière* de

1. JEAN BLAISE - «Entretien avec Jean Blaise, initiateur de la biennale Estuaire» - Entretien audio - [En ligne] <http://www.fragil.org/focus/387>

2. Yannick Guin ,conseiller municipal et adjoint à la culture de 1998 à 2008

3. Alors directeur général de la communauté urbaine, depuis passé directeur de la SAMOA (Société d'Aménagement de la Métropole Ouest Atlantique), avant de rejoindre le projet Euralille en 2010, puis chargé du projet de l'agglomération Marseille-Provence auprès du gouvernement depuis 2012.

4. Claude Levêque a réalisé à l'occasion du festival Fin de Siècle en 1999 l'oeuvre Sentier Lumineux pour le Lieu Unique. Également en 2012 pour Estuaire, il a réalisé Mort en été, à l'Abbaye Royale de Fontevraud.

Rut Bles Luxembourg, place des Lauriers à Bellevue, un cliché représentant de l'eau qui coule, placé dans un caisson de verre illuminé, fut détruite par l'humidité, avant d'être remplacée. Mais la photo remplacée n'étant pas la bonne, l'installation « *pérenne* » a pris beaucoup de retard. Aujourd'hui elle subsiste, tentant de résister aux affronts de l'humidité. Entre la place Viarme et la rue Jean Jaurès, l'artiste belge Patrick Corrillon avait imaginé un banc envahi par des plantes grimpantes en acier. Mais selon une étude sur l'oeuvre, « *la position assise est rendue très difficile par la nature torsadée de la structure et rend quasi impossible d'y demeurer plus d'une minute* »⁵. Devant l'église Saint-Thérèse, l'artiste Liliana Moro nous avait proposé une installation composée de dix sièges colorés pivotants. L'appropriation était telle, que les sièges servaient de manèges pour les adolescents du quartier, avant d'être soit saccagés, incendiés, ou volés, mais jamais remplacés.

Cette opération visant à diffuser de l'art autour du tramway fut un cuisant échec. Une étude réalisée a mis en avant un gros manque de communication et de pédagogie autour de la mise en place des oeuvres, ainsi que la réalisation de mauvaises études techniques en amont.

L'île de Nantes

Pour le projet *île de Nantes* par exemple, la première étape - bien avant les premières planifications urbaines, *masterplans* et coups de pelleuses - a été

5. Citation extraite de MICHEL RAGOT - « Tramatisme. Commande publiques à foutre en l'art » - La lettre à Lulu - [en ligne] http://www.lalettrealulu.com/Tramatisme-Commandes-publiques-a-foutre-en-l-art_a1763.html (consulté le 9 juin 2013)



Quai Fernand Crouan - île de Nantes © Camille Sablé

de redonner sens au territoire et de mettre en évidence toute sa richesse et ses potentiels pour les habitants. Grâce aux *Allumés*, les habitants ont pu de nouveau traverser la Loire - non plus pour se rendre à l'usine - pour assister à des concerts, des performances, découvrir un monde culturel et artistique - qu'ils ignoraient peut-être - et ainsi découvrir sous un jour nouveau ces bâtisses, jadis majestueuses cathédrales industrielles, apprenant parfois à aimer ce qu'ils avaient détesté hier.

Le projet *Île de Nantes* a donc commencé par la découverte d'un territoire sous les auspices d'un événement culturel. Aujourd'hui nombre d'équipements culturels - au sens large du terme - sont abrités dans ces édifices, à l'instar des *Machines de l'Île* dans les nefs des Chantiers Dubigeon, de la *Fabrique* pour partie dans un ancien blockhaus, de lieux de fête dans les anciens *Hangars à Bananes*, ou encore du *Jardin des Fonderies* dans les anciennes halles des Fonderies de l'Atlantique.

Dès la fin des *Allumés*, des premières réflexions sont entamées sur le réaménagement de l'île par François Grether et Dominique Perrault (à qui on doit le nom Île de Nantes, ce dont il est fier de rappeler) entre 1991 et 1994. Puis en 1999 Alexandre Chemetoff remporte de concours d'aménagement. « Il est allé plus loin que la commande, en proposant, non seulement de sauvegarder des lieux ou des bâtiments emblématiques, mais de remodeler un territoire entier, tout en lui conservant sa structure, sa mémoire physique,



Palais de Justice - Jean Nouvel © Camille Sablé

son identité ». ⁶ Ce projet est d'abord un nouveau regard sur notre patrimoine, ici industriel. Il a fallu que le regard porté sur les friches change, accepter l'héritage dans sa totalité. Alexandre Chemetoff s'est employé à composer un tout, fait d'éléments distincts, en affirmant avec fermeté accepter l'héritage dans sa diversité.

C'est le Palais de Justice de Jean Nouvel qui a donné la première impulsion à ce nouveau territoire, par la réalisation d'un geste architectural fort, mais surtout en amorçant une nouvelle relation au fleuve. Alors que Nantes a toujours tourné le dos à la Loire, avec cet édifice elle s'y donne complètement. Cette idée est renforcée par l'aménagement du quai François Mitterrand et ses zones enherbées et piétonnes longeant le fleuve. C'est un véritable retour à la nature sur les berges de l'île, totalement redonnées aux habitants, nous faisant très vite oublier qu'en 2004 encore, ces espaces étaient infestés de parking sauvages.

L'île de Nantes, c'est un renouveau associant économie, culture et loisirs. Il est tout de même intéressant de voir comment le projet de l'île a évolué suivant cette donne culturelle. L'installation de l'Éléphant sur le Parc des Chantiers n'était pas du tout planifiée à l'origine du concours, mais au moment où Nantes Métropole en a décidé son installation en 2004, elle est venue changer et faire évoluer toute cette zone.

Maintenant cet endroit, avec l'Éléphant, les

6. FRÉDÉRIC GRAVELAINE - in THIERRY GUIDET (dir.) - La mutation d'une île - Place Publique - Chronique de l'île #1 - janvier 2009 - p11

Machines de l'île, le *Carrousel des Mondes Marins*, ses aires de jeux, ses pelouses descendant sur la Loire constituent ce que l'on pourrait appeler un parc de divertissement urbain, à vocation touristique et culturelle. Et ceci n'était pas prévu dans le projet d'Alexandre Chemetoff, alors qu'aujourd'hui, le visage extérieur de l'île de Nantes est bien celui des *Machines* et de l'*Éléphant*.

Quand l'art vole au secours des territoires

Comme on l'a vu dans l'introduction, l'art s'immisce dans l'espace public, dépasse les frontières habituelles de l'espace muséal pour entrer en interaction avec l'urbain. Un artiste peut intervenir pour donner un nouveau visage à un quartier par exemple - ce que l'on pourrait rattacher aux politiques d'embellissement du dix-neuvième siècle - ou encore redonner confiance aux habitants d'un quartier en difficulté, en les intégrant à une démarche artistique. Depuis 30 ans, face aux mutations urbaines, les artistes sont sollicités pour « *apporter des repères, générer du lien social et réconcilier les citoyens* »⁷, « *des nouvelles constructions aux espaces paysagers, en passant par des réhabilitations ou des restaurations de quartiers urbains, l'aménagement de l'espace public est désormais étroitement lié à l'élaboration et à la mise en place de projets*

7. EMMANUELLE CHÉREL - "Art et Anthropologie : Les rapports à l'altérité dans les projets artistiques en milieu urbain" - in : EMMANUELLE CHÉREL (dir.) - Art et Anthropologie - École Nationale Supérieure d'Architecture de Nantes - « Lieux Communs - Les Cahiers du LAUA » - n°9 LAUA - 2006 - p9



Nouveau regard sur le port de Saint-Nazaire par Velice Varini - Suite de triangles © Itak

artistiques»⁸.

Pour Jean Blaise introduire l'art dans l'espace public et faire des œuvres à caractère plus fonctionnel reste un rêve et selon lui « ce sera un aboutissement formidable, parce nous parviendrons à cette magnifique utopie d'introduction de l'art dans la vie, dans la ville, dans les moments quotidiens de l'aménagement du territoire »⁹.

Mais dans certains cas, l'art vole purement et simplement au secours des territoires - ou du moins tente de le faire - dans un sursaut d'orgueil après avoir tout essayé. « L'art est également vu comme un vecteur pour lénifier [...] des changements douloureux et conduire les villes en crise vers un avenir meilleur »¹⁰. Ce fut aussi le cas pour la région de la Ruhr en Allemagne qui a vécu - et vit toujours - les affres d'une terrible désindustrialisation. En 2010 cette région, a été élue Capitale Européenne de la Culture. *Ruhr 2010*, dont la devise était « *Le changement grâce à la culture - La culture grâce au changement* »¹¹, tente de contrer la fuite de ses industries et ses emplois en créant une région créative, artistique et culturelle. « *Que l'art soit doté de vertus curatives n'est pas seulement une*

8. ANDRÉA URBERGER - "L'art en espace public : pour quoi faire ?" - in : EMMANUELLE CHÉREL (dir.) - Art et Anthropologie - École Nationale Supérieure d'Architecture de Nantes - «Lieux Communs - Les Cahiers du LAUA» - n°9 LAUA - 2006 - p131

9. JEAN BLAISE - «Estuaire 2007, entretien avec Jean Blaise» - in ALAIN GRALEPOIS (dir.) - Estuaire 2007 - Éditions Région des Pays de la Loire - Revue 303 - n°97/07 - juin 2007 - p11

10. AMINE HAASE - «L'art ne guérit pas tous les maux» - in ALAIN GRALEPOIS (dir.) - Estuaire 2012: le paysage, l'art et le fleuve - Éditions Région des Pays de la Loire - Revue 303 - n°122/12 - juin 2012 - p 102

11. «Wandel durch Kultur - Kultur durch Wandel»

prétention idéaliste des artistes et des intervenants du secteur de l'art, ou une constatation des psychologues, mais un fait reconnu par les sociologues .. et les politiques »¹².

À Nantes, on le voit sur l'île, mais aussi - et à l'échelle de la métropole - avec la biennale *Estuaire*. Dans ce cas précis, l'ambition de l'évènement artistique était de venir panser les plaies du territoire, lui redonner confiance et surtout donner de la cohésion à un ensemble urbain aux frontières floues. Cette manifestation, c'est Jean Blaise qui en a eu l'idée, pour lui, le constat était simple « *La métropole Nantes<>Saint-Nazaire, ça existe économiquement, il y a Airbus, les Chantiers Navals. Mais dans l'esprit des habitants ça n'existait pas* »¹³. La manœuvre est éminemment politique et l'enjeu très fort : la volonté de mettre la première pierre d'un processus certainement très long, de créer une métropole influente du Grand Ouest de huit-cent-mille habitants de Nantes à Saint-Nazaire.

Décentralisation

Si l'action culturelle nantaise est éminemment d'initiative locale, elle a été rendue possible par un détachement de certains pouvoirs de l'État et de ses ministères en faveur des collectivités locales. En effet depuis les *lois de décentralisation de mars 1982*¹⁴ et

12. AMINE HAASE - « L'art ne guérit pas tous les maux » - in ALAIN GRALEPOIS (dir.) - *Estuaire 2012: le paysage, l'art et le fleuve* - Éditions Région des Pays de la Loire - Revue 303 - n°122/12 - juin 2012- p 102

13. JEAN BLAISE - « L'invité » - TV5 Monde - Diffusé le 19 juin 2012

14. Loi n° 82-213 du 2 mars 1982 relative aux droits et libertés des communes, des départements et des régions



Musée du Louvre-Lens - SANAA © Tourisme Pas-de-Calais

juillet 1983¹⁵, on assiste dans bien des domaines à une lente montée du local, et notamment dans le champ culturel et artistique. Nantes et sa collectivité sont ainsi entrées dans un contexte de concurrence, où il fallait bouger pour s'en sortir, et où il était désormais possible de le faire.

Plus de pouvoirs ont été donnés aux villes, avec plus de moyens d'actions, afin de prendre en main leur destin et ainsi entamer des politiques de séduction, face à un État de moins en moins présent. On peut corréliser à ce fait que, Nantes ayant dû faire face à son déclin économique, a dû mettre en place des mécanismes - puisque la loi le lui permettait - pour montrer qu'elle en avait fini avec ce contexte morose. Même si dès les prémices de ses politiques culturelles l'activité économique n'était toujours pas au beau-fixe, elle a ainsi montré qu'elle voulait s'en sortir et qu'elle redeviendrait prospère économiquement.

Pour ce faire, Nantes a procédé à un changement de son image, pour renvoyer aux étrangers, aux français, futurs habitants ou employeurs, une image positive d'elle-même. Et c'est ainsi que l'on a pu assister à une reconstruction de l'image de la ville par l'évènement, culturel en l'occurrence. C'est quelque part grâce à une stratégie de communication, ou de marketing, qu'elle a su redorer son blason, par l'organisation des évènements culturels cités plus haut.

Cette stratégie est à l'inverse de ce qui a pu se

15. Loi n° 83-663 du 22 juillet 1983 relative aux droits et libertés des communes, des départements et des régions en complément à la loi n°82-213

produire à Bilbao en Espagne - qui a également connu une désindustrialisation extrême - où la ville s'est vue accueillir un équipement culturel à rayonnement mondial. On peut appeler ce système le « *modèle Bilbao* ». La ville a su (re)devenir attractive, pouvant ainsi entamer un renouvellement urbain, suite à l'installation du *Musée Guggenheim*. En prime, le Musée est signé d'une architecture reconnue : Frank Gehry. C'est un modèle que l'on peut retrouver aujourd'hui à Lens ou à Metz avec l'ouverture du *Musée Louvre-Lens* (architectes : SANAA) ou du *Musée Pompidou-Metz* (architecte : Shigeru Ban). Nantes n'ayant pas d'équipement national ou international majeur, de *landmark*, elle a dû mettre en place une politique de l'évènement pour opérer un changement de son image.

« Nantes n'a pas de patrimoine »

« Nantes n'a pas de patrimoine, on va donc lui en créer un »¹⁶. Le constat est quelque peu rude et rapide, c'est néanmoins ce que Jean Blaise martèle dans toutes ses interventions publiques, lors de conférences, d'interviews ou d'articles. C'est pourtant ce qui l'anime depuis vingt ans, et ce à quoi il s'attache dans son action. Avouons le, la formule est alléchante : puisque rien n'existe et bien créons le ! Jean Blaise n'est pourtant pas le seul à faire ce constat, Benoit Meyronin (enseignant chercheur à l'Ecole de Management Grenoble, où il dirige l'Institut Management et Dynamique des Services) le fait aussi : « *l'attractivité se conjugue au présent, et non plus*

16. JEAN BLAISE - «La ville comme palimpseste ou reconstruire la ville sur elle-même» - Rendez-vous [compte] n°31 - Conférence à l'ensa Nantes - 23 octobre 2012

seulement au passé - le patrimoine - a fortiori pour les villes où, sans être inexistant, il n'est pas à la hauteur de celui des cités concurrentes »¹⁷. Notons-le, les propos de Benoit Meyronin sont plus nuancés, il ne parle pas tout à fait de patrimoine inexistant, mais d'un patrimoine qui ne serait pas suffisamment important pour faire concurrence avec d'autres villes. Partons de ce constat, que le patrimoine nantais serait moins important qu'ailleurs. On se dit effectivement qu'à Nantes il n'y a pas la Tour Eiffel, le Musée du Louvre, le Centre Pompidou, Notre-Dame comme à Paris, qu'à Nantes il n'y a pas la Basilique de Fourvière, le quartier de la Croix-Rousse, l'Amphithéâtre des Trois Gaules comme à Lyon, qu'à Nantes il n'y a pas Notre-Dame de la Garde, le Parc Borély ou le Vieux-Port comme à Marseille. Ou encore que Nantes n'a pas de grande franchise muséale mondiale comme on l'a dit précédemment avec Lens, Metz ou Bilbao.

Une politique culturelle ambitieuse de l'évènement est ainsi une manière de se constituer un patrimoine physique, par la création d'oeuvres pérennes (*Estuaire* notamment), mais aussi un patrimoine immatériel, venant compléter notre imaginaire collectif, déjà riche de films de Jacques Demy ou de l'univers de Jules Verne.

Autant d'éléments qui sont une réponse, à l'origine d'un contexte extrêmement préoccupant de déclin économique, mais qui permettent aujourd'hui à Nantes d'assurer sa place sur la scène nationale - et européenne - et de voir l'avenir plus sereinement.

17. BENOÎT MEYRONIN - Marketing territorial. Enjeux et pratiques - Éditions VUIBERT (2nd édition) - «Références Mana» - 2012 - p175



Drapeau pendant le Voyage à Nantes 2012 © Camille Sablé

Les effets sur la ville

Quels effets, tous ces efforts en matière de politiques culturelles ont eu sur la ville et pour la ville de Nantes? Ces effets sont relativement durs à analyser tant il existe quantité de facteurs entrants en jeu. Néanmoins il en résulte nombre de conséquences, qui toutefois ne sont pas à attribuer aux seules politiques en faveur des arts et de la culture.

Pléthore de classements

Rares sont les moments de répit sans qu'un hebdomadaire ou qu'un grand quotidien national en mal de lecteurs ne se lance dans une comparaison entre villes. Nous tâcherons de ne pas trop les citer ici. Certaines études classent les villes où il fait bon vivre, d'autres classent les meilleurs universités, le meilleur réseau de transport, les meilleurs restaurants, ou la ville qui sera la plus *eco-friendly*. On est assailli de chiffres, de données, de statistiques sans forcément prendre les précautions nécessaires à de telles études. Elles sont toutes éminemment discutables, tant elles sont variables de part leurs critères, leur pays d'émission, si elles sont locales ou non.

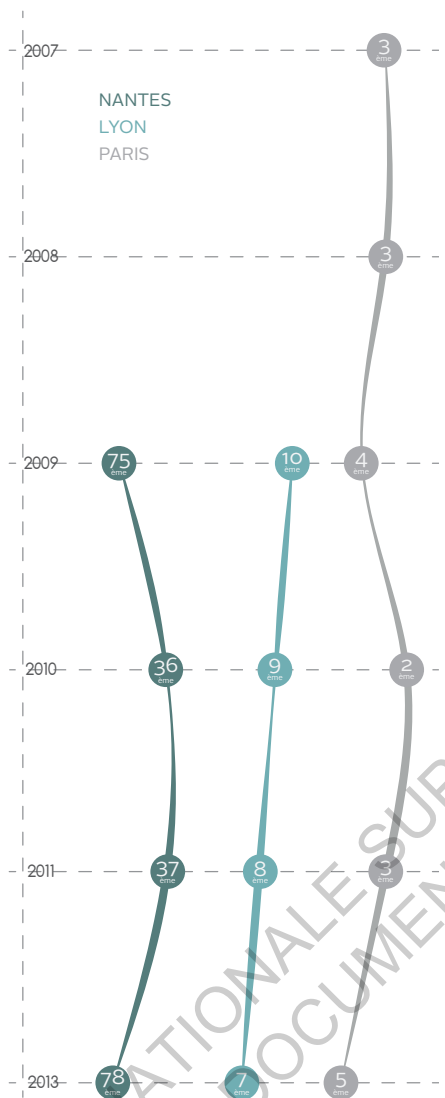
L'objectif ici n'est pas de montrer où se situe Nantes dans tous ces classements, si elle est la meilleure du monde ou de France, tant il est difficile, long et fastidieux d'établir un diagnostic correct et tangible, mais au moins de montrer - et ce n'est déjà pas rien - qu'elle figure dans ces classifications. Voir où se situe Nantes dans ces études est d'autant

plus difficile que ce qui nous intéresse ici (les critères d'ordre culturels) ne sont pas prépondérants dans la plupart de ces classifications. Nous pouvons néanmoins en retirer quelques éléments.

Par exemple, dans les études commanditées par la DATAR (Délégation interministérielle à l'Aménagement du Territoire et à l'Attractivité Régionale) sous la conduite des géographes du GIP-Reclus de Montpellier, de 1989 et 2003, Nantes navigue au delà de la cinquantième place sur les cent-soixante-dix villes européennes sondées, au même niveau que des villes comme Dublin, Porto, Montpellier, Lille, Bordeaux ou encore Bilbao. On peut remarquer qu'entre ces deux études, Nantes a progressé, alors qu'elle a subi un choc économique au début des années quatre-vingt. Même si la place dans le classement n'est pas extrêmement bonne, restons modeste, Nantes est une petite ville de province, qui ne pèse pas grande chose à l'échelle européenne. Cependant, selon Blandine Chavanne (directrice du Musée des Beaux-Arts de Nantes), « *c'est extrêmement important aujourd'hui d'être présent d'une façon lourde au niveau national. Nantes est quand même au fin fond du bout de l'Europe, on est complètement à l'ouest. Après Nantes, c'est les poissons ! Puis l'Amérique !* »¹

On peut aussi noter que Nantes a fait son entrée dans le classement de l'agence australienne *zthinknow* dans le top 100 des villes innovantes (cf. graphique : *Évolution de Nantes, Paris et Lyon dans Top 100 world cities for an innovation economy*).

1. Entretien avec BLANDINE CHAVANNE (directrice du Musée des Beaux-Arts de Nantes) - Réalisé le 23 avril 2013



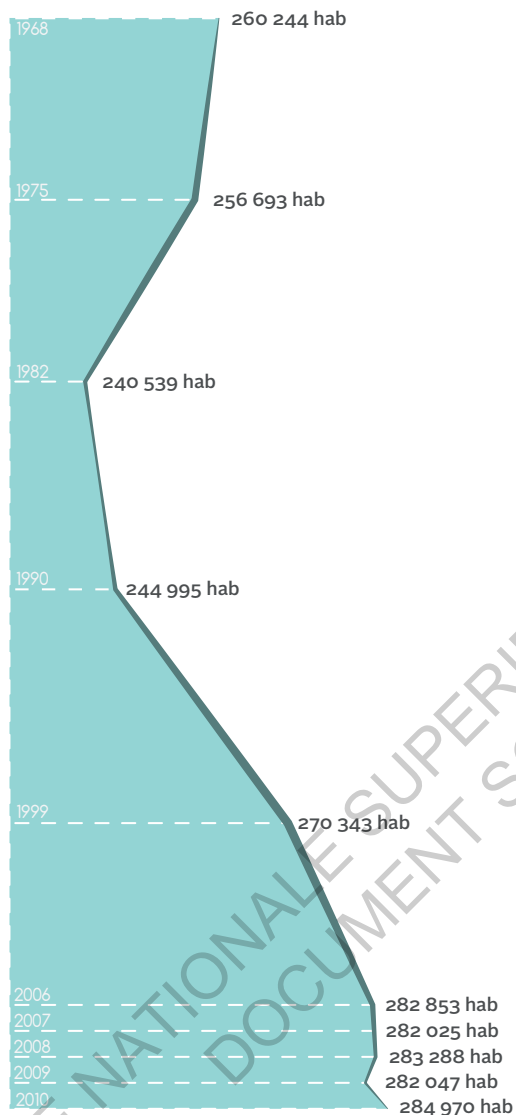
Évolution de Nantes, Paris et Lyon dans Top 100 world cities for an innovation economy. Source : zthinknow

Ce classement prend un peu plus en compte le facteur culturel, même si l'agence se cantonne aux « *biens culturels* », des arts jusqu'au sport ... Il est très difficile d'analyser ces résultats par le simple fait qu'entre 2009 et 2010 Nantes a gagné quarante places au classement mondial, avant de les reperdre l'année suivante. Nous pouvons noter cependant que Nantes figure très loin derrière des villes françaises telles que Paris, Lyon ou Marseille.²

Au niveau national, il est encore plus difficile de mesurer dans les différentes études où Nantes pourrait se situer, chaque journal y allant de son classement et de ses critères. D'un point de vue général, on peut dire sans trop de doutes que dans les classements nationaux, Nantes figure à un très bon rang dans les villes où l'on vit le mieux, les villes attractives ou encore les villes actives. « On n'arrête pas d'entendre que Nantes est une des villes les plus agréables à vivre, ce n'est pas pour rien non plus, c'est à cause de l'offre culturelle, c'est aussi à cause de tous les services possibles »³. En matière économique, Nantes est au septième rang pour son PIB par habitant en France (source : *Le Journal des Entreprises*, 2012), quatrième ville championne pour son dynamisme (source : *ibid.*) et au sixième rang pour le dynamisme de sa politique culturelle derrière Lyon, Marseille, Lille, Bordeaux et Rennes (source : *L'Express*). Selon l'INSEE, Nantes a gagné près de quarante mille habitants depuis 1990, et figure dans les premières places en terme de

2. 2THINKNOW - [En ligne] www.innovation-cities.com (consulté le 10 mai 2013)

3. Entretien avec BLANDINE CHAVANNE (directrice du Musée des Beaux-Arts de Nantes) - Réalisé le 23 avril 2013



Évolution de la démographie à Nantes depuis 1968. Source : INSEE

création d'emploi et de démographie (cf. *Évolution de la démographie à Nantes depuis 1968*).

Arrêtons ici avec les chiffres, on le sait, Nantes fait figure de bon élève, en chef de file des villes de l'Ouest. Mais il faudrait ajouter à ces suites interminables de chiffres la dimension culturelle, elle, difficile à quantifier. On sait combien le musée Guggenheim a fait pour la renommée internationale de Bilbao. Mais la *Folle Journée*, *Royal de Luxe*, le *Lieu Unique*, les *Machines de l'Île*, le *musée des Beaux-Arts*, celui du *Château*, ou encore *Estuaire*, sont parmi d'autres, autant de symboles porteurs d'images et des éléments de rayonnement à l'international. Or ces aspects du domaine des représentations sont mal reconnus dans les classifications, parce que délicats à mesurer objectivement. Il n'empêche qu'ils donnent de la ville en terme d'image, une notoriété à prendre en compte. Il n'est pas rare de voir dans différents écrits ou journaux que Nantes a une vie culturelle riche, active et ambitieuse. On l'a vu dans les faits, et ceci est reconnu de l'extérieur. « *Nantes est devenue une ville à la mode. Elle le doit pour beaucoup au bouillonnement culturel qui l'agite depuis une quinzaine d'année.* »⁴

On peut donc dire que Nantes jouit plutôt d'une bonne image - reste à savoir où s'arrêtent les frontières de ce rayonnement - et d'une bonne notoriété. Il est par ailleurs assez surprenant de constater qu'il est habituel d'entendre qu'il fait bon vivre à Nantes, que l'on s'y sente bien, que la ville est agréable mais sans forcément réussir à définir exactement pourquoi.

4. BENOÎT MEYRONIN - Marketing territorial. Enjeux et pratiques - Éditions VUIBERT (2nd édition) - «Références Mana» - 2012 - p181



La Petite Géante - Spectacle El Xolo - 2011 © Wannyy

C'est comme si la ville n'avait pas de forte identité, mais un pouvoir de séduction, cependant difficile à formaliser.

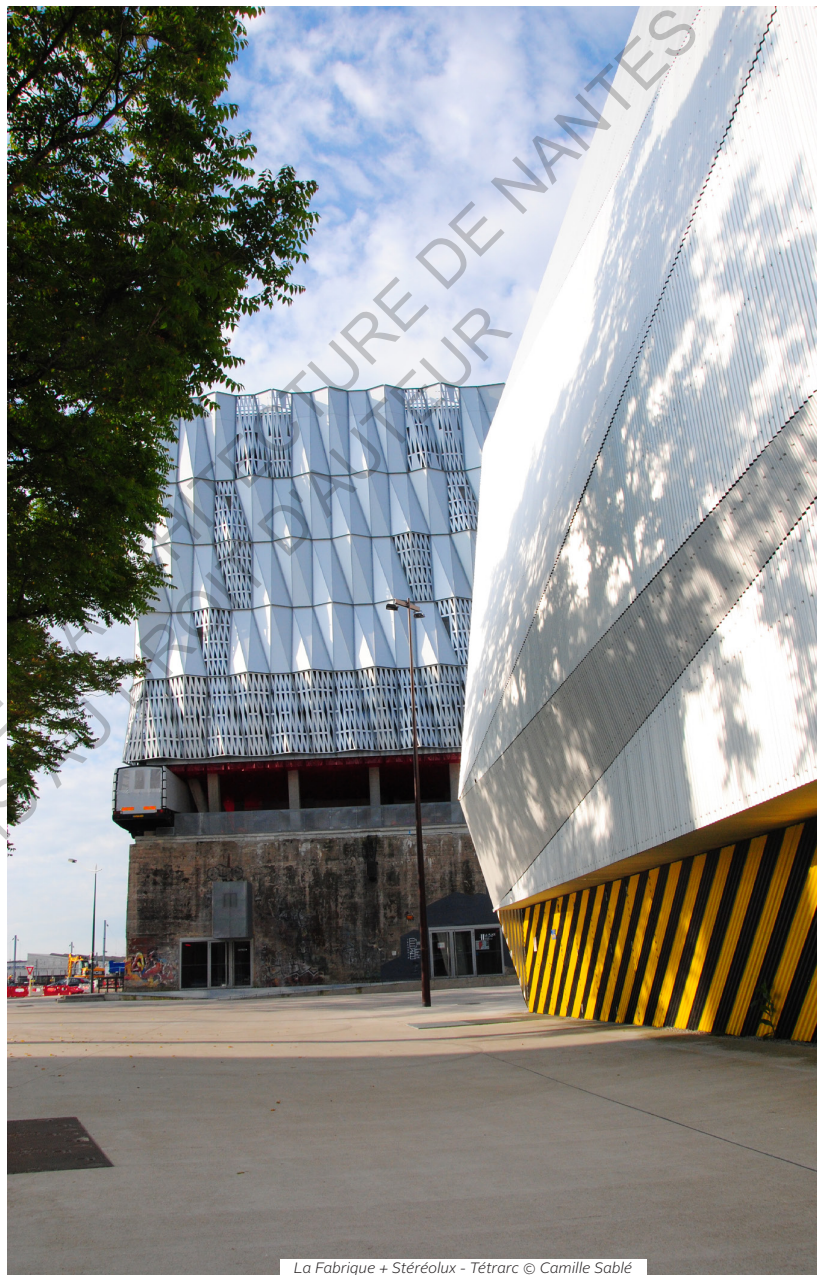
Nantes, ville créative

Nantes est en train d'acquérir le statut d'une *ville créative*, à l'instar de Saint-Étienne, Londres ou Paris comme le diraient certains⁵. Le fer de lance de cette appellation est le *Quartier de la création*. Si l'on en croit les sources sûres dudit site web *creationduquartier.com*, un tel quartier serait : « *quartier de la création (n.m) : Outil d'aménagement et de développement économique visant à créer les conditions du foisonnement créatif du territoire.* »⁶

Forte de toutes ces actions en terme de culture, la ville se serait alors dotée d'un outil économique visant à amplifier ce phénomène et d'asseoir son statut de *ville où il fait bon créer*. Ce quartier s'inscrit sur l'île de Nantes, au carrefour entre l'École d'Architecture, la Fabrique, le pôle des Arts Graphiques, les Machines de l'île et la future École des Beaux-Arts (dans les halles Alstom), mais est aussi riche d'un réseau de nouvelles *entreprises créatives* réunies dans une ancienne friche industrielle. Le but étant de faire émerger un pôle d'excellence européen dans le domaine des industries culturelles et créatives. L'équipe du *cluster* est rattachée à la SAMOA (Société

5. FABRICE GILARD et GINA DI ORIO - Nantes, cité créative ? - [en ligne] <http://www.idilenantes.com/nantes-cite-creative/> (consulté le 11 mai 2013)

6. CRÉATION DU QUARTIER - [En ligne] <http://creationduquartier.com/fr/article/présentation> (consulté le 11 mai 2013)



La Fabrique + Stéréolux - Tétrarc © Camille Sablé

d'Aménagement de la Métropole Ouest Atlantique).

La Fabrique, laboratoire(s) artistique(s) est un outil de la municipalité - faisant partie de ce *Quartier de la Création* - pour développer les émergences artistiques. *La Fabrique* est finalement un réseau, dont la tête de gondole est la *Fabrique Île de Nantes* qui a ouvert récemment, mais est aussi composée de deux autres Fabriques, à Dervallières et à Chantenay. Ce projet municipal prend son origine dans la coopération entre cinq associations nantaises : Apo33, Mire, Microfaune, Tremolino et Songo. Même si ce phénomène est nouveau à Nantes (début des années 2000), c'était un fait déjà existant dans les années quatre-vingt et quatre-vingt-dix, notamment à Berlin ou Rio de Janeiro.

La fabrique vient de *fabrica* (*n.f. lat.*), lieu de production, lieu des productions. C'est aussi une évocation à la *Factory* de Andy Warhol. C'est à l'origine, à l'initiative d'artistes, un lieu d'expression artistique, libre, dans une culture *trash* et *underground*. L'idée de ces fabriques est la mutation d'une fabrique industrielle vers une fabrique culturelle. Les lieux sont réaménagés par des plasticiens, qui pour gagner leur vie, organisent des concerts, avec des musiciens, des danseurs ... Ainsi ces édifices, ex industries, revivent sous les augures de la création artistique.

Le projet des Fabriques à Nantes - et même celui des *Allumés* - est très inspiré de qui s'est passé à Rio ou Berlin, à la différence près - notable tout de même - qu'ici l'initiative est municipale - et donc politique - et pas artistique. Les Fabriques sont estampillées « *Ville de Nantes* », et la *Fabrique Île de Nantes* est un des équipements référence du Quartier

de la Création. Ce genre d'initiatives se multiplie grandement actuellement, avec notamment les *Folies* de Lille, la *Fabrique Culturelle des Anciens Abattoirs* de Casablanca, la *Fabrique du Mirail* à Toulouse, et même dans des villes plus modestes, telles de Lorient ou Caen.

La ville événementielle

Il y a au moins deux sortes de villes culturelles. Celles qui disposent d'un grand équipement public, d'un *landmark*, qui diffuse la culture à ses propres habitants, tout en étant visible depuis l'extérieur. Il y a aussi celles qui organisent ou accueillent des événements sur un temps souvent très court à intervalles plus ou moins réguliers pour le bonheur de ses concitoyens et attirant les convoitises de ses concurrentes.

Dans ce second cas, la ville culturelle est événementielle. « *Le terme de ville événementielle pourrait désigner alors la manière dont les villes tendent à se positionner, sans intermédiaire, comme porteuses d'un projet urbain spécifique et actrices dans une concurrence inter-métropolitaine. Les formes que prennent ces positionnements sont variées mais s'organisent le plus souvent autour de la réalisation de grands événements sportifs, politiques, artistiques et culturels à vocation internationale mais aussi dans la promotion d'une image globale.* »⁷

7. PHILIPPE CHAUDOIR, « La ville événementielle : temps de l'éphémère et espace festif », *Géocarrefour* [En ligne], Vol. 82/3 | 2007, mis en ligne le 26 mars 2008, <http://geocarrefour.revues.org/2301> (consulté le 10 mai 2013)



Nuit Blanche - Mon repos aux Tuileries par Claude Levêque © Vincent Desjardins

Toujours sous les effets de la décentralisation - mais aussi de l'accroissement de la compétition mondiale - peu à peu les villes se substituent aux États, se battant dorénavant entre elles non plus sur des critères économiques, mais *d'art de vivre*. Avant que les villes ne prennent le pouvoir, les États organisaient ce genre d'événement à la portée mondiale tendant à l'autopromotion. Si vous me permettez une parenthèse, il est étonnant de noter qu'à l'époque en l'honneur de ces Expositions Universelles ou autres expositions internationales, des monuments étaient érigés - à la gloire du pays accueillant et de l'événement en question - tel que la Tour Eiffel ou l'Atomium. Ces édifices n'étaient pas destinés à la pérennité, alors qu'ils constituent les monuments d'aujourd'hui ... Comme quoi l'événement peut fabriquer du patrimoine.

Et Nantes est de celles-ci, qui depuis vingt ans, organisent des événements culturels, parce que l'événement fait la métropole et permet de l'installer au cœur de son agglomération, mais aussi parce l'événement est un outil de reconquête des territoires. L'événement peut prendre plusieurs formes, celle de la fête (des lumières, de la bière, pour des titres sportifs ...), celle des grands sommets internationaux (G8, G20 ...), celle des compétitions sportives (JO, Coupes du Monde ...), celle des festivals et événements culturels (Capitale Européenne de la Culture ...).

Dans certain cas, l'événement culturel peut être beaucoup plus éphémère et subtil, de l'ordre de l'expérience, comme *Nuit Blanche*, où le visiteur part à la redécouverte d'un quartier, ou d'un bâtiment dans

un contexte magnifié par l'intervention d'un plasticien. « *Au temps de l'éphémère, en effet, semble correspondre souvent un espace de l'exception, de l'extra-ordinaire, espace où précisément peuvent s'exprimer de puissantes manifestations d'ordre symbolique même si elles se déroulent dans de courtes durées.* »⁸

À chaque fois, l'objectif est de créer des événements rassembleurs, générateurs d'un potentiel identitaire.

Dans le cadre de Nantes, les événements culturels seuls ne font pas d'elle une ville événementielle, les rendez-vous internationaux de la Cité des Congrès y contribuent aussi, mais ils ne sont pas porteurs de valeurs d'identité, du moins pas pour les habitants.

On pourrait rajouter que Nantes - à l'instar d'un mouvement général - tend à devenir une ville « *expérientielle* »⁹, ce qui consiste à la modification d'un lieu connu au fil des interventions de plasticiens, designers, architectes, concepteurs lumières ... et amener le visiteur/habitant à une expérience poétique, inédite, en décalage avec ce qu'il avait l'habitude de voir.

Glissement de terrain

Nantes est une ville culturelle qui a décidé et assumé de sortir - il y a près de vingt-cinq ans - de son déclin économique par la culture. C'est l'avènement de

8. Ibid.

9. PHILIPPE CHAUDOIR, « La ville événementielle : temps de l'éphémère et espace festif », Géocarrefour [En ligne], Vol. 82/3 | 2007, mis en ligne le 26 mars 2008, <http://geocarrefour.revues.org/2301> (consulté le 10 mai 2013)

la ville culturelle en réaction à la crise économique. Ce qui a mené à une politique culturelle et événementielle. Mais peu à peu, la ville est en train de dérapier - c'est un dérapage contrôlé ! - vers une politique touristique de la culture et de l'événement. Aujourd'hui, les objectifs ont changé, la croissance est là, la ville va bien - elle voit la vie en rose - mais il faut séduire, toujours. Qui ? Le touriste.

Même si les actions culturelles et les événements peuvent sembler les mêmes, les objectifs eux évoluent. Il est clair que celui des *Allumés* en 1990, n'était pas du tout le même que le furent ceux des trois éditions d'*Estuaire*. Après vingt ans d'actions politiques, urbaines et culturelles, le décor est planté : la ville est renouée, elle accueille de nouveaux investisseurs et de nouveaux habitants. Nantes se reconstruit sur elle même et les voitures ont disparu laissant la place aux vélos. « *Pour se faire attrayante une ville doit inventer des patrimoines alternatifs, être capable de raconter une histoire car les touristes ne se contentent plus de regarder le monde : ils tentent de la comprendre et de le rêver.* »¹⁰

Le voilà le nouvel objectif de la ville, celui de séduire à nouveau, mais de nouveaux publics. Hier, elle devait se réinventer pour subsister, aujourd'hui elle doit se réinventer pour prospérer. Avouons qu'elle est montée en gamme ! Il faut dorénavant avoir la capacité à raconter une histoire, à inventer de nouveaux patrimoines imaginaires pour devenir une destination

10. JEAN-DIDIER URBAIN « Tourisme urbain : inventer des patrimoines alternatifs » - in JEAN-CLAUDE MURGALÉ (dir.) - De Flaubert à Spiderman, la voyage à Nantes- Place Publique - #31 - Janvier Février 2012 - p37

touristique urbaine. Pourtant dès 1919, Henri Corsin (député de la Loire à l'Assemblée Nationale de 1932 à 1936) affirmait « *le développement du tourisme ne peut plus se limiter à la seule visite de ses monuments* »¹¹. Ça tombe bien puisque Nantes n'en a pas, selon Jean Blaise ...

Pour attirer, les villes doivent s'inventer des patrimoines alternatifs. Jean Didier Urbain (anthropologue - Paris Descartes) dans la revue *Place Publique* distingue plusieurs axes qui manifestent d'autres modes de découverte de la culture. Il y a « *le tourisme ordinaire* », ou ethnographique, qui valorise les habitants et les habitudes du lieu visité; mais aussi le « *tourisme chez soi qui fait du résident un touriste dans sa propre ville sur laquelle il jette un regard neuf, où il rompt avec les itinéraires habituels, où lui prend la fantaisie de pique-niquer ...* »¹². Il en caractérise un dernier, celui du patrimoine narratif, où la ville n'est plus valorisée par les attractions qu'elle propose, mais par sa capacité à raconter une histoire, à transporter le collectif vers un ailleurs grâce à la fiction.

La ville touristique ne peut pas ne pas être culturelle, alors maintenant que Nantes est culturelle, elle va devenir touristique.

Ce changement vers une politique à vocation plus touristique s'est opéré au début de *Estuaire* dont la vocation était une mise en tourisme et un

11. DIDIER GUYVARCH - «Nantes dans les guides touristiques depuis 1840» - in JEAN-CLAUDE MURGALÉ (dir) - De Flaubert à Spiderman, la voyage à Nantes- Place Publique - #31 - Janvier

12. JEAN-DIDIER URBAIN «Tourisme urbain : inventer des patrimoines alternatifs» - in JEAN-CLAUDE MURGALÉ (dir) - De Flaubert à Spiderman, la voyage à Nantes- Place Publique - #31 - Janvier Février 2012 - p38

aménagement territorial de la métropole et de l'estuaire. Yves Michaud (philosophe) disait déjà en 2007 : « Ce type d'opération a des finalités sociales, créer du lien social, de la sociabilité, des rencontres, mais vise aussi à attirer du monde, à développer le tourisme culturel. Toutes ces manifestations me passionnent, je les mets en relation avec le tourisme, le tourisme culturel, et tout tourisme est plus ou moins culturel. Or, d'habitude, on fait les choses pour les autres; le touriste, c'est celui qui va voir l'identité des autres. Là c'est de l'identité locale, régionale que vous fabriquez ».¹³ Fabriquer du local quand on vise un public global, en voilà un beau dessein. La mise en tourisme de la ville continue aujourd'hui dans un cadre certainement encore plus affirmé, que nous verrons par la suite.

La ville de Nantes est souvent vantée pour sa culture. Des dirigeants étrangers viennent admirer *l'Éléphant, Estuaire* a eu une bonne visibilité européenne. Mais elle n'est pas la seule sur ce créneau. Lille est très souvent citée aux côtés de Nantes comme ville référence en matière de politique des arts de la culture. Ces deux villes seraient-elles en train de dessiner un nouveau modèle, un nouveau paradigme culturo-touristique, où culture et tourisme fileraient le parfait amour ? Une chose est sûre, elles sont engagées dans une course, dans la quête d'une reconnaissance et d'une visibilité certaine, dans laquelle elles ne sont pas les seules.

13. YVES MICHAUD - «Le débat (Jean Blaise, Michel Luneau et Yves Michaud)» - in JEAN-CLAUDE MURGALÉ (dir) Estuaire 2007 : esbroufe ou coup de génie ? - Place Publique - #04 - Juillet Août 2007 - p83

Séduction, fatalisme et exotisme

Alors que le tourisme est la première activité économique mondiale¹, bien au delà des enjeux culturels, il représente une manne financière énorme, où chacun veut revendiquer sa part. Et c'est ce que les villes ont parfaitement compris. Nous sommes entrés dans un nouveau temps, celui du tourisme et du shopping, où ce ne sont plus les ateliers tunisiens ou chinois qui sont à craindre, mais les villes comme Abu Dhabi, Shanghai ou Dubai-City, qui par des investissements énormes et campagnes de communication, ont su faire venir à elles les créatifs afin d'adopter le statut de *ville touristique*. Les villes modernes ont opéré à de changements tels, que d'un statut de villes de production il y plusieurs décennies, elles sont devenues des lieux de consommation. Elles sont moins des territoires de production, que le terreau d'une activité de consommation et de loisirs. En utilisant leurs atouts d'antan, elles occupent des zones délaissées, vacantes de l'industrie, par de nouveaux moyens de communication et de création.

Et c'est dans une guerre acharnée qu'elles s'affrontent pour ne plus devenir des lieux de production - ironie du sort - mais de purs lieux de consommation, où le culturel serait un bien comme un autre. Elles usent pour arriver à de telles fins, d'outils

1. Le tourisme est devenu la première industrie selon l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT). Elle représenterait 12% du PIB Mondial et emploierait plus de 200 millions de personnes (8% des actifs). Source OMT 2008

de communication et de marketing, dès lors qu'elles les maîtrisent. Les villes entrent alors dans un jeu de la séduction, et s'inventent des histoires pour devenir belles et désirables pour ceux qui y vivent, mais surtout pour ceux qu'elles souhaitent attirer.

On pourrait alors se demander à quoi bon, pourquoi vouloir tant et plus et toujours plus attirer, être séduisant, beau et performant ? Il est évident que les villes, territoires d'accueil des hommes, ont à cœur le bonheur de leurs concitoyens. Pour accéder à ce bonheur, elles doivent faire en sorte que chacun ait accès à un logement, de quoi travailler afin de subvenir à ses besoins, de quoi se divertir, puisse être heureux finalement. Mais une fois tout cela acquis, à quoi bon tendre à toujours plus de visibilité, si ne c'est que pour briller plus fort que son voisin ?

Mais répondre à ces questions d'*aquoiboniste*, revient sans doute à réinterroger le progrès, l'homme et la société capitaliste dans laquelle il évolue, jusque dans ces principaux fondements. À partir du moment où le système capitaliste dans lequel nous évoluons est basé sur la propriété privée, une recherche constante du profit et d'accumulation du capital, les opérations de séduction et d'attraction menées par les villes ne semblent être que parfaite adéquation avec notre système actuel. Il n'empêche, il est une chose d'attribuer les torts à un système en place depuis plusieurs siècles, mais il en est une autre d'y contribuer.

Interroger l'homme sur ce sujet revient à questionner notre nature même en profondeur, à remettre en question nos propres désirs, à émettre des doutes sur les conséquences de nos actions. Ce serait pour certain du fatalisme, ou même du défaitisme,

prônant que la vie peine à être vécue. À bien écouter Serge Gainsbourg², un *aquoiboniste* serait un homme triste, un idéaliste ou un *je m'enfoutiste*. Ludwig Wittgenstein (philosophe) disait : « *Un moment vient où la bêche se retourne et où rien ne sert de vouloir creuser davantage. Quel est ce point ?* ». Aucune réponse précise ne sera apportée ici, le sujet est ailleurs, il reste néanmoins intéressant de se demander jusqu'où l'homme peut aller et où s'arrêtera t'il.

Avec l'avènement de l'ère des transports, de la consommation, de la mobilité, de la communication, l'homme moderne serait en train de redevenir le nomade qu'il était, non plus à la recherche de nourriture mais d'un idéal qui serait ailleurs, exacerbé par une quête sans fin vers l'inconnu et l'exotisme. Ce qui est exotique est par définition inconnu, puisque généralement distant, appartenant à un pays étranger, lui conférant ainsi un caractère original, de par sa provenance lointaine. De l'*homo Erectus* à l'*homo Sapiens*, l'homme postmoderne serait en train de dériver vers l'*homo Touristicus*³.

Aussi sédentaire que nous soyons, partir en quête d'exotique est devenu un fait prépondérant à nos modes de vies. Le tourisme est un fait central dans notre culture contemporaine. Pas une seule journée sans que l'on n'entende parler de la dernière destination à la mode vantée par une *bimbo* en bikini allongée dans un décor idyllique plus vrai que nature.

2. SERGE GAINSBURG - L'Aquoiboniste - années 70

3. Expression empruntée à JEAN-CLAUDE PINSON - « Critique de la déraison du tourisme » - in JEAN-CLAUDE MURGALÉ (dir.) - De Flaubert à Spiderman, la voyage à Nantes- Place Publique - #31 - Janvier Février 2012

Pas une journée sans que l'on ne pense à notre futur voyage, espérant voir arriver les prémices d'un été qui n'arrivera pas. Pas une seule journée sans que l'on n'entende à longueur de temps à quel point les îles au soleil sont des endroits magiques, surtout l'hôtel. Pas une seule journée sans son lot de jeux concours promettant la découverte d'un exotisme et d'un folklore hors du commun.

Mais d'où vient ce besoin qu'a l'homme, celui de vouloir partir, de quitter ses racines l'espace d'un temps et d'entamer une rencontre avec l'inconnu ? Ce serait une sorte de besoin physiologique, aussi nécessaire que vital, que celui de se nourrir ou de dormir. Pourtant le tourisme subit des critiques de toute part.

La crainte du tourisme est d'abord liée à celle de la peur de l'étranger, celle de découvrir un inconnu venu d'ailleurs, qui pourrait nuire. C'est la peur d'être envahi, de voir bousculer ses petites habitudes par des hordes de touristes qui munis de leurs *iPads* photographient tout et n'importe quoi, puisque finalement tout est devenu photographiable. Pour les écologistes, le tourisme est responsable de la dévastation de la planète. Curieux revirement de situation pour une pratique qui à l'origine est celle de découverte et de compréhension du monde qui nous entoure. Difficile de découvrir et de réenchanter ce que présentement nous détruisons. Il est évident que le tourisme doit rester un droit pour tous, de quel droit empêcher aux autres ce que nous pratiquons déjà à outrance. Mais le problème est toujours le même, quand le tourisme devient une culture de masse et permet à des flots continus de personnes de se rendre

aux mêmes moments dans les mêmes endroits, on en atteint les limites !

C'est ainsi que le philosophe-poète Heidegger décrit un monde où l'industrie culturelle est devenue déterminante, à l'ère des médias de masse, avec la publicité, la télévision, le marketing, de tout illimité, par « *le culturel* » qui représente selon lui « *le stade terminal du capitalisme* ». Reste à savoir si cela représente la phase ultime, avant un changement significatif d'époque, ou bien le point de non-retour, dans lequel une fois engagé, il sera impossible de se dépêtrer.

Avec la culture de masse et l'industrie culturelle, nous entrons dans un monde de *l'entertainment*, où tout est bon pour attirer le touriste, jusqu'à aller fabriquer un exotisme frelaté. Les musées deviennent alors les nouveaux sanctuaires de la religion capitaliste moderne, et tout peut devenir musée, tout et n'importe quoi. Je me garderai bien ici de partir à la recherche de tous les noms de musées les plus improbables et les plus farfelus, de peur d'être effrayé par le résultat.

Gageons que cette course effrénée vers une recherche de la singularité, tout en uniformisant notre société ne marque un pas, au risque de voir se transformer le monde en une pâle copie d'un *Disneyland* généralisé ou règnent le simili, le pseudo et le kitsch.

le voyage à nantes

Depuis les débuts de la politique culturelle engagée par Nantes et Jean-Marc Ayrault, les objectifs se sont peu à peu affinés, partant d'une volonté de relever la ville, il y a près de vingt-cinq ans, jusqu'à une mise en tourisme progressive depuis *Estuaire*. Cette vocation de mise en tourisme s'amplifie au point de devenir l'un des objectifs principaux de la culture nantaise aujourd'hui. Alors qu'elle n'était qu'un embryon il n'y a encore que quelques années, cette nouvelle ambition a depuis parcouru du chemin dans la tête de Jean Blaise et de l'ex CRDC¹, mais aussi dans celle des institutions et dirigeants politiques.

1. Centre de Recherche pour le Développement Culturel. Centre fondé en 1982 par Jean Blaise pour le développement culturel. Ce «laboratoire culturel», à l'origine installé à Nantes, fut déplacé (étant devenu indésirable à Nantes) à Saint-Herblain, avant de revenir à Nantes après l'élection de Jean-Marc AYRAULT

Script de « Jackie et Julie »

film promotionnel réalisé par Gaëtan Chataigner,
avec Julie Depardieu et Jackie Berroyer

Julie : *Y a des mecs bien barrés ici.*

Jackie : *Ha bah c'est Nantes, t'as entendu parler de ce qu'il va y avoir cet été?*

Julie : *Bah oui quoi, après le printemps tu veux dire ?*

Jackie : *Et bah ils font des trucs ..*

Julie : *Des trucs comme quoi ?*

Jackie : *Bien barrés.*

Julie : *Genre quoi ?*

Jackie : *Ouais, bah, ouais, hyper déconnotaire. Ouais .. Bah des trucs sur terre, des trucs en l'air ..*

Julie : *Et puis dans l'eau non ?*

Jackie : *Et bah si, dans l'eau ! Dans l'eau aussi.*

Julie : *Ouais c'est total quoi !*

Jackie : *Y aura 50 trucs nouveaux*

Julie : *Des marionnettes ?*

Jackie : *Non non, pas des marionnettes, des trucs qu'on verra pour la première fois.*

Julie : *Par exemple ?*

Jackie : *Il y aura des, .., comment je pourrais te dire ça ..*

Julie : *Jackie*

Jackie : *Ha oui, la plus grande crêperie du monde ! Tu pourras manger des crêpes avec ce que tu veux. Des stars t'apporteront des crêpes, te serviront les crêpes. C'est un peu le festival de Cannes de la crêperie. Tu*

vois y aura un restaurant, en plus dans un zeppelin qui survolera la ville. Il est aussi question, si je me souviens bien, .., enfin je crois avoir vu ça. Une oie géante apprivoisée.

Julie : *Une oie géante ?*

Jackie : *Oui, au sommet d'une tour, et puis un manège de cent cinquante mètres de haut, un truc hallucinant, rien que l'ascenseur pour l'atteindre, .., enfin tu comprends pas ce qu'il t'arrive.*

Julie : *Mais tu te rends compte du fric que ça coûte ça ?*

Jackie : *Oui bah oui, mais la ville sera complètement transformée. Et je te dis pas tout, tu me croirais pas.*

Julie : *C'est quoi le .. globalement ?*

..

Jackie : *Il y aura de la poésie, et de la tendresse. Il y aura quelque chose qui appelle l'ailleurs. Tu vois pour respirer un grand coup ! C'est un peu comme des amis qu'on aurait perdu de vue. C'est un voyage, à Nantes, cet été ..*

Julie : *J'ai rien compris, mais ça donne envie*

La société publique locale

Le tourisme devient à l'heure actuelle un enjeu fort pour la ville, qui se traduit par des conséquences sur les institutions. La culture et le tourisme ont pris un tournant il y a deux ans, avec une professionnalisation et une institutionnalisation de l'activité lors de la création du *Voyage à Nantes*.

Que se cache t'il derrière cette appellation *Voyage à Nantes*, dont on a tant entendu parler l'été dernier? Deux choses en une : une société, mais aussi un événement estival éponyme. Pas facile de s'y retrouver dans tout cela ...

L'histoire d'une fusion

Cette société dénommée SPL *Voyage à Nantes* (Société Publique Locale) est née de la volonté politique de Nantes Métropole et de la Ville de Nantes, afin de se doter d'une visibilité européenne et mondiale notamment dans le domaine du tourisme. Dans le dossier de presse du 20 janvier 2011, la modestie n'est pas tout à fait de vigueur : « *Le Voyage à Nantes est une structure née de la volonté politique de Nantes Métropole et de la Ville de franchir une nouvelle étape pour s'imposer dans le concert des villes européennes et mondiales* »².

La création de la SPL prend acte le 18 janvier 2011 par décision du conseil municipal de Nantes, mais

2. LE VOYAGE A NANTES - Dossier de Presse - Conférence de presse 20 janvier 2011 - Création de la SPL

son annonce avait été faite dès avril 2010 lors d'une conférence de presse organisée à la hâte par Jean-Marc Ayrault. Cette société hybride est issue de la fusion des services touristiques et culturels de la ville : fusion de l'*Office de Tourisme de Nantes Métropole* et de la SEM (Société d'Economie Mixte) *Nantes Culture et Patrimoine*, ainsi que de l'activité *Estuaire* (jusqu'ici gérée par l'association CRDC- le Lieu Unique). Cette super structure se voit ainsi prendre les responsabilités de l'*Office du Tourisme* (devenu *Nantes.Tourisme / Le Voyage à Nantes*), du *Château des Ducs de Bretagne*, des *Machines de l'île* avec l'*Éléphant* et le *Carrousel des Mondes Marins*, des *Nefs*, du *Parc des Chantiers*, de la *HAB Galerie*, de la *librairie du Musée des Beaux-Arts*, des *cryptes de la Cathédrale*, d'*Estuaire* et du *Mémorial à l'abolition de l'esclavage*.



Le Voyage à Nantes et les sites qu'elle dirige



Nantes.Tourisme © Camille Sablé



Le Musée du Château des Ducs © Ewaelyn



Les Machines de l'île © Camille Sablé



Les Nefs © Camille Sablé



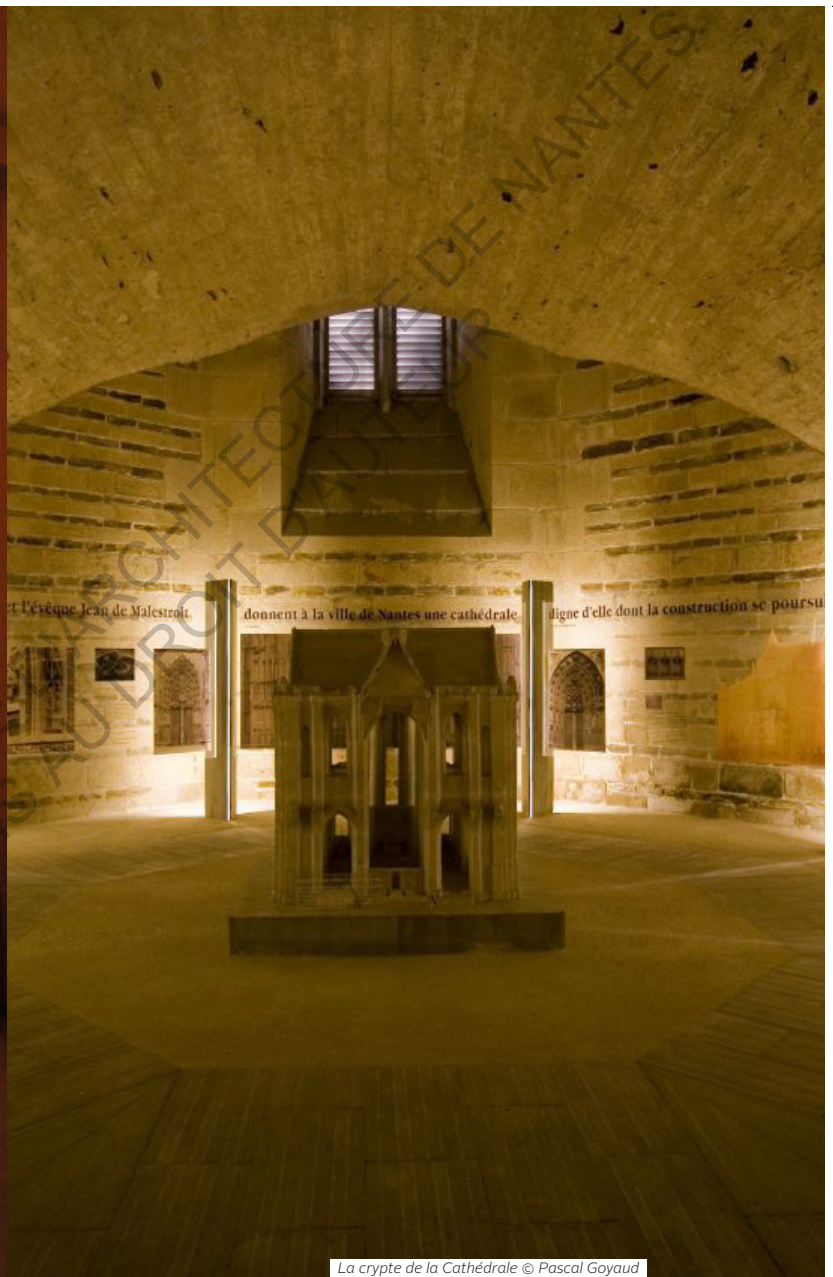
Le Parc des Chantiers © Camille Sablé



La galerie HAB © Dalbera



Hall du Musée des Beaux-Arts © Camille Sablé



La crypte de la Cathédrale © Pascal Goyaud



Station Prôuvé - accueil de Estuaire © Camille Sablé



Mémorial à l'abolition de l'esclavage © Camille Sablé

La raison de cette fusion est le fruit d'un diagnostic, de constats qui ont été mis en avant dans les pages précédentes. À Jean Blaise de s'exprimer le premier : « *Nantes n'est pas une ville remarquable immédiatement, repérable au premier abord* »³ mettant en avant le fait que la ville manque d'un signal fort. Selon lui, les vingt années de politiques culturelles ont permis de donner à la ville ce dont la municipalité demandait : un - futur - nouveau Musée des Beaux-Arts, une scène nationale (LU), un zénith, un lieu de mémoire (le Mémorial), une salle de musiques actuelles (Stéréolux), un musée d'histoire (le Château) et bien d'autres, le tout au bénéfice des Nantais, mais jamais au profit des étrangers. « *Malgré tout cela, nous manquons de visibilité* »⁴ concède Valérie Demangeau, alors que « *notre ville est souvent citée dans le domaine de la culture, et nous devons confirmer cet élan. Au-delà même du national, nous sommes en train de capter les capitales européennes qui sont reliées à Nantes.* »⁵. Une telle structure permettrait ainsi de continuer le discours déjà engagé, en lui donnant un poids et une force d'action bien plus étendue en visant un public ciblé, celui du tourisme.

3. JEAN BLAISE - «Art & the City (entretien avec Jean Blaise)» - in ALAIN GRALEPOIS (dir.) - Estuaire 2012: le paysage, l'art et le fleuve - Éditions Région des Pays de la Loire - Revue 303 - n°122/12 - juin 2012 - p 196

4. VALERIE DEMANGEAU - «Une force de frappe (interview)» - in JEAN-CLAUDE MURGALÉ (dir.) - De Flaubert à Spiderman, la voyage à Nantes - Place Publique - #31 - Janvier Février 2012 - p34

5. JEAN BLAISE - «Art & the City (entretien avec Jean Blaise)» - in ALAIN GRALEPOIS (dir.) - Estuaire 2012: le paysage, l'art et le fleuve - Éditions Région des Pays de la Loire - Revue 303 - n°122/12 - juin 2012 - p 196

La société est dirigée par l'éternel Jean Blaise et présidée par Valérie Demangeau, vice-présidente de Nantes Métropole à la délégation Tourisme. Le couple parfait, celui de la culture et du tourisme. Pour surveiller tout ce petit monde la société est composée d'un conseil d'administration constitué de seize élus ainsi que de deux professionnels du tourisme⁶. Le *Voyage à Nantes* est au capital de un million d'euros détenu à soixante-douze pour-cent par Nantes métropole, dix-huit pour-cent par la Ville de Nantes, cinq pour-cent par le Département de Loire-Atlantique et cinq pour-cent par la Région Pays-de-la-Loire. La SPL qui emploie quatre-vingt personnes en son siège et deux-cent au total avec les salariés des différents sites, dispose d'un budget d'un peu plus de vingt-quatre millions d'euros. Elle dispose également d'un réseau de partenaires économiques privés assurant une partie de son financement, et qui étaient pour la plupart des partenaires économiques des anciennes entités⁷. La société rassemble plus de quarante entreprises et trois Clubs entreprises (Estuaire, le Château et les Machines) qui lui ont permis en 2011 un financement de plus de un million deux cent mille euros.

6. Le conseil d'administration est présidé par Valérie Demangeau, Vice-présidente Tourisme de Nantes Métropole, ses deux vice-présidents sont Jean-Louis Jossic, Adjoint Culture de la Ville (ex-Président de la SEM Nantes Culture et Patrimoine), et Rachel Bocher, adjointe au Maire de Nantes, conseillère communautaire (ex-Présidente de l'association OTNM). Il compte également deux administrateurs représentant les professions et activités intéressées au tourisme : Jean-François Gendron, Président de la CCI, et un représentant du Conseil des acteurs du tourisme.

7. Par exemple le Crédit Agricole est le partenaire historique du Château; le Crédit Mutuel, le groupe Brémond et EDF, partenaires officiels des Machines de l'Île; ou encore Total, Coupechoux, Suez Environnement, SFR, EDF et Unibail-Rodamco partenaires d'Estuaire 2009.



Les différentes participations au capital du Voyage à Nantes

N'ayons pas peur des ambitions

Ce genre de mariage est unique en France - du moins pour l'instant - avec la fusion de ces deux services municipaux de la culture et du tourisme. Lors d'une conférence de presse organisée en avril 2010, Jean-Marc Ayrault esquissait déjà les contours de ce nouveau mastodonte culturo-touristique : « Dans un contexte de concurrence entre les grandes métropoles européennes, il nous faut franchir une nouvelle étape. La multiplication des structures a rendu notre discours illisible ; il nous faut réorganiser et adapter les outils

en notre possession à cette ambition »⁸. C'est très certainement l'une des premières fois où la volonté politique de faire rayonner Nantes est à ce point affichée. Il rajoute vouloir « l'élaboration d'une stratégie marketing forte et commune pour concevoir, assembler et commercialiser l'offre touristique du territoire, (...) ainsi que l'adoption et la promotion d'une marque à l'international, défendue par l'ensemble des acteurs. »⁹

Forte de cette nouvelle gouvernance, Nantes veut donc affirmer sa position de métropole à un niveau national et européen. Dans son dossier de conférence de presse, le Voyage à Nantes - après avoir vanté vingt ans de « politique culturelle exemplaire » - affiche avec une détermination déconcertante ses ambitions : « aujourd'hui se distinguer ne suffit plus, encore faut-il se rendre immédiatement reconnaissable au plus grand nombre »¹⁰.

Je ne citerai pas ici tous les passages du dossier de presse tant il fait part d'une fierté sans bornes. Mais leurs objectifs sont très clairs, ceux de s'affirmer en France et en Europe comme une métropole incontournable et particulièrement singulière dans tous les domaines de la culture et du tourisme. Assumant parfaitement l'utilisation d'outils marketing pour vendre et commercialiser la culture et tout ce qui en sera issu. Le mot de « clientèle » est même utilisé dans les différentes interviews des dirigeants du Voyage à Nantes, signe de la vocation de la structure, qui est très clairement de profiter

8. JEAN-MARC AYRAULT - Conférence de presse avril 2010

9. JEAN-MARC AYRAULT - Conférence de presse avril 2010

10. LE VOYAGE A NANTES - Dossier de Presse - Conférence de presse 20 janvier 2011 -Création de la SPL

d'éventuelles retombées économiques du tourisme. Puisqu'elle est citée, désignons la : la « *clientèle visée* » est jeune, active et branchée, à l'image de ces couples sans enfants, préférant les ballades culturelles aux compétitions de châteaux de sable.

Les compliments sont à la hauteur des ambitions de la ville, en effet, Christian Mantei (directeur d'Atout France¹¹) a déclaré « *Nantes est devenue le modèle touristique à suivre, la destination symbolique de ce qu'il faut faire en matière touristique à l'avenir. C'est un modèle très stratégique pour la destination France* »¹². Voilà de quoi faire sourire Jean Blaise devenu maintenant acteur touristique, majeur en France. Toutefois, on peut pondérer les propos de Christian Mantei, son organisation étant partenaire du *Voyage à Nantes*.

Son action

L'action du *Voyage à Nantes* commence déjà par sa dénomination. On ne comprend pas tout à l'évocation de ces trois mots, mais viennent en nous des envies de voyage bien évidemment, mais aussi d'évasion et d'ailleurs. C'est une invitation à la découverte Nantes, en laissant sous-entendre que quelque chose de magique y réside.

11. Atout France, l'Agence de développement touristique de la France, est chargée par la loi du 22 juillet 2009 sur le développement et la modernisation des services touristiques, de contribuer au développement de l'industrie touristique, premier secteur économique français et de l'ensemble de ses acteurs. Source : [en ligne] <http://www.atout-france.fr/atout-france> (consulté le 2 juin 2013)

12. CHRISTIAN MANTEI (directeur de Atout France) - Séminaire annuel de Atout France du 14 au 16 novembre 2012 - Nantes

Le *Voyage à Nantes*, dirigé par Jean Blaise, se situe dans la lignée directe de ses actions pour la culture depuis vingt ans. Même si l'objectif est sensiblement différent, il arrive dans une suite presque logique, en venant parachever toutes ces années culturelles. « *Pour moi ça a concrétisé la politique culturelle que la Ville de Nantes mettait en place, en affichant de façon très claire et ferme le fait, qu'avec la politique culturelle, il y a une politique touristique.* »¹³

Pour justifier son action, le *Voyage à Nantes* se base sur le constat que la ville souffre d'un déficit d'image *touristiquement* parlant. Ce n'est pas une destination reconnue, elle n'a pas de *landmark* puissant, les gens y passent, mais ne s'arrêtent pas. « *Nantes n'est pas en soi une ville très touristique, on y passe pour aller faire des châteaux de sable à la Baule, ou aux Sables-d'Olonne* »¹⁴. Habituellement quand des voyageurs préparent un séjour dans la région, ils vont sur la côte, et prévoient de passer un jour maximum dans la Cité des Ducs. L'idée est ici d'inverser cette tendance afin que la ville puisse devenir une destination à part entière.

Pour attirer le visiteur, le *Voyage à Nantes* s'appuie sur un réseau de partenaires très bien ancrés dans le territoire et représentatifs de la culture à Nantes. Ce sont bien sûr le *Château*, les *Machines de l'île* ou encore *Estuaire* puisqu'ils sont sous l'égide de la société. Mais pas que, puisque sa mission est la promotion de tout l'activité culturelle nantaise.

13. Entretien avec BLANDINE CHAVANNE (directrice du Musée des Beaux-Arts de Nantes) - Réalisé le 23 avril 2013

14. Ibid.

C'est ainsi que dans son réseau, nous retrouvons le Musée des Beaux-Arts, le Lieu Unique, le Musée Dobrée, le Musée d'Histoire Naturelle, le FRAC, l'Opéra, la Fabrique, et bien d'autres encore. La société se constitue en une sorte de plate-forme, sur laquelle chacun des partenaires peut s'appuyer et profiter d'une communication commune, estampillée du logo *Voyage à Nantes*, leur permettant de gagner en visibilité, et d'entrer en résonance avec les propositions des autres institutions. Le travail est d'entamer un chantier de coordination et de communication entre les structures, pour harmoniser les horaires d'ouvertures et les programmations, notamment durant la période estivale, propice au tourisme. « *On collabore sur les horaires d'ouverture, sur les jours de fermeture, sur la médiation prise en charge par Voyage à Nantes.* »¹⁵

Le gros du budget est finalement celui de la communication, pour de montrer aux autres villes françaises ce qu'il se fait à Nantes, en exportant la marque *Voyage à Nantes*. Mais aussi en visant la clientèle européenne située dans un rayon à deux heures d'avion (Milan, Madrid, Liverpool, Manchester, Rotterdam, Barcelone, Bâle, Düsseldorf ...). Pour ce faire, tous les moyens sont bons, campagnes d'affichage, éditions de guides touristiques, opérations avec des tours opérateurs, développement de la qualité d'accueil, création d'une campagne web et d'un site internet, mais ce sujet sera abordé dans une partie ultérieure.

15. Entretien avec BLANDINE CHAVANNE (directrice du Musée des Beaux-Arts de Nantes) - Réalisé le 23 avril 2013



Le Musée d'Histoire Naturelle, un des partenaires © Camille Sablé

Mais attention, attirer le touriste certes, mais pas à n'importe quel prix ! Jean Blaise dit ne pas vouloir céder à la tentation - trop facile - de séduire le touriste, le touriste et rien d'autre. « *Notre niveau d'exigence est élevé, nous ne ferons jamais n'importe quoi pour faire venir le visiteur* »¹⁶. Tout dépend bien sûr du sens que l'on attribue au *n'importe quoi*. La question revient à se demander ce que peut être le *n'importe quoi* dans l'art aujourd'hui. La question est floue, et la réponse de l'avis de chacun. Mais pour certain ce pourrait être un canard jaune géant¹⁷, une Laetitia Casta miroitant à la surface de l'eau¹⁸, ou deux gardiens d'exposition s'écriant «Contemporary ! So contemporary !» toute les dix minutes¹⁹.

La promesse est lancée, puisse t'elle être tenue, au risque de voir Nantes se transformer en un Disneyland généralisé ...

Mainmise culturelle ?

On l'aura compris, devant le poids qu'une telle structure pourrait représenter - à l'image de tous les

16. JEAN BLAISE - «Art & the City (entretien avec Jean Blaise)» - in ALAIN GRALEPOIS (dir.) - Estuaire 2012: le paysage, l'art et le fleuve - Éditions Région des Pays de la Loire - Revue 303 - n°122/12 - juin 2012 - p 192

17. Canard Géant (The Rubber Duck), œuvre de Florentijn Hofman pour Estuaire 2007

18. Nymphéa de Ange Leccia, pour Estuaire 2009. L'œuvre est une projection du visage de Laetitia Casta sur la surface du canal Saint-Félix.

19. Anecdote de Yves Michaud dans: Estuaire 2007 : esbroufe ou coup de génie ? - Place Publique - #04 - Juillet Aout 2007, où il raconte son expérience lors de la visite du pavillon allemand de la biennale de Venise en 2005. Deux gardiens de l'exposition, un homme et une femme d'une cinquantaine d'année, se mettaient toutes les dix minutes à traverser la salle, en faisant des claquettes et répétaient «Oh ! Contemporary ! So contemporary !».

acteurs culturels qu'elle représente - la question de l'indépendance de la culture à Nantes s'impose d'elle même. En effet, en ne laissant aucune place à des pratiques indépendantes ou alternatives, le risque serait de voir toute la culture nantaise marquée du sceau *Voyage à Nantes*.

Car la société *Voyage à Nantes* est multi-casquette, non seulement elle a à sa charge la communication des sites qu'elle regroupe, l'organisation d'un évènement estival (que nous verrons par la suite), mais aussi la gestion des finances et des équipes de ses sites. On pourrait alors se demander, si les décisions du *Voyage à Nantes* ne viendraient pas interférer avec celles des dirigeants de ses sites. La question se pose moins pour ses partenaires (*Musées des Beaux-Arts, Dobrée, d'Histoire Naturelle, l'Opéra ...*), qui demeurent indépendants. Mais pour ceux qu'elle dirige - à l'instar des *Machines* ou du *Château* - la question reste entière. Il n'est pas délirant de se demander si le *Voyage à Nantes* pourrait à terme intervenir dans les choix artistiques de la compagnie *La Machine*, dans la programmation du *Musée du Château* ou celle de la *galerie HAB*. Et puisque cette société cristallise une bonne partie des financements, toute l'attention ne serait-elle pas accordée aux seuls sites que le *Voyage à Nantes* représente, au détriment des autres associations et acteurs culturels indépendants.

Au sein de la SPL, on parle plutôt de mutualisation ou d'une mise en commun au service de tous les acteurs : « *le Voyage à Nantes laisse sa spécificité à chacun, mais c'est une force de frappe*

commune à l'échelle du territoire »²⁰. Pourtant, selon certains artistes, en dehors du circuit municipal il est peu possible d'agir, les marges de manœuvres sont minces. Une solution pour les artistes serait alors de travailler avec le *Voyage à Nantes* : « quand on travaille avec eux, on a plus de public et plus de financements »²¹. Au risque de perdre son indépendance, et d'être identifié « culture municipale », ce que certains artistes n'acceptent pas.

Selon Blandine Chavanne, la directrice du Musée des Beaux-Arts la question n'a pas lieu d'être : « je reste quand même directrice du Musée, ce n'est quand même pas Jean Blaise qui dirige le musée, enfin en tout cas pas pour l'instant ! »²². Et si les collaborations entre le Musée des Beaux-Arts et le *Voyage à Nantes* sont nombreuses, c'est uniquement sur des questions de communication et de médiation. Le Musée reste indépendant et sa programmation est laissée à la libre décision de son équipe.

Et le service culturel de la ville ?

On pourrait se demander également où se situe le rôle et l'action du service culturel de la mairie dans tout ça. Car même si le *Voyage à Nantes* est municipal, la Mairie est toujours dotée de son service culture. En effet, la ville a consenti de forts investissements pour se doter de cet outil qu'est le *Voyage à Nantes*. Ce

20. VALERIE DEMANGEAU - « Une force de frappe (interview) » - in JEAN-CLAUDE MURGALÉ (dir.) - De Flaubert à Spiderman, la voyage à Nantes - Place Publique - #31 - Janvier Février 2012 - p35

21. Entretien avec ROMAIN BOULAY (artiste et co-fondateur de l'association Mille feuilles à Nantes) - Réalisé le 17 octobre 2012

22. Entretien avec BLANDINE CHAVANNE (directrice du Musée des Beaux-Arts de Nantes) - Réalisé le 23 avril 2013

service est à la fois municipal, dépendant de la ville de Nantes, mais aussi de la Métropole.

Au niveau municipal, il est assez déconcertant de savoir que l'adjoint à la culture - Jean-Louis Jossic - n'est que le septième adjoint auprès du maire. Plutôt curieux dans une ville qui tient tant à la culture ...

La ville de Nantes a-t-elle deux adjoints à la culture ? Jean Blaise et Jean-Louis Jossic ? Ou bien un adjoint à la culture, Jean Blaise et son adjoint - soit l'adjoint de l'adjoint - Jean-Louis Jossic ? Encore une fois, difficile de savoir qu'elle est l'action de chacun.

Le budget culturel de la ville de Nantes est de soixante millions quatre cent mille euros (douze millions à l'investissement, et quarante-huit au fonctionnement), soit un peu plus de douze pour-cent du budget municipal 2013²³. Au programme du budget culturel, il est indiqué le renforcement de la coopération avec la SPL *Voyage à Nantes*. Des échanges existent donc, mais il semble rude de déterminer avec précision l'action du service culturel. Peut-être que le *Voyage à Nantes* est-il un outil destiné aux personnes de l'extérieur, et le service culturel à ceux de l'intérieur. Bien que l'action de ce dernier semble réduite.

À son arrivée au conseil municipal, et lors d'une rencontre organisée par *Place Publique* en 2008, le tout nouvel adjoint à la culture Jean-Louis Jossic disait : « qui fait la politique culturelle à Nantes ? Ce n'est pas l'adjoint à la Culture ! Ce qui compte d'abord,

23. MAIRIE DE NANTES - Le budget 2013 à la loupe - [en ligne] <http://www.nantes.fr/home/actualites/ville-de-nantes/actualites-vdn-administration/budget-2013.html#.Ualt5JVOX5U> (consulté le 26 mai 2013)

*c'est d'avoir un maire qui s'y intéresse. C'est ensuite un adjoint, bien sûr, mais un adjoint avec une équipe et notamment un adjoint au Patrimoine.. »²⁴. Force est de constater que Nantes dispose bien d'un maire qui s'intéresse à la culture - Jean-Marc Ayrault, et maintenant Patrick Rimbart - mais aussi que l'équipe patrimoine est maintenant passée sous l'égide du *Voyage à Nantes*. Le service culturel municipal est il en train de s'affaiblir au profit d'un outil culturel - mais également touristique - qui agit au service de toute la métropole. Nous serions peut-être en train d'assister à une métropolisation des services culturels de la ville ...*

« Mais moi, ce que j'attends, c'est que naisse une idée géniale qui fera que, comme au temps des Allumées, Nantes sera en pointe. J'attends qu'on me la propose, cette idée. Nous, on fait une politique culturelle, pas une programmation ! Aux artistes d'être imaginatifs »²⁵. Elle est peut-être ici la différence entre une politique culturelle institutionnalisée et une qui ne le serait pas, entre un service municipal qui laisse les artistes faire des propositions, et un autre qui proposerait lui même ce que Jean-Louis Jossic appelle « une idée géniale ».

24. JEAN-LOUIS JOSSIC - «Le grand oral de Jean-Louis Jossic (entretien avec Jean-Louis Jossic, Marie-Hélène Nivollet, Thierry Guidet, René Jouquand, Pierre Combarous et Philippe Coutant) - in JEAN-CLAUDE MURGALÉ (dir.) - Comment on fabrique une métropole touristique - Place Publique - #10 - Juillet Août 2008

25. Ibid.

«La ville renversée par l'art»

La SPL *Voyage à Nantes* a mis en place l'été dernier un évènement culturel et touristique éponyme : *le Voyage à Nantes 2012*, avec pour sous-titre, « *la ville renversée par l'art* »¹. Pendant plus de deux mois - du 15 juin au 19 août 2012 - la ville a vécu au rythme des différentes manifestations organisées. L'évènement s'est matérialisé par un parcours géographique et spatial dans la ville au fil d'une quarantaine d'étapes disséminées dans la cité. Ces étapes nous ont mené dans un voyage au cœur de la ville, à la découverte de son patrimoine, mais aussi d'œuvres d'art produites ou non pour l'occasion. Pour ce faire, sur les huit kilomètres que comptait le parcours, le visiteur devait suivre le fil rouge du *Voyage* : une ligne rose peinte sur les trottoirs de Nantes qui traversait les quarante étapes du parcours et les lieux les plus remarquables de la ville.

Ce voyage était une invitation à découvrir et redécouvrir la ville sous le prisme de l'art, disséminé dans tous les recoins, les ruelles dont regorge la cité. Le *Voyage à Nantes*, c'est une invitation à la déambulation au fil des différentes étapes, mais aussi une invitation à la digression en se laissant se perdre dans les rues. Jean Blaise dit avoir voulu réenchanter la ville en donnant des points de vue inhabituels, la sublimer, lui redonner poésie et personnalité.

1. Sous-tire du Voyage à Nantes 2012



La ligne rose du Voyage à Nantes 2012 © Boucli

Une invitation à découvrir la ville, certes, mais Jean-Marc Ayrault se fait lui plus pragmatique : « j'espère que ce sera l'occasion de venir découvrir Nantes, d'apprécier Nantes, voire de s'y installer, d'y travailler, d'investir »². Comme quoi les enjeux politiques ne sont jamais très loin !

D'étapes en étapes

Il faut, pour bien comprendre toutes les propositions de cette manifestation, séparer les différentes étapes de ce parcours. Laissons-nous alors trouver une façon de classer et de ranger ces différentes escales.

Il y a d'abord celles que l'on pourrait appeler *étapes patrimoine et joyaux de la ville* avec la *Cathédrale*, le *Château*, le *Jardin des Plantes*, l'*Opéra Graslin*, le *Muséum d'Histoire Naturelle*, la *Tour du Musée Dobrée* ou le *passage Pommeraye*. De nouvelles réalisations architecturales majeures pourraient intégrer ce classement, à l'instar du *Mémorial*, du *Palais de Justice*, ou de *l'école d'architecture*. Ces étapes permettent de mettre en lumière et en la patrimoine nantais, ainsi que les lieux remarquables de son architecture.

L'idée des organisateurs, pour donner au visiteur l'envie de pénétrer le lieu, est d'y installer une œuvre d'art ou une intervention artistique. C'est la sublimation d'un existant sous le prisme de l'art. Ce sont les *étapes arts* (qui peuvent donc également faire partie, si vous avez bien suivi, des *étapes patrimoine et joyaux de la ville*).

2. JEAN-MARC AYRAULT - Interview dans «L'invité» - TV5 Monde - Diffusé le 16 juin 2012



Le passage Pommeraye © Camille Sablé

C'est ainsi que le Jardin des Plantes accueillait une œuvre de l'artiste et architecte japonais Kinya Maruyama, l'école d'architecture *Banaball* de Clément Bacle et Ludovic Ducasse ainsi qu'une exposition de cinq artistes russes. Ou encore le Palais de Justice qui constituait une étape de l'exposition *Sans cimaises sans pantalon*³, avec deux tableaux de Claude-Marie Dubufe et Nicolas Brenet. Les étapes art sont relativement nombreuses (grâce aux œuvres d'*Estuaire* principalement), avec par exemple les propositions sur les places Royale et Bouffay, deux œuvres de grande échelle, créées in-situ : le *Mont Royal(e)* et le *Monte-Meubles*. Mais aussi l'exposition *Un jour parfait* de Yan Pei-Ming à la Chapelle de l'Oratoire, ainsi que toutes les œuvres accueillies à la Fabrique, à la Maison des Avocats, à la galerie HAB ou la galerie Loire (liste non exhaustive).

À l'intérieur de cette même catégorie *étapes art* que nous venons de voir, nous pourrions faire une distinction : les *étapes 1% artistique*⁴. Avec par exemple l'*Absence* de l'Atelier Van Lieshout, *Sans Titre* de Jenny Holzer au Palais de Justice, *Radiographie des*

3. Pour présenter ses œuvres durant la période de travaux, les collections du Musée des Beaux-Arts de Nantes s'exposent hors les murs. Sur une proposition d'Alain Séchas (artiste), le Musée offre la découverte de quelques soixante-dix de ses œuvres à travers l'exposition 'Sans cimaises sans pantalon' au fil d'un parcours regroupant huit lieux du patrimoine nantais : la Chapelle de l'Immaculée, le passage Sainte-Croix, l'immeuble NGE, le Muséum d'Histoire Naturelle, le Palais de justice, la Maison Régionale de l'architecture, le Musée Jules Verne et le Palais de Tokyo (Paris).

4. Créé en 1951, le 1% est un dispositif qui consiste à consacrer, à l'occasion de la construction, de la réhabilitation ou de l'extension d'un bâtiment public, un financement représentant un pour-cent du coût des travaux pour la commande ou l'acquisition d'une œuvre d'art.



Banaball de Clément Bacle et Ludovic Ducasse © Camille Sablé

Temps de Orlan à l'UFR des sciences pharmaceutiques et biologiques ou encore l'œuvre de François Morellet à l'Hôtel de la Région.

On peut aussi distinguer les *étapes point de vue*, avec la réouverture du dernier étage de l'emblématique *Tour de Bretagne*. En effet dorénavant le trente-deuxième étage de l'édifice est accessible aux visiteurs, qui à l'issu d'un voyage en ascenseur peuvent de désaltérer dans le *Nid*, refuge d'une oie géante, - aménagé par Jean Jullien - et admirer la ville de jour comme de nuit sur trois-cent-soixante degrés. De la même façon, la *Tour Dobrée* a été ouverte le temps de l'événement pour donner aux visiteurs une nouvelle façon de voir leur ville, vue d'en haut. Cette liste s'allonge avec le panorama proposé depuis le toit de l'école d'architecture. On peut y rajouter les plateformes proposées par les étudiants architectes : *Voronoï*, *Bolduq* et *Superama*, où ces structure éphémères permettaient des points de vue insolites sur l'urbain, notamment avec *Superama* et sa vue plongeante sur le quai de la Fosse. On pourrait même ajouter à cette catégorie la structure mise en place dans la Cathédrale, pour admirer avec plus de hauteur le tombeau de François II.

Il y a trois escales que l'on pourrait qualifier d'*étapes attractions*, avec le *Grand Éléphant*, le *Carrousel des Mondes Marins* - qui par un hasard de calendrier fortuit, a ouvert au beau milieu de l'événement, le 15 juillet 2012 - mais aussi la *galerie des Machines*.

On pourrait aussi distinguer les *étapes festives* - qui font très certainement partie des plus mémorables pour les visiteurs - avec deux lieux



Superama par des étudiants de l'école d'architecture © Groupe

emblématiques du Voyage, dont la thématique se situe autour des arts culinaires : *Crêpetown* et la *Cantine*. La première était installée, dans les Halles Alstom - future école des Beaux-Arts - et constituait l'un des endroits les plus vivants de l'évènement, dans ce que Jackie Berroyer appelait « *la plus grande crêperie du monde* »⁵. La *Cantine*, elle, était située au bout de l'île de Nantes, près des Hangars à Bananes, et proposait dans une scénographie signée par Kubic et Hoeskstra - deux designers hollandais - un lieu convivial pour se restaurer et se détendre avec terrains de pétanque et babyfoots. La fête pour le *Voyage à Nantes*, c'est aussi des drapeaux dans toutes les rues : « *pour moi la ville en fête c'est aussi les drapeaux, mais imaginons des drapeaux qui ne seraient pas patriotiques, mais artistiques* »⁶. C'est ainsi que les rues, principalement celles du quartier Bouffay, se sont parées de leurs plus beaux habits en arborant des drapeaux colorés et festifs dessinés par Quentin Faucompré et Olivier Texier. L'ambiance conviviale et festive était aussi marquée par l'installation du mobilier *1000 plateaux* de Fichtre, dans le quartier Bouffay et face à l'école d'architecture, avec des barbecues, mais aussi des modules en bois accueillant hamacs, bancs et tables. Ces lieux constituaient des endroits extrêmement conviviaux du *Voyage*, où beaucoup de Nantais sortaient le soir, pour se retrouver, manger et passer un moment ensemble.

5. JACKIE BERROYER - Jackie et Julie - film promotionnel du Voyage à Nantes réalisé par Gaëtan Chataigner

6. JEAN BLAISE - Interview Re.architecture - Pavillon de l'arsenal - [En ligne] <http://www.pavillon-arsenal.com/videoenligne/collection-31-384.php> - (consulté le 20 avril 2013)



Les drapeaux du Voyage, dans les rues de Bouffay © Camille Sablé

Le *Voyage* c'était également des moments, des temporalités précis comme les soirées. Il y a eu la soirée de lancement, *La nuit du VAN*, ou le spectacle *Rue de la chute* de la compagnie Royal de Luxe, des croisières clubbing mais aussi tout un ensemble de soirées à thème, concerts ou rendez-vous culinaires.

Mais le *Voyage à Nantes 2012* c'était aussi *Estuaire*. Bien difficile de s'y retrouver dans tout ce fatras ... *Estuaire* a été créé pour mourir au bout de trois éditions. Étant une biennale, les trois épisodes étaient censés se dérouler tous les deux ans. Ainsi, il y a eu 2007, 2009 et ... 2012. En effet la troisième et dernière édition a été décalée pour correspondre à la première édition du *Voyage à Nantes*. Le *Voyage* a pu ainsi profiter d'une meilleure visibilité, usant de la notoriété non négligeable acquise par *Estuaire* en deux éditions déjà. Lav médiatisation pour le *Voyage*, tellement forte, au point de presque annihiler *Estuaire*. Placer *Estuaire* dans l'évènement a permis d'enrichir en œuvres de façon conséquente le guide du *Voyage*, et ainsi lui donner plus de crédibilité artistique.

Si l'on revient un instant à notre classification, on peut donc entrevoir une nouvelle gamme d'étapes : les *étapes Estuaire* avec les œuvres permanentes des épisodes 2007 et 2009, à l'instar de *Absence* de l'Atelier Van Lieshout, de *Air* de Rolf Julius, de *Misconceivable* de Erwin Wurm ou *Les Anneaux* de Daniel Buren et Patrick Bouchain (liste non exhaustive). La dernière édition de la biennale compte trente pièces, dont neuf pérennes, réparties sur douze communes. À Nantes, on peut citer, entre autre *Lunar Tree* de Mrzyk & Moriceau ou *Péage Sauvage* d'Observatorium.



Lunar Tree de Mrzyk & Moriceau au travers d'un Anneau de Buren © Camille Sablé

«J'ai rien compris, mais ça donne envie»⁷

On pourrait tenter, afin de comprendre ce qu'est vraiment cette manifestation, de définir ce que le *Voyage à Nantes* n'est pas. Le *Voyage* n'est pas *Estuaire*, ce qui contredit les précédentes affirmations. Bien sûr, la dernière édition d'*Estuaire* correspond à la première du *Voyage à Nantes*, les œuvres de la biennale figurent au catalogue du *Voyage*, mais les deux événements sont sensiblement différents.

Estuaire avait une vocation touristique il est vrai, territoriale également, mais elle était vraiment sur le champ de la création. Des artistes étaient appelés pour réaliser une œuvre - éphémère ou pérenne - in-situ. L'équipe dirigeante était en contact avec les artistes, lors de la première approche au site mais également tout au long du processus. La démarche était éminemment artistique.

Avec le *Voyage*, le propos est tout à fait différent : le *Voyage à Nantes* n'est pas *Estuaire* car il n'est pas sur le champ de la création, mais sur celui de la promotion d'une vie culturelle. Le *Voyage* continue l'aventure d'*Estuaire*, par l'entretien des œuvres et de leur promotion, et en exploitant ses ressources.

Le *Voyage* n'est pas une biennale d'art contemporain ou un événement d'art contemporain dans le sens où elle ne propose pas de création, mais fait appel à ses partenaires, qui eux proposent une programmation artistique. C'est donc une compilation,

7. JULIE DEPARDIEU - Jackie et Julie - film promotionnel du *Voyage à Nantes* réalisé par Gaëtan Chataigner

qui regroupe tout ce que les acteurs artistiques nantais proposent. Grâce aux propositions des partenaires, comme le Musée des Beaux-Arts ou le Lieu Unique et sous l'effet du *Voyage à Nantes*, la ville se transforme en une sorte de galerie d'art à ciel ouvert. « Il y a de l'art contemporain, mais il y a des tas d'autres choses. Ce n'est pas une manifestation d'art contemporain ! C'est une manifestation de promotion de la Ville de Nantes, avec plein d'acteurs, des acteurs qui sont sur le champ contemporain, des acteurs qui sont sur le champ de la musique.. Et l'art c'est au sens large du terme. Et chacun à sa place. Et le travail de *Voyage à Nantes* c'est la promotion de tout ça. »⁸

Le *Voyage* ne propose rien, mais montre tout, il utilise les atouts de ses partenaires - pour les promouvoir bien évidemment - pour vanter la culture nantaise et faire de chaque été un événement particulier. Contrairement à ce que l'on pourrait penser, le *Voyage* ne fait pas appel à des artistes pour son événement, mais à des « intermédiaires » : ses partenaires. Par exemple l'exposition *Playground*⁹, était proposée par le *Lieu Unique* dans le cadre de sa programmation habituelle, mais pour le *Voyage à Nantes*, LU a proposé trois œuvres en extérieur, faisant partie des étapes du parcours. De même pour le Musée des Beaux-Arts qui « profite » du fait que le musée soit en travaux pour

8. Entretien avec BLANDINE CHAVANNE (directrice du Musée des Beaux-Arts de Nantes) - Réalisé le 23 avril 2013

9. Invitation de jeunes architectes à travailler sur l'aménagement décalé de terrains de jeux avec dix œuvres, dont trois en extérieur. Dans le cadre du *Voyage à Nantes* 2012, 'Playgrounds outdoor' : 'Mont Royal(e)' par Block sur la place Royale, 'L'arbre à basket' par a/LTA au Parc des Chantiers, 'Banaball' sur le toit de l'école d'architecture par Clément Bacle et Ludovic Ducasse.

disséminer ses œuvres dans la ville. Les seules œuvres initiées par le *Voyage à Nantes* demeurent sans doute la plateforme au dessus du tombeau de François II à la Cathédrale, l'aménagement du *Nid* au sommet de la Tour de Bretagne, la programmation de la *galerie HAB*, *Monte-Meubles* place Bouffay de Leandro Erlich et les *plateformes* des étudiants architectes.

La différence ici - avec *Estuaire* notamment - c'est que le *Voyage* exploite ce qui existe déjà dans la ville. Le *Voyage* est une opération de coordination, de mise en scène, de communication et de réenchâtement, plutôt que de création ou de production. C'est une sorte de résumé et de capitalisation par le parcours, de vingt années de politiques culturelles menées, depuis que Jean-Marc Ayrault dirige la ville.

L'évènement durant l'été c'est donc la cristallisation de l'action que la société effectue durant toute l'année pour la promotion touristique et culturelle de la ville. Mais c'est aussi un évènement qui annonce les prémices d'un travail sur la culture et le tourisme : « avec le *Voyage à Nantes*, ce travail s'amorce par un évènement, parce qu'il faut toujours un évènement pour se faire entendre, pour se montrer »¹⁰. On peut en déduire que l'évènement était, pour une bonne partie, une opération de communication et de séduction, à grande échelle ...

10. JEAN BLAISE - «Art & the City (entretien avec Jean Blaise)» - in ALAIN GRALEPOIS (dir.) - *Estuaire 2012: le paysage, l'art et le fleuve* - Éditions Région des Pays de la Loire - Revue 303 - n°122/12 - juin 2012 - p 192



Monte-Meubles, l'ultime déménagement de Leandro Erlich © Vincent Gouret

Un grand coup a été frappé lors de la première année, qu'en sera t'il les années suivantes, nous le verrons dans le temps, mais cette édition 2013 s'annonce dorénavant et déjà plus modeste.

Parlons chiffres

Il est l'heure maintenant de parler chiffres et objectifs comptables, car il est évident que la société et l'évènement *Voyage à Nantes* sont soumis à de tels objectifs.

Le budget total de cette première édition s'élève à un peu moins de huit millions d'euros (7 724 000 €). Il est très difficile de savoir exactement quelle part du budget est allouée à la partie artistique et laquelle à la partie communication, etc. En effet, les comptes annuels publiés par le *Voyage à Nantes*, et le rapport des SEMs¹¹ (qui inclut la SPL *Voyage à Nantes*) publié par la mairie, fin juin 2012 font état des comptes de l'exercice 2011 ... Il va donc falloir attendre fin juin 2013 pour connaître les chiffres de l'exercice 2012 et, ainsi comprendre le budget total de la SPL (huit millions d'euros pour l'évènement et vingt-quatre pour le fonctionnement de la société). A l'heure où j'écris ces lignes, je suis dans l'impossibilité de connaître ces chiffres.

Ce qui peut être dit avec certitude concerne des actions entreprises en 2011. Le film promotionnel (avec Spiderman) a coûté quatre-vingt-deux mille euros et l'aménagement du van - le *combi Volkswagen*

11. MAIRIE DE NANTES - «Les rapports des administrateurs de la Ville dans les S.E.M. et S.P.L.A.» - Rapports 2011 des SEMs de Nantes - accessible à cette adresse : [en ligne] http://www.nantes.fr/ext/rapports_annuels/rapan_2011/pdf/rapport_sems_2011.pdf (consulté le 26 mai 2013)

emblème du *Voyage à Nantes 2012* - lui quarante-mille euros. Il est aussi important de rajouter qu'en 2011, le budget des services communication, marketing et international (conseil en communication et relation presse, mise en œuvre des campagnes de publicité, conception et édition des documents d'accueil des publics, promotion du *Voyage à Nantes* à l'international par le biais de participation à des workshops, démarchage, ...) s'est élevé à un million cinq mille euros. Si on le met en relief par rapport au budget de l'évènement 2012 (le chiffre avancé ici est celui de 2011), cela représente près de treize pour-cent du budget. Alors même qu'en 2011, aucun évènement n'a été organisé, si ce n'est le lancement de la SPL. Ce chiffre semble déjà haut, pour une année sans évènement particulier, je vous laisse alors le soin d'imaginer ce qu'a pu être le budget communication de l'année 2012¹².

Afin de mesurer l'audience de l'évènement, le *Voyage à Nantes* a chargé l'INSEE et l'agence G&A Links, d'étudier le tourisme à Nantes dès 2011 afin d'établir des chiffres de référence. Il ressort qu'entre juillet et août 2011, Nantes a accueilli quatre cent quatre-vingt-six mille visiteurs dont deux cent mille visiteurs extérieurs pour des retombées directes de trente-neuf millions et quatre cent mille euros. L'objectif était d'accroître la fréquentation touristique de dix à vingt pour-cent. Pour référence, on peut noter qu'*Estuaire 2007*, c'était sept cent soixante neuf mille

12. Tous ces chiffres sont issus de : VOYAGE À NANTES - Compte annuels 2011

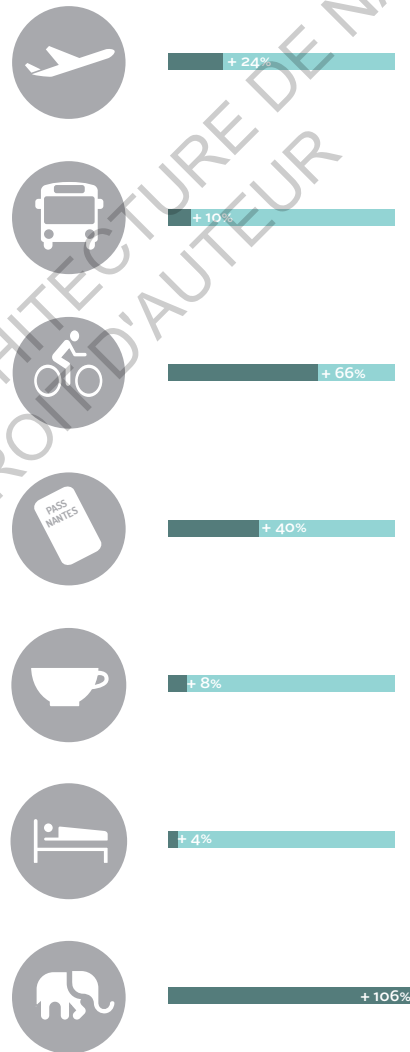
visiteurs¹³ et *Estuaire 2009* huit cent quatre-vingt dix mille¹⁴.

Suite à cela, le *Voyage à Nantes* a publié dès le 23 octobre 2012, les chiffres estivaux de 2012, issus d'études de G&A Links, de l'INSEE, de la CCI, de l'AURAN (Agence d'Urbanisme de la Région Nantaise), de l'aéroport Nantes Atlantique, de la TAN et des Bicloos. Bien évidemment tous les voyants sont au vert, les chiffres étant publiés par la société elle-même. Il faut ainsi prendre ces données avec quelques précautions.

Ce rapport nous dit que, entre les mois de l'été 2011 et ceux de l'été 2012, l'aéroport a accueilli vingt-quatre pour-cent de passagers en plus. La TAN a vu son affluence augmenter de près de dix pour-cent et les locations de Bicloos ont augmenté de soixante-six pour-cent. Le Pass Nantes a vu ses ventes augmenter de quarante pour-cent et le bilan des bars, cafés et restaurants du centre ville a progressé de huit pour-cent. Les nuitées dans les hôtels de la métropole ont augmenté de près de quatre pour-cent alors qu'au niveau national le recul est de deux points. Nantes était la seule ville de France à progresser sur les taux d'occupation de ses hôtels.

13. YVES AUMONT (2007) - Estuaire : fréquentation top, bilan en demi-teinte - Maville.com - 12 septembre - [en ligne] http://www.nantes.maville.com/actu/actudet_-Estuaire-frequeantation-top-bilan-en-demi-teinte_dep-442418_actu.Htm (consulté le 26 mai 2013)

14. AFP (2009) - Plus de 890.000 visiteurs pour la biennale d'art contemporain Estuaire 2009 - Lepoint.fr - 20 août - [en ligne] <http://www.lepoint.fr/culture/2009-08-20/plus-de-890-000-visiteurs-pour-la-biennale-d-art-contemporain/249/0/370363> (consulté le 26 mai 2013)



Graphiques exprimant les chiffres estivaux 2012

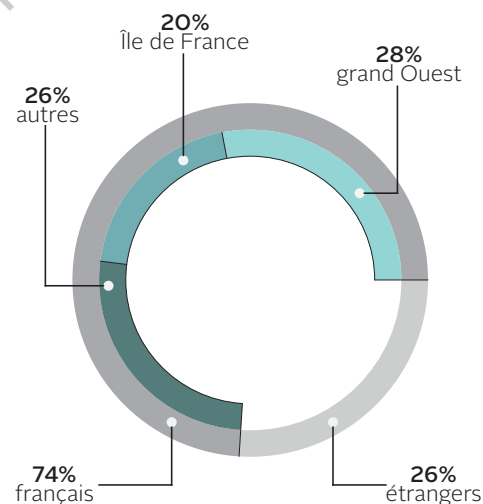
Le *Nid* a vu son ascenseur emprunté par près de cent quarante mille visiteurs, l'affluence du Jardin des Plantes a bondi de trente-cinq pour-cent et celle de la Cour du Château de vingt-cinq pour-cent. Pour les Machines de l'Île, l'exploit est de taille avec deux cent quinze mille tickets vendus, soit cent six pour-cent de plus que l'été 2011 !

La ville aurait accueilli six cent cinq mille visiteurs - dont cent cinq mille étrangers - pendant l'été soit une augmentation de vingt-quatre pour-cent (la plus forte de France selon Atout France¹⁵) et les étapes du *Voyage* auraient reçu un million sept cent mille visites (visites et non visiteurs !).

D'après l'étude menée par G&A Links sur mille sept cent treize personnes (hors Nantes Métropole), quarante-six pour-cent venaient à Nantes pour la première fois, vingt-huit pour-cent provenaient du Grand Ouest, vingt pour-cent de l'Île de France et vingt-six de l'étranger (en majorité de l'Espagne, du Royaume-Uni, de la Belgique et de la Suisse).

Les visiteurs extérieurs auraient dépensé quarante-huit millions cinq cent mille euros, ce qui représente une progression de neuf millions cent mille euros par rapport à 2011. Ce qui leur permet d'affirmer que la seule hausse des dépenses supplémentaires des visiteurs extérieurs en 2012, couvre l'investissement public consenti pour l'évènement. Ceci hors dépenses des visiteurs locaux et retombées économiques indirectes.

15. L'action d'Atout France, est la promotion touristique de la France



Graphiques exprimant un comparatif des fréquentations 2011 et 2012, ainsi la provenance des visiteurs

En outre, soixante-quinze pour-cent du budget de l'évènement auraient été directement injecté dans l'économie locale, en faisant travailler les entreprises nantaises par l'installation, la construction des œuvres et aménagement des lieux festifs.¹⁶

Il est bien sûr très difficile de faire la lumière sur tous ces chiffres, impossible de les vérifier. Ceux sur lesquels on ne peut douter sont les fréquentations payantes - comme pour la TAN, les Pass Nantes, les Bicloos ou les *Machines* - puisqu'ils sont issus d'un comptage des ventes réalisées. Mais les chiffres issus d'enquêtes et de sondages - sans vouloir remettre en cause l'enquête de G&A Links bien sûr - sont nettement plus discutables. Comment compter le total de visites sur toutes les étapes du parcours, comment calculer le nombre de touristes pendant l'été, et pire comment discerner les visiteurs extérieurs des locaux? Et comment calculer les retombées économiques directes des seuls touristes extérieurs, affirmant ainsi que l'évènement est rentable, puisque ces dépenses couvrent le budget total de la manifestation ?

Même Jean Blaise ne se risque pas à une telle affirmation : « *il ne faut pas systématiquement le ramener à son coût. On n'est pas dans l'industrie culturelle* »¹⁷.

16. VOYAGE A NANTES - Fréquentation estivale 2012 - accessible à cette adresse : [en ligne] http://www.nantes-tourisme.com/sites/default/files/brochure/file/dossier_frequentationestivale-012.pdf (consulté le 26 mai 2013). Les chiffres sont des comparatifs entre les deux mois de l'été 2011 et ceux de l'été 2012.

17. JEAN BLAISE dans CÉDRIC BLONDEEL (2012) - « Les retombées du Voyage à Nantes » - Presse Océan - dimanche 26 août - p11

Et la plupart des chiffres sont très contestés. Pour commencer, suite à l'étude de G&A Links sur la fréquentation touristique 2011, il a été annoncé que la ville comptait deux cent mille touristes, alors que lors du bilan 2012, le *Voyage à Nantes* a pris comme base de référence 2011, quatre cent quatre-vingt-six mille visiteurs ... Nantes Métropole aurait effectué « *un redressement significatif des résultats de l'étude menée sur l'été 2011* »¹⁸ mettant ainsi à mal celle du *Voyage à Nantes*. De plus Valérie Demangeau (présidente du *Voyage à Nantes*) reconnaît le manque de fiabilité de ces chiffres : « *On n'a pas les bons chiffres des nuitées, qui n'arriveront que dans plusieurs mois, ce ne sont que des extrapolations* »¹⁹. Difficile dans ce cas d'établir un bilan correct ! Mais il a été annoncé qu'un bilan complet sortirait en mars 2013. A ce jour, aucun rapport n'est sorti officiellement ...

Pour compléter ce qui vient d'être dit plus haut, l'évènement a été déclaré rentable, puisque les dépenses des seuls visiteurs extérieurs dépassaient le budget initial d'investissement. Mais il faut au préalable préciser ce budget. Doit-on seulement prendre en compte celui de l'évènement (huit millions d'euros), ou lui rajouter le budget de fonctionnement du *Voyage à Nantes* (vingt-quatre millions d'euros), ainsi que l'enveloppe *Estuaire* (huit millions d'euros) et le coût du *Carrousel des Mondes Marins* (dix millions d'euros) ?

18. NANTES METROPOLE - Communiqué publié le 25 octobre 2012 dans Ouest-France et Presse-Océan

19. VALÉRIE DEMANGEAU - Conférence de presse du 23 octobre 2012 pour l'annonce des résultats du *Voyage à Nantes*

Voyagez vert en 2013 !

Toujours est-il, qu'au-delà des polémiques le *Voyage à Nantes* reviendra bien en 2013, et même après puisque la promesse est faite, celle de revenir chaque année, chaque été, entre juillet et août au travers d'un parcours culturel dans les rues de Nantes.

En 2013 la ligne sera verte ! N'y voyez aucun rapport avec le roman de Stephen King, mais plutôt avec l'éco événement de cette année : *Nantes Capitale Verte 2013 de l'Europe*. On prend la même formule, et on recommence cet été, du 28 juin au 1er septembre, avec un budget qui a fondu à trois millions d'euros. Cet événement est décrit comme « *un parcours pérenne d'une richesse sans équivalent, pour entrer dans le top 5 des destinations françaises* »²⁰. Au delà du manque d'humilité dans ce passage, on peut noter cette information : le parcours pérenne.

L'évènement *Voyage à Nantes* reviendra tous les ans, on le sait déjà, mais cela veut-il dire que la ligne verte restera et que les étapes seront les mêmes ? Réponse en 2014 ...

Au programme de cette édition 2013, sobriement rebaptisée *Le Voyage*, trente-huit étapes sur quinze kilomètres, avec les œuvres d'*Estuaire* bien entendu (huit étapes), qui pourront trouver une nouvelle aura sous les auspices de cette éco-édition. Mais aussi les œuvres du Musée des Beaux-Arts disséminées dans la ville, avec son exposition *Musée*

20. VOYAGE À NANTES - Dossier de presse 2013 de Nantes. Tourisme - accessible à cette adresse : [en ligne] http://www.nantes-tourisme.com/sites/default/files/brochure/file/dp_nantestourisme.pdf (consulté le 26 mai 2013)



La Cantine du Voyage © Camille Sablé

Nomade, qui représente à elle seule neuf étapes du parcours. Les étapes que nous avons renommé *patrimoine et joyaux de la ville* pour l'édition 2012, sont sensiblement les mêmes, riches du patrimoine nantais, quoi que puisse en dire Jean Baise.

L'un des éléments fort cette année sera *La Cantine du Voyage*, sur le quai les Antilles qui envisage d'être un centre culturel culinaire, ambassadeur de l'agriculture locale.

Il y aura aussi la grande rétrospective Felice Varini à la galerie HAB, ou Observatorium avec *Sanagare* proposé par la SAMOA.

Mais aussi Isaac Cordal avec ses figurines qui envahiront la ville. L'un des événements phare sera la *Symphonie Mécanique* aux Nefs, proposée par la compagnie *La Machine* et François Delarozière. Le parcours s'enrichira cette année de cinq branches, qui permettront la découverte des quartiers des Olivettes, Ceineray, Malakoff, Guist'hau et Chantenay

Le guide du *Voyage 2013* est aussi l'occasion de référencer toutes les soirées, événements et concerts de cet été. Le *Voyage à Nantes* semble de plus en plus se transformer en un simple éditeur de guide touristique qui regroupe, collectionne et référence toute ce qu'il se passe sur une période donnée .

On ne saura jamais si le *Voyage à Nantes* a fait des émules, mais une chose est sûre, l'été 2013 sera riche de parcours ! En effet la SAMOA lance aussi le sien, sur l'île du Nantes, du 15 juin au 28 septembre : « *Green Island* » en l'honneur de Nantes Capitale Verte. Décidément l'été 2013 sera très *green friendly* !

Le visiteur parcourra l'île de Nantes, au fil de douze stations conçues par des paysagistes, architectes ou designers, dont une réalisée par les étudiants de l'école d'architecture. Ironie du sort, le parcours *Green Island* de la SAMOA, figure dans le guide du *Voyage 2013* ...

L'exemple du Musée des Beaux-Arts

Cette partie porte sur les collaborations et les échanges qui existent entre le *Voyage à Nantes* et ses partenaires. J'ai choisi d'illustrer ces échanges par un exemple concret, celui du *Musée des Beaux-Arts de Nantes*. En effet comme il a été dit précédemment, le Musée est l'un des partenaires du *Voyage à Nantes*, et chaque partie tente de tirer les avantages de cette collaboration.

Pour ce faire, j'ai rencontré la directrice du *Musée*, Blandine Chavanne. Elle m'a expliqué la nature de ces échanges, dans quelles mesures le *Voyage à Nantes* aidait le *Musée* dans sa communication et sa promotion et vice et versa. Pour retranscrire au mieux les propos de Blandine Chavanne, j'ai décidé de glisser dans cet essai une partie de l'entretien réalisé le 23 avril 2013. Toutes les informations n'étant pas utiles à ce développement, l'entretien a volontairement été coupé, pour ne garder que ce qui nous intéresse ici.



Blandine Chavanne, directrice du Musée des Beaux-Arts de Nantes.
Rencontrée le 23 avril 2012 © Les fameuses

Camille Sablé Je voulais vous rencontrer afin d'aborder plusieurs points : d'abord quel est le rapport aujourd'hui entre le Musée des Beaux-Arts et la SPL *Voyage à Nantes*. Et qu'elle était votre collaboration pour le *Voyage à Nantes 2012* ?

Blandine Chavanne Nous sommes service municipal. À partir du moment où la ville crée une institution, la collaboration, elle l'est de fait ! Moi, j'ai pour mission la conservation et la mise en valeur des collections de la Ville de Nantes. Au niveau du tourisme, c'est un partenaire permanent. Après ça, le *Voyage à Nantes* n'a pas encore fait le tour de toutes les façons dont il pourrait nous aider à promouvoir le *Musée*. Puisqu'il n'y a pas que le Musée dans le *Voyage à Nantes*. Ils ont énormément de partenaires ! On est un des partenaires, mais pas le seul, loin de là.

C. S. J'ai lu l'acte de création de la SPL, et il est écrit qu'ils ont sous leur égide *Les Machines*, le *Château*, etc. ... Mais dedans n'est pas le *Musée des Beaux-Arts*. La librairie est dedans si je me souviens bien. Mais il y a forcément des collaborations et des échanges, et je voulais justement savoir où se faisait la nuance ...

B. C. Et bien elle est énorme ! Car je reste quand même directrice du *Musée*, ce n'est quand même pas Jean Blaise qui dirige le *Musée*, enfin en tout cas pas pour l'instant ! Et donc en fait, le *Voyage à Nantes* participe à la promotion du *Musée* et le *Musée* participe à la politique touristique de la ville. Donc, ce sont des échanges de bons procédés. Mais jusqu'à preuve du contraire, je reste encore à la tête de cet établissement. Et le tourisme n'est pas - de loin - le

seul public que nous visons. Mais je suis absolument ravie quand on fait la promotion du *Musée*. Je trouve ça très bien, donc franchement je ne vais pas être opposée à ce type de politique.

L'an dernier, puisque depuis septembre 2011 le Palais est en travaux, ça a été la commande municipale : la présentation des collections dans différents lieux de la ville. Alors on a fait ça en collaboration avec *Voyage à Nantes*, puisqu'on se trouvait sur la ligne rose. Il y a certains lieux auxquels je n'aurais pas forcément pensé, comme par exemple au Palais de Justice ou à l'immeuble NGE. Je n'y aurais pas forcément pensé. L'idée a tout de suite été d'inviter un ou des artistes à présenter nos œuvres.

Au début, Jean souhaitait qu'il y ait plusieurs artistes, de fait je pense que ça aurait été terriblement complexe, au niveau de la lisibilité. Nous, on a préféré n'inviter qu'un seul artiste, *Alain Séchas* avec lequel on a beaucoup travaillé. Qui d'ailleurs s'est énormément investi dans le projet en choisissant pour chaque lieu un ensemble d'œuvres, qui lui semblait des œuvres pertinentes dans la collection et qui en même temps était très pertinentes par rapport au lieu d'accueil. À chaque fois, il y avait des choses qui collaient avec le lieu. Donc, ça a été une collaboration très fructueuse, très importante et très intéressante.

Sinon niveau budgétaire, nous sommes autonomes. En revanche on collabore sur les horaires d'ouverture, sur les jours de fermeture, sur la médiation prise en charge par *Voyage à Nantes*. Donc voilà on collabore sur un certain nombre de points, mais en même temps on a notre autonomie quand au choix de l'artiste, quand au choix des œuvres, etc. ...

C. S. Vous parlez de collaborations, par rapport à l'événement *Voyage à Nantes* ou par rapport au fonctionnement normal du *Musée* ?

B. C. Non l'événement. Fonctionnement normal, les choses sont vraiment très différentes. *Voyage à Nantes* est chargé dans le cadre de sa politique de promotion de la Ville de Nantes, de nous intégrer. Bon, je ne peux pas dire que le petit clip qui a été fait sur le *Musée des Beaux-Arts* me passionne. Ce sont des boules qui descendent l'escalier monumental. On ne voit pas beaucoup d'œuvres. Je pense qu'on pourrait avoir parfois une collaboration plus étroite quand à l'objet de la communication sur le *Musée*. De toute façon ce n'est pas grand chose d'autre, puisque c'est leur job.

C. S. Si l'on parle toujours de votre collaboration avec le *Voyage à Nantes* l'événement, l'exposition à la *Chapelle de l'Oratoire* était une exposition qui a été conçue spécialement pour l'événement ou elle était prévue dans votre calendrier et a été intégrée ensuite à l'événement ?

B. C. De toute façon, la *Chapelle de l'Oratoire* a sa propre programmation, vous avez une programmation jusqu'en 2015. C'est le *Musée des Beaux-Arts*, mais ça n'a rien à voir avec le *Voyage à Nantes*. Quand on regarde le guide du *Voyage à Nantes*, il y a l'exposition de la *Chapelle*, mais qui n'était pas dans *Sans cimaise sans pantalon*, puisque là c'était un autre commissariat, c'était Ming, c'était autre chose.

C. S. C'est à dire que c'est *Voyage à Nantes* qui a mis cet événement en plus dans le guide, pour montrer ce qu'il se passait à Nantes, alors que l'exposition à la *Chapelle* était complètement indépendante ?

B. C. C'est exactement la même chose. Le *Musée* a monté deux opérations, *Sans cimaise sans pantalon* et l'exposition Ming *Un jour parfait* et ces deux opérations se sont trouvées pendant la période de *Voyage à Nantes*. Mais *Voyage à Nantes* c'est toute l'année de fait. Il y a une cristallisation pendant l'été, mais pour moi *Voyage à Nantes* doit soutenir toutes nos opérations, quand on les fasse au *Hangar à Bananes* ou à la *Chapelle*.

Par exemple à l'automne, le *Musée* s'installe au *Hangar à Bananes* et y monte des expositions. Théoriquement, toutes nos expositions, quelles qu'elles soient, devraient bénéficier de la promotion de *Voyage à Nantes*. Puisque *Voyage à Nantes* est une société dont l'objet est la promotion de la politique culturelle de Nantes. Nous on travaille toute l'année, et *Voyage à Nantes* est à nos côtés pour la promotion touristique du *Musée*.

C. S. Et par rapport au *Musée des Beaux-Arts*, par rapport à sa fréquentation, trouvez vous que l'action est bénéfique, en terme d'image ...

B. C. Alors c'est horriblement compliqué, nous on n'a que la *Chapelle*, on est en plein travaux. Forcément, notre fréquentation a baissé depuis que la *Palais* est en travaux. Mais ce que je peux dire c'est que quand je suis arrivée à Nantes, c'était la première édition d'*Estuaire*, on se rendait vraiment

compte que l'été, ça ramait, les gens ne s'arrêtaient pas beaucoup. La deuxième édition, la progression était spectaculaire. Et je trouve que la fréquentation touristique estivale à Nantes est assez spectaculaire. Donc globalement je pense que c'est extrêmement positif pour la ville de Nantes.

C. S. Ce que je vois pour l'instant, c'est que Voyage à Nantes c'est une suite logique d'*Estuaire*, ça a utilisé l'événement *Estuaire* dans sa dernière année en terme de communication pour le prolonger d'une façon différente bien évidemment ...

B. C. Pour moi ça a concrétisé la politique culturelle que la Ville de Nantes mettait en place en affichant de façon très claire et ferme le fait qu'avec la politique culturelle, il y a une politique touristique.

C. S. J'ai lu Yves Michaud, qui a notamment eu un débat avec Jean Blaise. Lui avait beaucoup de réserves par rapport à ce genre de manifestations, à l'époque c'était *Estuaire 2007*. Trouvez vous, si l'on peut parler d'exigence artistique, qu'il y a eu les mêmes exigences pour *Estuaire 2007*, puis 2009 et 2012 et le *Voyage à Nantes 2012*. Ou finalement, maintenant avec le *Voyage à Nantes*, comme le dirait Yves Michaud on a plus affaire à de « l'art pour faire le buzz », « de l'art d'ambiance » ou de « l'art qui se met en scène » ?

B. C. Si je vous dit que je m'en fiche complètement ? De mon côté j'essaie de garder une ligne, la plus professionnelle possible. Mon travail est la promotion de la création contemporaine, donc j'essaie de travailler avec des artistes qui me semblent

pertinents, on essaie de présenter un travail de la façon la plus professionnelle possible, à côté de ça on n'est pas tout seul, et à côté de ça il y a des opérations qui sont plus des opérations d'*entertainment*. Mais il y a une chose qui est absolument sûre et certaine, c'est que du côté du Musée, nous n'avons pas de pressions, pour aller dans un sens ou dans un autre.

Mais au sein de tout ce qu'il se passe au *Voyage à Nantes*, parce qu'il y a énormément de partenaires, chaque partenaire a une personnalité, chaque partenaire travaille différemment. Il est évident que Les *Machines de l'Île* ne travaillent pas comme nous ! Ils n'ont pas les mêmes objectifs, ils n'ont pas la même philosophie. Donc c'est aussi ça la richesse d'une ville, la richesse d'une proposition touristique.

Donc moi, je ne le vois pas d'une façon complètement négative, mais je ne m'associe pas à toutes les manifestations, il y a les manifestations organisées pas le Musée et signées par le Musée, d'une façon très claire.

C. S. Oui, donc votre indépendance est vraiment très claire. Si l'on parle du *Château* ...

B. C. Mais je ne suis pas dans la SEM ! Mais on a gardé notre indépendance et je pense que Jean Blaise est tout à fait conscient de la richesse de la ville, et donc de la diversité des partenaires avec lesquels il travaille.

C. S. Car finalement on pourrait penser que le risque d'une telle entité, qui globalise tout, serait de venir lisser, et d'insuffler la même vision et la

même politique à tout le monde ...

B. C. Si il y avait une seule institution qui dirigeait l'ensemble des institutions culturelles, oui, mais ce n'est pas le cas.

C. S. On n'en est peut être pas très loin ?

B. C. Et bien, le *Muséum* est indépendant, le *Musée Jules Verne* est indépendant, la *Médiathèque* est indépendante, le *Musée des Beaux-Arts* est indépendant, un certain nombre d'associations qui s'associent à *Voyage à Nantes* sont indépendantes. Il y a effectivement quelques grosses machines, je pense par exemple que le *Château* a une double casquette, c'est à la fois un monument historique et en même temps un musée. Il est plus à vocation touristique pour la partie historique.

C'est extrêmement important aujourd'hui d'être présent d'une façon lourde au niveau national. Nantes est quand même au fin fond du bout de l'Europe, on est complètement à l'ouest. Il y a Brest après, enfin on est quand même complètement à l'ouest, après Nantes, c'est les poissons ! Puis l'Amérique ! Donc *Voyage à Nantes* fait partie de cette vision, quand même assez prospective de dire : pour exister en Europe il faut peser un million d'habitants, donc c'est Nantes Saint-Nazaire, ça ne peut pas être Nantes tout seul. Il y a donc tout un ensemble de données qui sont démographiques, économiques, touristiques ...

C. S. Pour en revenir à la communication, on est d'accord que la société s'occupe de la communication, mais l'événement *Voyage à Nantes* durant l'été, avec le slogan « *La ville renversée*

par l'art », est ce que selon vous c'est une grande opération de communication de la ville ou une manifestation d'art contemporain ?

B. C. Il y a de l'art contemporain, mais il y a des tas d'autres choses. Ce n'est pas une manifestation d'art contemporain ! C'est une manifestation de promotion de la Ville de Nantes, avec plein d'acteurs, des acteurs qui sont sur le champ contemporain, des acteurs qui sont sur le champ du divertissement, des acteurs qui sont sur le champ de la musique... Et l'art, c'est au sens large du terme. Et chacun à sa place. Et le travail de *Voyage à Nantes* c'est la promotion de tout ça.

C. S. Mais en proposant une programmation également ...

B. C. Et bien, la programmation est proposée par l'ensemble des partenaires ! Eux proposent une exposition au *Hangar à Bananes*, et deux ou trois interventions l'année dernière en ville, mais cette année il n'y en a à peine, et ce sont les partenaires qui proposent les choses.

C'est pour ça que c'est compliqué, parce *Voyage à Nantes* n'existe pas sans tous les partenaires. Donc, ce qui est important c'est que chaque partenaire garde son identité, que chacun puisse trouver un retour d'image qui lui convienne, mais nous, ça ne nous empêche pas de faire notre travail avec la presse. Ça ne nous empêche pas de faire beaucoup de choses d'ailleurs. Mais je pense que *Voyage à Nantes* sans ses partenaires n'existe pas ! Or, les partenaires il ne les maîtrise pas ! Il ne peut pas leur interdire d'exister, Stéréolux existera ...

C'est sans doute aussi - et ça dépendra beaucoup plus des partenaires que du *Voyage à Nantes* - une plateforme sur laquelle chacun va s'appuyer.

C. S. Dans son essai, Jean-Claude Wallach, *La culture, pour qui ?*, nous parle du mythe *malrucien* qui dit qu'il suffit de mettre des œuvres et des publics en relation pour que le miracle s'opère.

B. C. Je n'y crois pas !

C. S. Je suis bien d'accord, mais pour que justement la magie s'opère, de quoi a-t-on besoin ?

B. C. Il y a cinquante choses ! Des fois, vous avez une œuvre qui est tellement forte, et ça arrive, que vous êtes scotché, mais ce n'est pas pour ça que vous n'avez pas besoin de médiation. C'est à dire qu'une œuvre plastique ou une œuvre musicale peut vraiment avoir une puissance telle que l'attention est retenue, mais on a quand même besoin souvent d'une petite médiation pour savoir d'où ça vient, comment c'est fait. Très souvent, avec de la médiation, tout d'un coup l'œuvre se révèle. Nous dans notre métier, la médiation c'est au cœur.

C. S. Pour en revenir au *Voyage à Nantes*, pensez-vous que ce genre de politique contribue à une vraie démocratisation...

B. C. Démocratisation est bien plus compliqué que ça. C'est une politique qui contribue à ce qu'on se frotte de temps à une œuvre. Par exemple, les gens qui sont allés voir *Sans cimaise sans pantalon*, ils ont d'abord découvert des lieux qu'ils ne connaissaient pas forcément, après ils ont découvert des œuvres qui parfois les ont surpris, parfois moins,

ils avaient un médiateur s'ils voulaient avoir une introduction à l'œuvre, etc.

C. S. Et encore plus dans ce genre d'événement, je pense que la médiation est d'autant plus importante puisque finalement ce sont les œuvres et les artistes qui viennent au devant des gens, ce n'est pas l'acte d'entrer dans un musée justement, on s'adresse à des publics qui sont complètement différents.

B. C. C'est ça qui est difficile, quand on est dans un musée, parce qu'il faut qu'on invite les gens à pousser la porte, et il y a plein d'œuvres qui ne peuvent qu'être dans des endroits, à l'abri, qui ne peuvent pas être dehors, et puis parfois, il y a des œuvres qui demandent un peu de distance et de silence, donc on ne peut pas les mettre au milieu de la circulation. Et donc, dans une institution comme la notre, il faut qu'on profite de la possibilité de mettre un pied dehors pour que les gens viennent encore mieux dedans.

C. S. Et au moment de la création de la société, est-ce qu'il a toujours été clair dès le début, que le *Musée* devait garder son indépendance ?

B. C. Soit j'ai un tel caractère de cochon qu'on a jamais osé ... Oui pour moi ça a toujours été limpide. Je sais qu'il y a des tas de gens, des bruits qui courent, que une fois, il y a un journal qui l'a noté, et un quart d'heure après j'ai eu un coup de fil de Jean pour dire «non, non, non je ne veux pas de toi !». Mais le rôle de cette SPL, c'est vraiment la promotion de la culture par le tourisme.

Mais c'est intéressant de voir ça, à cette grande échelle. C'est quand même une grande échelle.

C. S. Et par rapport à l'événement 2013, est ce que le *Musée des Beaux-Arts* proposera quelque chose ?

B. C. Oui, le Musée va être très présent, puisque c'est une demande de la municipalité, puisqu'on va être fermé plus longtemps que prévu, on ouvre le *Cube* en 2016, et globalement en 2018. Mais on sera très présent, déjà dans la *Chapelle* on a notre programmation habituelle. On a demandé au conservateur de Dortmund, *Kurt Wettengl* de venir choisir dans notre collection des œuvres, et il a choisi quatre œuvres anciennes et contemporaines, qui vont finalement dialoguer sur le thème du *message de l'art*. Et nous avons choisi de nous glisser au milieu de la *ligne verte*, et de faire plus ou moins écho à Nantes Capitale Verte.

Alors, à la *Maison de l'Architecture*, on sera au bord de la mer, à l'*école d'architecture*, au rez-de-chaussée, ça s'intitule *Les jardins égarés*, ce sont des œuvres sur le thème de la fleur, du jardinage, tout ce qui tourne proprement autour de la nature. Mais on n'a pas voulu faire une exposition de paysages, on ne trouvait pas ça forcément pertinent, mais on a des choses assez drôles. On a un très beau nu des années 1910, elle a les pieds dans les potirons, on ne sait pas bien pourquoi, mais c'est comme ça. On a des choses très étonnantes, mais ça permet de les sortir, de les voir, de tester leur capacité à tenir le mur ou pas, ça nous permet de confronter les choses.

Nous mettons une œuvre au passage Sainte Croix, on sera tout simplement dans la cour avec une œuvre de Jean-Pierre Raynaud : *Une feuille pour neuf stèles*. Nous aurons une œuvre absolument remarquable, alors pour le coup ça n'a rien à voir avec la *ligne verte*, on est en dehors mais c'est lié au cadre qui va accueillir l'œuvre. Dans le *Cercle Louis XVI*, nous présentons *Le Velleur* de La Tour qui a été restauré, et que les Nantais n'ont pas eu l'occasion de découvrir depuis qu'il a été restauré.

Ensuite nous intervenons à la Médiathèque, et au *Musée Jules Verne*, où j'ai demandé à Bertrand Lamarche, dont nous avons deux œuvres en collection, d'intervenir sur le Musée Jules Verne puisque l'œuvre *Kathy* que nous possédons est une allégorie de la tornade et que Jules Verne était fasciné par tous les phénomènes météorologiques.

C. S. Et qui s'est occupé de la programmation cette année ?

B. C. Le *Musée des Beaux-Arts*, comme avec Séchas. De la même manière.

C. S. Est ce que la collaboration s'est faite de la même façon, s'est elle accrue ?

B. C. Ce sont sur les mêmes bases, puisqu'ils vont mettre à notre disposition des médiateurs, que nous allons former. Le *Voyage à Nantes*, ils décident finalement des heures d'ouverture et des jours de fermeture - il n'y en aura pas cette année, donc c'est facile - mais ils font des propositions pour harmoniser les choses au niveau du territoire. Mais oui, c'est aussi une bonne démarche.

C. S. Donc ça veut dire que ça devrait être installé et revenir tous les ans ?

B. C. On verra, pour l'instant, tant que l'on n'est pas rouvert, oui. Mais en 2016 on va peut être investir le Musée, donc il y a un moment, où on lèvera un peu le pied car on ne pourra pas tout faire.

C. S. Donc pour l'instant vous le lisez un peu comme une alternative au fait que le *Musée* soit fermé?

B. C. Absolument ! Mais c'est une commande municipale très claire. Le *Palais* est fermé, mettez vos collections partout où vous pouvez en ville.

C. S. Donc, cette période de fermeture est quelque part une bonne opportunité ...

B. C. C'est bien pour le *Voyage à Nantes!*

C. S. Et vous également finalement ?

B. C. Et pour nous c'est formidable ! On en a besoin. C'est une bonne collaboration. Je crois qu'il n'y a pas de problème à partir du moment où l'on sait où l'on se situe et où est l'objet et la mission de notre établissement.

des expériences

On a vu dans la première partie les conséquences et les répercussions que les politiques culturelles engagées depuis vingt avaient eues sur la ville de Nantes. Tentons de voir ici ce que l'évènement *Voyage à Nantes 2012* a créé, quelles marques et traces a t'il laissé sur la ville, ce que les œuvres et les différentes étapes ont légué à la ville en héritage. Que ce soient les œuvres éphémères, les œuvres pérennes, les lieux conviviaux ou les soirées, chacun à sa manière - positive ou négative - est venu marquer d'un souvenir la mémoire d'une partie des Nantais et alimente ainsi l'imaginaire collectif du territoire. Espérons que cet évènement restera dans les mémoires collectives, qu'il ait marqué les esprits, positivement ou négativement, car rien n'est pire que l'indifférence.

Des temps de pause

Ils font partie des moments forts du *Voyage*, ceux qui ont permis au visiteur de se poser, dans des lieux relativement inconnus de la ville, transformés en des lieux d'échanges et de partage, à l'instar du *Nid*, de *Crêpetown* ou l'installation *1000 Plateaux*.

Prenons de la hauteur

La *tour de Bretagne*, du haut de ses trente-deux étages et de ses cent quarante-quatre mètres est l'un des emblèmes de Nantes. Pourtant, elle n'est ni l'*Empire State Building* de New York, ni la *Tour Eiffel* de Paris, mais elle fait partie de ces édifices de très

grande hauteur qui font symbole dans la ville. Elle est à peu près visible de n'importe où, elle constitue un signal, un point de repère dans Nantes pour les habitants. Elle n'est sans doute pas toujours appréciée, son gigantisme face à son environnement n'en fait pas un lieu des plus en vogue, pourtant elle est un élément d'identification de la ville.

Elle constitue un endroit inaccessible pour les plupart des habitants, ses étages restant réservés aux seuls travailleurs de la tour. Autant d'éléments qui font de ce bâtiment un lieu de fantasme, à la fois admiré et détesté.

Pour ce *Voyage à Nantes*, édition 2012, le dernier étage a été ouvert au public. C'est l'étape numéro onze du parcours, et très certainement l'une des plus visitée, aux vues de la file d'attente qui y régnait chaque jour. Cette œuvre est l'une des rares créations pérennes de l'évènement et l'une des plus emblématique. Son aménagement a été confié à Jean Jullien, artiste londonien d'origine nantaise. Ce trente deuxième étage est ainsi devenu un bar et un point de vue à trois cent soixante degrés sur la ville, dans lequel une immense cigogne et ses œufs ont élu domicile, d'où son nom, le *Nid*.

L'accès au *Nid* en lui-même constitue la première approche au lieu, le voyage commence dès l'origine de la tour. En effet, pour accéder jusqu'au sommet, les visiteurs doivent emprunter un ascenseur. Dès l'entrée dans l'élévateur, le voyage commence, où l'on passe un moment presque intime, entouré par des inconnus, dans cette ascension, transition d'un dehors connu de tous, vers un dehors inconnu. Cet inconnu, c'est finalement Nantes, que l'on redécouvre vue d'en



Le Nid, aménagé par Jean Jullien © Michel Craipeau

haut, depuis son piédestal. Cet aménagement exprime très bien un phénomène qui tend à répandre dans les villes, celui des panoramas, espaces en hauteur qui donne à voir un point de vue différent de celui dont on a l'habitude. L'été dernier, le *Voyage à Nantes* a mis les points de vue à l'honneur avec l'ouverture éphémère du sommet de la *Tour Dobrée*, mais aussi par les propositions des *Plateformes* des étudiants de l'école d'architecture.

Le *Nid* est un symbole, puisqu'il permet au visiteur lambda d'accéder dans un lieu symbole de la ville - habituellement inaccessible - mais surtout, la possibilité est donnée au voyageur de monter au sommet même de cet emblème. Rendre accessible aux habitants le sommet d'une tour emblématique; alors que ces lieux sont habituellement réservés aux élites ou aux plus fortunés, est un symbole fort d'une ville, qui se veut être à la portée de chacun. C'est quelque part rendre aux habitants une partie de la fierté de la ville.

Et quoi de mieux que d'ouvrir un espace confidentiel à tous, pour offrir la possibilité d'une nouvelle vision de sa ville et de son territoire. Perché tout en haut du *Nid*, du jour comme de nuit, le visiteur peut admirer sa ville, tenter de se repérer, de trouver où il habite. Un processus d'appropriation s'enclenche. Pourtant plus éloignée, la ville semble être à portée de main, accessible et lisible.

Des lieux de convivialité

Ce fut l'un des points forts du *Voyage*, celui de créer des lieux conviviaux, qui invitaient au rassemblement et au partage. Deux exemples qui ont attiré les foules, sont *Crêpetown* et



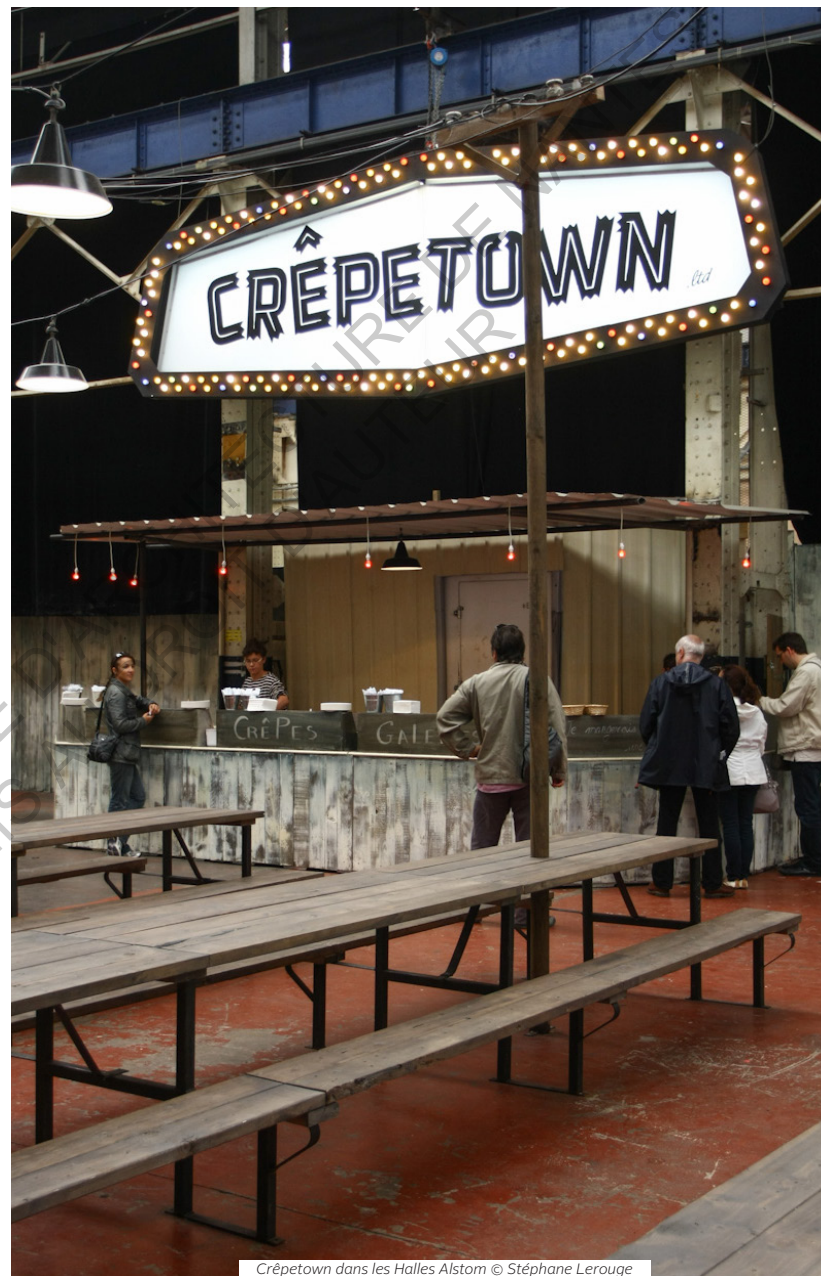
Nantes, vue depuis le Nid © Glosscontrol

l'installation 1000 plateaux de Fichtre. Le premier, *Crêpetown* était un immense complexe qui a transformé durant tout l'été les Halles Alstom en une gigantesque ville à crêpes. Le concept est simple - à l'initiative de Hervé Guilloteau (metteur en scène et acteur) et Didier Poireaud (plasticien et cinéaste) - celui de créer un lieu de restauration, pour boire et manger, mais aussi découvrir l'univers d'un film, ou le décor d'une fiction en cours de tournage, le tout dans une ambiance musicale décalée. À l'origine Hervé Guilloteau et Didier Poireaud avaient proposé à Jean Blaise une comédie de mauvais goût *Mamie Obus*, mais le *Voyage à Nantes* ne produisant pas de théâtre, l'idée fut refusée. Ils ont alors eu l'idée de *Crêpetown*, ce lieu dédié à la crêpe bien sûr, mais dans une effervescence artistique à l'image du lieu. Au programme, trois concerts par semaine, le collectif *Pan!* et son atelier de sérigraphie, une friperie, des projections de films, mais aussi des performances, des cours de pratiques artistiques décalés et la mythique Absurde Séance.

Le succès de cette crêperie d'un nouveau genre tenait dans son adéquation avec le lieu, décalé, *underground*, industriel et populaire pour faire de «la plus grande crêperie du monde»¹ cet endroit convivial, extrêmement vivant durant toute la durée du Voyage.

Crêpetown était même victime de son succès, puisque une pétition des riverains a été signée pour interdire le lieu et réduire ses horaires d'ouverture alors qu'une autre pétition a circulé pour, à l'inverse, en faire un lieu pérenne.

1. JACKIE BERROYER - Jackie et Julie - film promotionnel du Voyage à Nantes réalisé par Gaëtan Chataigner



Crêpetown dans les Halles Alstom © Stéphane Lerouge

C'est sans doute grâce à ce concept que le *Voyage* a pu, en partie, véhiculer de lui même une image décalée, en retrouvant l'univers des *Allumés* et en investissant par des initiatives artistiques, un lieu symbolique du passé industriel de Nantes.

Le second exemple est l'installation *1000 Plateaux* du collectif Fichtre, composé de trois architectes nantais. En plus de quelques petites réalisations architecturales, le collectif est spécialisé dans la création de mobilier et installations éphémères, principalement en bois. Pour le *Voyage à Nantes*, Fichtre a imaginé un mobilier urbain, temporaire pour inviter les Nantais à se rencontrer dans les rues et partager des moments ensemble. L'idée était de pouvoir se retrouver « *comme à la maison* », en offrant, grâce à l'installation de multiples tables, bancs, hamacs et barbecues, disséminés en deux points de la ville : le quartier Bouffay et devant l'école d'architecture. *1000 Plateaux* est une invitation à l'appropriation de la rue, en mettant à disposition des habitants, un mobilier urbain leur permettant de descendre à n'importe quel moment dans la ville et de partager un instant de convivialité entre amis, ou avec de parfaits inconnus. Et le succès était au rendez-vous, puisque chaque soir, les tables et barbecues étaient pris d'assaut. En installant ce mobilier temporaire, Fichtre a ainsi créé un événement dans la ville, qui n'aurait sûrement pas eu tant de succès s'il avait été pérenne. La bonne idée ici, est d'avoir créé dans une ville en perpétuel mouvement, des moments de pause, suscitant la rencontre, invitant à la réappropriation et à une meilleure appréhension de l'espace urbain.



1000 plateaux par Fichtre © Camille Sablé

De l'art dans la ville

A bien y regarder, il semble que le nombre d'œuvres artistiques créées ou installées pour le Voyage ne soit pas si impressionnant que cela, pour un événement dont le sous-titre est « *La ville renversée par l'art* ». Bien sûr les œuvres d'*Estuaire* font partie du parcours, mais elles sont volontairement exclues ici, car la biennale *Estuaire* n'est en rien une initiative du Voyage à Nantes, mais une récupération. Néanmoins on dégagera deux projets artistiques, qui ont marqué la ville de façon différente : *Mont Royale(e)* et l'exposition *Sans cimaise sans pantalon*.

Hors les murs

L'exposition *Sans cimaise sans pantalon* était une exposition organisée par le Musée des Beaux-Arts dans le cadre du Voyage à Nantes 2012. C'était une promenade dans la ville à la découverte d'œuvres du Musée, fermé actuellement pour travaux. L'initiative est celle de Blandine Chavanne et Jean de Loisy (directeur du Palais de Tokyo - Paris) qui ont proposé à Alain Séchas de sélectionner des œuvres dans les collections du Musée, pour les exposer hors les murs, dans la ville. Et le résultat était plutôt intéressant, en permettant au plus grand nombre de personnes (principalement celles qui ont le moins accès aux musées) de découvrir des œuvres, dans des lieux inhabituels, aussi bien pour les œuvres que pour les visiteurs. C'est là un des points forts de l'évènement, celui de découvrir des lieux insolites à l'initiative de l'art.

C'est ainsi que sept lieux du patrimoine nantais (plus un à Paris) ont été choisis pour l'accueil des



Sans cimaise sans pantalon au Palais de Justice © Dalbera

œuvres: la *Chapelle de l'Immaculée*, le *passage Sainte-Croix*, l'immeuble *NGE*, le *Muséum d'Histoire Naturelle*, le *Palais de justice*, la *maison régionale de l'architecture*, le *Musée Jules Verne* et le *Palais de Tokyo* à Paris. Le fait d'exposer une des œuvres à Paris a permis de donner au Musée une véritable vitrine sur la capitale et de donner plus d'envergure à ce grand équipement culturel en France (sixième musée de France dans la catégorie Beaux-Arts en terme de fréquentation²).

Ainsi, Alain Séchas a lui aussi créé son propre parcours dans la ville. Au fil de sept étapes, il a donné au visiteur le plaisir de la découverte d'un lieu, d'une œuvre et d'imaginer les liens qui existeraient entre les œuvres et les lieux. C'est ainsi que fut exposé une autruche de Maurizio Cattelan au Muséum d'Histoire Naturelle ou des peintures de Nicolas Brenet ou Claude-Marie Dubufe sur le thème de la morale et du péché au Palais de Justice.

Cette exposition constitue sûrement un des apports artistique majeur du *Voyage*, puisque la possibilité était offerte au plus grand nombre de voir une partie des collections du Musée, inaccessibles en partie, puisque conservées dans les réserves (et d'autant plus que le musée est actuellement fermé pour travaux). Occasion de voir des œuvres, mais aussi de découvrir des lieux intimes, loin des grandes foules habituelles, et ainsi de tenter de réenchanter la ville, notion si chère à Jean Blaise.

2. MINISTÈRE DE LA CULTURE ET DE LA COMMUNICATION - Chiffres clés 2010, statistiques de la culture - accessible à cette adresse [en ligne] <http://www2.culture.gouv.fr/culture/deps/chiffres-clés2010/03-musees-2010.pdf> (consulté le 1er juin 2013)

Escalade royale

Mont Royal(e) est une proposition de l'agence Block Architectes, sur la Place Royale, dans le cadre de l'exposition *Playground* organisée par LU. Cette œuvre prend place dans un lieu très emblématique de la ville, conçu en 1790 par l'architecte Mathurin Crucy, détruit pendant la seconde guerre mondiale et reconstruit à l'identique après guerre. La place est reconnue pour ses façades ordonnancées qui l'entourent, mais aussi pour sa fontaine, placée en son centre et édifée en 1865. Elle constitue un lieu majeur de la ville, lieu de rendez-vous, de rassemblements spontanés, de départs de différentes manifestations et de déambulations.

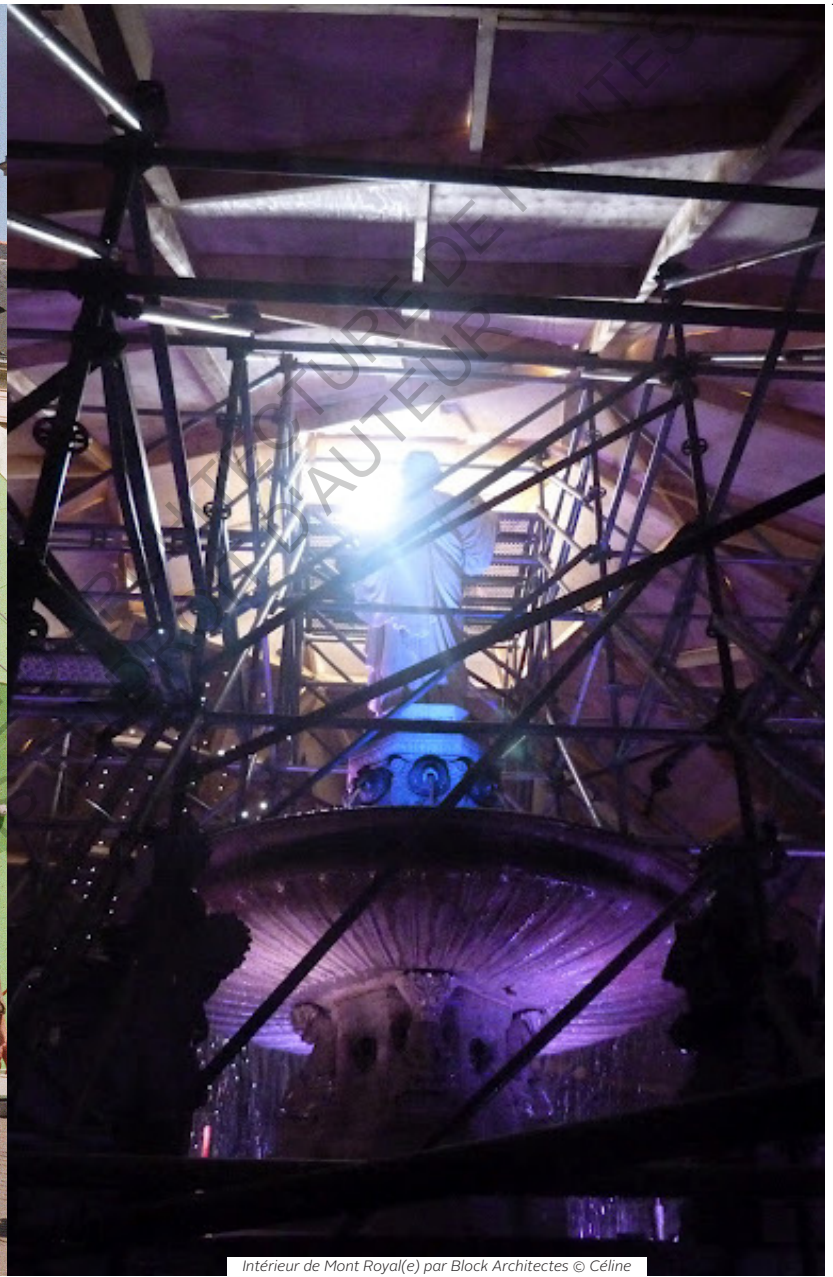
Ce n'est pas la première fois que la Place Royale se fait terre d'accueil d'une œuvre, puisqu'en 2007 déjà, lors de la première édition d'*Estuaire*, une œuvre de Tatzu Nishi était venue se greffer à la fontaine. L'artiste était venu installer une chambre d'hôtel sur la fontaine, la statue en son sommet devenant un élément central de la chambre.

Cette fois aussi, les architectes nantais ont décidé de jouer avec la fontaine, en venant l'englober complètement d'une montagne verte fluo, devenant également un mur d'escalade à ses heures perdues.

Pendant deux mois, la place s'est vue dotée d'une drôle de forme géométrique, à l'allure joyeuse, inspirée parait-il du *Mont Gerbier*, d'où la Loire tire sa source. L'œuvre allie un aspect ludique en proposant aux visiteurs de s'essayer à l'escalade, le temps d'une montée jusqu'au sommet, tout en proposant une nouvelle lecture de la place et de la fontaine.



Mont Royal(e) par Block Architectes © Camille Sablé



Intérieur de Mont Royal(e) par Block Architectes © Céline

Là encore, c'est en donnant une nouvelle vision d'un lieu emblématique que l'œuvre participe à la fabrique de l'urbain. Le *Mont Royal(e)* permet d'appréhender la place comme si on la parcourait la première fois.

Tout d'abord, en descendant la rue Crébillon, on aperçoit cette forme verte qui attire le regard. La fontaine a disparu, on s'interroge. Puis, après notre entrée sur la place, on fait le tour de la sculpture, non plus celle qui dominait jusqu'alors la fontaine, mais cette montagne verte pomme faite de plaques de bois et de prises d'escalade. Première interrogation, où est la fontaine, a-t-elle été enlevée ? Pourtant, on croit entendre venir depuis l'intérieur de la montagne un léger bruissement d'eau. Si l'on continue de faire le tour, se dessine une ouverture permettant l'accès au cœur de la sculpture. Une fois l'entrée passée, une mise au point s'impose, il faut s'habituer à l'obscurité. Les yeux toujours embués de soleil, on se focalise sur les sens restants, l'ouïe, et on entend l'eau courir sur la fontaine d'une façon nouvelle. Une musique aquatique résonne à l'intérieur de l'objet tandis que notre odorat se focalise sur l'odeur de chlore qui aromatise l'espace. Une déambulation permet de faire le tour de la sculpture originelle, et l'on redécouvre la fontaine dans un enchevêtrement d'échafaudage supportant la montagne. Une lumière délicate filtre au travers des plaques de bois perforées et vient chatouiller la fontaine. Nous sommes dans une toute autre ambiance, non seulement notre point de vue sur la fontaine est différent, mais l'air ambiant chloré et lumineux dans lequel on évolue lui donne une tout autre allure. L'installation lui donnerait presque des

notes arabisantes, baignée de la sorte de rais lumineux fendants l'espace, au travers d'un léger brouillard que l'on pourrait presque apercevoir.

Cette installation a permis à la place et à la fontaine de se doter d'une image différente, le temps de l'évènement, mais qui devrait rester dans l'imaginaire collectif et ainsi enrichir l'image qu'elles dégagent d'elles même.

Ce que l'on retiendra

Ce que l'on retiendra de ce *Voyage à Nantes*, plus que des œuvres ou des installations particulières, ce sont des souvenirs ou des émotions ressenties sur le moment, par la découverte, sous le prisme de l'art de lieux privilégiés ou inconnus. En se baladant dans la ville, des images vont nous revenir en tête comme des *flashback*, et l'on apercevra des enfants escaladant la fontaine Royale, une œuvre se glisser dans la multitude de poteaux du Palais de Justice ou des bigoudènes confectionner des crêpes dans les Halles Alstom, mais ce ne sera pas la réalité, seulement de vagues souvenirs d'interventions artistiques passées, impalpables et insaisissables.

De l'art et des artistes

C'est ce passage d'un statut de l'oeuvre matérielle, en tant qu'objet, à celle de l'expérience qui sera expliqué dans cette partie, où il sera question de la place de l'art et celle de l'artiste, non pas seulement dans le *Voyage à Nantes*, mais dans le contexte général qu'est celui de l'art contemporain. L'objet est plus de tenter une description d'une tendance - ou d'une dérive, tout dépend des points de vue - dans laquelle l'évènement s'inscrit pleinement, que de critiquer une oeuvre ou un artiste en particulier. Il ne sera d'ailleurs pas question de critique, mais d'une description d'une vision de l'évolution de l'art contemporain. Pour réaliser cette partie, je suis forcé d'avouer m'être largement inspiré de l'ouvrage *L'art à l'état gazeux, essai sur le triomphe de l'esthétisme*, de Yves Michaud (philosophe). Ce développement sera donc en partie la retranscription de la pensée de Yves Michaud sur les changements actuellement opérés dans le monde de l'art contemporain.

Vaporisation

Yves Michaud, lors d'un débat avec Michel Luneau et Jean Blaise en 2007, disait des oeuvres d'*Estuaire* que c'était de l'art d'ambiance. Tentons de comprendre cette affirmation.

En disant cela, le philosophe affirme l'avènement d'un nouveau régime de l'art, après la modernité et le postmoderne. C'est ce qu'il définit comme l'art à l'état gazeux. « *Ce que j'appelle l'art à*

l'état gazeux, c'est un art où il n'y a pas d'objet, mais où il y a un dispositif de production et de stimulations de nature esthétique. On ne fait pas seulement appel au visuel, on fait appel au sonore, aux stimulations.. Vous vivez une expérience cénesthésique, vous baignez dans un environnement où vous avez une expérience, entre guillemets, esthétique. »¹

Pour établir sa théorie, Yves Michaud fait le constat que dans la société dans laquelle nous vivons, nous assistons à un triomphe de l'esthétique. « *C'est fou ce que le monde est beau* »². Tout est absolument beau, nos vêtements, nos visages, nos intérieurs stylisés, la nourriture, les uniformes militaires, même la mort est belle. « Si ce n'est pas beau, il faut que ça le soit. La beauté règne. De toute manière elle est devenue un impératif : sois beau ou, du moins, épargne nous ta laideur »³.

Le philosophe met ce constat en opposition avec le statut de ce qu'il appelle « *l'art ancien* », l'art pratiqué naguère. « *La beauté et un tel triomphe esthétique se cultivent, se diffusent, se consomment, se célèbrent dans un monde vide d'oeuvres d'art, si l'on entend par là ces objets précieux et rares, qui naguère étaient investis d'une aura, d'une auréole, de la qualité magique d'être des foyers de productions d'expériences esthétiques uniques, élevées et raffinées. C'est comme*

1. YVES MICHAUD - «Le débat (Jean Blaise, Michel Luneau et Yves Michaud)» - in JEAN-CLAUDE MURGALÉ (dir.) *Estuaire 2007 : esbroufe ou coup de génie ?* - Place Publique - #04 - Juillet Aout 2007 - p89

2. YVES MICHAUD - *L'art à l'état gazeux. Essai sur le triomphe de l'esthétisme* - Éditions Fayard - «Pluriel» - 2010 (nouvelle édition) - p7

3. Ibid.

si plus y a de beauté, moins il y a d'oeuvres d'art, ou encore comme si moins il y a d'art, plus l'artistique se répand et colore tout, passant pour ainsi dire à l'état de gaz ou de vapeur et recouvrant toutes choses comme d'une buée. »⁴. On tend donc ainsi à une disparition de l'oeuvre, au profit des expériences. « Ce n'est pas pour autant la fin de l'art : c'est la fin de son régime d'objet »⁵.

De Duchamp à la culture industrielle

Le premier, le précurseur de ce changement de statut de l'art, serait selon Fabien Danesi (docteur en histoire de l'art) - constat partagé par Yves Michaud - l'avant garde français Marcel Duchamp avec ses *ready-made* dès le début des années 1900. « L'oeuvre d'art à travers le *ready-made*, est complètement matière grise, elle n'est plus rétinienne »⁶. L'art quitte ainsi avec Duchamp le statut d'objet qui faisait référence dans l'art ancien. Ici l'objet reste moins que l'émotion et la réactions vives ressenties à l'époque. Et comme la production *duchampienne* fut une véritable référence pour l'art contemporain, l'art qui a suivi a occulté sa présence physique au profit d'une pure immatérialité. « Tout l'art (après Duchamp) est conceptuel (par nature) parce que l'art n'existe que conceptuellement »⁷.

4. Ibid. p9

5. Ibid. p11

6. FABIEN DANESI - Le beauté de l'indifférence, ou le pat de Marcel Duchamp - Éditions sens&tonka - 2012 - p20

7. JOSEPH KOSUTH - The sixte Investigation 1969 Proposition 14 - Éditions de Herd de Vries/Paul Maenz - 1971. Cité par FABIEN DANESI - Le beauté de l'indifférence, ou le pat de Marcel Duchamp - Éditions sens&tonka - 2012 - p20

Un second facteur opérant à cette vaporisation de l'art - et c'est à contresens - est celui de sa superproduction. L'art serait tombé dans les affres de la société capitaliste, consumériste d'images et de biens. Par sa standardisation, l'art devenant accessible au plus grand nombre - et donc à sa consommation - se retrouve partout. « Si le *ready-made* a fait la démonstration que l'art et le réel sont sans fond, le vide suggéré s'est vite transformé en trop-plein et la pléthore de représentations est venue combler ce rien »⁸.

Mêmes les galeries et les musées sont devenus des moyens de communication, en cela Yves Michaud affirme que les musées sont devenus des mass media. « Telle est la vérité des temps du loisir, du tourisme et des progrès de la démocratisation culturelle, puis de la médiation culturelle. »⁹

C'est également ce qu'explique Fabien Danesi, dans les États-Unis des années soixante, l'art était tellement soutenu par un ensemble d'acteurs du système (conservateurs, critiques, marchands, collectionneurs), que le rejet devenait impossible - obligatoire pourtant, dans un premier temps pour accéder au musée. C'est alors que dès leurs premières créations, les artistes investissaient de façon massive les musées et galeries d'art, rendant caduque le recul nécessaire sur tout travail artistique. L'art entrant ainsi dans une ère de production industrielle, l'oeuvre

8. FABIEN DANESI - Le beauté de l'indifférence, ou le pat de Marcel Duchamp - Éditions sens&tonka - 2012 - p39

9. YVES MICHAUD - L'art à l'état gazeux. Essai sur le triomphe de l'esthétisme - Éditions Fayard - «Pluriel» - 2010 (nouvelle édition) - p12

d'art devenant omniprésente, disponible à foison. « *L'ensemble de ces processus, ceux internes au monde de l'art et celui à l'oeuvre au sein de la culture industrielle, engendre ce sentiment puissant et insidieux que la beauté est partout, doit être partout, alors même que l'art n'est plus nulle part* »¹⁰.

L'artiste devient un prestataire de service

Yves Michaud met en opposition cet art devenu immatériel avec ce qu'il définit comme l'art ancien. Deux régimes de l'art coexistent - l'un tendant à disparaître. Il y a d'abord celui se rapportant à l'art ancien, le *régime patrimonial* : l'artiste produit des oeuvres, dans le but d'une commercialisation, qui se vend - souvent très cher - sur le marché de l'art, celui des enchères. Et il y a le *régime de l'évènement*, celui des biennales et des festivals. L'artiste répond à une demande, celle des organisateurs d'une manifestation qui lui paient ses honoraires, participant ainsi à la production d'évènements, d'installations sonores, lumineuses ou visuelles, qui ne dureront que le temps de l'évènement. « *L'artiste devient un prestataire de spectacles vivants* »¹¹. Les artistes, devenant des producteurs d'évènements - et non plus d'objets - pourraient presque être considérés comme des intermittents du spectacle, d'où la mise en relation par Yves Michaud de l'art contemporain avec le spectacle vivant. Car finalement, un artiste qui prépare

son oeuvre en atelier pendant des mois, pour ne la montrer que le temps de l'évènement (de quelques heures à plusieurs mois) s'apparente de très près à ce qui se fait dans le théâtre ou la musique, à la différence qu'une pièce de théâtre ou un concert peuvent être itinérants, contrairement à un oeuvre qui la plupart du temps est unique.

Et cette façon de pratiquer l'art peut devenir une spécialité. Il y a les artistes qui produiront pour les musées et ceux pour l'évènement. « *Comme c'est un régime de production spécialisé, il y a des gens qui se sont mis sur ce créneau* »¹², à l'instar de Daniel Buren par exemple.

Hédonisme

Yves Michaud décrit les changements s'opérant actuellement dans l'art contemporain comme le glissement vers une expérience esthétique qui plaît, dans laquelle on se sent bien, où l'on éprouve une sensation de bien-être. Il met ainsi en avant le nouvel intérêt de l'art contemporain pour l'*hédonisme*¹³. Mais çà n'est pas le même plaisir que celui ressenti face à l'art qu'il juge ancien, ce n'est pas le plaisir engendré par la contemplation de l'harmonie, ni de la Beauté ou du génie. « *De manière plus floue, plus diffuse et plus indistincte, il s'agit d'un plaisir pris à une expérience qui coule et qui est fluide, une expérience qui est, en outre, délimitée, autonome, compartimentée, dont les codes sont faciles à saisir et les connivences aisément*

10. Ibid. p14

11. YVES MICHAUD - «Le débat (Jean Blaise, Michel Luneau et Yves Michaud)» - in JEAN-CLAUDE MURGALÉ (dir.) Estuaire 2007 : esbroufe ou coup de génie ? - Place Publique - #04 - Juillet Aout 2007 - p87

12. Ibid.

13. Doctrine philosophique qui considère le plaisir comme un bien essentiel, but de l'existence, et qui fait de sa recherche le mobile principal de l'activité humaine; p. ext., tendance à rechercher le maximum de satisfactions. Source CNRTL

partagées. L'expérience de l'art rejoint en fait celle du bonheur contemporain, tel qu'il est décrit, vanté et promis par la publicité, sans ombres ni catastrophes par les contrats d'assurance, rendu aisé et protégé jusqu'à l'insouciance par des technologies réputées parfaitement fiables. »¹⁴

Selon lui, l'art de l'époque prône le même plaisir que celui vanté par la publicité, dans une société où aujourd'hui tout est lisse, fade, où tout glisse, où la transgression est correcte, la critique convenue, où tout est propre, pasteurisé ou indolore. « Cette quête d'une expérience où l'on «est bien», rapproche l'expérience [...] où l'individu recherche un monde sans frottements ni attaches, protégé et lisse - un monde où tout glisse sans peser »¹⁵. Rappelez-vous du discours de Jean-Marc Ayrault pour ses vœux à la culture ...

Le philosophe fait beaucoup de rapprochements, des similitudes qui existent, entre l'art contemporain et la publicité, sans d'ailleurs déterminer qui, de l'un s'inspire de l'autre. Ils ont en commun la même implication interactive, prônent le partage et mettent en avant les facteurs relationnels, jusqu'à aboutir à une confusion - voire une connivence - entre la publicité et l'art contemporain. Ce dernier utiliserait des codes publicitaires : des logos, des chartes graphiques, des produits standards, les artistes eux mêmes se transformant en produits publicitaires, par la distribution de flyers dans le métro, par leurs campagnes d'affichage, les newsletters, le

14. YVES MICHAUD - L'art à l'état gazeux. Essai sur le triomphe de l'esthétisme - Éditions Fayard - «Pluriel» - 2010 (nouvelle édition) - p171

15. Ibid. p173

démarchage téléphonique, etc. D'ailleurs bon nombre d'artistes sont des publicitaires ou des graphistes. Selon lui, la connivence est telle, que se rendre dans une galerie ou aller chez Zara, l'expérience est identique : les mêmes clips y sont diffusés, utilisant le même rythme et les mêmes codes. L'art contemporain userait même d'effets de mode, comme n'importe quel secteur marchand dont le but est de provoquer une sensation de plaisir une fois l'article acheté, pour acheter toujours et plus encore.

Une crise ?

On a ainsi affaire à une « vaporisation de l'art » d'une part et à une « expérience esthétisée généralisée » d'une autre. D'un côté, une tendance qui concerne seulement le petit monde de l'art, mais de l'autre, une qui serait beaucoup plus généralisée, comme son nom l'indique. Ainsi cette tendance esthétisante de la société entière devrait laisser apercevoir la fin de l'art, celle d'un monde sans musée, sans galerie ni artiste, juste vaporisé d'esthétique. Alors qu'à l'inverse - on le voit depuis le début de cet essai - le nombre de musées, galeries, expositions, festivals, manifestations, foires est en parfaite explosion. Sommes-nous dans une crise, il est fort à parier que non. « S'il y avait une crise, il devrait y avoir des signes d'épuisement ou de rejet. D'un certain point de vue, c'est le cas: comme on dit si volontiers, «ce n'est plus comme avant»; l'amateur des temps modernes a du mal à retrouver les objets de son culte et les ancrages de ses prédilections; il peut se plaindre qu'il n'y ait plus d'oeuvres fortes, ni de grands artistes, qu'il y ait uniquement des événements, des vedettes et des gadgets. Il peut aussi se plaindre que la ferveur pour le grand art se soit bien

affaiblie, que les musées ne soient plus des lieux de culte mais des étapes sur des itinéraires touristiques, que la démocratisation culturelle ait échoué, que l'élitisme pour tous soit lettre morte. »¹⁶. « Les mélancoliques et les conservateurs peuvent toujours dire que ne c'est pas de l'art, plus de l'art, que c'est n'importe quoi - du commerce, de la culture de masse, du tourisme, du loisir, de l'action culturelle et que sais-je encore. Ils ont bien raison, mais ils parlent d'un monde défunt depuis un monde défunt. Notre réalité, c'est le triomphe de l'esthétisme - y compris sous la forme de l'art .. »¹⁷. De ce point de vue, le temps de l'art doit être le temps de l'évènement, de l'action, qu'il arrive sans cesse quelque chose, qu'importe le contenu, pourvu que ça arrive.

C'est ainsi que Yves Michaud avait qualifié *Estuaire en 2007* : « ce n'est plus de l'art de musée, c'est de l'art d'ambiance »¹⁸. La plupart des manifestations et événements culturels aujourd'hui sont dans cette veine - décrites par le philosophe dans son ouvrage - des événements relativement lisses, mais surtout festifs - on l'a vu avec le *Voyage à Nantes*. Le constat est le même pour *Nuit Blanche* à Paris, même Laurent Le Bon son directeur artistique le concède : « le partage entre amis ce soir là est aussi important que les oeuvres »¹⁹. Ce à quoi André Rouillé (historien de la photographie) dans son édito de Paris Arts répond

16. YVES MICHAUD - *L'art à l'état gazeux*. Essai sur le triomphe de l'esthétisme - Éditions Fayard - «Pluriel» - 2010 (nouvelle édition) - p172

17. Ibid. 184

18. YVES MICHAUD - «Le débat (Jean Blaise, Michel Luneau et Yves Michaud)» - in JEAN-CLAUDE MURGALÉ (dir.) *Estuaire 2007* : esbroufe ou coup de génie ? - Place Publique - #04 - Juillet Aout 2007 - p91

19. LAURENT LE BON (2012) - *Le Monde* - 5 octobre

« ces mots en apparence anodins traduisent en fait une conception et une pratique très concrètes qui dissolvent l'art et la culture dans l'animation festive, le lien social et le partage »²⁰.

20. ANDRÉ ROUILLÉ - *La Nuit blanche des oeuvres fantômes* - Édito Paris Art 397 - 11 octobre 2012 - [en ligne] <http://www.paris-art.com/art-culture-France/la-nuit-blanche-des-oeuvres-fantomes/rouille-andre/397.html> (consulté le 7 juin 2013)

L'art du teasing

Depuis le début de cet écrit, on en parle sans en parler, le fait est évoqué, souligné, frôlé, mais on arrive aux dernières pages de ce vous lisez et il est plus que temps d'analyser un fait qui ne vous aura sûrement pas échappé : le battage médiatique assourdissant pour lancer en grande pompe le *Voyage à Nantes 2012*.

Une communication bien huilée, très orchestrée a permis une large exposition dans les médias, municipaux d'abord, locaux, puis nationaux - et internationaux. La promotion au rôle de chef d'un nouveau gouvernement fraîchement nommé - du feu Maire de Nantes - Jean Marc Ayrault, parachèvera au début de l'été, quelques jours avant l'évènement, l'assurance pour ce dernier d'une couverture médiatique nationale. De là à penser que l'élection de François Hollande - et donc la nomination de Jean Marc Ayrault comme Premier des Ministres, nouvel ambassadeur de Nantes - aurait été commanditée par Jean Blaise, il n'y a qu'un pas, mais ne tirons pas de conclusions hâtives, Edwy Plenel est sur le coup !

Un plan comm' très bien orchestré

À l'ère de la société de communication, il semble impossible de nier le fait qu'un battage médiatique soit indispensable pour qu'un évènement perce. *Le Voyage à Nantes* l'a très bien compris, et afin de donner une visibilité à l'évènement, un plan marketing a été bâti et décrit dans le *Rapport 2011 des*

*SEMs de Nantes*¹. Tout a commencé par la création du nouveau site web de *Nantes.Tourisme* permettant une redirection vers toutes les entités du *Voyage à Nantes*, tout un ensemble d'informations sur les activités proposées, mais aussi la possibilité pour le touriste de réserver son hébergement en ligne. Ensuite une page *Facebook* a été créée pour *Nantes.Tourismee* et une pour le *Voyage à Nantes* ainsi qu'un compte *Twitter* pour *Nantes.Tourisme* accompagné d'une campagne d'achat de mots clés sur *Google*. Puis une équipe marketing s'est concentrée sur la création d'offres touristiques pour découvrir le parcours, avec des formules de visites guidées, des croisières Estuaire, des partenariats avec des acteurs du transport, des formules packages *Voyage à Nantes* ...

On est très loin ici de la conception d'une offre artistique, ou même de la simple communication d'un évènement, mais dans la création d'une offre touristique et marketing autour d'une proposition culturelle, avec pour objectif des retombées économiques.

Ce même *Rapport des SEMs* décrit ensuite le lancement de l'offre à Paris, où il est précisé les actions sur les différentes cibles: individuelles (médias touristiques grand public, jeux concours, salons ...), professionnels du tourisme (presse touristique, comités d'entreprises, voyagistes, ...), affaires (mailings, presse économique et financière, partenariats ...).

1. MAIRIE DE NANTES - «Les rapports des administrateurs de la Ville dans les S.E.M. et S.P.L.A.» - Rapports 2011 des SEMs de Nantes - accessible à cette adresse : [en ligne] http://www.nantes.fr/ext/rapports_annuels/rapan_2011/pdf/rapport_sems_2011.pdf (consulté le 2 juin 2013)

Le *Voyage à Nantes* est également membre des clubs Atout France ² « *Tourisme en ville* » et « *Culture et patrimoine* », ce qui lui permet d'apparaître dans certaines éditions d'Atout France et de profiter d'opérations de promotion engagées en France et à l'étranger.

Puis, pour accroître sa visibilité au delà de nos frontières, le rapport vise sept pays en Europe (Angleterre, Espagne, Allemagne, Belgique, Hollande, Suisse et Italie) en s'appuyant sur un réseau de quatre-vingt prescripteurs, comme des compagnies aériennes, des transporteurs ou des tour opérateurs.

Ce rapport toujours, expose le volet communication du *Voyage à Nantes* - offre pérenne et événement - avec la volonté de toucher tous les supports de presse, que ce soit écrite, audio ou visuelle, spécialisée, généraliste ou institutionnelle. L'objectif affiché est de communiquer sur l'évènement bien entendu, mais aussi de montrer de façon forte la volonté politique de la métropole de placer la culture au centre de son développement touristique, et de montrer qu'un bouleversement touristique et culturel s'opère au cœur de la métropole.

Pour toucher le grand public, il a été décidé l'édition de guides touristiques *Nantes.Tourisme* (cent mille exemplaires en français), des guides d'hébergement, des plans guides, des cartes postales

2. Atout France, l'Agence de développement touristique de la France, est chargée par la loi du 22 juillet 2009 du développement et de la modernisation des services touristiques, de contribuer au développement de l'industrie touristique, premier secteur économique français et de l'ensemble de ses acteurs. Source : [en ligne] <http://www.atout-france.fr/atout-france> (consulté le 2 juin 2013)

teasing, des dépliants de visites guidées, des cartes de visites, des badges, des tickets ...

On l'aura compris, si le battage médiatique a été assourdissant avant et pendant l'été 2012, c'est qu'il a été construit et façonné pour être le plus efficace possible. Les objectifs étaient alors de frapper un grand coup, de montrer que Nantes entrait dans le jeu, pour assurer sa place en tant que destination touristique et culturelle, en France et en Europe, entendant bien le rester.

De Spiderman à Julie

Pour promouvoir son évènement, le *Voyage à Nantes* a sorti le grand jeu - avec un *plan comm'* très bien orchestré - mais aussi grâce à deux films teasing de Gaëtan Chataigner, l'un mettant en scène un Spiderman loufoque dans les rues de Nantes, et l'autre le duo Jackie Berroyer/Julie Depardieu dans le célèbre décor du restaurant La Cigale. Il faut dire que les films de ce réalisateur ont donné un sacré coup de fouet à la communication jusqu'alors gérée par l'office du tourisme, qui ressemblait plus à des clips promotionnels d'une société d'experts comptables qu'à ceux d'une ville dont l'image se voulait culturelle, créative et imaginative.

Gaëtan Chataigner est un réalisateur qui s'est illustré dans la fabrication de clips pour Philippe Katerine ou Étienne Dao, il était aussi le bassiste du groupe *Little Rabbits* et actuellement du groupe *French Cowboy*. Il est presque aujourd'hui le réalisateur officiel du *Voyage à Nantes*, avec les deux films précédemment cités et un nouveau sorti en janvier dernier *Estuaire*, mettant en scène Julien Doré, campant un *golden*

surfer, parcourant l'estuaire et vingt œuvres de la biennale sur sa planche.

Revenons donc sur le suspens savamment mis en place par le *Voyage à Nantes* pour entretenir le secret autour de son événement. Le premier coup a eu lieu un an avant l'évènement, durant l'été 2011, avec la publication de la vidéo *Voyage à Nantes*, de Gaëtan Chataigner. Grâce aux réseaux sociaux, la vidéo a pu circuler sur internet et ainsi créer le *buzz*. Ce film a d'ailleurs reçu le Prix de la réalisation au Festival international du film touristique de Saverne en 2011³. Cette vidéo *trailer* publiée un an avant l'évènement met en scène un Spiderman grotesque, un cowboy ridicule sur un cheval à ressort et une bande de skateurs maladroits, déambulant dans les rues de Nantes.

Tout est déjà dit dans ce film, mais impossible encore de le comprendre. Comme tout bon film touristique, tous les emblèmes de la ville sont représentés : *Lieu Unique*, le *Grand Éléphant* et les *Nefs*, la *grue Titan*, *Royal de Luxe*, l'*Opéra*, le *Château*, la *Cathédrale*, le *Passage Pommeraye*, la *Tour de Bretagne*, mais aussi ceux qui sont en passe de le devenir (au vues du nombre de leurs apparitions dans l'iconographie touristique) : l'*école d'architecture* et les *Anneaux de Buren*. La force de ce film est de montrer les lieux emblématiques de la ville, de faire sentir que quelque chose se passera, mais sans savoir ni quoi ni quand exactement. Un *teaser* parfait !

3. Palmarès du Festival international du film touristique de Saverne disponible à cette adresse : [en ligne] <http://www.fift.fr/palmares-2011.htm> (consulté le 2 juin 2013)

La vidéo se veut sur un ton humoristique et léger. C'est un film décalé, qui montre une image alternative de la ville, folle et étrange, dans la lignée de l'image produite par les *Allumés*. Le clip surfe sur l'image surréaliste que la ville donne d'elle même, avec en référence André Breton ou Julien Gracq. André Breton disait « *Nantes : peut être avec Paris, la seule ville de France où j'ai l'impression que peut m'arriver quelque chose qui en vaut la peine* »⁴. Bien sûr, ce film n'est en rien une œuvre surréaliste, il fait d'ailleurs plus référence à la définition populaire de « *surréaliste* » qu'au mouvement artiste, mais il évoque quelque chose qui serait au-delà de la réalité, par son caractère bizarre et extra-ordinaire.

Ce premier film commence à prendre du sens, lorsqu'est publié en avril 2012 *Jackie et Julie*, un second film mettant en scène un dialogue décalé entre Jackie Berroyer et Julie Depardieu dans l'emblématique restaurant La Cigale.

Dès les premières secondes du film, alors que Julie Depardieu se remaquille aux toilettes, on aperçoit Spiderman sortir d'une cabine. Le lien est immédiatement fait entre les deux vidéos. Quand Julie Depardieu rejoint Jackie Berroyer dans la salle de restaurant, elle lâche « *il y a des mecs bien barrés ici* »⁵, mettant encore une fois en avant l'aspect décalé et singulier de la ville - ou du moins celui qu'elle tente de se donner. Le dialogue entre les deux protagonistes est complètement décalé, presque

4. ANDRÉ BRETON - Nadja - 1928

5. JULIE DEPARDIEU - Jackie et Julie - film promotionnel du *Voyage à Nantes* réalisé par Gaëtan Chataigner. Les citations suivantes sont extraites de ce film

incompréhensible. Jackie Berroyer tente d'expliquer à Julie Depardieu ce qu'il y aura exactement pendant l'évènement, mais sans ne jamais être capable d'expliquer clairement les choses. Il parle du « *festival de Cannes de la crêpe* », ou « *d'une oie géante apprivoisée au sommet d'une tour* », on aura compris qu'il évoque *Crêpetown* et le *Nid*.

L'aspect financier est même abordé. Julie Depardieu s'insurgeant du « *fric que ça va coûter* », Jackie Berroyer lui répond « *oui, mais la ville sera complètement transformée* ». Un début de réponse donc aux détracteurs qui dénonçaient déjà le coût astronomique de la manifestation. Et à Jackie Berroyer de finir dans un élan d'inspiration: « *il y aura de la poésie, et de la tendresse. Il y aura quelque chose qui appelle l'ailleurs. Tu vois pour respirer un grand coup ! C'est un peu comme des amis qu'on aurait perdu de vue. C'est un voyage, à Nantes, cet été* ». À cette date on ne savait toujours pas quel serait le programme exact. Des éléments de réponse ont été donné dans ce deuxième film, permettant de comprendre des allusions faites dans le premier, mais impossible de connaître encore la consistance exacte de l'évènement.

C'est donc le 15 mai 2012 que le programme est dévoilé, après un suspens habilement maîtrisé. Jean Blaise concède avoir utilisé des méthodes publicitaires, en diffusant quelques pistes, en donnant des éléments de réponse au fur et à mesure, avec les films et les photos d'artistes de la série « *vu par ..* ».

«C'est le Petit Futé plus intelligent !»⁶

Une communication bien orchestrée vous disais-je, cela n'a échappé à personne - pour les Nantais du moins : bulletins municipaux, le guide du parcours, site internet, affichages publicitaires dans les gares françaises et européennes, passages radio, émissions télé (y compris sur *France 24*, en anglais s'il vous plaît!), profusion d'articles dans les journaux locaux, grand quotidiens nationaux (pages Arts du journal *Le Monde*), etc.

Si l'on s'arrête un instant sur le guide « *Le Voyage à Nantes 2012* » - qui d'ailleurs est comparé par Didier Guivarc'h (historien) au premier guide touristique consacré à Nantes édité en 1840⁷ - il suffit de feuilleter les premières pages pour se rendre compte qu'il s'agit ici d'un pur objet de marketing et de communication. Après un édito flamboyant de Jean Blaise sur « *le voyage* », les pages suivantes font la part belle au patrimoine nantais (ainsi que de nouveaux édifices majeurs, que l'on pourrait appeler *patrimoine contemporain en devenir*) : proposition d'œuvres des collections du *Musée des Beaux-Arts de Nantes* sur le parcours, la *Chapelle de l'Oratoire*, la *Cathédrale* et le *tombeau de François II*, le *Château des Ducs*, la *Tour de Bretagne*, la *Place Royale*, le *Passage Pommeraye*, l'*Opéra Graslin*, le *Musée d'Histoire Naturelle*, le *Musée Dobrée*, le *Mémorial à l'abolition de l'esclavage*, l'*Ile*

6. Entretien avec BLANDINE CHAVANNE (directrice du Musée des Beaux-Arts de Nantes) - Réalisé le 23 avril 2013

7. DIDIER GUYVARC'H - «Nantes dans les guides touristiques depuis 1840» - in JEAN-CLAUDE MURGALÉ (dir.) - De Flaubert à Spiderman, le voyage à Nantes- Place Publique - #31 - Janvier Février 2012 - p 15



Le guide du Voyage à Nantes 2012 © Camille Sablé

de Nantes avec le Parc des Chantiers, la Galerie des Machine et l'Eléphant ou encore le Carrousel des Mondes Marins. Et dire que Jean Blaise clame sur tous les toits que Nantes n'a pas de patrimoine ...

Il est vrai que l'un des objectifs annoncé par le parcours est de sublimer la ville par l'intervention çà et là de créateurs. Puisqu'il y a action sur l'existant, il se trouve logique que le patrimoine soit mis à l'honneur. Mais il faut rajouter que pour le *Mémorial*, la *Galerie des Machines*, l'*Eléphant* ou le *Carrousel*, le *Château*, l'*Opéra*, le *Voyage à Nantes* n'y a mis en place aucune exposition, création ou événement particulier. Ils figurent dans ce guide comme patrimoine nantais -ou patrimoine en possible devenir-, et surfent sur la vague de l'évènement pour se montrer. L'occasion est ainsi donnée à l'art et à la manifestation de mettre en avant un corpus architectural et artistique d'ores et déjà présent et préexistant sur le territoire.

Après plusieurs parties expliquant les quarante-et-unes étapes de la *ligne rose* et les parcours annexes, le guide se transforme en une sorte d'annonceur local de tout ce qu'il peut se passer dans la ville. Ainsi, étaient proposés aux visiteurs des croisières clubbing, des diners secrets, bref tout ce qui pouvait se conjuguer avec l'appellation *Voyage à Nantes* ou *Estuaire*. On a donc eu les *croisières clubbing Estuaire 2012*, les *croisières gustatives Estuaire 2012*, les *diners secrets du Voyage à Nantes*, la *nuit du VAN*, allant même dans les dernières pages jusqu'à promouvoir l'arrivée du *Belém* ou la *nuit bretonne de l'été 2012*. En somme, tout ce qui s'éloigne d'un évènement censé être consacré à l'art ...

Quelques pages ensuite, sont éditées de belles photos tirées de la série *vu par ...*, carte blanche

donnée à des photographes avec Patrick Messina, Rip Hopkins, Olivier Metzger, Mathieu Bernard-Reymond, Karen Knorr et Franck Gérard. L'idée du *Voyage à Nantes* ici, est de véhiculer une image différente du territoire, à travers le regard d'artistes photographes, et ainsi enrichir notre imaginaire et notre quotidien de poésie. Ce sont donc des éléments de communication susceptibles de montrer Nantes aux personnes extérieures, qu'ici il y a un esprit décalé et arty, mais aussi de métamorphoser notre regard de Nantais sur notre propre quotidien. Cette série fut aussi l'occasion d'éditions particulières, avec à chaque fois un livret format A3 consacré à l'un des six photographes et sa vision singulière de la ville.

La suite du programme met en avant la biennale *Estuaire*, ses œuvres pérennes de 2007 et 2009 ainsi que celles de l'édition 2012. Ici, c'est toute la métropole, de Nantes à Saint-Nazaire qui est mise à l'honneur. Puis le guide offre une version en anglais de toutes les étapes du parcours du *Voyage à Nantes*, ce qui est un minimum quand le public visé est celui des capitales européennes situées à deux heures d'avion.

Les dernières pages font du programme un véritable *Petit Futé*, avec toutes les informations utiles au touriste, comment se déplacer, où dormir, où s'informer et où se procurer le *Pass Nantes* qui permet de profiter de réductions sur certaines visites payantes.

Voyage à Nantes, une marque

En créant ce nouvel outil de développement culturel et touristique, la ville a aussi choisi de faire de son nom une marque, une signature qui se retrouverait



Dans la série « vu par ... » Karen Knorr © Karen Knorr

estampillée sur toutes les manifestations que le *Voyage à Nantes* promeut, et ainsi lui assurer une forte visibilité. À l'inverse de villes qui chercheraient dans une marque le moyen de faire un résumé impossible de leurs atouts, ici Nantes a choisi un nom simple et évocateur, sans slogan. C'est un nom facile à identifier et à mémoriser, et il entre en résonance avec la devise de la ville : *Que Neptune favorise le voyageur*⁸. Le nom évoque bien évidemment l'idée du voyage, de l'ailleurs, celui de s'évader, et il est facile à retenir, et peut même se transformer en sigle : VAN.

Notons d'ailleurs l'humour des communicants de l'opération *Voyage à Nantes*, avec la réutilisation en image du sigle VAN. Avez-vous remarqué que le visuel principal de l'évènement était un van ... Vous savez, ces camionnettes tant aimées des hippies et des festivaliers. Et ici ce n'est pas n'importe quel van, mais le mythique *combi Volkswagen!* On ne sait toujours pas si le van du *Voyage à Nantes* est un écho au célèbre *combi Volkswagen* de Jean-Marc Ayrault, mais cette camionnette était l'un des symboles de l'évènement. Pour promouvoir la manifestation, le van du *Voyage à Nantes* a entamé une tournée nationale - du 11 avril au 27 mai 2012 - en passant par les villes directement reliées à Nantes en TGV ou en avion, afin de vendre la marque et la destination Nantes.

Preuve en est que le *Voyage à Nantes* se transforme en une marque, pour leur édition 2013, les organisateurs ont fait appel à une société pour la création d'objets dérivés, à l'instar de ces *Disney* et

8. «Favet Neptunus Eunt» devise proclamée par le blason de la ville, entrée en vigueur depuis que le roi Louis XVIII l'a approuvé en 1816

autres mastodontes de l'industrie culturelle. Pour le plus grand plaisir des voyageurs, seront disponibles dans les boutiques de *Nantes.Tourisme* des mugs, des frisbees, des tee-shirts, des coques *iPhone* à l'effigie du *Voyage à Nantes*. Tout un attirail que n'importe quel touriste qui se respecte se doit de rapporter en quittant de la capitale ligérienne! Vous rêviez de revenir de votre séjour à Nantes avec une collection de biscuits LU, une anthologie des films de Jacques Demy ou même avec un extrait de peau du célèbre éléphant ? Non, rien de tout cela ! Mais ne vous inquiétez pas, le *Voyage à Nantes* a sorti une tasse à son effigie dans un design novateur rappelant les célèbres bols bretons, de quoi ravir vos petits déjeuners ...

Nantes serait-elle en train de se transformer en une sorte de destination mainstream⁹, prête à tout pour se vendre et se distinguer en proposant des produits dérivés, des packages tout compris, allant jusqu'à se brader et offrir des prix chocs et autres discounts sur sa destination ? Ne pas vouloir faire de l'industrie culturelle est une chose, en utiliser tous les codes en est une autre. Prenez garde monsieur Blaise, *le n'importe quoi* n'est jamais très loin ...

9. MAINSTREAM [meinstrim] adj. - mot d'origine américaine : grand public, dominant, populaire. L'expression « culture mainstream » peut avoir une connotation positive, au sens de « culture pour tous », ou négative, au sens de « culture hégémonique ». Un film mainstream : qui vise un large public ; un média mainstream : média de masse ; un produit mainstream : qui se vend massivement ; « il veut être mainstream » : il veut plaire à tout le monde. Définition extraite de FRÉDÉRIC MARTEL - *Mainstream*. Enquête sur la guerre globale des médias - Éditions Flammarion - «Champs actuel» - 2012 (nouvelle édition)

Éducation et culture, parents pauvres de la politique événementielle ?

Vingt-cinq années d'une politique culturelle à Nantes, c'est ce que nous venons de voir, en essayant de comprendre le contexte d'élaboration de ces actions publiques, de déceler les incidences que cela avait pu avoir sur la ville, jusqu'au glissement, du paradigme culturel vers l'établissement d'un modèle touristique.

On en a vu les répercussions sur la ville, entre son désir de notoriété, celui de vouloir peser sur l'échiquier national et européen et son envie de réconcilier les citoyens avec leur ville, celle de tendre vers l'idée d'une culture pour tous. La culture a cette « *capacité à réconcilier l'endogène et l'exogène* »¹, c'est à dire à produire de la fierté localement mais aussi à donner de la visibilité depuis l'extérieur. C'est en cela que la culture occupe aujourd'hui cette place, et sans doute pour très longtemps encore, car elle détient cette capacité, qui appartenait jusqu'alors aux seuls clubs sportifs.

1. BENOÎT MEYRONIN - Marketing territorial. Enjeux et pratiques - Éditions VUIBERT (2nd édition) - «Références Mana» - 2012 - p179

Vingt-cinq années d'une politique culturelle étudiées, certes, mais seules les politiques donnant une visibilité depuis l'extérieur. Pourtant, la vie culturelle d'une cité n'est pas uniquement constituée des éléments structurants de sa politique extérieure, mais aussi de la vie associative (danse, arts plastiques, théâtre, musique, pédagogie culturelle, etc) qui y est développée.

Il y a aussi cette « *culture off* », loin des discours officiels, cette culture de *tous les jours*, qui parle quotidiennement à tous les Nantais et plus encore à ceux qui sont le plus défavorisés de ce point de vue. Jean-Claude Wallach se demande « *comment rétablir les liens, les liens entre l'art, les œuvres, les artistes et les couches de la population qui en sont le plus éloignées* »².

Cet ensemble de manifestations, est certainement un début de réponse, celui de montrer au plus grand nombre, ce qui d'habitude est réservé aux plus initiés. *Estuaire*, les *Allumés* ou le *Voyage à Nantes* constituent une formidable occasion, celle de capter un public inhabituel, celle de montrer ce qu'est l'art contemporain, celle d'une médiation culturelle, et celle de tendre vers cette magnifique idée de la démocratisation de la culture, de la culture pour tous.

Mais dans le quotidien des gens, dans la vie de tous les jours, la magie opère-t-elle toujours ? (si tant est qu'elle opère durant les manifestations)

Ce genre d'évènement attire-t'il plus de gens

2. JEAN-CLAUDE WALLACH - La culture, pour qui ? Essai sur les limites de la démocratisation culturelle - Éditions de l'Attribut - «La culture en question» - 2006 - p46

dans les musées, la fréquentation des bibliothèques est-elle en hausse, les associations artistiques touchent-elles un plus grand public, y a-t'il plus d'éducation artistique et de pédagogie culturelle ? Les gens sont-ils vraiment plus sensibilisés à l'art ?

Et quand il est question de budget - car toutes ces manifestations coûtent de l'argent -, certains diront qu'en ces temps difficiles, le financement de la culture n'est pas une priorité. Je ne le crois pas, car la culture est justement là, dans des moments de crise plus encore, pour rassembler les populations.

Mais si la plupart des financements vont aux mastodontes que sont *Estuaire*, *Voyage à Nantes* ou le *Lieu Unique*, qu'en est-il de ceux des petites structures, des associations artistiques indépendantes, qui ne sont pas forcément dans le *circuit municipal* ? Bien entendu, il y aura toujours les envieux, qui n'étant pas dans le système, vocifèrent de manquer de financements. Mais cela ne traduit-il pas une réalité, que la politique engagée actuellement est plus à destination de l'extérieur de Nantes que pour l'intérieur, qu'elle est plus exogène qu'elle n'est endogène?

La prochaine étape ne devrait-elle pas être celle d'entamer un dialogue avec les Nantais, plutôt que de vouloir capter le touriste ? Afin d'engager un vaste plan de pédagogie culturelle et de médiation, pour d'abord donner envie à la jeunesse de s'intéresser à l'art, de le comprendre et peut-être - qui sait - plus tard de le fabriquer.

Jean Blaise disait d'Estuaire : « La stupeur, l'affrontement éventuel avec l'œuvre, seront brusques, mais ce choc est la première pédagogie dans une société qui n'a pas pris le temps de réformer son système éducatif pour introduire sa population aux formes contemporaine. »³

Après la découverte par la stupeur d'une œuvre d'art, il faudrait probablement prendre le temps de la comprendre. «On est dans une société où on ne sait plus prendre son temps, or l'œuvre d'art demande du temps.»⁴

La voilà la solution, réapprenons à prendre notre temps et à souffler un instant. Mais dans cette société où l'on regarde, *zappe* puis jette, plus long encore sera le chemin à parcourir.

On consomme aujourd'hui le *bien culturel* - le bien culturel, comme s'il était un bien comme un autre - comme n'importe quelle autre marchandise. Mais il faut aussi voir ce que l'on nous donne à manger ! Le problème n'est pas tant ce que les gens « consomment » que ce qui leur est proposé.

« Il est totalement contre productif de stigmatiser rituellement une soi-disant propension des publics à « consommer » ce qui leur est proposé (la télévision en premier lieu) si on n'a pas, au préalable, montré qu'on les considère, individuellement

3. JEAN BLAISE - «Estuaire 2007, entretien avec Jean Blaise» - in ALAIN GRALEPOIS (dit.) - Estuaire 2007 - Éditions Région des Pays de la Loire - Revue 303 - n°97/07 - juin 2007 - p10

4. Entretien avec BLANDINE CHAVANNE (directrice du Musée des Beaux-Arts de Nantes) - Réalisé le 23 avril 2013

collectivement, comme des sujets agissants, mettant en œuvre des jugements de goût et inscrivant leur relation à l'art et aux œuvres dans le champ plus vaste de leur relation au monde »⁵.

Au lieu de stigmatiser la ménagère qui regarde la Star Ac, demandons-nous plutôt pourquoi elle en est arrivée là ...

5. JEAN-CLAUDE WALLACH - La culture, pour qui ? Essai sur les limites de la démocratisation culturelle - Éditions de l'Attribut - «La culture en question» - 2006 - p83

médiagraphie

BIBLIOGRAPHIE

Ouvrages lus :

DANIEL BUREN - *À force de descendre dans la rue, l'art peut-il enfin y monter ?* - Éditions sens&tonka - 2005 - 93 p.

EMMANUELLE CHÉREL (dir.) - *Art et Anthropologie* - École Nationale Supérieure d'Architecture de Nantes - «Lieux Communs - Les Cahiers du LAUA» - n°9 - LAUA - 2006 - 97p.

FABIEN DANESI - *Le beauté de l'indifférence, ou le pat de Marcel Duchamp* - Éditions sens&tonka - 2012 - 43 p.

ALAIN GRALEPOIS (dir.) - *Estuaire 2007* - Éditions Région des Pays de la Loire - Revue 303 - n°97/07 - juin 2007 - 93 p.

ALAIN GRALEPOIS (dir.) - *Estuaire 2009* - Éditions Région des Pays de la Loire - Revue 303 - n°106/09 - juin 2009 - 160p.

ALAIN GRALEPOIS (dir.) - *Estuaire 2012 : le paysage, l'art et le fleuve* - Éditions Région des Pays de la Loire - Revue 303 - n°122/12 - juillet 2012 - 200 p.

DANIEL JANICOT - *La culture un enjeu capital(e)* - Éditions France-Empire Monde - 2012 - 136 p

YVES MICHAUD - *Quelques réflexions après les vôtres, conclusions à l'issu d'un colloque sur la culture à Lyon en 2009*

JEAN-CLAUDE MURGALÉ (dir.) *Estuaire 2007 : esbroufe ou coup de génie ?* - Place Publique - #04 - Juillet Aout 2007 - 148 p.

JEAN-CLAUDE MURAGLÉ (dir.) - *Communication : pourquoi les villes se vendent ?* - Place Publique - #12 - Novembre Décembre 2008 - 160 p.

JEAN-CLAUDE MURGALÉ (dir.) - *De Flaubert à Spiderman, la voyage à Nantes*- Place Publique - #31 - Janvier Février 2012 - 159 p.

JEAN-CLAUDE WALLACH - *La culture, pour qui ? Essai sur les limites de la démocratisation culturelle* - Éditions de l'Attribut - «La culture en question» - 2006 - 120 p.

Ouvrages lus partiellement :

LAURENT DEVISME (dir.) - *Cultures visuelles de l'urbain contemporain* - École Nationale Supérieure d'Architecture de Nantes - «Lieux Communs - Les Cahiers du LAUA» - n°11 - LAUA - 2008 - 256 p.

MARIE-LAURE DESMET et CÉCILE LEONHARDT - *Piloter l'attractivité touristique des destinations urbaines* - Éditions Atout France - «Marketing touristique» - Mai 2012 - 278 p.

FABRICE LEXTRAIT et FRÉDÉRIC KAHN (dir.) - *Nouveaux territoires de l'art* - Sujet Objet Éditions - 2005 - NB p.

FRÉDÉRIC MARTEL - *Mainstream. Enquête sur la guerre globale des médias* - Éditions Flammarion - «Champs actuel» - 2012 (nouvelle édition) - 581 p.

BARILLA MASBOUNGI (dir.) - *Pensez la ville par l'art contemporain* - Éditions de la Villette - 2004 - 111 p.

BENOÎT MEYRONIN - *Marketing territorial. Enjeux et pratiques* - Éditions VUIBERT (2nd édition) - «Références Mana» - 2012 - 256 p.

YVES MICHAUD - *L'artiste et les commissaires. Quatre essais non pas sur l'art contemporain, mais sur ceux qui s'en occupent* - Éditions Fayard - «Pluriel» - 2012 (nouvelle édition) - 234 p.

YVES MICHAUD - *L'art à l'état gazeux. Essai sur le triomphe de l'esthétisme* - Éditions Fayard - «Pluriel» - 2010 (nouvelle édition) - 205 p.

JEAN-CLAUDE MURGALÉ (dir.) - *Comment on fabrique une métropole touristique ?* - Place Publique - #10 - Juillet Août 2008 - 160 p.

FRÉDÉRIC GRAVELAINE - in Thierry Guidet (dir.) - *La mutation d'une île* - Place Publique - Chronique de l'île #1 - janvier 2009 - 64 p.

Presse

CÉDRIC BLONDEEL (2012) - « *Les retombées du Voyage à Nante s* » - Presse Océan - dimanche 26 août

EMMANUELLE LEQUEUX (2012) - « *Le Voyage à Nantes, une biennale pas comme les autres* » - Cahier du « Monde » - Le Monde - Vendredi 15 juin - n°20964

EDGARD MORIN (2003) - « *La culture en crise* » - Beaux Arts Magazine - Septembre - n°232

PHILIPPE URFALINO (2003) - « *La culture en crise* » - Beaux Arts Magazine - Septembre - n°232

Documents institutionnels

CHAMBRE RÉGIONALE DES COMPTES - *Rapport concernant la gestion de l'association CRDC-Lieu Unique*

MAIRIE DE NANTES - *Les rapports 2011 des administrateurs de la Ville dans les S.E.M. et S.P.L.A.*

MUSÉE DES BEAUX-ARTS DE NANTES - *Dossier de presse de l'exposition Sans cimaise sans pantalon*

VOYAGE À NANTES - *Comptes annuels 2011*

VOYAGE À NANTES - *Dossier de presse 2013 de Nantes Tourisme*

VOYAGE À NANTES - *Dossier de presse Création de la SPL Voyage à Nantes*

VOYAGE À NANTES - *Fréquentation estivale 2012*

VIDÉOGRAPHIE

GAETAN CHATAIGNER (réalisateur) - *Jackie et Julie* - 2012

GAETAN CHATAIGNER (réalisateur) - *Le Voyage à Nantes* - 2011

TELENANTES - Anne-Lyse Thomine - *À la vôtre avec Gaëtan Chataigner* - Diffusé le 30 janvier 2013

TELENANTES - Anne-Lyse Thomine - *À la vôtre avec Jean Blaise* - Diffusé le 15 mai 2012

TV5 MONDE - Patrick Simonin - *L'invité avec Agnès Varda* - Diffusé le 21 juin 2012

TV5 MONDE - Patrick Simonin - *L'invité avec Dominique Lestrade* - Diffusé le 22 juin 2012

TV5 MONDE - Patrick Simonin - *L'invité avec Jean Blaise* - Diffusé le 19 juin 2012

TV5 MONDE - Patrick Simonin - *L'invité avec Jean-Marc Ayrault* - Diffusé le 16 juin 2012

TV5 MONDE - Patrick Simonin - *L'invité avec Pierrick Sorin* - Diffusé le 20 juin 2012

SITOGRAPHIE

2THINKNOW : www.innovation-cities.com

CRÉATION DU QUARTIER : « *Présentation du Quartier de la Création* » : <http://creationduquartier.com/fr/article/présentation>

DATAR : <http://www.datar.gouv.fr/>

FRAGIL : « *Entretien avec Jean Blaise, initiateur de la biennale Estuaire* » : <http://www.fragil.org/focus/387>

GÉOCARREFOUR : « *La ville événementielle : temps de l'éphémère et espace festif* » : <http://geocarrefour.revues.org/2301>

LA LETTRE A LULU : « *Tramatisme. Commande publiques à foutre en l'art* » : http://www.lalettrealulu.com/Tramatisme-Commandes-publiques-a-foutre-en-l-art_a1763.html

LE VOYAGE A NANTES : <http://www.levoyageanantes.fr>

LIBERATION : « *Les Allumés de la représentation* » : <http://www.liberation.fr/villes/0101503114-des-allumes-de-la-representation>

MAIRIE DE PARIS : « *Nuit Blanche* » : http://www.paris.fr/pratique/culture-patrimoine/nuits-blanches/historique-nuit-blanche/rub_6806_stand_19173_port_15521

LA MÉFORME D'UNE VILLE : <http://lameformeduneville.blogspot.fr>

NANTES.TOURISME : <http://www.nantes-tourisme.com>

NUVEAU TOURISME CULTUREL : « *Quelle gouvernance pour le tourisme culturel ?* » : <http://www.nouveautourismeculturel.com/blog/2013/04/03/bonnes-pratiques-5quelle-gouvernance-pour-le-tourisme-culturel/>

PARIS ART : « *Entre sens et sensation* » : <http://www.paris-art.com/art-culture-France/entre-sens-et-sensation/rouille-andre/416.html>

PARIS ART : « *Qui a le droit à l'art ?* » : <http://www.paris-art.com/art-culture-France/qui-a-droit-a-l-art/rouille-andre/406.html>

PARIS ART : « *La Nuit blanche des oeuvres fantômes* » : <http://www.paris-art.com/art-culture-France/la-nuit-blanche-des-oeuvres-fantomes/rouille-andre/397.html>

PARIS ART : « *N'importe & Quoi sur un Plateau* » : <http://www.paris-art.com/art-culture-France/n-importe-&-quoi-sont-sur-un-plateau/rouille-andre/409.html>

PAVILLON DE L'ARSENAL : « *Re.Architecture - Interview de Jean Blaise* » : <http://www.pavillon-arsenal.com/videosenligne/collection-31-384.php>

ECOLE NATIONALE SUPERIEURE D'ARCHITECTURE DE NANTES
DOCUMENT SOUMIS AU DROIT D'AUTEUR

ECOLE NATIONALE SUPERIEURE D'ARCHITECTURE DE NANTES
DOCUMENT SOUMIS AU DROIT D'AUTEUR

ONALE SUPERIEURE D'ARCHITECTURE D
DOCUMENT SOUMIS AU DROIT D'AUTEUR