Hes·so
Haute Ecole Spécialisée
de Suisse occidentale

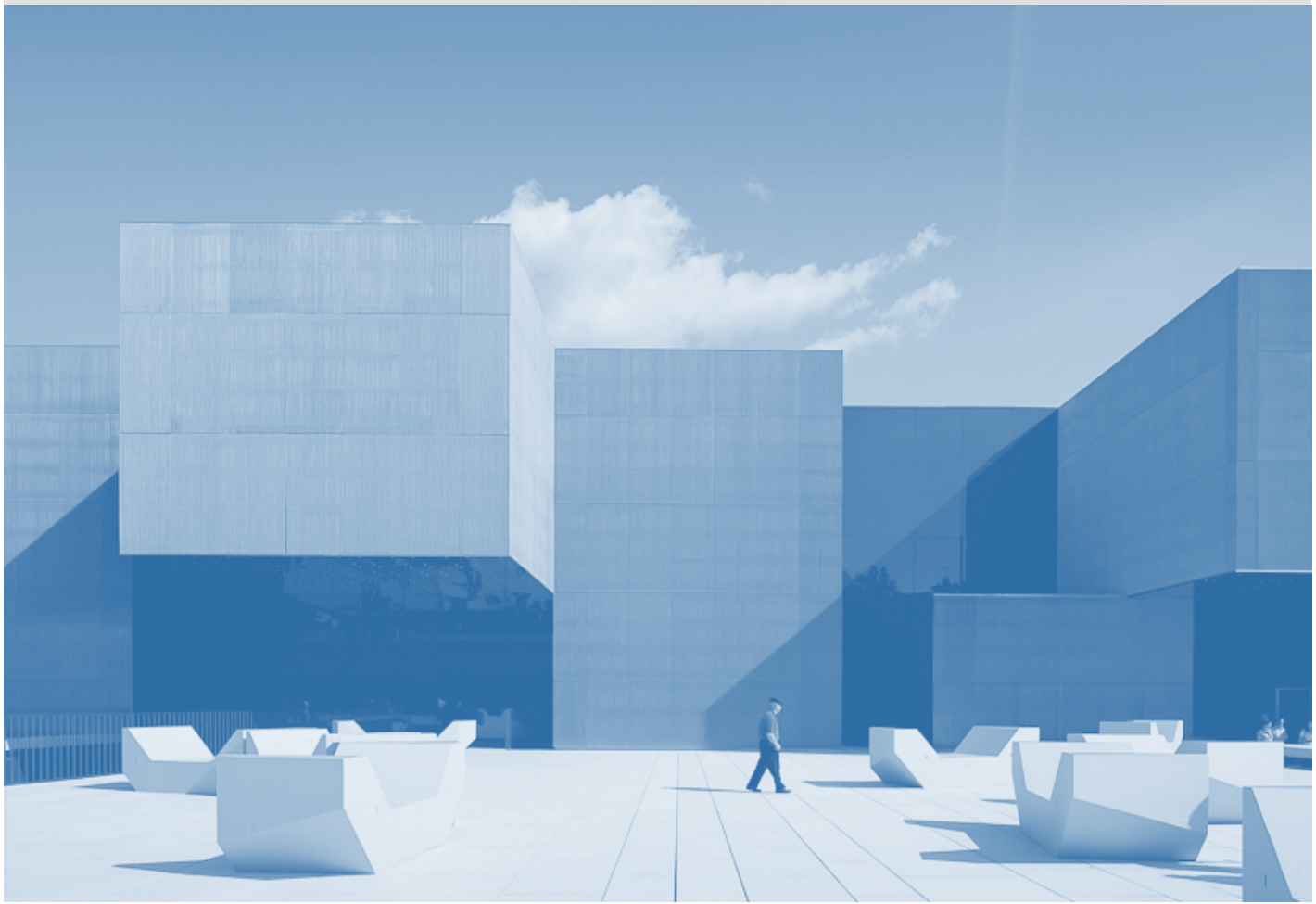
imvt - institut du management
des villes et du territoire
heg - haute école de gestion arc

Certifié ISO 9001

DES CAPITALES EUROPEENNES DE LA CULTURE AUX CAPITALES CULTURELLES SUISSES

QUELLES ADAPTATIONS POUR QUELS IMPACTS ?

Mathias Rota, Adjoint scientifique à la Haute école de gestion Arc
Sous la direction du Dr Nicolas Babey, professeur à la Haute école de gestion Arc



« *Celui qui rêve est le préparateur de celui qui pense* ».

Victor Hugo.

Introduction au Paris – Guide de l'Exposition universelle de 1867.

TABLES DES MATIÈRES

Résumé 7
Problématique 8
1. Introduction 8
2. Cadre théorique 9
2.1. Culture, économie et territoires 11
2.1.1. « Tous créatifs » ? 12
2.1.2. The rise of Richard Florida 17
2.1.3. « With apologies to Florida » 19
2.1.4. Le district culturel évolué 21
2.1.5. La culture au service de la requalification urbaine 25
2.1.6. Un impact économique difficile à saisir 31
2.2. Les conditions d'un impact durable 36
2.3. Les Capitales européennes de la culture : 30 années d'expérience(s) 41
2.3.1. La promesse de l'aube 41
2.3.2. Quels effets sur les villes hôtes ? 45
3. Problématique de recherche 52
3.1. Question de recherche 52
3.2. Méthodologie 52
Résultats et analyses 56
4. Construction du projet 56
4.1. Objectifs 57
4.1.1. Capitales européennes de la culture 57
4.1.2. Autres programmes 59
4.1.3. Recommandation 61
4.2. Financement 64
4.2.1. Proposition de l'Association Capitale culturelle suisse 64
4.2.2. Modèle de financement des programmes en vigueur 67
4.2.3. Recommandation 74
4.3. Porteur 78
4.3.1. Participation publique 78
4.3.2. Encadrement et suivi 81
4.3.3. Recommandation 83
4.4. Concept 84
4.4.1. Territoires concernés 84
Villes et « hinterland » 85
La démographie ne fait pas les villes 86

4.4.2. Intitulé 91
4.4.3. Contenu 93
Formes d'arts 93
« Amener les gens à la culture » sans « perdre les créateurs culturels » 96
Une centralité itinérante 97
4.4.4. Processus de désignation 99
4.4.5. Recommandation 102
4.5. Expositions nationales 103
4.5.1. Un miroir de la Suisse… 103
4.5.2. … à l'avenir trouble 105
4.5.3. Recommandation 107
5. Impacts potentiels 109
5.1. Économie 109
5.1.1. Impact économique des programmes européens et britanniques 111
Image 111
Attractivité touristique 112
Emploi et économie créative 114
5.1.2. Impact économique potentiel du projet suisse 117
5.2. Infrastructures 121
5.2.1. Impact du label européen sur l'infrastructure des villes hôtes 122
5.2.2. Impact potentiel du projet suisse sur l'infrastructures des villes hôtes 125
5.3. Cohésion sociale 128
5.3.1. Cohésion locale 129
5.3.2. Cohésion nationale 132
5.4. Autres impacts 135
6. Facteurs-clés de réussite 139
6.1. Une vision à long terme 139
6.2. Un terreau local au centre 142
7. Conclusion 145
Bibliographie 148
Annexe 157

TABLE DES FIGURES ET LISTE DES TABLEAUX

Figure 1 : Nombre de citations des termes « creative cities » sur Google Scholar (Scott 2014). 10
Figure 2 : Festival d'Avignon, cour d'honneur du Palais des papes. 11
Figure 3 : Affiches promotionnelles valorisant la créativité (Google image). 14
Figure 4 : Affiche promotionnelle du « Système J » (http://www.systemej.ch/former.html). 15
Figure 5 : Affiche promotionnelle de la ville de Bâle (http://www.bs.ch/en/Portrait/culture.html). 16
Figure 6 : Affiche promotionnelle de la ville de Genève (http://www.ville-geneve.ch/) 18
Figure 7 : Les principaux districts de l'industrie culturelle à Paris (Leriche and J. Scott 2005, 212). 22
Figure 8 : Classification fonctionnelle des districts industriels fondés (Leriche and J. Scott 2005, 213). 22
Figure 9 : Musée Guggenheim de Bilbao (source http://www.guggenheim-bilbao.es) 25
Figure 10 : Quartier du Flon à Lausanne dans les années 80 27
Figure 11 : Quartier du Flon à Lausanne de nos jours 27
Figure 12 : Graffitis du 24 rue Jobin à Marseille (Google Street View, mai 2014). 29
Figure 13 : Le processus multiplicateur (Nicolas 2007, 3). 32
Figure 14 : « The Economic Function » par Hewitt & Jordan à Sheffield 35
Figure 15 : Capitales européennes de la culture de 1985 à 2013 (European Commission 2009). 42
Figure 16 : Extrait de la « Factsheet » officielle du programme des CEC (https://ec.europa.eu). 45
Figure 17 : Musée des civilisations de l'Europe et de la Méditerranée (http://www.mucem.org/fr). 46
Figure 18 : Estimation de l'impact économique de « Salmanca 2002 » (Herrero et al. 2006, 53). 47
Figure 19 : PIB par habitant avant l'évènement 47
Figure 20 : Personnalités rencontrées dans le cadre des entretiens semi-directifs. 55
Figure 21 : Soutien de l'UE en millions d'euros entre 1985 et 2012 (Garcia and Cox 2013, 56). 68
Figure 22 : Part européenne du budget d'exploitation des CEC entre 1985 et 2012 68
Figure 23 : Source des revenus des CEC entre 1985 et 2012 69
Figure 24 : Budgets d'exploitation en Mio d'euros des CEC entre 1985 et 2012 71
Figure 25 : Dépenses consacrées aux infrastructures en Mio d'euros (Garcia and Cox 2013, 118). 71
Figure 26 : Budget de la culture en Algérie de 2006 à 2016 (http://www.chouf-chouf.com/chroniques) 72
Figure 27 : Répartition des villes suisses selon leurs populations. Réalisé avec données OFS (2011). 85
Figure 28 : Population des CEC en million d'habitants (Garcia and Cox 2013, 53) 87
Figure 29 : Les 173 villes et communes de Suisses (Brechbühl, Tschirren, and Zimmermann 2016, 4). 89
Figure 30 : La troupe « La Fura dels Baus » pour l'ouverture de Guimarães 2012 (http://www.wsj.com). 94
Figure 31 : « Sea of Hull » par Spencer Tunick pour Hull 2017 (https://www.theguardian.com). 95
Figure 32 : Première page du *Hull Daily Mail* du 21 novembre 2013 (http://www.itv.com/news). 100
Figure 33 : Film « *La course au bonheur* » d'Henry Brandt (http://www.ideesuisse.ch). 104
Figure 34 : Tourisme à Liverpool en 2008 114
Figure 35 : Nouveau théâtre de Pilsen, CEC en 2015 (http://www.youngdancers.tv/) 121
Figure 36 : Musée d'art de Graz (http://openbuildings.com/buildings/). 124
Figure 37 : Plateforme des arts et de la créativité à Guimarães (http://www.archdaily.com). 124
Figure 38 : Fréquentation des institutions culturelles selon le profil sociodémographique en 2008 131
Figure 39 : Stratégies des CEC pour valoriser leur *européanité* 134
Figure 40 : Projet de logo imaginé par l'Association Capitale culturelle suisse. 147

Tableau 1 : Entrées au Guggenheim de Bilbao et nuitées dans le Pays basque (d'après Plaza 2010) 26
Tableau 2 : L'évènement culturel, objectif intermédiaire de la stratégie territoriale (Soldo 2013, 790) 37
Tableau 3 : Système de gouvernance favorable à une attractivité territoriale durable (Soldo 2013, 795) 39
Tableau 4 : Formes d'arts présentées dans les CEC entre 1995 et 2003 (Garcia and Cox 2013, 79). 93
Tableau 5 : Total de nuitées par an en % par rapport aux nuitées de l'année de la manifestation 113
Tableau 6 : Évolution de l'emploi entre octobre 2003 et septembre 2004 à Lille 115
Tableau 7 : Objectifs et indicateurs d'évaluation des CEC (European Commission 2014a) 141

RÉSUMÉ

Fondée en 2013, l'Association Capitale culturelle suisse aspire à reproduire en Suisse le programme des Capitales européennes de la culture. Souhaitant évaluer la pertinence de ce projet, elle a approché l'Institut du Management des Villes et du Territoire (IMVT) de la Haute école de gestion Arc à Neuchâtel, qui a obtenu un financement de la Haute École spécialisée de Suisse occidentale (HES-SO) pour développer cette idée.

La réflexion s'engage par une revue de littérature qui s'intéresse aux liens entre économie *postindustrielle* et culture. Dans une économie où le savoir tend à occuper une place de plus en plus importante, les territoires rivalisent pour attirer les *individus créatifs*, moteurs de la *nouvelle économie*, dont l'engagement par projet rappelle par ailleurs la précarité de l'emploi qui existe de longue date dans les milieux culturels. Cette recherche d'attractivité encourage les responsables politiques à accorder une attention croissante à la culture dans le *marketing territorial*. Ainsi, inspirés par le *Guggenheim effect* et par des études attestant des retombées économiques de la culture, ces décideurs cherchent à requalifier des espaces que l'économie industrielle aurait laissés *en veille*. Ce modèle décliné à l'envi depuis une vingtaine d'années atteint pourtant ses limites. Certains échecs montrent en effet que la *créativité* ne s'importe pas, mais qu'elle naît de situations complexes et difficilement reproductibles. En outre, les projets de rénovation urbaine à l'aide de la culture peuvent parfois s'accompagner d'effets indésirables (ségrégation spatiale, dilapidation d'argent public, dévoiement de la culture, etc.). Pour éviter les aspects négatifs de telles stratégies, il s'agit de prendre en compte le *terreau local* et d'adopter une vision à long terme.

Ce contexte explique la réussite du programme des Capitales européennes de la culture. Ayant évolué d'une approche évènementielle vers une démarche processuelle, cette action connaît en effet un succès croissant qu'elle doit à ses impacts potentiels sur des territoires en recherche d'attractivité (effets sur la notoriété et sur l'image, impacts économiques, amélioration de la cohésion sociale, catalyseur de processus de requalification urbaine, etc.). Cette réussite inspire : une quinzaine d'actions similaires – concernant plus de 160 pays – ont vu le jour à travers la planète. Le projet de l'Association Capitale culturelle suisse relève de la même inspiration ; afin d'envisager sa mise en œuvre et d'évaluer son impact potentiel sur les territoires, une importante recherche documentaire a été effectuée et quinze entretiens semi-directifs ont été réalisés avec des personnalités du monde de la culture et de la politique. Ce travail révèle un intérêt marqué pour l'idée que porte l'association, surtout de la part des participants actifs au sein d'administrations municipales. Pour ces derniers, cette action pourrait pallier un manque que les Expositions nationales, aussi rares qu'exigeantes, ne comblent pas. Toutefois, la grande majorité des répondants a estimé que le projet de l'association devait être remanié pour aboutir.

La première partie de l'analyse s'y attèle et formule notamment les propositions suivantes : des objectifs plaçant la culture au centre, mais soucieux du développement à long terme des territoires ; un financement ne reposant plus seulement sur la Confédération, mais principalement sur les territoires hôtes ; une participation publique dans la conduite du projet pour garantir sa pérennité ; un modèle quadriennal ouvert aux 173 villes et communes urbaines du pays, mais à la condition qu'elles possèdent les capacités d'accueil adéquates et qu'elles réunissent le budget minimum exigé par les statuts ; et, vu la nature différente des deux concepts, le développement du programme en parallèle (et non à la place) des Expositions nationales. La deuxième partie de l'analyse évalue les impacts potentiels de la création d'une telle action sur les territoires hôtes. S'ils peuvent se révéler nombreux – économie, image, infrastructures, cohésion sociale, gouvernance, offre culturelle, etc. –, ils dépendent cependant de deux facteurs-clés de réussite, identifiés à l'aide du cadre théorique : l'élaboration d'une stratégie à long terme et la prise en compte du terreau local.

PROBLÉMATIQUE

1. INTRODUCTION

Alors que l'Exposition nationale de 2002 vit ses derniers instants, Daniel Rossellat a la tête ailleurs. Lui qui fut responsable des animations pendant les 160 jours de l'évènement griffonne sur un coin de table les prémices d'un concept inspiré des Capitales européennes de la culture. Il faudra une dizaine d'années et la création de l'Association Capitale culturelle suisse[1] en 2013 pour que ce projet parvienne à la Haute école de gestion Arc, à la suite d'une rencontre entre l'un de ses membres avec un chercheur de l'Institut du Management des Villes et du Territoire (IMVT). Première étape d'un long processus, la présente étude – financée par la Haute École spécialisée de Suisse occidentale (HES-SO) – s'intéresse à l'idée portée par cette association, soit l'adaptation suisse du programme européen.

Présenté dans un document de quelques pages (voir document en annexe), le projet de l'association vise « *à insuffler en Suisse, et à un rythme régulier, un certain dynamisme en termes de créativité artistique, de rencontres et d'échanges culturels et sociaux* » en organisant « *tous les 5 ans, un important évènement culturel sur une durée allant de 3 à 4 mois* » dans une ville ayant reçu le titre de *Capitale culturelle suisse*. Cette esquisse sert de point de départ à l'étude qui s'engage ici. Il s'agit en effet de tester ce préprojet en le confrontant à l'expertise de personnalités reconnues pour leur connaissance – entre autres – du milieu culturel et en l'évaluant à l'aune de trente années de Capitales européennes de la culture. À la suite de cet exercice utile à mesurer les forces et les faiblesses du concept – et donc sa faisabilité –, une proposition actualisée apparaît. Celle-ci devient la base d'un travail de réflexion sur les impacts potentiels de la mise en œuvre d'un tel projet.

L'étude s'ouvre par un cadre théorique qui s'intéresse aux liens entre culture, économie et territoire (9), aux conditions de l'impact durable des évènements culturels de grande envergure (36) et, enfin, aux Capitales européennes de la culture (41). Ce raisonnement aboutit à la formulation d'une question de recherche (52) et à la présentation de la méthodologie dans laquelle se découvre la liste des personnalités rencontrées (53). Suivent les résultats, organisés en trois temps. Une première partie examine l'architecture du projet en considérant ses objectifs (57), son modèle de financement (64), son porteur (78), son concept général – soit les territoires destinataires, l'intitulé, le contenu artistique, le processus de désignation (84) et une réflexion sur son lien avec les Expositions nationales (103). Une deuxième partie de l'analyse évalue l'impact potentiel de la création d'un tel programme sur les territoires hôtes, avec un accent sur l'économie (109), l'infrastructure (121) et la cohésion sociale (128). D'autres impacts sont également abordés, mais plus succinctement toutefois (135). Enfin, basée sur la littérature et les entretiens, la troisième et dernière partie de ces résultats s'achève par l'identification de deux facteurs-clés de réussite. Le premier témoigne de l'importance de la mise en place d'une stratégie à long terme (139), tandis que le second insiste sur la nécessité de prendre en compte le terreau local (142).

Avant de commencer cette étude, il y a lieu de souligner l'intérêt suscité par le projet de l'Association Capitale culturelle suisse chez la grande majorité des personnalités rencontrées (56). Bien que le panel ne puisse être tenu pour représentatif, cette idée a en effet reçu un accueil enthousiaste, en particulier dans l'administration des villes. Toutefois, les entretiens semi-directifs réalisés révèlent que, pour accroître ses chances d'aboutir, le préprojet de l'association requiert quelques adaptations et l'évaluation de ses impacts potentiels. C'est l'objet de cette recherche, qui offre un aperçu inédit de certains des processus qui traversent le monde de la culture en Suisse.

Que tous les participants et toutes les personnes qui, de près ou de loin, ont permis à cette étude de voir le jour en soient chaleureusement remerciés.

[1] Dont voici les membres : Manuelle Chevrier, Blaise Duc, Philippe Duvanel, Laurie Girardier, Cyril Jost, Michael Kinzer, Philippe Racine, Daniel Rossellat, Hannes Blatter, Tony Burgener, Mario Fossati, Christophe Hans, Vincent Sager, Carine Zuber.

2. CADRE THEORIQUE

Broadway, années soixante. Les théâtres de la légendaire rue new-yorkaise traversent une période difficile. De récurrents problèmes de trésorerie amènent les plus fragiles d'entre eux à fermer leurs portes et les survivants à limiter les risques, orientant leurs programmations vers des valeurs sûres, des « blockbusters », au détriment de l'audace qui pouvait prévaloir jusqu'alors (O'Hagan 1999, 126). Chargés par la Fondation Ford d'expliquer la hausse des coûts d'exploitation et la rarescence du public, Baumol et Bowen (1966) élaborent la théorie de la « *maladie des coûts* »[2], apport tenu le plus souvent comme fondateur des recherches liant économie et culture (Ginsburgh and Throsby 2006). Si de prestigieux auteurs – de Hume à Keynes, en passant par Turgot, Smith ou encore Marshall (Goodwin 2006) – ont envisagé la place de l'art dans la société, l'application d'outils issus de la théorie économique à un objet culturel ouvre un champ nouveau. La nature polysémique du terme culture a toutefois conféré un caractère instable aux frontières de ce dernier.

Dans son sens le plus anthropologique, la culture se comprend comme l'ensemble des attitudes, croyances ou valeurs communes à un groupe qui, en quelque sorte, l'identifie et le lie : culture nationale, religieuse, d'entreprise, etc. (Ginsburgh and Throsby 2006). Une deuxième acception, plus fonctionnelle, se rapporte aux activités intellectuelles, morales et artistiques des individus et aux produits qu'elles génèrent (Throsby 2010, 4). Plutôt qu'un nom, le terme culture devient ici un adjectif : biens culturels, institutions culturelles, industries culturelles, secteur culturel de l'économie, etc. Selon David Throsby, chef de file des économistes de ce champ, les activités que l'on peut qualifier de culturelles se caractérisent par trois éléments : elles nécessitent de la *créativité* dans leur production, elles intègrent une *dimension symbolique* et, dernier point, leurs produits comprennent – au moins partiellement – une forme de *propriété intellectuelle* (Throsby 2010, 4). À la faveur de cette définition, il devient possible d'ajouter à la typologie usuelle – musique, littérature, poésie, dance, théâtre, arts visuels, etc. – d'autres domaines – production cinématographique, architecture, journalisme, design, mode, édition, télévision, radio, etc. – qui remplissent les conditions précitées, à des degrés divers toutefois. Si l'innovation scientifique ne satisfait pas cette définition, bien qu'elle requière une phase de créativité et qu'elle puisse concevoir des produits soumis à la propriété intellectuelle, c'est parce qu'elle poursuit, selon lui, un but utilitariste, dépourvu de sens symbolique[3] (Throsby 2010, 5).

Depuis l'analyse des théâtres de Broadway par Baumol et Bowen, le champ de l'économie culturelle a acquis une reconnaissance institutionnelle et académique progressive. Trois facteurs ont agi et agissent encore en ce sens : le poids économique croissant de la culture (en termes de revenus et d'emplois), la grande capacité d'intervention du secteur public en ce domaine et, enfin, l'intérêt qu'elle suscite chez les économistes en tant que terrain hétérodoxe (Herrero et al. 2006, 41). En somme, pour les acteurs politiques, la culture devient un instrument utile au développement des territoires par le truchement d'un argumentaire opérant (retombées économiques du secteur ou transformations d'espaces publics), tandis que pour les milieux académiques, elle apparaît digne d'attention en tant que préfiguration des transformations d'une économie où le « *"savoir" a remplacé les ressources naturelles et le travail physique comme outils de développement économique* » (Pilati and Tremblay 2007, 382). La conjonction de ces mouvements a ainsi conduit à la multiplication des études ayant la culture comme sujet.

Face à l'étendue d'un champ en pleine expansion – comme le montre la figure 1 (qui se réfère seulement

[2] Selon les deux auteurs, les coûts grèvent de plus en plus les arts de la scène, car l'augmentation de la productivité dans la plupart des secteurs de l'économie entraîne une hausse générale des salaires. Mais dans le secteur des arts, si les salaires suivent le mouvement général, la productivité du travail stagne, car : « *it requires about as many minutes for Richard II to tell his 'sad stories of the death of kings' as it did on the stage of the Globe Theatre* » (Baumol and Bowen 1966, 164). De ce déséquilibre découle la maladie des coûts.

[3] Il admet toutefois que la recherche scientifique fondamentale, pure plutôt qu'appliquée, destinée à un progrès général des connaissances, partage certaines similitudes avec l'art.

à une partie de celui-ci) –, mais aux limites incertaines[4], il convient de canaliser le présent cadre théorique aux apports de la littérature les plus enclins à résoudre le questionnement de cette recherche. Trois axes sont ainsi privilégiés. Tout d'abord, puisque dans le document de présentation du projet, l'Association Capitale culturelle suisse estime que l'organisation de tels évènements aurait des conséquences sur l'attractivité et le développement des villes hôtes, la première partie du cadre théorique explore l'importante littérature au sujet des liens entre culture, économie et territoires. Ensuite, parce que l'ambition de cette même association est d'assurer l'impact durable des évènements, la deuxième partie examine plus en détail les éléments à prendre en compte pour favoriser la pérennité de stratégies territoriales basées sur la culture. Enfin, eu égard au projet au cœur de cette étude, un retour sur trente années de Capitales culturelles européennes et sur les nombreux travaux de recherche connexes apparaît essentiel.

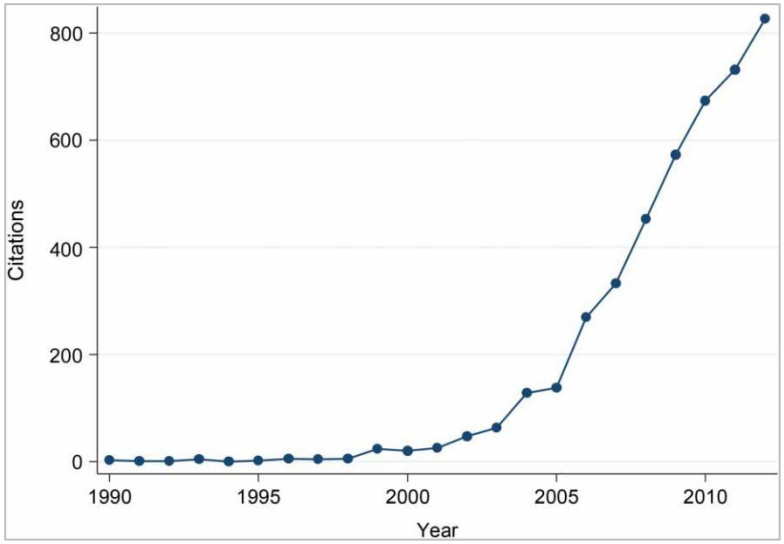


Figure 1 : Nombre de citations des termes « creative cities » sur Google Scholar (Scott 2014).

[4] « *Les définitions de la créativité comme de l'économie créative se multiplient ; les frontières entre économie culturelle, économie de la connaissance, économie créative se chevauchent* » (Liefooghe 2010a, 182).

2.1. CULTURE, ECONOMIE ET TERRITOIRES

« *Dans une communication importante du mois de novembre 1996, la Commission [Européenne] dégage de nouvelles normes d'intervention fondées sur un principe central : la culture ne doit pas être uniquement conçue comme une "occupation génératrice de dépenses supplémentaires", mais comme une ressource pour le développement des territoires urbains ou ruraux (…). Le potentiel économique et social de l'action culturelle se décline de différentes manières : il doit permettre d'attirer les investisseurs (image de marque des territoires) comme les visiteurs (tourisme culturel), de favoriser la création de nouveaux emplois, de servir les politiques de requalification urbaine (…), d'aider les populations à s'identifier à leur territoire, etc.* » (Helie 2004, 69).

Préfiguration du présent chapitre, cet extrait illustre bien la prégnance d'un nouveau paradigme qui, parti du monde universitaire, a progressivement intégré le discours politique : d'abord simple dépense de loisirs, la culture est devenue une ressource pour les territoires. Ce chapitre explore la littérature reliant *culture, économie et territoire*[5]. Des problématiques variées, mais toujours liées seront tour à tour examinées : le rôle de la culture dans la *nouvelle économie ;* son action sur l'attractivité des territoires ; les effets du regroupement des acteurs du secteur dans des *districts culturels ;* son utilité dans le cadre de stratégies de requalification ; et, pour finir, son impact économique. En traitant ces thématiques, il s'agit d'essayer d'en défaire les constructions pour ne conserver que les éléments les plus utiles à la poursuite de l'étude et du projet.

Figure 2 : Festival d'Avignon, cour d'honneur du Palais des papes.
© Christophe Raynaud de Lage (http://www.festival-avignon.com).

[5] En utilisant le concept de territoire, nous nous appuyons sur la définition suivante : « *le territoire est un système complexe évolutif qui associe un ensemble d'acteurs d'une part, l'espace géographique que ces acteurs utilisent, aménagent et gèrent d'autre part* » (Moine 2006).

2.1.1. « TOUS CREATIFS » ?

> « *Dans les 5 années qui viennent, je veux proposer aux Français un nouveau modèle français de croissance, un nouveau modèle français basé sur l'économie du savoir* »[6] (Nicolas Sarkozy au cours du débat télévisé du second tour de l'élection présidentielle française de 2012).
>
> « *Investing in people is the single most important thing in the knowledge economy. Traditionally, wealth was defined by land and natural resources. Today the most important resources is between our ears* »[7] (Barak Obama, le 27 avril 2014, à l'Université de Malaya à Kuala Lumpur).
>
> « *Information technologies have tremendous potential to improve health, education and governance, to promote trade and economic growth, to spread knowledge and integrate people and countries alike into the global knowledge economy* »[8] (Ban Ki Moon, dans une brochure de 2003 inaugurant le « Ghana-India Kofi Annan Centre of Excellence in Information and Communications Technologies »).

Retenues parmi maintes occurrences, les trois citations qui introduisent ce chapitre attestent du débordement de l'*économie du savoir* au-dehors du cadre académique. Avant d'intégrer le champ lexical des acteurs politiques, la place du savoir dans une économie en mutation a d'abord occupé de nombreux chercheurs (Powell and Snellman 2004). Avec la métamorphose de l'économie des pays développés observée depuis les années 1970 – notamment, en figure de proue, le passage d'un système reposant sur l'industrie manufacturière à une économie des services[9], où l'influence de la production de masse sur la croissance s'est érodée –, les secteurs des hautes technologies, de la finance, de la santé, des services à la population ou aux consommateurs, de la mode, des médias et des industries culturelles ont connu une forte croissance. Ce glissement de paradigme a mené les économistes vers de nouveaux concepts tels que *post-fordisme*, *production flexible*, *économie du savoir*, *capitalisme cognitif* ou, liste non exhaustive, *nouvelle économie* (Storper and Scott 2009, 159).

Faisant appel à d'autres compétences, cette *nouvelle économie* émancipe(rait) le travailleur des tâches machinales propres à l'industrie. En effet, sa participation au processus de production dépend(rait) désormais de ses capacités intellectuelles et affectives, c'est-à-dire de ses capacités déductives, de son savoir-faire technique, de son leadership, de ses aptitudes en communication, de sa sensibilité culturelle ou encore de son imagination visuelle – soit, en définitive, de ses capacités créatives[10] (Scott 2014, 570). Le *capital humain* acquiert ainsi une reconnaissance accrue ; les termes *savoir*, *créativité* et *innovation*[11] gagnent en popularité : « *l'innovation est l'output de ce système de production flexible dont les savoirs sont l'input. La créativité est le processus de transformation de ces savoirs en nouvelles connaissances, et en inventions qui pourront (ou non) devenir des innovations* » (Liefooghe 2010a, 181). Suivant le mouvement, le discours du *new management* s'adapte, mobilisant un vocabulaire composé de mots-clefs comme *imagination*, *originalité*, *engagement*, *vocation*, *passion* (Vivant 2013b, 59). Dans cette économie *post-fordiste*, on attend donc des travailleurs qu'ils soient *flexibles*, *mobiles*, *motivés*, *créatifs*, *compétitifs* (Menger 2002 ; cité par Vivant 2013b). En parallèle, leurs revenus deviennent variables et les carrières

---

[6] http://www.lemonde.fr.html (pour des questions de lisibilité, les liens hypertextes ont parfois été raccourcis, seule la version électronique de cette étude donne donc accès – en cliquant sur le lien – aux sites référencés).
[7] https://www.whitehouse.gov.
[8] http://www.un.org/press/en/2003/sgsm9063.doc.htm.
[9] Cette mutation coïncide avec une troisième phase d'urbanisation, après la première vague du 19e siècle, associée aux révolutions industrielles et celle du 20e siècle, corollaire du Fordisme (Scott 2014).
[10] Il semble toutefois que l'entreprise ne forme pas un terreau très propice à la créativité : « *les psychologues et consultants en management s'accordent sur le fait que la créativité, artistique ou non, est en grande partie le résultat du furetage, de l'expérimentation, de l'exploitation de l'imprévu, toutes caractéristiques que l'organisation hiérarchique des entreprises ne favorise pas* » (Liefooghe 2010a, 190).
[11] Bien qu'il soit très délicat de définir ce qu'est la créativité, on peut s'y risquer ainsi : « *creativity itself is the act of producing meaningful new ideas, where the qualifiers 'meaningful' and 'new' both need to be stressed; and innovation entails the translation of those ideas into concrete, effective outcomes* » (Scott 2014, 569).

incertaines, car l'engagement de long terme laisse place à un système *par projet* où la production s'appuie sur de l'embauche à court terme et sur « *l'externalisation croissante des activités au sein de collectifs de travail instable, dans lesquels les travailleurs doivent déployer un rapport entrepreneurial au travail pour affronter la précarité, l'instabilité et l'intermittence de leur activité* » (Vivant 2013a, 21).

Il semble que ce rapport au travail s'harmonise avec une réalité éprouvée de longue date dans les milieux culturels ; la précarité caractéristique des emplois du milieu artistique constituerait en somme une préfiguration de ce qui attend le monde de l'emploi de manière plus générale. Comme exemple de ce processus, l'évolution du milieu cinématographique à Hollywood décrit par Allen J. Scott (2010), inventeur du concept de *cognitive-cultural capitalism*, éclaire sur les mutations à venir. Lorsqu'en 1948, une décision de la Cour suprême des États-Unis mit fin au *studio system* – où les studios de cinéma connaissaient une position d'oligopole par le contrôle de la production, la distribution et l'exploitation de leurs films (Schatz 2004) –, l'industrie du septième art traversa une longue période de crise. L'apparition de la télévision dans les foyers – et la chute concomitante des audiences – aggrava encore la situation. En réponse, le « vieux » Hollywood se réinventa, passant d'un système d'intégration verticale – le précité *studio system* – à un processus de production verticalement désintégré, externalisant la plupart des tâches nécessaires à la création d'un film. Depuis, le « nouveau » Hollywood baigne dans une constellation dense d'entreprises et de travailleurs interdépendants qui œuvrent ensemble dans un environnement de travail par projet (Scott 2010, 195).

La flexibilité caractéristique de l'emploi dans la culture repose donc sur l'existence d'un grand nombre de travailleurs disponibles, qui oscillent entre périodes d'engagement et d'inactivité (Menger 2002)[12]. L'employé de ce milieu embrasse une carrière à risque où, le plus souvent, il accepte un revenu inférieur à son niveau de formation (Throsby 2003)[13]. Les propos d'un musicien d'orchestre rapportés par Baumol en 1966 témoignent déjà de ce phénomène : « *the personal satisfaction of a job well done is the highest reward in a profession which offers little financially. I enjoy being a musician – I wouldn't discourage my children from becoming musicians – but I wouldn't want my daughter to marry one* » (Baumol and Bowen 1966, 99). Si l'emploi dans le monde de l'art peut offrir de la reconnaissance au travailleur, il reste que la précarité pécuniaire et l'instabilité qui y paraissent – ce qui n'a d'ailleurs pas toujours été la règle (Vivant 2013b) – obligent ce dernier à développer un rapport entrepreneurial au travail (Campbell 2011 ; Vivant 2013a). Il minimise alors les risques inhérents à cette incertitude en cumulant plusieurs emplois, en cultivant une certaine souplesse professionnelle, en diversifiant ses compétences, mais en étant parfois contraint de recourir à la sécurité sociale ou d'autres sources d'aides financières (Ginsburgh and Throsby 2006, 1:10). Cette instabilité ne favorise pas la maturation des idées créatives, à l'exemple du monde académique, où l'organisation par projet – donc lorsque les projets de recherche dépendent de décisions de financement et où les changements de direction sont fréquents – altère la qualité de la recherche (PECRES 2011 ; cité par Vivant 2013b). Il semble que le modèle du *travailleur entrepreneur* émerge des milieux culturels ; la flexibilité[14] qui le distingue devient l'exigence de la *nouvelle économie*, avec les effets pervers que cela peut supposer : « *l'enchantement sémantique que permet la qualification de "créatif" produit une attractivité pour des carrières perçues comme épanouissantes et justifie toutes formes d'abus et de dérogation au droit social. La référence au "créatif" entretient une confusion sémantique entre l'artiste créateur et le créateur d'entreprise, comme l'illustre "Tous créatifs", dispositif mis en place par une université francilienne, non pas pour favoriser les activités artistiques chez les étudiants, mais pour les initier à l'entrepreneuriat* » (Vivant 2013a, 62).

Deuxième point liant culture et *nouvelle économie* développé ici[15], il semble que le capitalisme

[12] De récentes études semblent accréditer l'apparition de cette nouvelle organisation du monde du travail : http://techcrunch.com/.
[13] Mais « *l'artiste compense la désutilité à la faiblesse relative de ses gains par l'utilité non monétaire que suscitent la reconnaissance dont il jouit et son appartenance à un milieu qu'il estime* » (Benhamou 2011, 22).
[14] Le concept vague, mais de plus en plus populaire d'*uberisation* correspond bien à ce mouvement : http://www.lemonde.fr/les-decodeurs.
[15] D'autres liens sont signalés dans la suite du cadre théorique, notamment, l'influence de la *nouvelle économie* sur la culture, soit l'inverse de la relation étudiée ici (chapitre 2.1.6.).

postindustriel se *sémiotise*. Contraint à se repenser – « *l'innovation par accumulation des connaissances trouve ses limites ; la créativité apporte aux innovations une dimension esthétique et sémiotique qui renouvelle le désir de consommation. C'est un moyen pour les activités traditionnelles de trouver une parade à la concurrence par les coûts, en introduisant une dose de créativité artistique dans les produits et les services* » (Liefooghe 2010a, 186) –, il intègre de plus en plus de symboles, d'images et de design : « *there is nowadays often little apparent materiality to the "products" bought and sold; instead, the exchange of capital hinges on the promotion of ideals, images and lifestyles in discourse linguistic, visual or otherwise* » (Aiello and Thurlow 2006, 149). Cette injection croissante d'éléments esthétiques et sémiotiques dans les *outputs* de l'économie associée à la poursuite intense de l'*innovation* entraîne une reconsidération de la culture : elle devient le terreau d'où émergent des individus *créatifs*, précieux, car capables d'inventivité et habiles à créer du *contenu symbolique*[16]. De plus en plus empreints de capital symbolique (valeurs, design, etc.)[17], les biens produits participent également à l'avènement d'un champ lexical nouveau. Le recours progressif au terme *créativité* dans les slogans publicitaires[18] ou sur les affiches promotionnelles semble appuyer cette observation (figure 3).

Figure 3 : Affiches promotionnelles valorisant la créativité (Google image).

Selon Storper et Scott, cette recherche de créativité produit des effets indésirables, manifestes dans la profonde division qu'elle entraîne entre une *classe créative* (travailleurs hautement qualifiés – managers, scientifiques, etc.) et une masse de travailleurs condamnés à de bas salaires (assemblage électronique, confection, conciergerie, agents de sécurité, agents de transports, commis de cuisine, assistantes maternelles, etc.)[19] – ces deux pôles s'avèrent néanmoins hautement complémentaires (2009). Suivant les conseils d'une thèse issue d'universitaires nord-américains (examinée au prochain chapitre), il semble toutefois que les territoires cherchent surtout à attirer cette *classe créative* (Florida 2002b). Pour ce faire, ils s'adaptent également au vocabulaire de la *nouvelle économie*.

[16] Cette reconsidération revêt un caractère ironique : « *situation paradoxale qui fait de l'individu créatif non conformiste le dernier rempart des entreprises et des territoires contre la mondialisation, au risque de l'instrumentalisation de la créativité individuelle, si possible à moindre coût* » (Liefooghe 2010a, 191).

[17] La concurrence se base désormais sur d'autres éléments que le prix : « *as a corollary of the destandardization wrought by both flexible specialization and proliferating consumer niche markets, final outputs compete with one another not only on the basis of cost but also increasingly on the basis of their qualitative attributes* » (Scott 2010, 183).

[18] « *La créativité, c'est ce qui fait avancer le monde* », publicité Citroën (https://www.youtube.com/watch?v=yHbUWkSFCMI).

[19] Analyse partagée par Elsa Vivant : « *[l]e travailleur entrepreneur est pris dans un darwinisme social et professionnel par lequel survivent ceux qui peuvent mobiliser différents types de capitaux davantage que ceux qui font valoir leurs compétences* » (Vivant 2013c, 285).

Antienne convenue, lorsque les organes de recherche des deux plus grandes banques de Suisse classent les cantons selon leur compétitivité, le canton du Jura s'y découvre en dernière position (Credit Suisse 2013 ; UBS 2014). À l'heure d'une concurrence farouche entre les territoires visant à attirer des investissements et des contribuables de plus en plus mobiles, certaines régions éprouvent manifestement des difficultés à se distinguer. Suivant les classements précités, il existe diverses causes à cet effet : des problèmes d'accessibilité, une faible diversification de l'économie, un « brain drain » persistant, une attractivité fiscale jugée insuffisante, etc. Il semble en sus que certains territoires souffrent d'un déficit de notoriété, à l'exemple de la Région Limousin qui pâtit d'une image : « *que l'on pourrait qualifier de "démarquée", objectivée depuis la première guerre mondiale dans certaines expressions, comme celle de "limoger"* » (Helie 2004, 73). Dans le cadre du glissement de l'économie industrielle vers une économie du savoir, de nouveaux critères déterminent ainsi la compétitivité : cette dernière ne serait plus liée à la réduction des coûts de la matière première, de la main-d'œuvre et du transport – où les territoires se doivent de fournir des infrastructures de transports, des terrains bon marché, une main-d'œuvre abordable et des avantages fiscaux –, mais à d'autres facteurs, moins tangibles : « *les villes les plus compétitives seraient celles qui peuvent rapidement transformer une idée, une invention en un produit commercial (…). [L]es villes du savoir devraient être en mesure de produire, de garder et d'attirer les cerveaux et les créatifs chez elles* » (Pilati and Tremblay 2007, 383).

Figure 4 : Affiche promotionnelle du « Système J » (http://www.systemej.ch/former.html).

Alors que dans l'économie industrielle la concurrence entre produits se faisait plutôt sur le prix, l'intégration croissante d'éléments sémiotiques dans l'économie a fait naître une concurrence reposant davantage sur les attributs qualitatifs des produits, comme, par exemple, leur lieu de production[20] (Scott 2010). En réaction, et désireux d'attirer investissements et contribuables, les territoires cherchent désormais à se différencier en mettant en exergue les qualités symboliques qui empreignent les produits et les services conçus sur leur sol ; le *capital culturel* devient un argument d'attractivité (Harvey 1989 ; cité par Richards 2000). En reprenant le cas du canton du Jura, il apparaît qu'en complément de la communication habituelle valorisant les conditions-cadres du territoire (transports, coût main d'œuvre, infrastructures, etc.), les qualités (supposées) des habitants font désormais partie intégrante de l'argumentaire promotionnel : « *débrouillardise, savoir-faire, échange, convivialité= la créativité du Jura* » (figure 4). À l'instar des entreprises *post-fordistes*, les territoires rénovent leur vocabulaire. La culture devient un outil de marketing territorial[21] (Babey 1999 ; Vivant 2007). Selon Allen J. Scott, qui se base sur un décompte de 2010, plus de 60 villes se sont ainsi autoproclamées créatives à travers le monde : « *and even such palpably improbable places – on the face of it, at least – as Sudbury, Canada, Milwaukee, USA, Huddersfield, UK, and Darwin,*

[20] Les appellations d'origine contrôlée par exemple.
[21] Le marketing urbain (ou territorial) consiste en « *l'application des techniques et des outils de développement de vente de biens et de services dédiés à la promotion de la ville et, de manière plus générale, comme l'utilisation du marketing en tant qu'instrument de la politique urbaine* » (Vicari Haddock 2013, 269).

Australia » (Scott 2014, 567). Nul doute que, depuis, de nombreux autres territoires, « improbables » ou non, leur ont emboité le pas, avec l'idéal de la ville *créative* de Richard Florida comme horizon.

Figure 5 : Affiche promotionnelle de la ville de Bâle (http://www.bs.ch/en/Portrait/culture.html).

2.1.2. THE RISE OF RICHARD FLORIDA

L'essor de l'association des termes « creative » et « city » dans la littérature académique[22] doit beaucoup aux travaux de l'économiste américain Richard Florida (2002b) ; il n'en est toutefois pas à l'origine. Pour exemple antérieur, un rapport réalisé suite au succès de Glasgow comme hôte de l'évènement de la Capitale européenne de la culture en 1990 insiste sur la nécessité de profiter de l'engouement suscité pour instaurer une stratégie de promotion basée sur la combinaison des deux termes : « *the creative city slogan should become one of the general themes for the city's promotion. This will involve a subtle change from highlighting Glasgow as the culture city to creative city. It will imply a much wider set of connotations linking to innovation in the arts, economic, social and political fields* » (Comedia 1991, 10). Rapidement, d'autres villes, comme Vancouver, Toronto ou Cologne ont annoncé leur intention d'adopter une stratégie similaire (Scott 2014), formant un terreau propice à l'émergence des thèses de Florida. Rénovant un pan de la sociologie urbaine classique désireux de démontrer qu'un climat d'ouverture a pour effet de libérer les individus des chaînes de la tradition ou de la peur d'être jugé et les encourage à être plus inventifs (Storper and Scott 2009), l'économiste postule dans son ouvrage phare[23] que les villes et régions qui attirent la *classe créative* – atout estimé indispensable dans la *nouvelle économie* – sont celles qui offrent le meilleur « *people's climate* » (Florida 2002b). Faisant écho aux politiques de développement traditionnellement basé sur le « *business climate* », ce vocable désigne « *la tolérance, la diversité, le dynamisme artistique et culturel ou encore la vitalité urbaine* » (Chantelot 2009, 1).

Alors que les économistes considèrent d'ordinaire que ce sont les emplois ou autres opportunités économiques qui fondent l'attractivité d'une ville ou d'une région, ici, de nouveaux éléments agissent. En cela, Florida est complémentaire d'autres chercheurs qui s'intéressent au pouvoir attractif des *aménités du territoire*, comme Glaeser (2001), mettant au centre le choix des « consommateurs » (écoles publiques de qualités, sécurité, loyers raisonnables, climat agréable, etc.) ou Clark (2004), insistant sur le rôle des attractions urbaines – la ville comme une *entertainment machine* (parcs, musées, galeries d'arts, building célèbres, etc.). L'attrait des *aménités* s'exerce davantage sur les individus avec des degrés de formation élevés, qui possèdent des ressources financières importantes et qui, par conséquent, peuvent décider de l'endroit où ils veulent vivre (Florida 2002a). Selon ces auteurs, cette force attractive n'agit pas seulement sur les individus, mais également sur les entreprises ; les facteurs de localisation classiques comme la distance, les coûts de transport, les loyers, le taux d'impôt, le prix de la main-d'œuvre ou la proximité des ressources et des marchés perdent de leur pouvoir explicatif (Storper and Scott 2009, 6). Dans l'*économie du savoir*, c'est la disponibilité des *talented people* qui importe, car les territoires offrant un bassin conséquent de main-d'œuvre *créative* permettent aux entreprises d'économiser dans la recherche et le recrutement de personnel (Florida 2002a). Comme exemple de ce retournement, Florida rapporte une déclaration de Carly Fiorina, CEO de Hewlett Packard [24]: « *[k]eep your tax incentives and highway interchanges, we will go where the highly skilled people are* » (Florida 2002b, 6). En résumé, « *talent is attracted to regions with low entry barriers as measured by the diversity index. In turn, high-technology industries are attracted to places with high levels of talent* » (Florida 2002a, 751). Il faut donc, dans un premier temps, attirer les *talents* en agissant, notamment, sur la diversité et, en lien avec la thématique de la présente recherche, le dynamisme culturel.

Nombre de chercheurs ont testé les propositions de Florida, avec, pour certains, des résultats probants. Ainsi, Marlet et van Woerkens utilisent l'indicateur *classe créative* en Hollande et découvrent une corrélation entre la présence de cette dernière et la création d'entreprises au niveau local (2007). Au Royaume-Uni, Clifton (2008) parvient aussi à une relation statistique prégnante entre les deux variables. Comme le montre Chantelot (2009, 327), l'utilité du concept de *classe créative* et son influence sur l'emploi et la croissance des territoires a occupé beaucoup d'auteurs, dans de nombreux pays comme les États-Unis, l'Allemagne,

[22] Voir figure 1, page 10.
[23] « *The rise of the creative class : and how it's transforming work, leisure, community and everyday life* » (Florida 2002b).
[24] Par ailleurs candidate à l'investiture républicaine pour l'élection présidentielle américaine de 2016 (jusqu'en février de cette même année).

la Hollande, le Danemark, la Finlande, la Norvège, la Suisse, le Royaume-Uni, la Suède et, liste incomplète, la France (Mellander and Florida 2007; McGranahan and Wojan 2007; Chantelot 2008; Boschma and Fritsch 2009). Plutôt qu'à la présence de la *classe créative*, mais toujours dans les traces de Florida, d'autres études se sont intéressées à l'effet de la culture sur l'attractivité des territoires. Ainsi, Boualam (2014) a mesuré le nombre d'emplois dans le secteur culturel de 346 aires métropolitaines américaines et a comparé cela au niveau des salaires et des loyers. Il atteste de l'impact de la culture : « *a 10 % increase in cultural employment share is associated with a 1.32 % increase in local rents and a 1.14 % increase in wages. The results are similar when using an alternative measure of culture based on the access to cultural establishments even if the magnitude of the coefficient is smaller. At first sight, a higher specialization or accessibility to culture seems to positively capitalize into higher factor prices* » (Boualam 2014, 9). Toujours selon cet auteur, la culture semble produire peu d'effets à court terme, mais agir dans un temps plus long sur la demande de logements, témoignage de l'attractivité accrue du territoire.

La culture se transforme alors en une : « *source d'externalités positives multiples pour les individus, les entreprises et plus globalement les territoires* » (Soldo 2013, 783). Elle est une *aménité* permettant d'attirer la *classe créative* qui, avec la propagation des thèses de Florida, devient l'objet de la convoitise de territoires en concurrence. Dans la *nouvelle économie*, le développement territorial consiste donc à élaborer des politiques et programmes visant à attirer le *capital humain*, à l'inverse des approches plus classiques axées sur les entreprises ou la formation de clusters industriels (Florida 2002a, 754). Si les recherches de Florida ont l'avantage de mettre en lumière « *l'importance des individus à la source de l'innovation et des productions créatives de tout ordre et, d'autre part, de la ville comme mode d'organisation et de fertilisation croisée des interactions entre ces individus* » (Chantelot 2009, 331), leur succès s'est également accompagné de vives critiques.

Figure 6 : Affiche promotionnelle de la ville de Genève (http://www.ville-geneve.ch/).

2.1.3. « WITH APOLOGIES TO FLORIDA »

La mesure des effets de la présence de la *classe créative* sur l'attractivité des territoires étant méthodologiquement peu aisée, les preuves empiriques demeurent assez mitigées. En premier lieu, la plupart des auteurs reprennent le concept de *créativité* sans vraiment l'interroger ; dès lors, la frontière partageant ce qui est créatif de ce qui ne l'est pas devient difficile à tracer. En conséquence, les critères servant à déterminer les professions composant la *classe créative* s'avèrent le plus souvent versatiles : « *le regroupement des individus créatifs au sein d'une seule et même classe autour d'un éthos caractérisé par la créativité perd de sa pertinence, car la "classe créative" est professionnellement trop étendue et trop hétérogène : à cet effet, il apparaît fort légitime de se demander si la "classe créative" peut vraiment exister en tant que classe sociale* » (Chantelot 2009, 323). Selon la méthode de construction de cette « classe », l'écart statistique de sa concentration dans les agglomérations américaines varie grandement, compromettant la valeur heuristique du concept.

Outre la composition incertaine de la *classe créative*, un deuxième apport des thèses de Florida est sujet à débat : l'apparition de nouveaux éléments dans l'attractivité des territoires. Nombre d'auteurs signalent la persistance de déterminants classiques dans le choix des individus : « *arts are not the first factor considered when employees are deciding where to live and work; rather, it is job opportunities, housing, family relations, schools, transport facilities, and sports and leisure facilities that are the deciding factors* » (Bille and Schulze 2006, 1067). L'opportunité d'un emploi et la présence de la famille ou d'amis prévalent sur l'existence d'aménités culturelles, même pour les *talented people*. Certains chercheurs estiment que des variables telles que la qualité des structures éducatives, le taux d'immigration ou encore l'ensoleillement jouent un rôle plus important que la présence d'équipements culturels. En outre, il semble que les entreprises restent également sensibles aux déterminants de localisations usuels : « *studies show that the arts are not at all the first factor considered when companies are deciding where to locate; companies regard hard business factors – sales opportunities, infrastructure, manpower, wage level, land prices and tax level – as far more important than cultural factor* » (Bille and Schulze 2006, 1067)[25].

Une autre critique fréquemment émise à l'encontre des travaux Florida ainsi qu'aux études et politiques s'inscrivant dans le prolongement de ses thèses insiste sur le caractère caricatural de la vision de la créativité proposée. La mise en place d'une politique visant à attirer les *talented people* paraît insuffisante pour créer de la créativité : « *with apologies to Florida, creativity is not something that can be simply imported into the city on the backs of peripatetic computer hackers, skateboarders, gays, and assorted bohemians but must be organically developed through the complex interweaving of relations of production, work, and social life in specific urban contexts* » (Scott 2010, 202). En déclinant sa proposition de développement territorial sans égard au *terreau local*, il s'apparente en un sens aux consultants des années 80 et leur formule : « *growing the next Silicon Valley* » (Scott 2010, 192). Pourtant, la créativité ne s'importe pas ; la mise en place d'une politique désireuse de favoriser l'émergence d'un environnement innovant ne peut se faire sans la considération du contexte spécifique de chaque territoire[26]. En effet, l'innovation s'ancre le plus souvent dans des contextes géographiques et historiques particuliers sans que les conditions l'ayant permise soient toujours aisément identifiables et, de ce fait, reproductibles. Comme Michael Storper et Allen J. Scott l'indiquent (2009, 10), comment expliquer l'essor de la peinture religieuse dans la Florence du XVe siècle ? Quelles conditions prévalaient pour que l'industrie textile du Lancashire se montre si inventive au XIXe siècle ? Quelles furent les circonstances spécifiques qui menèrent aux avancées de la microélectronique dans la Silicon Valley des années 60 ? Pourquoi est-ce à Londres que s'élaborent actuellement des instruments financiers complexes ? Des relations synchroniques et diachroniques complexes doivent préexister pour qu'émerge un environnement *créatif* (Scott 2010, 192). La créativité ne s'importe pas, mais elle naît dans des contextes particuliers où se mêlent relations de

[25] Témoignage de l'incertitude soulevée par les questionnements de ce type, le même auteur concède plus loin que d'autres études parviennent à des conclusions inverses.
[26] Ce constat, très utile dans le cadre de cette recherche, sera approfondi au chapitre 2.2.

production, professionnelles et sociales (Chantelot 2009, 323).

Enfin, en partant du postulat que, par essence, les *talented people* sont créatifs et entrepreneuriaux, on élude le rôle important joué par les moyens financiers à disposition et l'existence d'expériences préalables ; autrement dit, être *créatif* n'est pas donné à tout le monde. Selon Scott, si dans la société fordiste, la division du travail se faisait entre cols bleus et cols blancs, la *nouvelle économie* paraît se distribuer entre une *classe créative* et une population condamnée à des emplois précaires, peu rémunérés : « *in more polemical terms (…) a new servile class* » (2014, 571)[27]. À l'instar de la société industrielle, cette partition se répercute dans l'espace, à l'échelle locale, par quartiers. Alors que, selon Florida, les *talents* sont attirés par la diversité et la tolérance, ils semblent qu'ils participent à cette ségrégation de l'espace, se regroupant dans des secteurs homogènes, coupés socialement et spatialement du reste de la population : « *even the much-vaunted gay communities that play such a prominent role in Florida's vision of the vibrant city are significantly set apart from the rest of urban space in most large American cities* » (Storper and Scott 2009, 10). Cette césure spatiale se réalise souvent au détriment des populations d'origine des quartiers, dans le cadre de processus de gentrification[28].

Devant les nombreuses applications de la thèse de la *classe créative* – surtout outre-Atlantique –, et ce malgré les multiples lacunes qui la grèvent, beaucoup de chercheurs ont décidé de faire entendre leur voix[29]. Les limites qu'ils ont signalées dénoncent la mise en place de programmes aux effets incertains, voire inutiles, qui, à travers des politiques désireuses d'attirer et de retenir une nouvelle forme d'élite, éloignent les responsables politiques de problèmes affectant le bien-être de l'ensemble de la population et les empêchent, en utilisant les ressources publiques, d'entreprendre des mesures : « *plus urgentes, plus concrètes, mais moins visibles* » (Chantelot 2009, 325).

[27] Ces emplois, qui ont connu une croissance importante durant la dernière décennie dans les grandes villes américaines, « *are found such low-wage service occupations as couriers and messengers, dining room attendants, dishwashers, food preparation workers, grounds maintenance workers, highway maintenance workers, hotel clerks, miscellaneous motor vehicle operators, painters, parking lot attendants, and service station attendants* » (Scott 2014, 572).
[28] Voir chapitre 2.1.5.
[29] Notamment Glaeser : « *I felt compelled to engage in this critical dialogue only because these ideas have entered into the policy arena* » (cité par Chantelot 2009, 324).

2.1.4. LE DISTRICT CULTUREL EVOLUE

Les limites empiriques, la persistance de déterminants classiques dans les choix de localisation des individus et des entreprises, l'absence d'intérêt pour le terreau local, le manque de considération pour les moyens à disposition et les expériences préalables des individus et, enfin, le potentiel gaspillage de ressources publiques sont les principales critiques émises par la littérature à l'égard de la thèse de la *classe créative*[30]. Il reste que cette dernière, inspirée de travaux antérieurs, conserve la qualité louable d'avoir offert une alternative aux théories classiques relatives à la localisation des individus et des entreprises. Dépassant le cadre académique, la mise en exergue du pouvoir attractif des aménités du territoire et de l'importance de la créativité dans la *nouvelle économie* apparaît crescendo dans le programme des acteurs politiques et les stratégies des entreprises. Si, encore une fois, les démonstrations péremptoires font défaut, la grande notoriété acquise par ces propositions leur confère un caractère performatif ; plus la nécessité de considérer de nouveaux facteurs dans l'attractivité des territoires est valorisée, plus les individus ou entreprises y prêtent attention. En d'autres termes, que de nombreuses villes aient construit leurs stratégies marketing avec des éléments issus de la théorie de la *classe créative*[31] a sans doute agi sur les comportements et, en un sens, corroboré cette dernière. En outre, en plus de souligner le rôle décisif de la connaissance et de l'innovation dans le régime de production actuel (Chantelot 2009), cette thèse présente l'intérêt de valoriser les externalités positives permises par la proximité géographique dans certains des secteurs-clefs de l'*économie du savoir*. C'est ce dernier apport qui constitue l'objet de ce chapitre.

Bien que la théorie des avantages comparatifs de Ricardo contienne des réflexions en ce sens, Marshall fut le premier à s'intéresser véritablement aux bienfaits de la proximité spatiale. Pour lui, l'existence de *districts industriels* offre un avantage aux entreprises s'y situant, car la proximité donne naissance à des relations interpersonnelles de confiance qui favorisent la transmission d'informations et de savoir-faire (Aubry, Blein, and Vivant 2014, 122)[32]. Plus près de nous, dans un ouvrage dont le titre (*The competitive advantage of nations*) fait écho à Adam Smith, Michael Porter s'intéresse à cette question et en vient à proposer un concept sinon novateur, du moins retentissant, celui de *cluster* (Porter 1990). Il désigne ainsi : « *a geographically proximate group of interconnected companies, suppliers, service providers and associated institutions in a particular field, linked by externalities of various types. Examples of clusters are financial services in New York (Wall Street), medical devices in Boston, and IT in Austin, Texas and Silicon Valley. Clusters are important because of the externalities that connect the constituent industries, such as common technologies, skills, knowledge and purchased inputs* » (Porter 2003, 562). Les clusters ne regroupent pas seulement les entreprises d'un certain secteur, mais également les institutions chargées de la formation, de la recherche et du développement ou encore des investisseurs ; le tout crée un cercle vertueux d'innovation par le truchement de relations interpersonnelles (Aubry, Blein, and Vivant 2014, 122). Cette proposition théorique a fait des émules ; à la suite de Porter, beaucoup d'économistes ont souligné l'importance de la proximité géographique en matière d'innovation, de compétitivité et de performance économique des territoires. Lorsque ce modèle s'applique au secteur culturel, le terme *cluster* cède le plus souvent la place au concept de *districts culturels*[33] (figures 7 et 8).

[30] Pour un éclairage plus complet, voir Chantelot (2009).
[31] Cette théorie a également intégré les discours des acteurs culturels. Souvent pour justifier le financement d'équipements culturels.
[32] À ce sujet : « *diverses catégorisations peuvent être imaginées pour distinguer les types de districts industriels. (…) (a) les districts de type marshallien reposant sur la proximité spatiale des acteurs d'un même secteur culturel (comme l'industrie de la poterie de Caltagirone en Italie ou les multimédias à San Francisco) ; (b) les districts liés à l'apposition d'un label ou d'une marque par les pouvoirs publics reconnaissant la spécificité d'un savoir-faire local (les AOC par exemple) ; (c) les districts culturels de musées ; (d) les districts culturels métropolitains organisés par les collectivités territoriales pour valoriser ou revaloriser le cadre urbain (la Westergasfabriek à Amsterdam ou le Dallas Art District)* » (Leriche and J. Scott 2005, 212).
[33] Pour davantage de détails sur ces derniers, voir Santagata (2002).

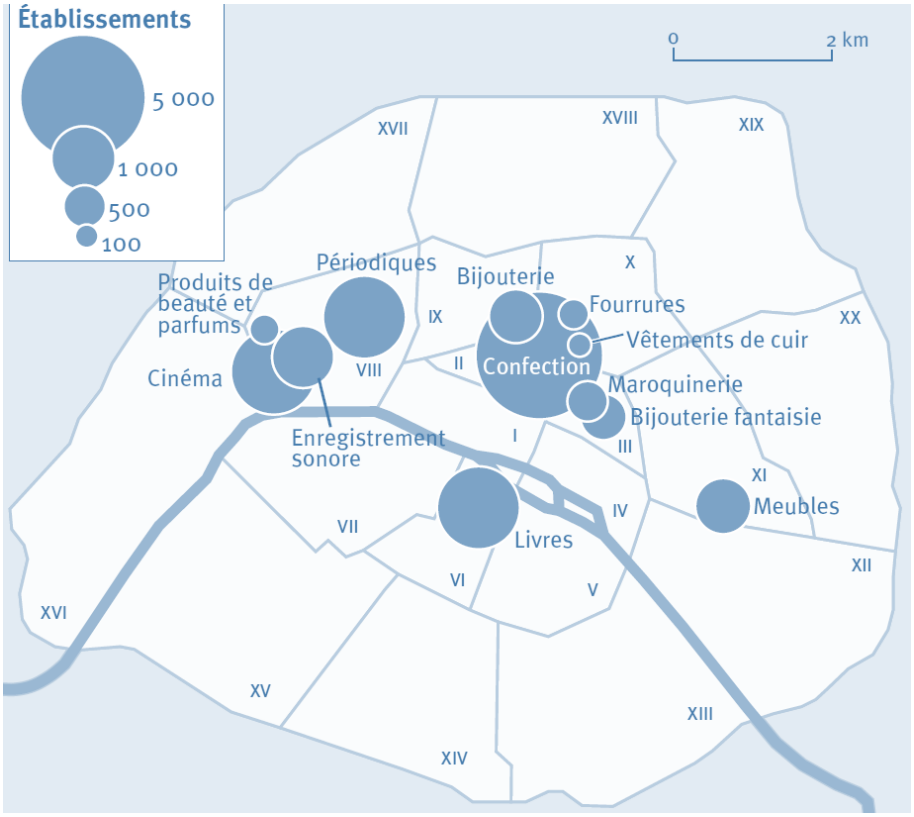


Figure 7 : Les principaux districts de l'industrie culturelle à Paris (Leriche and J. Scott 2005, 212).

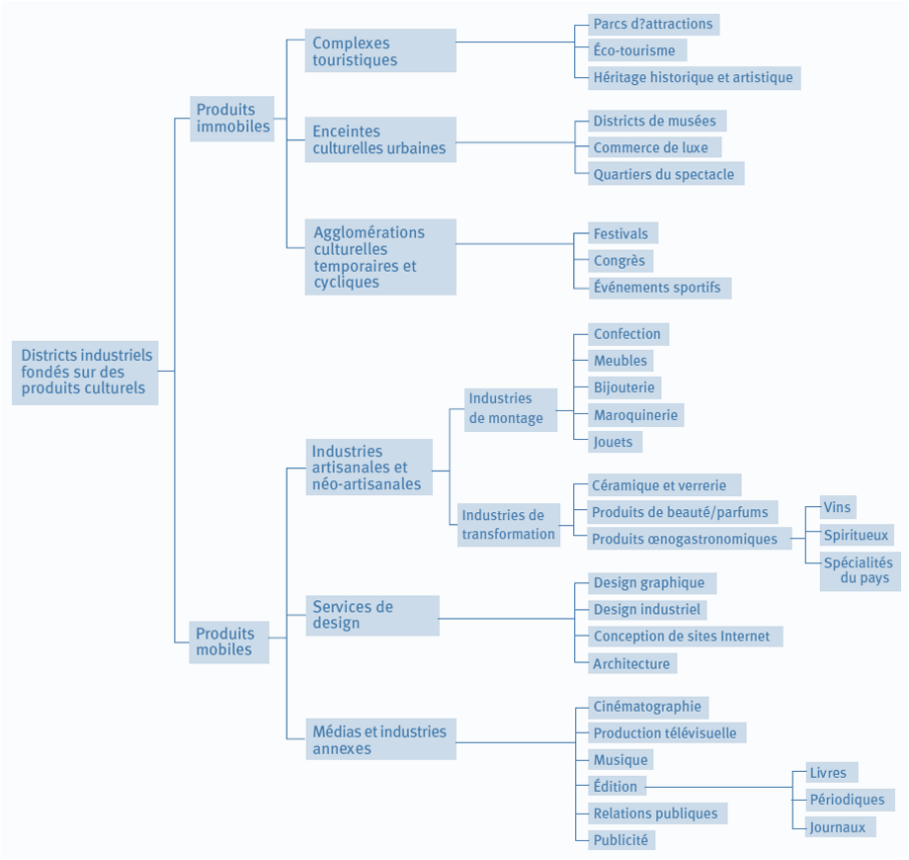


Figure 8 : Classification fonctionnelle des districts industriels fondés (Leriche and J. Scott 2005, 213).

Devant les avantages offerts par ces regroupements des programmes de développement économique cherchant à favoriser l'émergence de cluster ont été – et sont encore – élaborés par les acteurs politiques, notamment dans les *industries créatives* comme, par exemple, les jeux vidéo à Paris ou les médias dans des villes comme Londres, Birmingham, Munich, Manchester, Sydney ou Toronto (Aubry, Blein, and Vivant 2014, 122). À l'instar de l'industrie du cinéma à Hollywood[34], le marché du travail qui se forme autour des clusters de ce type propose des emplois à court terme, où les rotations et interactions sont nombreuses, dans des équipes travaillant par projet[35]. Selon Glaeser, cité par Florida (Florida 2002a, 744), plutôt que la perspective d'échanges avec d'autres firmes, ce sont les externalités permises par l'accès à un bassin de travailleurs (ou de *talents*) qui incitent les entreprises à se regrouper. Toutefois, à l'exemple de l'industrie de l'internet dans le Sentier à Paris, il semble qu'une concentration sans collaboration ne suffise pas ; elle pourrait même affaiblir la structure économique locale (Pria and Vicente 2006). Le rôle essentiel des échanges fait d'ailleurs l'unanimité ; tant les auteurs favorables aux thèses de Florida que ses détracteurs se rejoignent sur l'« *importance of interaction among skilled workers* ». Selon Leriche et Scott, les acteurs politiques peuvent agir sur ces interactions en facilitant la collaboration entre les entreprises, en permettant l'accès à l'information par l'intermédiaire d'agences ou en orientant la formation ; en outre, « *des centres publics de transfert de technologie et d'appui à la conception et au design des produits permettent (…) d'accroître les avantages compétitifs locaux* » (Leriche and J. Scott 2005, 219). La somme de ces apports théoriques (*districts industriels*, *clusters*, *districts culturels*) sert à la compréhension du modèle proposé dans le paragraphe suivant.

S'inspirant des thèses de Marshall sur les bénéfices offerts par la concentration spatiale des entreprises, des recherches de Becattini au sujet de l'*atmosphère industrielle*[36], mais surtout en combinant les travaux de Florida sur la qualité de vie, les études de Porter sur l'innovation et les clusters[37] ainsi que le concept de *capabilité* d'Amartya Sen[38], Pier Luigi Sacco propose un modèle de développement territorial par la culture : le *district culturel évolué* (« *progressive cultural district* »[39]). Il le définit de la manière suivante : « *the "progressive cultural district" model ideally encompasses all these aspects in a common theoretical perspective where the crucial integrating role is played by cultural innovation and production (in its interaction with technological innovation) and by its gradual transmission to different industries and fields of activity* » (Sacco and Blessi 2007, 5). Il préconise une intégration horizontale basée sur la coordination entre les filières culturelles et celles de la production : « *une synergie qui se définit grâce à une spécialisation territoriale et une nouvelle organisation de l'espace* » (Pilati and Tremblay 2007, 395). L'auteur s'attache à dépasser l'opposition habituelle entre *top-down* (l'apanage des districts culturels issus d'une volonté politique) et *bottom-up* (où un regroupement survient sans forcément d'intervention) : « *in some cases, the initial push comes from the bottom to be eventually taken over or supplemented by top-down initiative, whereas in other cases an initial planned intervention is complexified by the autonomous initiative of the actors involved* » (Sacco and Blessi 2007, 5).

En somme, il prolonge les travaux de Porter au sujet des clusters et du rôle crucial de l'innovation[40] en y ajoutant une composante culturelle, il insiste avec Florida sur l'importance de la qualité de vie et des aménités du territoire dans l'*économie du savoir* et, grâce à Amartya Sen[41], il évite l'écueil d'un modèle de développement ne tenant pas compte du terreau local. En effet, faisant écho aux critiques émises à

[34] Voir chapitre 2.1.1.
[35] Le monde des musiciens à Londres correspond également bien à ce modèle : « *labor market economics of scale and scope occur when firms tap a common pool of artists which are hired only for short periodes of time, then to be released into that pool again to be hired by other firms* » (Bille and Schulze 2006, 1089).
[36] Soit « *a common cultural orientation of social and economic actors that allows intangible local assets to be accumulated in a collective and decentralized form, which makes working together more effective* » (Sacco, Blessi, and Nuccio 2009, 47).
[37] À l'inverse de Becattini, Porter s'intéresse davantage l'accent à la concentration de capital qu'aux éléments culturels.
[38] Soit l'ensemble des modes de fonctionnement humain qui sont potentiellement accessibles à une personne, qu'elle les exerce ou non (Pilati and Tremblay 2007).
[39] Nous reprenons ici la traduction proposée par Pilati et Tremblay (2007).
[40] « *From an investment-based industrial orientation toward a self-sustaining innovation based economy* » (Sacco and Blessi 2007, 5).
[41] Le modèle d'Amartya Sen : « *underlines the central role of a general social involvement in capability building activities as a prerequisite for viable economic development* » (Sacco and Blessi 2007, 5).

l'encontre de la thèse de la *classe créative*, Sacco estime que la création d'un *district culturel* dans un contexte où les conditions de base manquent est sans espoir et donc contreproductive (Sacco and Blessi 2007, 5). Partant de ces réflexions, l'auteur, accompagné de deux autres chercheurs, identifie douze actions stratégiques qui doivent guider la mise en place d'un *district culturel évolué* : l'amélioration de l'offre culturelle, l'amélioration de la gouvernance locale, l'amélioration de la production de connaissances, le développement de l'entrepreneuriat local, le développement du *talent* local, l'attraction d'entreprises de l'extérieur, l'attraction de *talents* de l'extérieur, la prise en compte des questions sociales, le renforcement de la *capabilité*, de l'éducation et de l'implication de la communauté locale, le *networking* interne et, enfin, le *networking* externe[42] (Sacco, Blessi, and Nuccio 2009, 49). Cette liste d'indicateurs, où l'on dénote l'influence des trois auteurs, permet l'évaluation de projets de développement territorial par la culture. À l'aune de ces critères, il est également possible de percevoir l'effet d'un évènement culturel non selon la seule mesure économique, mais aussi en termes d'amélioration de la qualité de vie, d'attractivité du territoire, d'intégration sociale, du développement de réseaux ou encore de la rénovation d'espaces publics (Richards 2014). Ce dernier point forme le corps du prochain chapitre.

[42] En version originale : « *improving the cultural supply, improving local governance, improving the production of knowledge, developing local entrepreneurship, developing local talent, attracting external firms, attracting external talent, managing social criticalities, capability building and educating the local community, involving the local community, internal networking, and external networking* » (Sacco, Blessi, and Nuccio 2009, 49).

2.1.5. LA CULTURE AU SERVICE DE LA REQUALIFICATION URBAINE

Figure 9 : Musée Guggenheim de Bilbao (source http://www.guggenheim-bilbao.es).

Le déclin de l'économie industrielle s'accompagne de lourds stigmates. Les faillites, les délocalisations, le déplacement en périphérie d'entrepôts et d'entreprises, la diminution de la fonction de stockage inhérente à une production à flux tendus, l'essor d'emplois moins voraces en surface nécessaire ou la désertion de sites d'extraction de matières premières entraînent, entre autres phénomènes, l'abandon de nombreux pans du territoire. Pour pallier ces mutations, les bienfaits des activités culturelles sont souvent signalés, avec, en idéal type, le musée Guggenheim de Bilbao :

> « *Ancienne cité industrielle, marquée par la sidérurgie et la chimie, la capitale de la région Biscaye était plongée dans une grisaille sinistre avant l'arrivée de ce nouveau temple de l'architecture. Encastrée entre sept collines et parcourue par le fleuve Nervion, aux eaux polluées et nauséabondes, Bilbao faisait fuir les visiteurs. Les touristes se cantonnaient à la chic et romantique cité balnéaire de Saint-Sébastien et délaissaient la "déprimante Bilbao". Sur les berges, où l'architecte américain décide de poser la première pierre du futur Musée d'art contemporain, s'étendait une zone délaissée. Une sorte de terrain vague, où cohabitaient des entrepôts en ruine, des hauts fourneaux en panne et des usines vétustes. Dans cette immense friche industrielle vivaient des squatters et des drogués. Cette image d'une ville, transformée en pôle industriel à l'abandon, illustrait les états d'âme de l'économie du Pays basque. La région était plongée dans une profonde crise sociale, touchée de plein fouet par la reconversion de l'industrie lourde* »[43].

Avec ses accents mythologiques, cet article du Figaro daté de 2007 correspond aux canons usuels des récits relatant l'implantation d'équipements culturels dans un espace « abandonné » ; en dépeignant une situation liminaire exsangue, la « renaissance » n'en est que plus saisissante. Il reste que l'exemple de Bilbao est éloquent à bien des égards : l'ouverture du musée en 1997 s'est accompagnée d'un accroissement important et régulier des nuitées dans le Pays basque (voir tableau 1), de la création de presque 1'000 emplois directs (emplois indirects et induits non compris), a entraîné des dépenses directes conséquentes – près de 230 millions en 2008 – qui contribuent au maintien de presque 4'000 emplois, a revitalisé le marché immobilier, tout en rapportant près de 28 millions d'Euros par année aux finances

[43] http://www.lefigaro.fr/culture.

publiques basques, remboursant rapidement l'investissement initial (Plaza 2010). En outre, la création de cet équipement culturel – dessiné par Frank Gehry – a eu des effets positifs sur le marché de l'art local (entrées d'autres musées en hausse, inauguration de nouvelles maisons d'enchères, meilleure visibilité générale, etc.), sur l'aide publique à la culture, sur la formation, etc. ; elle a également entraîné l'ouverture de nombreuses galeries, par ailleurs organisées en cluster autour du musée (Plaza, Tironi, and Haarich 2009). Inspirés par le succès de cette implantation, mais en éludant souvent l'ampleur et la diversité des investissements publics consentis – création de nombreuses infrastructures liées aux transports, revitalisation de quartiers, etc. (Plaza 2008), les médias ont imaginé le célèbre *Guggenheim effect* ; concept à l'origine indéterminé, très discuté dans les milieux académiques.

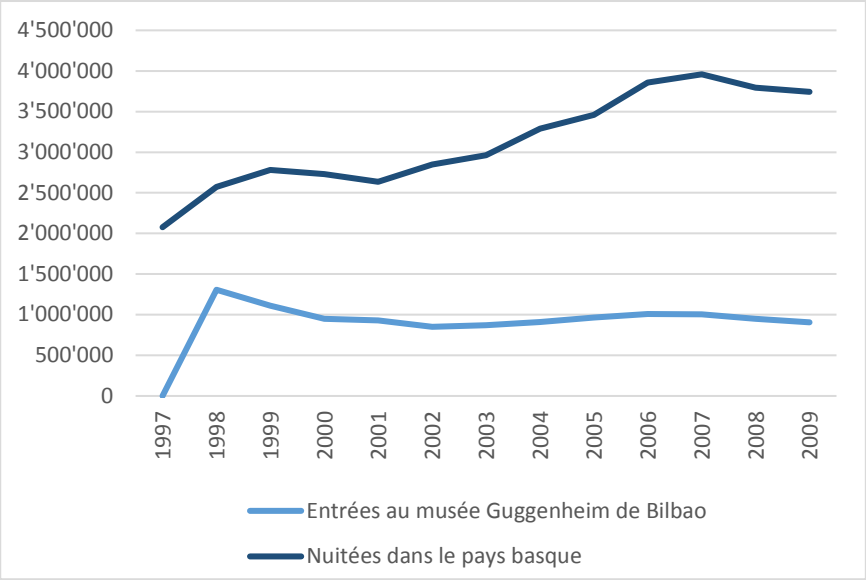


Tableau 1 : Entrées au Guggenheim de Bilbao et nuitées dans le Pays basque (d'après Plaza 2010).

Selon Vicario et Martinez Monje (2003), six éléments clés caractérisent l'expérience de Bilbao. Premièrement, la décision affichée des autorités d'adopter une vision *postindustrielle* afin d'intégrer le cénacle des métropoles de classe mondiale. Deuxièmement, dans l'optique de gommer l'image négative associée à Bilbao (décrépitude, violences ETA, etc.), la mise en place d'une communication basée sur l'art, la culture, l'innovation et les services. Pour former le corps de cette communication, troisième élément, la transformation de l'environnement physique de la ville et l'élaboration de campagnes de marketing « agressives ». Le recours par les autorités à des architectes « stars » (Ghery, Foster, Pelli, Isozaki, etc.) pour créer de nouvelles infrastructures a permis d'accroître l'impact de la communication. Quatrièmement, l'existence d'un site à l'abandon très proche du centre avec – corolaire – un haut potentiel de développement, donc une excellente opportunité d'investissement immobilier au cœur de la ville. Cinquième élément lié à ce processus de régénération urbaine, le constat de l'importance croissante prise par l'économie de loisirs à Bilbao. L'objectif de transformer la ville en une métropole de services de classe mondiale (« *wannabe world cities* ») s'est altéré en chemin ; davantage que le capital international, ce sont les touristes (culturels) qui semblent attirés par la ville. Pour que cela perdure, les autorités locales ont mis l'accent sur des stratégies de revitalisation économique basées sur les arts, la culture et le divertissement, ce qui a encore accru l'importance de l'économie de loisirs. Dernier élément, l'émergence d'un système de gouvernance urbaine inédit ; de nouvelles sociétés ou des partenariats public-privé, fonctionnant selon une logique de marché, donc souvent à la recherche d'une plus-value immobilière, ont vu leur influence prendre de l'ampleur (Vicario and Martinez Monje 2003, 2385).

L'importante couverture médiatique consacrée à la « renaissance » de Bilbao l'a transformée en idéal inspirant ; l'absence de ressources culturelles ne constitue pas un écueil imparable. À défaut, il est possible de les créer, par la mise en œuvre de « *politiques d'aménagement d'équipements culturels spécifiques* » (Leriche and J. Scott 2005, 216). Séduits par un tel développement – faisant souvent partie de

l'argumentaire de milieux culturels désireux de valoriser leur impact potentiel –, les acteurs politiques de nombreuses collectivités aspirent à le reproduire, en répliquant des méthodes puisées dans un référentiel d'action commun (Vivant 2007, 50). Ils espèrent de la « greffe » d'un équipement culturel dans un quartier de friches qu'elle favorise son développement économique, améliore l'attractivité de la ville (en utilisant le nouvel équipement dans le marketing territorial), accroisse le nombre de touristes et d'investisseurs, revitalise le marché immobilier, etc. En outre, la conversion de friches en nouvelles centralités, où s'amarrent d'autres activités – restaurants, hôtels, boutiques, galeries, etc. (Vicari Haddock 2013, 2013) – , peut entraîner une revalorisation symbolique du lieu. Le récit de cette transformation participe à la construction d'une image positive de l'ensemble du territoire. La littérature fourmille d'exemples de ce type : le quartier du Flon à Lausanne, la Friche de la Belle de Mai à Marseille, l'ancien squat *Tacheles* à Berlin (Andres and Grésillon 2011), le *Cultural Industries Quarter* à Sheffield (Bailoni 2014), le *Northern Quarter* à Manchester (Brown, O'Connor, and Cohen 2000), Gateshead au nord de Newcastle (Bailey, Miles, and Stark 2004), le quartier de Temple Bar à Dublin (McCarthy 1998), la Corne d'Or à Istanbul (Bezmez 2008), la Tohu, soit la Cité des arts du Cirque à Montréal (Tavano Blessi et al. 2012), ou, dernier exemple d'une liste très lacunaire, le quartier de Newtown à Johannesburg (Vivant 2007, voir encart page 28).

Figure 10 : Quartier du Flon à Lausanne dans les années 80 (https://guillaumemorand.wordpress.com).

Figure 11 : Quartier du Flon à Lausanne de nos jours (Andres 2008).

Pourtant, certains exemples de revitalisation par le truchement d'un équipement culturel prouvent que l'idéal bilbain – que nombre d'auteurs tempèrent d'ailleurs – n'est pas soluble dans tous les territoires. Les espoirs suscités par des investissements massifs dans des *aménités* urbaines sont parfois déçus par la faiblesse des résultats. La grande notoriété acquise par les projets de requalification basés sur la culture ayant connu le succès élude l'existence d'expériences moins glorieuses. Dans ces circonstances, « *les acteurs ne questionnent plus ni la pertinence, ni les conditions de réalisation, ni les programmes culturels, ni les significations politiques de cette prophétie dont les effets, en termes de redéveloppement urbain et économique, sont tenus pour acquis* » (Grelet and Vivant 2014, 10).

Lorsque, le 20 novembre 2012, le président de la région Nord–Pas-de-Calais inaugura l'antenne de l'Institut du Monde Arabe (IMA), dans la Zone de l'Union, entre Tourcoing et Roubaix, à l'intérieur d'une ancienne usine de peignage, il fit preuve d'une certaine ambition : « *ce lieu magique, unique au monde (…) renvoie (…) à l'immense effort que nous devons faire pour apprivoiser le métissage nécessaire à la paix dans le monde* »[44]. Le président du Conseil d'administration de l'IMA estimait quant à lui que cette nouvelle antenne s'établissait dans « *un espace passionnant, avec un avenir complètement ouvert (...) dans un quartier qui a une histoire, qui a de très beaux vestiges avec ses bâtiments industriels qui ont été réhabilités* »[45]. Une étude de 2014 atteste d'une concrétisation assez contrastée : l'accessibilité du site est

[44] http://www.lemonde.fr/culture/article/2012/11/29/l-ima-un-si-joli-champ-de-ruines_1798017_3246.html.
[45] http://www.batiweb.com/actualites/collectivites-territoriales/une-antenne-de-linstitut-du-monde-arabe-dans-le-nord.

très réduite (la station de métro la plus proche se situe à plus d'un kilomètre), la programmation culturelle quasi absente et la couverture médiatique limitée (Grelet and Vivant 2014). En conséquence, la fréquentation peine à décoller. En 2013, 8'700 personnes ont visité l'IMA : « *les deux principales expositions (…) ont (…) comptabilisé 1'567 et 1'604 entrées, soit une moyenne d'à peine vingt personnes par jour, en incluant les scolaires* » (Grelet and Vivant 2014, 10). Selon les dernières informations parues dans la presse, l'antenne de l'IMA sera bientôt déplacée à Tourcoing dans une ancienne école de natation. L'implantation de l'IMA dans la Zone de l'Union n'était en fait qu'un test, jugé réussi par les Villes de Roubaix et Tourcoing, la région Nord–Pas-de-Calais et l'IMA. Le but est désormais de lui « *trouver un siège durable. L'ancien peignage de la Tossée était trop petit, trop excentré et manquait cruellement de visibilité* »[46]. Peut-être eût-il mieux valu commencer par là.

L'EXEMPLE DE NEWTOWN JOHANNESBURG (Vivant 2007)

Newtown, quartier du cœur de Johannesburg, entre le secteur commerçant de Forsburg et proche du quartier universitaire et administratif de Braamfontein, fut l'un des premiers sites urbanisés de la ville sud-africaine. C'est là que, dès la fin du XIXe siècle, s'établirent des briqueteries, des entrepôts, un abattoir, un marché et une centrale de production électrique. Depuis les années 70, la plupart des équipements ont déménagé et la centrale a fermé, engageant la zone dans une longue période de dépérissement. Si le quartier a gardé les traces architecturales de son passé productif, ce patrimoine bâti s'est massivement délabré, une population très pauvre s'est installée et de graves problèmes de criminalité sont apparus. Seuls quelques artistes d'avant-garde s'y sont établis. Sa position centrale attise aujourd'hui l'appétit d'acteurs politiques bien décidés à l'extraire de cette torpeur. Alors, répliquant des méthodes éprouvées ailleurs, ils placent la culture au centre de la requalification du quartier. Pour ce faire, le patrimoine architectural – denrée rare d'une ville récente – est valorisé et des équipements culturels publics y sont créés ou relocalisés. Dans un second temps, il est prévu d'y attirer des cabinets d'architectes, des agences de publicité, etc., soit des entreprises « créatives ». Corolaire aux velléités de développement, les « squatters » sont déplacés, un système de vidéosurveillance installé, les espaces extérieurs embellis, l'éclairage repensé par un designer, l'accessibilité du site améliorée, etc. Depuis, et avant même la fin de la requalification de l'ensemble, le quartier est présenté comme un centre culturel important et dynamique où l'on trouve pléthore de musées (le Musuem Africa comme figure de proue), lieux de spectacles, expositions, cafés, ateliers d'artistes, etc. Le site de l'office du tourisme de la province du Gauteng le présente d'ailleurs ainsi : « *Newtown is situated in Johannesburg's inner city and forms part of the city's cultural and creative hub. The district houses theatres, art galleries, museums, restaurants, book stores, craft markets, clubs and cafés* » (http://www.gauteng.net/attractions/entry/newtown/).

Il semble toutefois qu'il faille nuancer ce récit. Selon Elsa Vivant, l'animation présagée ne s'est pas concrétisée : les espaces publics, les musées et les spectacles demeurent peu fréquentés, la place publique Mary Fitzgerald sans ombre ni équipements est le plus souvent utilisée comme parking (hormis le jour du marché aux puces), etc. En définitive, très peu de gens se promènent dans Newtown (d'après de rapides recherches en ligne, cette observation de 2007 paraît encore valable). Les touristes étrangers qui se rendent à Johannesburg, informés de l'insécurité de la ville, se cantonnent à quelques lieux marquants (comme le musée de l'Apartheid situé ailleurs) ; ils ne s'aventurent pas (ou peu) en dehors des circuits conseillés qui, le plus souvent, n'intègrent pas Newtown. La population de la ville transite par le quartier, mais ne s'y arrête pas. Beaucoup d'argent public a été investi dans le projet de revitalisation du quartier, mais la municipalité manque de moyens pour le faire vivre. L'échec (du moins partiel) de ce projet incarne bien « *les limites de réplicabilité des modèles d'intervention urbaine* » (2007, 60). S'il semble que, dans certains contextes, une revitalisation par la culture produit des effets positifs, le terrain (ici la situation particulière de Johannesburg) agit sur les projets de ce type. Dans cette ville polycentrique, les espaces les plus attractifs et, par conséquent, les plus vivants sont les centres commerciaux, espaces sécurisés, privatisés et proposant de nombreuses formes de loisirs. Au cœur du Newtown à demi pacifié, il n'y a pas de commerces et les lieux de sorties sont trop éloignés les uns des autres pour être rejoints à pied. En misant sur la culture, les acteurs de la politique urbaine, s'ils l'oublient souvent, s'inscrivent dans un temps long. Toutefois, pour le court terme, et en s'appuyant sur la démolition d'immeubles, le délogement de « squatters » et la vidéosurveillance, ils utilisent d'abord la culture pour la reconquête symbolique du centre-ville. Le résultat plutôt mitigé interroge sur la répétition de méthodes qui, dans d'autres villes, se sont révélées utiles ; la culture semble ici surtout le prétexte d'un projet de réaménagement urbain plus large. En éludant les pratiques et les besoins des habitants sur l'autel de l'attractivité des territoires, les politiques urbaines de revitalisation s'exposent à l'apparition de lieux « sans vie ».

[46] http://www.nordeclair.fr/info-locale/pourquoi-roubaix-a-laisse-passer-l-institut-du-monde-arabe-ia50b12891n765091.

Outre le risque d'échec, et donc de dilapidation d'argent public, les processus de ce type peuvent dissoudre le tissu social : « *urban development based on cultural consumption and socialization causes the disappearance of existing social, cultural places in the neighborhood* » (Vivant 2013b, 61). La volonté d'attirer la *classe créative* s'accompagne d'effets sur les habitants des territoires à requalifier. Ainsi, cette politique entraîne parfois l'exclusion des populations pauvres, notamment à travers des phénomènes de gentrification, comme le montrent nombre de recherches dans des terrains aussi divers que Bilbao, San Francisco, New York, Sydney ou Londres (Pratt 2011, 127). Dans les études classiques au sujet de la gentrification, le stade liminaire du processus s'incarne dans l'incursion d'artistes et de *bohémiens* dans des quartiers populaires vétustes (Zukin 1982 ; citée par Scott 2014, 572). S'ensuit une frange pionnière de la classe moyenne qui entreprend la rénovation de l'habitat, attirant encore de nouveaux habitants et entraînant une hausse des prix de l'immobilier. La population originelle, face à cette montée des prix et à la disparition de l'emploi manufacturier dans le secteur, se voit contrainte au déménagement et remplacée par des travailleurs *créatifs*. Ce phénomène se renforce encore en présence de propriétaires désireux d'augmenter leurs profits et d'acteurs politiques soucieux d'améliorer l'image de leur ville. Ainsi, ironiquement, la mise en place d'une politique visant à attirer la classe créative, pourtant basée sur une théorie mettant au centre la diversité et la tolérance, accélère l'exclusion des populations les plus pauvres (Scott 2014, 573) ou les plus marginales (Bayliss 2007). Comme exemples, les « squatters » de Bilbao décrits dans l'extrait de l'article du Figaro retranscrit plus haut, les marginaux du centre-ville de Copenhague (Bayliss 2007), les populations pauvres, hispaniques ou afro-américaines du centre d'Austin (McCann 2007) ont subi les conséquences de politiques de requalification par la culture. Une telle mécanique semble également à l'œuvre à Marseille.

Dans la cité phocéenne, l'ancien secteur industriel entourant la Friche de la Belle de Mai, « *pudiquement qualifié par les experts comme un "territoire en mutation"* » (Maisetti 2014, 158), connaît une période de « renaissance » par l'entremise de projets culturels. Certains habitants craignent toutefois que l'argument culturel ne soit qu'un « cheval de Troie » masquant, derrière le discours rassembleur du projet artistique, la volonté de « contrôler » le quartier, en excluant les habitants établis de longue date (Maisetti 2014, 118). Pourtant, d'après une étude de 2006, et à l'inverse de la plupart des exemples précités, il semble que le processus de gentrification soit ici ralenti par la mauvaise accessibilité et le bâti délabré du quartier. Toutefois, des graffitis découverts à proximité de la Friche de la Belle de Mai –[47] sur une photo de Google Street View datée de mai 2014 – témoignent de la persistance de certaines craintes : « *Non à la gentryfication. (…) Marre du bruit du travail le week : ce quartier est populaire mais nous les pauvres existons* » (figure 12).

Figure 12 : Graffitis du 24 rue Jobin à Marseille (Google Street View, mai 2014).

Autre exemple, aux portes septentrionales de Paris, les conseillers de la communauté d'agglomération Plaine Commune, qui regroupe 9 communes ayant traversé une longue phase de désindustrialisation, portent l'ambition d'en faire un « *territoire de la culture et de la création* »[48]. Ce « *cluster de la création* » accueille la Cité du Cinéma inaugurée en 2012[49], les studios Euromédia, le parc tertiaire « les Portes de

[47] Avec la récente actualisation des photos, on voit que les graffitis ont été effacés et qu'un nouveau bâtiment s'élève en face.
[48] http://www.plainecommune.fr/uploads/media/CDT_2014.pdf.
[49] La paternité de cette dernière est souvent attribuée à Luc Besson et à sa boîte de production : EuropaCorp. Toutefois, si

Paris », des théâtres, des compagnies, des festivals, le 6B (un espace de création et de diffusion pluridisciplinaire), le Pôle Supérieur d'Enseignement de la Musique, etc. La diversité et l'importance de ces acteurs permet de les placer au cœur du marketing du territoire : « *Plaine Commune accueille de plus en plus d'acteurs culturels et créatifs, qui entraînent un développement culturel, économique, urbain et participent à créer du lien* »[50]. Toutefois, il semble que, malgré ces annonces, considérer ce territoire comme un cluster de la créativité relève plus du *storytelling* que de la réalité (Aubry, Blein, and Vivant 2014). Plutôt que des lieux d'échanges ou d'intégration urbaine, les studios de cinéma précités apparaissent davantage comme des enclaves très sécurisées, coupées du reste du territoire par des barrières élevées ; ils participent à la ségrégation du tissu urbain. De plus, s'ils occupent du terrain de la commune, ils importent des travailleurs d'ailleurs : « *it is a fact that jobs in the creative industries require skills and qualifications but the level of education is relatively low in Plaine Commune. (…) When companies relocate in Plaine Commune, they bring their own employees* » (Aubry, Blein, and Vivant 2014, 132). Ainsi, les emplois créés dans le cadre de cette stratégie de rénovation urbaine basée sur les *industries créatives* – qui représentent en sus seulement 3 % du total des emplois du territoire – ne bénéficient pas à la population locale. Cet ultime exemple montre qu'une politique de requalification par la culture peut donc parfois produire des effets indésirables pour les habitants du territoire qui l'accueille.

Parmi les nombreux cas où la culture a permis de redonner vie à des espaces désertés par le capitalisme[51], il s'agissait ici de témoigner d'une réalité plus contrastée, utile à révéler les écueils à éviter. Pour que naisse un *Guggenheim effect*, idéal type à l'aide duquel les acteurs publics construisent leurs stratégies de requalification, la prise en compte du terreau local s'avère sinon obligatoire, tout au moins importante ; sans cet effort, la greffe risque de ne pas prendre. La possibilité d'un rejet s'accroît dans le cas d'une situation géographique mal choisie (faible potentiel de visiteurs, accessibilité difficile, criminalité, etc.), quand la population déjà présente dans l'espace à requalifier – espace d'ordinaire abusivement désigné comme abandonné – n'est ni peu ni prou considérée, lorsque les moyens (publics ou privés) viennent à manquer ou lorsque l'équipement culturel terminé, en l'absence de réflexion sur le long terme, se distingue par une faible animation (programmation absente ou inadéquate, personnel en sous-effectif, identité mal définie, mobilisation inexistante, etc.). Dans ces conditions, à plus long terme, les équipements culturels au cœur de projets de requalification dépérissent, ils se métamorphosent en vaisseaux fantômes, n'esquivant le naufrage qu'à l'aide du seul soutien public. Un temps utiles au marketing territorial, ces coquilles vides décrépissent et marquent durablement le territoire, matérialisations manifestes de la faillite d'une volonté politique. Outre les dangers d'échecs liés à une faible fréquentation, le risque de dissolution du tissu social intrinsèque aux projets de ce type, par le truchement, notamment, de phénomènes de gentrification ou, plus simplement, par la hausse des prix du marché de l'immobilier, entraîne parfois des mouvements de contestation. Les critiques portent sur une stratégie qui, désireuse d'attirer les *créatifs*, utilise la culture – le plus souvent une « haute » culture – au détriment du bien-être de la population locale. Les contestataires voient dans ces processus une instrumentalisation de la culture, un « cheval de Troie » qui, paré de l'habit rassurant de l'art, évince les marginaux, impose la *nouvelle économie* ou fétichise les lieux. Suivant les propositions du modèle du district culturel évolué, il semble que la prise en compte des populations locales, à l'aide, notamment, de processus participatifs, puisse limiter ces désaccords et améliorer la viabilité des projets.

Après ses effets sur le bâti, il s'agit de s'intéresser à un autre argument très souvent mobilisé par les acteurs politiques et culturels pour témoigner des vertus de la culture sur les territoires : les retombées économiques qu'elle entraîne.

« *EuropaCorp is known as the prime proponent of the project, yet it funded less than 4 % of the investment costs (estimated at 160 millions euros)* » (Aubry, Blein, and Vivant 2014, 129).

[50] http://www.plainecommune.fr/plaine-commune.

[51] D'autres, liés à la capitale européenne de la culture, seront présentés dans un chapitre ultérieur.

2.1.6. UN IMPACT ECONOMIQUE DIFFICILE A SAISIR

> « *Lorsque nous réclamons des budgets accrus pour le développement des arts, il nous faut tenir un tout autre discours… Nous devons parler de maintien et de création d'emplois. L'art peut être aussi économiquement rentable qu'un autre type d'industrie. Voilà le langage que nous devons tenir aux politiciens et aux hommes d'affaires aujourd'hui* » (artiste cité par Palma and Dupuis 1986, 252).

Soutenu dès les années 1980 par Reagan et Thatcher, l'implacable essor du *nouveau libéralisme* contre *l'État providence*, Friedman contre Keynes, récuse progressivement les dépenses publiques. À l'aune de ce paradigme naît une *révolution managériale* dans l'administration : « *l'intervention étatique à travers le secteur public n'a pas été délégitimée, mais de nouvelles approches fondées sur une philosophie de marché ont été introduites* » (Copic and Saez 2012, 313). Sous l'action de ce nouveau management, le fonctionnement de l'administration se calque sur celui des entreprises ; le secteur public s'évalue selon son efficacité. Les restrictions budgétaires inhérentes à cette évolution ont entraîné les acteurs culturels à intégrer le discours de l'*économisme* afin de démontrer l'importance des retombées financières de la culture : « *on entendit des discours qui étaient auparavant impensables et qui étaient prononcés par ceux-là mêmes qui, la veille, se drapaient dans leur dignité d'artiste* » (Dupuis 1986, 16). Il semble donc que l'influence croissante de la culture sur l'économie (exposée au chapitre 2.1.) ait été précédée d'un mouvement inverse[52]. Ce contexte a favorisé l'éclosion de recherches affichant l'ambition de mesurer l'impact économique de la culture sur les territoires. Ces dernières peuvent (au moins) se répartir en trois catégories : les études qui calculent le chiffre d'affaires ou le volume d'emploi lié aux *industries créatives* ; les recherches qui tentent d'estimer la valeur non marchande de la culture (renommée, attractivité, etc.) ; et, enfin, les travaux qui s'attèlent à mesurer les effets économiques d'activités culturelles sur un territoire donné, soit les études d'impacts (Sagot-Duvauroux 2011). Les premières ayant été déjà traitées – partiellement du moins – dans un précédent chapitre (« *The rise of Richard Florida* »), il convient désormais de s'intéresser – rapidement – aux travaux de la seconde catégorie puis, plus particulièrement, aux emblématiques études d'impacts.

Les études considérant la valeur non marchande de la culture examinent certaines de ses externalités. En effet, la population jouit parfois de la présence d'un bien culturel sans pour autant l'utiliser directement et donc sans payer le producteur en retour (Benhamou 2011). La tour Eiffel représente l'exemple usuel ; elle est visible de tous, pas seulement de ceux qui paient pour l'escalader. Bille et Schulze (2006, 1076), auteurs d'un article très complet sur les liens entre culture et développement des territoires, proposent une typologie des approches privilégiées par la littérature pour étudier la demande de ces biens particuliers :

- *The Hedonic approach*; cette méthode est utilisée pour évaluer l'influence de la proximité de sites culturels (ou de la beauté d'un paysage) sur les prix de l'immobilier et du terrain. En outre, elle s'intéresse au compromis salarial auquel les individus peuvent consentir pour vivre dans une région où existe une grande offre de services culturels.
- *Travel cost* ; cette approche cherche à démontrer que la volonté de payer pour un service culturel ne doit pas se mesurer selon l'unique prix du ticket d'entrée, mais qu'il faut adopter une vision plus globale en ajoutant, par exemple, les coûts monétaires et temporels liés au trajet.
- *Contingent valuation ;* ici, un échantillon de la population est interrogé à propos du prix maximal que chacun est prêt à payer pour un bien ou un service culturel (« *willigness-to-pay* » – WTP)[53].

[52] Les contradictions inhérentes à un tel mouvement ont été soulignées par Bourdieu : « *[l]e commerce d'art, commerce des choses dont il n'y a pas de commerce, appartient à la classe des pratiques où survit la logique de l'économie précapitaliste (comme, dans un autre ordre, l'économie des échanges entre les générations) et qui, fonctionnant comme des dénégations pratiques, ne peuvent faire ce qu'elles font qu'en faisant comme si elles ne le faisaient pas* » (Bourdieu 1977, 4).

[53] Cette méthode a été élaborée dans les années 1980 par David Throsby et testée pour la première fois à Sydney. Elle se déroula ainsi : « *we carried out a random-sample survey of the adult inhabitants of Sydney which sought to measure the community's willingness to pay (WTP) for the perceived public-good benefits of the arts. Around 825 respondents were questioned about the nature and extent of the nonmarket benefits they enjoyed from the existence of the subsidised arts in Australia — literature, visual arts, music, theater, dance, etc. — and they were asked to nominate the dollar amount they would be willing to pay out of their taxes to support the arts, under conditions of both liability and nonliability for actual payment. With appropriate caveats, we concluded from*

- *Referenda ;* il s'agit ici d'étudier les résultats de référendums. Cette méthode présente l'avantage de ne pas se baser sur d'hypothétiques scénarios (cf. WTP). Les votants savent que leur choix donnera lieu à une décision concrète. Le problème, c'est que peu de pays votent sur des questions culturelles ; ipso facto, la plupart des exemples de la littérature se situent en Suisse[54]. Ces travaux montrent, entre autres, une forte corrélation entre les votes positifs et le niveau de revenu et de formation.

De nombreuses limites grèvent ces différentes approches. Pour la première d'entre elles, l'influence des facteurs culturels sur les prix est difficile à isoler d'autres éléments attractifs. La critique principale de la deuxième méthode s'incarne dans la présupposition qu'elle implique : l'objet culturel à visiter serait l'unique but du voyageur. En sus, il ne retirerait aucun plaisir à se déplacer. La *contingent valuation method* comporte également certains biais. Le caractère hypothétique des scénarios auxquels les individus sont soumis s'avère problématique. Comme le questionnaire ne les engage en rien, les répondants peuvent facilement prétendre qu'ils sont prêts à payer davantage ou se présenter sous un jour favorable. Enfin, si l'anonymat des référendums les préserve de ce biais, ils sont sans doute trop rares pour former un terrain propice à l'élaboration de conclusions significatives.

Plus connues, les études d'impact – la troisième des catégories présentées plus haut – servent, le plus souvent, à défendre le subventionnement public de la culture. Comme le montre la figure qui suit, les recherches de ce type se basent sur le raisonnement suivant : « *lorsque des spectateurs ou des visiteurs non locaux dépensent en billetterie, restauration, hébergement et commerce de détail du fait de l'existence de x (une manifestation par exemple), leurs dépenses directes initiales stimulent l'activité économique locale et créent un supplément de chiffre d'affaires, de rémunérations et de recettes fiscales* » (Nicolas 2007, 3).

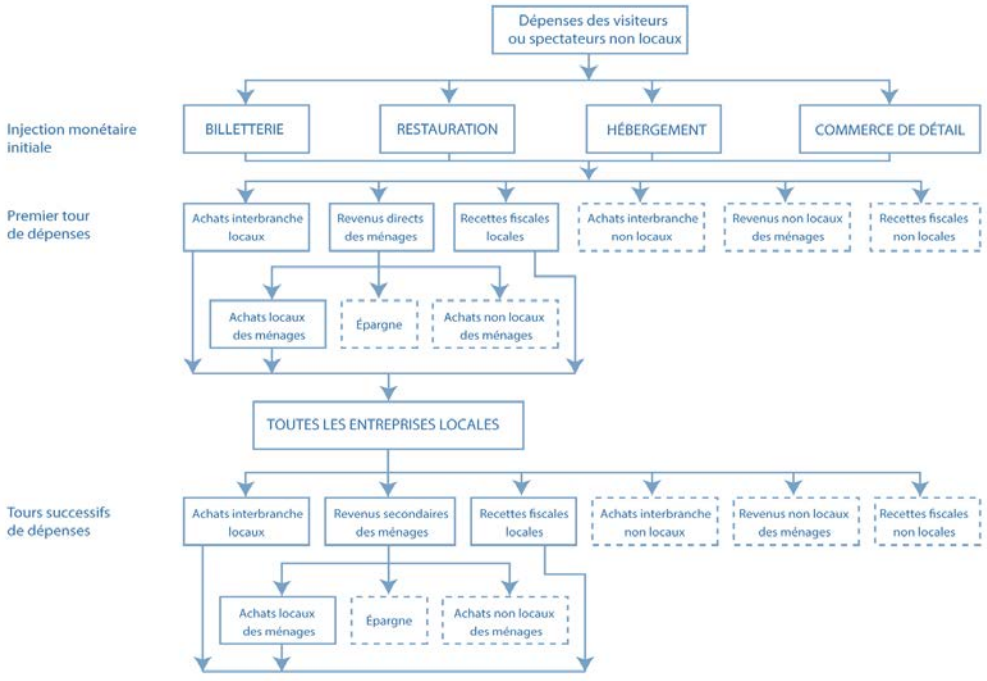


Figure 13 : Le processus multiplicateur (Nicolas 2007, 3).

our research that aggregate WTP for the public-good benefits of the arts in Australia at that time exceeded the then-prevailing tax-price of cultural subsidy» (Throsby 2003, 275).

[54] Quelques exemples d'études : « *Pommerehne (1982) analyzes two consecutive referenda in the semi-canton of Basle-City in 1973 and 1974 on possible increases in theater subsidies provided by the canton ; the first proposal (involving a larger subsidy) was voted down, the second approved. Frey and Pommerehne (1989, Chapter 10) study a referendum held also in Basle-City in 1967 to purchase two Picasso paintings for the Basle Art Gallery ; the bill was approved by 54 percent. Schulze and Ursprung (2000) analyze a 1994 referendum that transferred financial responsibility for the Zurich opera house from the municipality to the canton ; it was approved by 73 percent*» (Bille and Schulze 2006, 1078).

En simplifiant, il s'agit en premier lieu de mesurer les effets directs liés à la présence d'un bien culturel. Ensuite, il faut prendre en compte les effets indirects, qui correspondent à la recirculation des dépenses initiales des visiteurs dans l'économie locale. Enfin, il reste à ajouter les effets induits, soit la hausse de l'activité économique locale produite par l'accélération de la consommation locale due à l'augmentation des différents types de revenus des résidents locaux (Nicolas 2007, 3). Cela pourrait se résumer selon la formule suivante :

« *Total Impact = Direct Effects + Induced Effects + Indirect Effects*

where Indirect Effects = (direct Effects + Induced Effects) x Multiplier » (Bille and Schulze 2006, 1058).

La principale inconnue réside dans l'estimation du coefficient multiplicateur, soit le pourcentage de ce qui est réinvesti dans la zone (ce qui ne « fuit » pas dans d'autres territoires). Bien qu'elles présentent un certain nombre de difficultés techniques, les études d'impact restent, d'un point de vue conceptuel, relativement accessibles (Herrero et al. 2006, 53). Cet élément participe sans doute de leur succès. En 1984, une recherche de ce type s'est intéressée à la scène culturelle de New York avec, déjà, d'impressionnants résultats :

> « *Scanlon and Longley (1984) gathered data in the New York-New Jersey Metropolitan Area from 1'580 non-profit cultural institutions including museums, orchestras, dances and opera companies and theaters, 54 commercial Broadway and Off-Broadway heaters, 335 galleries and auction houses and film and television producers. Furthermore, 5'600 questionnaires were handed out to visitors to performing and visual art events. On the basis of these data the economic impact of culture on the metropolitan region was estimated using an input-output model. They found that the arts had an impact of $ 5.6 billion on the regional economy and generated more than $ 2 billion in personal income and over 117'000 jobs for the area in the study period. Of the $ 5.6 billion regional impact, $ 1.3 billion was created by the 1'580 non-profit institutions; $ 360 million by art galleries and auction houses; 650 million by Broadway and Off-Broadway theaters, plus Broadway road companies; and 2 $ billion by local film and television productions. Moreover, the arts constituted a major export industry for the region by generating $ 1.6 billion in expenditure by visitors who came primarily or extended their stay for arts and culture and from touring companies* » (Bille and Schulze 2006, 1061).

Produisant des formules accrocheuses, ces études ont, en général, un retentissement médiatique conséquent [55]:

> « *Les festivals d'été peuvent (…) être de véritables moteurs économiques pour certaines villes et leur région. C'est le cas du festival de Jazz In Marciac qui rapporte près de 9 millions d'euros à la commune de Marciac et ses 1300 habitants (…). Jean-Marie Songy, directeur du festival d'Aurillac, indique lui que "chaque euro investi dans le festival rapporte quatre euros à l'économie locale". Or le budget du festival s'élève à 1,7 million. Le festival des Vieilles Charrues a lui rapporté près de 5 millions d'euros, avec près de 300 entreprises différentes sollicitées, dont la majorité basée en Bretagne. Et le célèbre festival d'Avignon génère des retombées économiques sur la ville estimées à 23 millions d'euros, sans compter la contribution du festival off* » [56] ;

> « *The Bilbao estimates that its economic impact on the local economy was worth €168 million (approximately $147 million) last year–up from €149 million ($130 million) in 2000–and it also brought in a further €27 million ($23 million) to the Basque treasury in taxes* » [57] ;

[55] La première des études de ce type en France date de 1970 et concernait le festival d'Avignon. Elle a donné suite à de nombreuses autres recherches de ce type avec des résultats éloquents : « *en 1985, en contrepartie d'une subvention de 2 millions d'euros, le festival d'Avignon aurait généré 3,9 millions de dépenses* » (Benhamou 2011 citant ; Pflieger 1986).
[56] http://www.lefigaro.fr.
[57] http://www.forbes.com.

> « *Our industry also generates nearly $30 billion in revenue to local, state, and federal governments every year. By comparison, the three levels of government collectively spend less than $4 billion annually to support arts and culture–a spectacular 7:1 return on investment that would even thrill Wall Street veterans* » *(Robert L. Lynch president and CEO of Americans for the Arts)* [58].

Les exemples de ce type pourraient presque être multipliés à l'infini. Malgré les limites présentées ci-dessous, qui invitent à une certaine prudence, ces études mettent en exergue une réalité longtemps méconnue : la culture génère d'importantes retombées économiques. Le soutien public – ou privé – n'y disparaît pas. Une partie de l'argent investi par l'État y retourne d'ailleurs sous forme d'impôts et taxes (Peytregnet 1997)[59].

Si elles impressionnent par leurs résultats, quelques problèmes méthodologiques invalident parfois les études d'impact : « *ce type de démarche n'est guère convaincant. Non seulement les problèmes méthodologiques restent très importants et, bien souvent, les multiplicateurs sortent davantage d'un chapeau qu'ils ne sont les résultats d'un calcul précis* » (Dupuis 1986, 25). À quels problèmes méthodologiques fait référence Xavier Dupuis ? En premier lieu, ces recherches n'auraient de sens qu'à un niveau local, car : « *au niveau national, ce que gagne une région en réussissant à attirer des dépenses non locales grâce à x (une manifestation par exemple) est perdu pour les autres régions* » (Nicolas 2006, 8). Ensuite, la méthode de calcul du coefficient multiplicateur doit être définie ; celui-ci est souvent repris sans égards aux particularismes de la zone étudiée. En outre, il faudrait exclure les dépenses des résidents locaux ; elles ne contribueraient pas à l'impact économique de l'objet culturel étudié, mais elles correspondraient davantage à la mise en circulation de sommes déjà présentes dans le terrain de recherche. Enfin, la considération des biens et services culturels sous l'unique jour économique fait fi de leur caractère particulier : « *ce ne sont pas des produits comme les autres, car non réductibles à leur seule dimension marchande* » (Nicolas 2006, 14). L'évolution du rôle des musées de lieux de présentation des œuvres d'art et d'éducation à l'art vers des lieux de consommation d'une culture de masse semble toutefois relativiser cette assertion (Vivant 2007, 51).

Pour conclure, le recours à des études d'impact pour justifier des subventions peut s'avérer contreproductif, voire dangereux. Que faire si une telle recherche prouve qu'une manifestation coûte davantage qu'elle ne rapporte [60]? De plus, comment démontrer que l'argent n'aurait pas été plus rentable s'il avait été investi ailleurs : « *dire qu'un franc de subvention en "rapporte" cinq ne permet pas d'affirmer que ce même franc investi dans un autre secteur de l'économie n'aurait pas rapporté plus. De façon plus générale, aucune étude d'impact ne parvient à faire la part des choses entre l'apport à l'économie et ce qui n'est que le fruit d'un effet de déplacement. Par exemple, comptabiliser les dépenses des spectateurs de théâtre à titre d'impact omet le fait évident qu'en l'absence de théâtre ces personnes auraient utilisé leur argent au bénéfice d'une autre activité qui aurait, peut-être, été plus motrice pour l'économie* » (Dupuis 1986, 25). Toutes les activités économiques gênèrent de l'emploi et des revenus alors, en poursuivant la logique inhérente à ces recherches, la tentation est grande de vérifier ensuite si le soutien à la construction d'infrastructures ou à des évènements sportifs aurait produit davantage de retombées (Bille and Schulze 2006, 1059).

À la mesure des limites ici présentées, certains auteurs en arrivent à se demander si, finalement, l'impact principal de la culture ne se trouve pas ailleurs : « *the most important impact of the arts – and the main argument for their public support – is their cultural or social influence* » (Bille and Schulze 2006, 1065).

[58] http://www.americansforthearts.org.
[59] Si la culture a des effets positifs sur l'économie, il semble que l'inverse soit aussi vrai. Lorsqu'une économie nationale se porte bien, un effet de *spillover* apparaît sur la culture « *every time Danish society becomes DKK 10 billion richer, this will affect culture with a 0.5 to 0.6 percent increase or DKK 50 to 60 million* » (Bille and Schulze 2006, 1075).
[60] Sans doute que le recours au bénévolat, caractéristique des manifestations de ce type, permet d'éviter ce risque.

* * * * *

Les nombreux apports théoriques extraits des études liant culture, économie et territoire racontent une histoire aux multiples recoupements. La métamorphose de l'économie entraîne une reconsidération de la culture. Si, en matière d'emploi, elle incarne la préfiguration de la future flexibilité des travailleurs, elle devient avant tout la clé de voûte d'une économie de plus en plus *sémiotisée*. Suivant ce mouvement, les territoires en compétition rénovent le vocabulaire de leur marketing, valorisant désormais leur *capital culturel* et les *aménités* qu'ils ont à offrir. En insistant sur le dynamisme culturel qui les caractérise, ils souhaitent attirer des *individus créatifs*, âme de la *nouvelle économie*. La concentration des acteurs phares de ce nouveau paradigme dans des clusters – où la proximité géographique doit se doubler de fréquents échanges – forme de nouvelles centralités dont la compétitivité – réelle ou espérée – inspire des myriades de programmes de développement. Portée par des décideurs politiques admirateurs du *Guggenheim effect* et se référant à des études attestant des retombées économiques de la culture, cette stratégie réinvestit des espaces *en veille* ; la construction d'un équipement culturel devient le point liminaire de la *renaissance* de territoires que l'économie avait délaissés.

Déclinée à l'envi, cette stratégie de développement demeure toutefois incertaine. En premier lieu, les difficultés méthodologiques relatives à la construction de la *classe créative* et à la mesure empirique des effets de sa présence divisent le monde académique. Ensuite, il semble que les facteurs de localisation classiques conservent de leur pouvoir attractif ; ils doivent également être pris en compte. Plus important encore, la créativité ne s'importe pas ; « *interaction entre des idées et un contexte socioculturel* » (Liefooghe 2010a, 192), elle émerge de situations complexes où s'entremêle une multiplicité de déterminants dont la parfaite compréhension paraît sinon illusoire, pour le moins délicate. Alors, afin d'éviter les problèmes qui grèvent parfois les projets de revitalisation par la culture (faibles résultats, gentrification ou ségrégation spatiale, dilapidation d'argent public, dévoiement de la culture, etc.), il semble qu'il faille, à l'exemple de la typologie proposée par Pier Luigi Sacco, mettre le terreau local au centre.

Figure 14 : « The Economic Function » par Hewitt & Jordan à Sheffield (cité par Miles 2005).

2.2. LES CONDITIONS D'UN IMPACT DURABLE

À la faveur d'un climat de compétition à l'aire grandissante, les acteurs politiques cherchent à améliorer la notoriété des territoires où ils exercent leurs charges. Le chapitre précédent le montre, ils espèrent que la haute valeur ajoutée et la forte visibilité de projets ou d'évènements liés à la culture leur apportent « *renommée, supplément d'âme et impact médiatique* » (Gravari-Barbas and Jacquot 2007). Dans les stratégies de ce type, la culture sert d'abord à favoriser l'attractivité du territoire. Comme l'attention médiatique et académique se concentre essentiellement sur des réussites, cette approche, peu désavouée, tend à se décliner progressivement (d'autres causes expliquent sans doute cet essor comme la marge d'action des pouvoirs publics dans le domaine culturel, le caractère fédérateur de l'art, etc.). Pourtant, rien n'assure la fécondité de l'opération (Lucchini 2002 ; citée par Soldo 2013).

Les solutions passe-partout n'ont guère de répercussions tant les particularismes historiques et géographiques hantent les territoires (Scott 2010, 192). Il s'agit alors, surtout pour ceux défavorisés par une petite taille, de trouver des niches viables, de proposer des biens et services sémiotiques spécifiques (Scott 2010, 199). En outre, comme les programmes de développement de ce type émanent le plus souvent des pouvoirs publics, difficile de les taxer de réussite lorsqu'ils produisent de la ségrégation spatiale[61] ou que la fréquentation d'équipements culturels s'avère surtout déterminée par l'origine sociale. Pourtant, un modèle où la participation des collectivités publiques est importante et qui prône l'ouverture ne peut avoir de sens que s'il inclut la population locale : « *a democratic understanding of the ''creative city'' implies that creativity-based economic development must incorporate social inclusion: creativeness allows everyone to express themselves, to share their own vision, understanding and feelings* » (Vivant 2013b, 62). L'attractivité de flux provenant de l'extérieur ne doit pas constituer l'unique objectif ; les investissements dans le secteur culturel peuvent aider à l'inclusion sociale, au dialogue interculturel et à la promotion des droits civils (Pilati and Tremblay 2007, 397). Pour les acteurs chargés de politiques de ce type, la difficulté de l'entreprise réside dès lors dans la conciliation d'ambitions bigarrées : « *soutenir la création, promouvoir l'insertion sociale, démocratiser l'accès à l'art, tout en étant un moteur de développement économique et un facteur d'attractivité touristique* » (Vivant 2013c, 283). Il s'agit donc de trouver l'équilibre entre ces objectifs culturels, économiques et sociaux en s'appuyant sur « *une volonté et un consensus politiques, l'existence de milieux culturels locaux, des financements et des partenariats publics et privés* » (Vivant 2007, 51). En respectant ces conditions, les projets accroissent la probabilité d'un impact durable sur le territoire.

Puisque les volontés de développement territorial par l'entremise de la culture restent incertaines, la suite du présent chapitre cherche à identifier les facteurs clés de succès permettant la réussite de telles politiques. Si les éléments mis en valeur ici ne sont pas péremptoires, leur prise en compte améliore l'éventualité d'un impact pérenne (économique, social, culturel, citoyen, etc.). Analysant le cas de la saison « Picasso-Aix 2009 », de nombreuses expositions valorisant les liens entre Cézanne et Picasso s'étant tenues dans le territoire de la Communauté du Pays d'Aix, Edina Soldo (2013) formule trois propositions de recherche utiles à notre étude :

1. « *Pour participer au renfort de l'attractivité durable d'un territoire, l'évènement culturel doit s'inscrire dans un processus stratégique territorial comme objectif intermédiaire* ».

La première de ces propositions correspond bien aux apports théoriques valorisés jusqu'ici. Lorsque l'objectif que poursuivent les autorités s'incarne dans l'amélioration de l'attractivité durable du territoire, même dans le cas d'une manifestation éphémère, il s'agit d'envisager les projets ou évènements liés à la culture comme des *objectifs intermédiaires* d'un développement pensé sur le temps long. Cette réflexion

[61] La ségrégation reste toujours prégnante dans les villes actuelles : « *[a]s these developments have moved ahead, patterns of socio-spatial segmentation in cities have been significantly reshaped by comparison with the situation under Fordism. In some respects, socio-spatial segmentation has actually become more strongly indurated than it was in the fordist era as the incomes of different occupational strata diverge and as members of the upper tier of the labour force increasingly secure their own residential seclusion by means of gated communities and stringent zoning regulations, not only in central cities but also in the suburbs* » (Scott 2014, 573).

à plus long terme peut se décliner à d'autres domaines où les mêmes questionnements surviennent à intervalles réguliers, que l'on songe, par exemple, aux Jeux olympiques ou aux Coupes du monde de football et aux récurrents scandales relatifs, entre autres, à l'avenir incertain des équipements (Qatar, Sotchi, Brésil, etc.).

Comme le montre le tableau 2, lors de la mise en place d'une stratégie territoriale basée sur la culture, il apparaît essentiel de s'interroger sur la *pertinence d'une initiative publique dans le champ culturel* en réalisant un *diagnostic stratégique*. Pour ce faire, dans l'optique d'une stratégie de différenciation, l'identification des forces et faiblesses en présence, complétée d'un benchmark consacré à d'autres territoires, forme l'étape indispensable à la création d'une politique adéquate. Grâce à ce travail liminaire, *la cohérence et la légitimité de la stratégie culturelle vis-à-vis de la stratégie territoriale* sont renforcées. En outre, l'*efficacité de l'évènement culturel comme objectif intermédiaire* s'améliore lorsque des *stratégies marketing* sont pensées en amont et que l'évènement organisé respecte l'*identité* du territoire où il prend place. Enfin, malgré la difficulté que peut représenter l'élaboration d'indicateurs opérants, le processus doit être évalué. Bien qu'Edina Soldo ne le mentionne pas, la mise en place d'un suivi longitudinale considérant toutes les facettes d'un impact pérenne peut servir ce dessein. Puisque les acteurs impliqués peuvent surestimer la portée des projets dont ils s'occupent, la légitimité d'une telle évaluation s'accroît lorsque, dans un souci d'impartialité, elle est réalisée à l'externe.

Réflexions à mener	Facteurs clés de succès génériques
Pertinence d'une initiative publique dans le champ culturel	• Diagnostiquer les ressources culturelles du territoire • Positionner clairement le porteur de projet en tant que producteur de culture • Rendre lisible la politique culturelle locale et les initiatives existantes
Cohérence et légitimité de la stratégie culturelle vis-à-vis de la stratégie territoriale	• Expliciter clairement la stratégie globale du territoire (trajectoire de développement passée, présente et future) • Diagnostiquer les offres culturelles proposées par les autres territoires • Définir clairement les finalités et les objectifs assignés à la stratégie culturelle • Valoriser les ressources culturelles propres du territoire
Efficacité de l'évènement culturel comme objectif intermédiaire	• Concevoir une stratégie de marketing externe et s'assurer les compétences et savoir-faire nécessaires • Concevoir une stratégie de marketing interne (organisation) et relationnel (avec les parties prenantes) • Prendre en compte l'identité territoriale dans le choix de l'évènement (thématique, label, personnage,…)

Tableau 2 : L'évènement culturel, objectif intermédiaire de la stratégie territoriale (Soldo 2013, 790).

2. « *La mise en œuvre d'un évènement culturel nécessite de renouveler les modes de gestion quotidiens de l'organisation publique porteuse du projet* »[62].

Deuxième proposition d'Edina Soldo (Soldo 2013, 793), l'élaboration d'un projet plaçant la culture au centre contraint l'organisation publique porteuse du projet à renouveler son fonctionnement. Ce point implique l'adaptation de la structure de gestion (constitution d'un groupe de projet, décloisonnement des services, transversalité de l'information, etc.), une meilleure gestion des ressources humaines (anticiper les besoins en termes d'expertises, recrutements, formations, définition d'une hiérarchie claire, etc.) et, enfin, la mise en place d'outils de gestion aptes à servir ces adaptations (outils de communication, partage de données, tableaux de bord, etc.).

3. « *Lorsqu'il est défini comme objectif intermédiaire, l'évènement culturel nécessite une mise en action collective de l'ensemble des parties prenantes du projet* » (Soldo 2013).

Troisième point, lorsque l'évènement ou le projet doit participer au renfort de l'attractivité durable du territoire, en tant qu'objectif intermédiaire et non en tant que finalité, il nécessite une participation dépassant le cadre de l'administration. À la lecture des exemples d'échecs mentionnés dans le premier chapitre, il semble acquis que « *[a] direct top-down planning is unlikely to generate creative environments* » (Bayliss 2007, 900). Comme dans le modèle du *district culturel évolué* décrit plus haut, la réussite de telles politiques repose sur l'association d'éléments *bottom-up* et *top down*. Dans un projet désireux de porter ses effets à de multiples dimensions (dynamisation du territoire, cohésion sociale, etc.) et considérant les spécificités locales (savoir-faire, patrimoine, etc.), « *l'activation de ressources locales, qu'elles soient matérielles ou immatérielles, constitue le moteur du modèle* » (Leloup and Moyart 2014, 837). Pour ce faire, il apparaît essentiel d'impliquer les parties prenantes concernées par le projet ou l'évènement, soit les acteurs politiques, les membres de l'administration, les acteurs culturels, les entreprises locales, les partenaires financiers, les commerçants, les institutions chargées de la formation, les chambres de commerce, les associations, et, dernier point d'une liste à compléter au gré des circonstances, les habitants.

Cette mobilisation se réalise souvent par l'entremise du concept de gouvernance. Selon Fabienne Leloup et Laurence Moyart, le succès croissant de cette forme d'organisation s'explique par trois facteurs : « *primo la concertation et la codécision rendues nécessaires par le fait qu'aucun acteur, public ou privé, ne dispose des connaissances et des moyens nécessaires pour s'attaquer seul aux problèmes du territoire, secundo la façon de plus en plus partenariale pour l'État et les autorités publiques de décider – notamment au vu des ressources limitées –, et, tertio, l'enchevêtrement des modes de gouvernement à différents niveaux, du niveau européen au niveau communal* » (2014, 838). La mise en place d'un management participatif permet aux parties prenantes – dans le cadre toutefois d'un projet assez flexible pour être modifié – de collaborer dans les diverses phases du processus. L'action menée se trouve ainsi légitimée. Il faut néanmoins tenir compte de certains risques. Comme l'a montré Vincent Dubois (2012) en étudiant les relations entre les pouvoirs locaux et la culture, parfois « *l'élu local devenu entrepreneur utilise des instruments participatifs, comme les Assises, pour légitimer ses choix de politique culturelle et non pour discuter en commun d'objectifs ou de solutions* » (Leloup and Moyart 2014, 836). Il reste que, dans l'exemple d'un projet visant, à terme, à la requalification d'une friche, la tenue d'un processus participatif permet d'intégrer les acteurs déjà présents dans des espaces trop souvent abusivement considérés comme abandonnés, où les surfaces disponibles se caractérisent par la faiblesse de leur prix : « *there is evidence of organic and bottom-up projects developing on brownfield sites. In advance of any formal process of re-development, artists have sought to move into these empty buildings because of benefits such as cheap, or no, rents, few constraints in term of maintenance and flexibility of usage* » (Andres and Grésillon 2011, 40). Le tableau qui suit présente les facteurs-clés de succès identifiés par Edina Soldo dans le cadre d'une organisation de ce type.

[62] L'étude s'intéresse à une gestion en régie directe, soit « *lorsqu'une personne publique se charge de sa gestion considérant l'ensemble des risques liés à une telle exploitation (financiers, humains, logistiques, etc.)* » (Soldo 2013, 783).

Strates à associer	Facteurs clés de succès génériques
Strate 1 : la sphère institutionnelle	• Associer les élus des différentes collectivités territoriales concernées par la mise en œuvre du projet dès sa conception • Formaliser des partenariats solides et engageants avec les acteurs institutionnels
Strate 2 : la sphère culturelle	• Concevoir et proposer une thématique artistique forte que tous les acteurs culturels puissent s'approprier • Identifier et mobiliser les acteurs culturels de l'ensemble du territoire • Concevoir des pratiques et des outils incitatifs (participation à un collectif, incitation financière…) • Assurer une reconnaissance et une visibilité à l'ensemble des acteurs culturels impliqués dans la réalisation du projet
Strate 3 : l'ensemble des parties prenantes	• Concevoir une stratégie de marketing externe et Penser l'éphémère dans la durabilité : établir des conventions-cadres réactivables à chaque opération • Prioriser les parties prenantes en fonction de leur influence sur l'atteinte des objectifs du projet • Proposer des outils d'accompagnement, de formation et d'information aux différentes parties prenantes • Mettre en place une évaluation « chemin faisant » aux finalités cognitives et de pilotage

Tableau 3 : Système de gouvernance favorable à une attractivité territoriale durable (Soldo 2013, 795).

Ce bref chapitre cherchait à mettre en évidence les éléments favorisant l'impact pérenne de projets ou d'évènements culturels. Face aux incertitudes et compromis inhérents aux stratégies de développement territorial de ce type, Edina Soldo s'illustre comme l'une des (trop) rares à envisager des solutions. Sa proposition d'apprécier l'évènement culturel non comme une fin en soi, mais comme l'étape intermédiaire d'une stratégie territoriale élargie à d'autres critères que la seule attractivité apparaît riche d'enseignements. Cette réflexion sur le long terme exige un diagnostic préliminaire, des objectifs clairs, définis à l'avance, une communication lisible et efficace ainsi que la mise en place d'un processus d'évaluation. Si la conduite du projet revient à une organisation publique, celle-ci doit renouveler son fonctionnement en favorisant la participation et le décloisonnement de tous les services qui la composent. En outre, elle doit s'assurer de posséder les ressources humaines adéquates, encourageant la transversalité de l'information et l'élaboration d'outils de communication opérants. Enfin, face à l'insuffisance – souvent remarquée par la littérature – d'une planification strictement *top-down*, et poursuivant l'objectif de considérer le terreau local, il s'agit d'impliquer la population dans le cadre d'un processus participatif. Celui-ci permet la remontée d'informations parfois difficilement visibles et, lorsque des compromis sont possibles, il limite les risques de contestations.

À l'issue des deux premiers chapitres, consacrés à la recherche d'apports et d'outils théoriques au sujet des liens entre cultures, économie, et territoire, il convient désormais de revenir à la source du projet imaginé par l'Association Capitale culturelle suisse, soit les Capitales européennes de la culture.

ORGANISER LE *BONHEUR*?

Anticipant le tarissement de leurs ressources fossiles, Dubaï et Abu Dhabi, parmi les sept Émirats arabes unis, désirent réduire la dépendance de leur économie aux exportations pétrolières. Cette volonté de diversification s'espère par le développement de l'industrie du tourisme. Si Dubaï mise sur le pouvoir attractif du luxe, des « malls » et des infrastructures de divertissement, Abu Dhabi compte davantage sur la culture. L'île de Saadiyat – en français « île du bonheur » – à 500 mètres de la côte, d'une superficie de 27 km2, concrétise cette volonté. Le plan directeur y prévoit des hôtels et résidences de luxe, une offre en formation de « *classe mondiale » (de la crèche à l'université*), des marinas, des plages, un terrain de golf situé en front de mer, mais, surtout, la création d'un district culturel. Répliquant à l'extrême le modèle de Bilbao, les promoteurs (*The Tourism Development & Investment Company*) ont eu recours à cinq architectes auréolés du prix Pritzker pour construire le *Louvre Abu Dhabi* (Jean Nouvel), le *Guggenheim Abu Dhabi* (Frank Ghery), le *Zayed National Museum* (Norman Foster), le *Maritime Museum* (Tadao Ando) et le *Performing Arts Center* (Zaha Hadid). Ces musées, respectivement dévolus à l'histoire des civilisations, à l'art moderne et contemporain, à l'histoire des Émirats, à l'héritage maritime d'Abu Dhabi, et cette salle de spectacle (opéra, musique, arts dramatiques) doivent servir à attirer un flux important de touristes et 145'000 résidents à l'année. Notons en sus que depuis 2009, poursuivant la logique du cluster culturel, Paris-Sorbonne et l'université de New York ont ouvert une antenne dans la capitale – sur Saadiyat pour la seconde et sur une île adjacente pour la première. Il semble toutefois que la qualifier d'« île du bonheur » procède d'un abus de langage.

Comme pour la plupart des projets pharaoniques de la région, les conditions de travail des ouvriers ont été l'objet de scandales. Dans un rapport de 2009, l'ONGI Human Rights Watch, basant ses griefs sur des entretiens conduits auprès de travailleurs migrants – issus principalement d'Inde, du Pakistan, du Bangladesh, et d'autres pays sud-asiatiques –, dénonce « *un cycle d'abus qui laisse les travailleurs migrants lourdement endettés, mal payés et dans l'impossibilité de défendre leurs droits ou même d'abandonner leurs emplois* » (http://www.hrw.org/fr). Le système de parrainage qui prévaut aux Émirats et ses conséquences – confiscation des passeports, frais de recrutements, interdiction de faire grève ou de former des syndicats, bas salaires, soins médicaux médiocres, etc. – entraîne une situation où l'employeur acquiert un pouvoir presque absolu sur « ses » travailleurs (http://www.theguardian.com). Outre les inévitables questionnements que soulève la participation d'organismes culturels à des projets peu respectueux des travailleurs – cela même si les musées avaient insisté sur ce point avant de donner leur accord et que des efforts sont entrepris (http://archrecord.construction.com) –, la viabilité de telles implantations apparaît très incertaine. Selon les éléments mis en exergue dans cette recherche, et, même si les moyens paraissent illimités, la réussite du district culturel en l'absence totale de terreau propice ou d'expériences en ce domaine semble hasardeuse (faible population locale donc obligation d'importer des visiteurs et des habitants, mixité sociale inexistante ou encore programmation culturelle mal définie). Cette création ex nihilo, extrêmement lucrative pour les musées qui prêtent leur nom – 965 millions d'euros sur trente ans pour le Louvre (http://next.liberation.fr) –, envisage la culture comme un produit de consommation de masse susceptible, à l'instar des centres commerciaux et autres attractions touristiques de Dubaï, d'attirer des consommateurs en transit dans l'un des « hubs » les plus importants du globe. Malgré certains retards constatés, le plan suit son cours. Bien qu'il soit trop tôt pour juger du résultat, une future évaluation de ce vertigineux projet à l'aune de multiples critères – et non la seule fréquentation des équipements – se révèlerait riche en enseignements. Si le succès reste envisageable, l'absence de terreau favorable laisse craindre de l'insuffisance du soleil de la péninsule Arabique pour faire éclore le bonheur sur l'île de Saadiyat.

2.3. Les Capitales européennes de la culture : 30 années d'expérience(s)

2.3.1. La promesse de l'aube

En ce jour de janvier 1985, les conditions météorologiques sont mauvaises à Athènes. Melina Mercouri, artiste éclectique devenue ministre grecque de la Culture, et Jack Lang, son homologue français, contraints d'attendre leurs vols retardés, engagent la conversation. Celle qui s'était exilée en France à la suite du coup d'État des colonels soumet l'idée d'un évènement annuel itinérant entre différentes villes du Vieux Continent, les mettant en lumière et valorisant leur rôle dans la constitution d'une culture européenne. Louant l'initiative, le ministre français exhorte l'ancienne lauréate du Festival de Cannes à faire vivre cette idée (European Commission 2010). Très repris, ce récit officiel participe à la légende des Capitales européennes de la culture. D'autres auteurs font pourtant remonter le projet à 1983, lorsqu'en novembre, Melina Mercouri invita ses pairs européens à Athènes pour repenser le rôle de la culture dans une construction européenne d'abord basée sur l'intégration économique de ses membres. À l'époque où, sous l'effet d'une stagnation économique et de blocages entre états membres, se propageait le terme d'*Eurosclérose*, un peu de répit provint de l'« enfant terrible », cette Grèce pourtant tenue comme ayant raté son intégration et son année de présidence (Mittag 2013). Le projet des Capitales culturelles européennes – inspiré en partie par le succès en France de la Fête de la Musique – fut rapidement mis en œuvre et Athènes obtint le titre de *ville européenne de la culture* pour l'année 1985. En dépit de l'objectif affiché de célébrer la diversité et la richesse culturelle de l'Europe, les premières éditions, organisées par des villes culturellement déjà très établies, délaissèrent un peu cet aspect au profit de leur propre célébration. Ainsi, après Athènes, Florence (1986) mit en exergue l'importance historique de son patrimoine, Amsterdam (1987) se projeta comme une ville d'art de premier plan en Europe, Berlin-Ouest (1988) fut, malgré un budget conséquent, critiquée pour son approche très élitiste de la culture tandis qu'à Paris (1989), l'évènement eut une portée pour le moins confidentielle, noyé qu'il fut dans les exubérantes célébrations du bicentenaire de la Révolution Française (Palmer-Rae Associates 2004).

À la suite de ces villes iconiques, la désignation de Glasgow, cité industrielle en déclin, peu reconnue pour sa vigueur artistique, avait de quoi surprendre. Pourtant, c'est à travers elle que le programme prit son essor et acquit la notoriété qu'il connaît aujourd'hui. L'impact médiatique qu'eut l'évènement fut conséquent, car Glasgow s'illustra comme la première à le penser comme l'opportunité d'une régénération urbaine par la culture (Mittag 2013). La Commission européenne prit alors conscience du pouvoir de cette dernière comme outil de développement territorial : « *la culture n'est pas seulement une occupation publique génératrice de dépenses supplémentaires ; elle prend aussi une part croissante dans l'économie privée, où elle dispose d'un fort potentiel de croissance, porteur d'éléments de créativité, d'innovation et de production bénéfiques pour les économies régionales et locales* » (Commission Européenne 1996 ; citée par Helie 2004). Depuis, les villes candidates ne sont plus seulement choisies pour la qualité de leur programme, mais également pour leur potentiel de développement et leur stratégie à long terme. Cette reconsidération du rôle de la culture à des fins « utilitaires » ne fut toutefois pas du goût de tous. Par exemple, le frère de Melina Mercouri, Spyros, affirma dans plusieurs discours que l'objectif initial du projet, soit la culture comme point de rencontre et de dialogue entre les peuples, était trahi (Mittag 2013). L'opportunité restait trop grande pour les villes ayant subi les affres de la désindustrialisation ; elles prirent conscience du fait que l'organisation de *mega-events*, rénovant leur image et favorisant la transition d'une économie de production à une économie de consommation, offrait l'espoir d'une « renaissance » (Richards 2000).

Le programme des Capitales culturelles fut donc marqué durablement par l'« année Glasgow ». Depuis, suivant cet exemple, la préférence se porte sur d'autres villes que les capitales nationales, sur des candidatures avec des objectifs à long terme et soucieuses d'impliquer la population locale (Sassatelli 2008). En définitive, malgré l'échec de l'an 2000 (devant l'importance symbolique de l'année, il fut impossible de désigner un vainqueur, le titre de Capitale européenne de la culture fut alors partagé entre

9 villes), le programme apparaît comme l'un des rares projets européens autour duquel se forme un consensus.

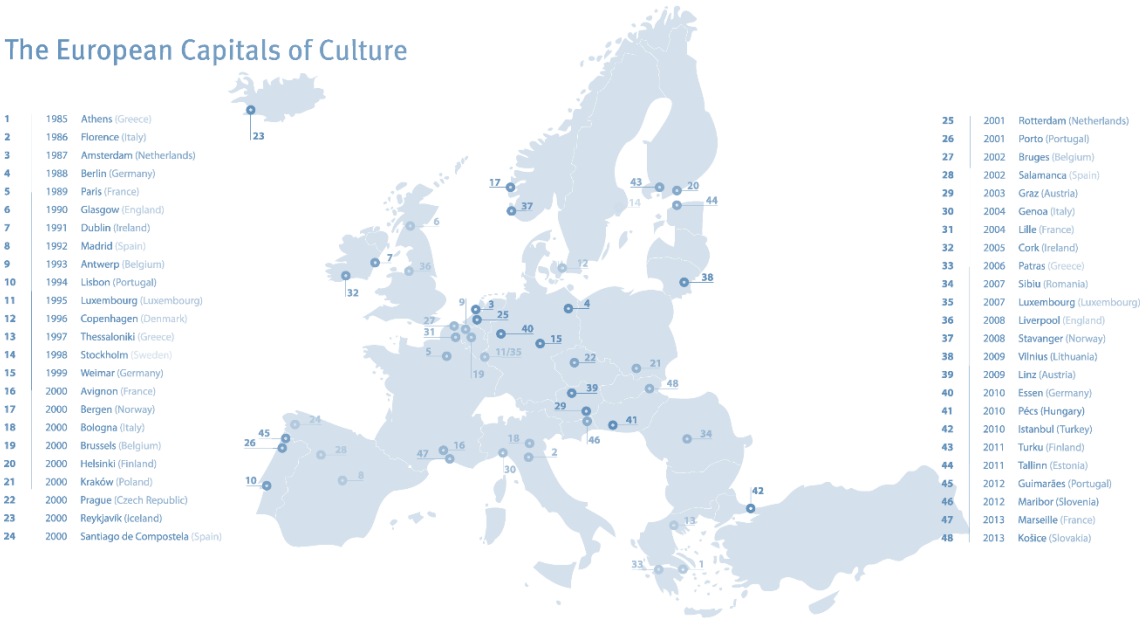


Figure 15 : Capitales européennes de la culture de 1985 à 2013 (European Commission 2009).

Depuis la désignation d'Athènes comme première « ville européenne de la culture », le fonctionnement du programme et le cadre législatif qui l'accompagne ont été modifiés à maintes reprises. Ces adaptations découlent des transformations politiques de l'Union européenne et de l'évolution du regard porté à la culture.

Un premier temps correspond à la période 1985-1996, où chacun des membres de l'Europe des Douze accueille l'évènement. Aucun texte législatif n'encadre alors le programme ; en tant que pure activité intergouvernementale, il existe en dehors des lois de la communauté qui n'ont encore rien prévu pour des actions dans le champ culturel (Garcia and Cox 2013). Les villes sont choisies par l'État hôte et ont deux années pour se préparer. Ce court délai – insuffisant pour une préparation adéquate et une recherche de fonds fructueuse – explique que les premières éditions, plutôt que de créer de nouvelles manifestations ou équipements, se sont greffées sur des évènements déjà en place. Le succès de Glasgow, organisé sur une période plus longue que les seuls mois d'été et proposant de nouveaux contenus, a changé cela. Durant cette phase, et en parallèle au programme encore intitulé « ville européenne de la culture », le traité de Maastricht de 1992, intègre pour la première fois des références à la culture[63], permettant à l'Union d'être plus active dans sa politique culturelle.

Une deuxième phase (1997-2004) voit de nouvelles procédures se mettre en place : introduction de critères de sélection et fixation d'un délai de dépôt de candidature. Ces critères s'attèlent à assurer « *un équilibre entre les capitales et les villes de province, les villes de l'UE et les villes de pays non membres de l'UE et les différentes zones géographiques d'Europe* » (Garcia and Cox 2013, 45). Le succès croissant de ce projet – de plus en plus de villes déposent leur candidature – et le manque de préparation de certaines Capitales amènent les autorités européennes à mieux penser l'organisation. Ainsi, en mai 1999, le Parlement européen et le Conseil décident conjointement d'élaborer un cadre législatif pour les années 2005 à 2019 du programme. À la suite de cette décision, l'intitulé prend sa forme définitive : « Capitale européenne de la culture ». Durant cette période, l'évènement, suivant l'élargissement de l'Union, se tient

[63] Notamment l'article 128 : « *la Communauté [européenne] contribue à l'épanouissement des cultures des États membres dans le respect de leur diversité nationale et régionale, tout en mettant en évidence l'héritage culturel commun* » (Garcia and Cox 2013, 45).

dans 19 villes de 14 pays.

La troisième phase (2005-2019) concerne donc les années réglementées par la résolution de 1999. Cette dernière impose l'intervention d'un panel d'experts dans le processus de sélection (Aiello and Thurlow 2006). Ce comice composé d'indépendants issus du secteur culturel choisis par les institutions européennes[64] recommande une ville à la Commission, au Parlement européen et au Conseil parmi les candidatures que, dans le cadre d'un système de rotation, les pays invités à organiser l'évènement leur soumettent, à l'issue d'une compétition qu'ils mettent en place sur leur territoire (Garcia and Cox 2013). En outre, la décision de 1999 introduit l'obligation de tenir compte de la qualité européenne des villes par différents moyens :

- « *mettre en avant les courants culturels communs aux Européens qu'elle a inspirés ou auxquels elle a apporté une contribution significative ;*
- *promouvoir des manifestations associant des acteurs culturels d'autres villes des États membres et conduisant à l'établissement de coopérations culturelles durables, et favoriser leur circulation dans l'Union européenne ;*
- *assurer la mobilisation et la participation au projet de larges segments de la population ;*
- *promouvoir l'accueil des citoyens de l'Union et toucher le public le plus large possible par une approche multimédia plurilingue ;*
- *promouvoir le dialogue entre les cultures d'Europe et les autres cultures du monde ;*
- *valoriser le patrimoine historique et l'architecture urbaine ainsi que la qualité de vie dans la cité* » (Garcia and Cox 2013, 47).

Témoignage d'une reconsidération de la culture, le programme des Capitales culturelles intègre de nouveaux objectifs : il s'agit désormais de contribuer au développement de l'activité économique – avec un accent sur la création d'emplois et le tourisme – et d'encourager des stratégies de rénovations urbaines tout en respectant le patrimoine architectural (Garcia and Cox 2013).

Durant cette troisième période, et suite à l'élargissement de l'Union de 2004, une nouvelle modification a été apportée à la base légale. Ainsi, pour la période 2009-2019, la décision a été prise de retenir deux Capitales par années ; l'évènement s'organise désormais simultanément dans l'un des anciens États membres et dans l'un des nouveaux. En outre, le programme reste ouvert à tous les pays européens, même non membres : « *cela a permis à des pays tels que la Roumanie (Sibiu 2007), la Norvège (Stavanger 2008) et la Turquie (Istanbul 2010) d'obtenir le titre de CEC [Capitale Européenne de la Culture], en plus des États membres habilités* » (Garcia and Cox 2013, 48). Une nouvelle modification en 2006 a précisé encore les objectifs du programme et, surtout, le jury, passant de 7 à 13 membres (6 nouveaux experts viennent des pays organisateurs), a vu son rôle dans le suivi des projets prendre de l'importance, ceci afin : « *d'évaluer les progrès de la [Capitale européenne de la culture] et de surveiller, en particulier, les aspects liés à la dimension européenne de la manifestation* » (Garcia and Cox 2013, 48).

En avril 2014, le Parlement européen et le Conseil ont ratifié la Décision n° 445/2014/UE réglementant le programme des Capitales européennes de la culture pour les années 2020 à 2033, soit la quatrième des phases ici décrites. Le deuxième article témoigne d'objectifs inchangés, mais affinés :

[64] Selon la procédure suivante : « *deux par la Commission, deux par le Parlement européen, deux par le Conseil et un par le Comité des régions (soit sept au total). (…) La nouvelle procédure prévoyait que, quatre ans avant le début de la manifestation, l'État membre désigné devait envoyer une ou plusieurs candidatures, éventuellement accompagnées d'une recommandation, au Parlement européen, au Conseil, à la Commission et au Comité des régions. Le jury de sélection rédigeait ensuite un rapport sur la ou les candidatures(s). Dans un délai maximum de trois mois après réception du rapport, le Parlement devait adresser un avis à la Commission, qui était alors chargée de formuler une recommandation à la lumière de l'avis du Parlement et du rapport du jury de sélection. En bout de course, c'est au Conseil qu'il incombait de désigner une CEC pour l'année en question* » (Garcia and Cox 2013, 47).

> *« 1. Les objectifs généraux de l'action sont les suivants :*
>
> *a) sauvegarder et promouvoir la diversité des cultures en Europe, et mettre en valeur les traits caractéristiques communs qu'elles partagent, tout en renforçant chez les citoyens le sentiment d'appartenance à un espace culturel commun ;*
>
> *b) favoriser la contribution de la culture au développement à long terme des villes conformément à leurs stratégies et priorités respectives.*
>
> *2. Les objectifs spécifiques de l'action sont les suivants :*
>
> *a) accroître l'étendue, la diversité et la dimension européenne de l'offre culturelle dans les villes, y compris par la coopération transnationale ;*
>
> *b) élargir l'accès et la participation à la culture ;*
>
> *c) renforcer les capacités du secteur culturel et ses liens avec d'autres secteurs ;*
>
> *d) améliorer l'image internationale des villes grâce à la culture » (Article 2 – Parlement européen et Conseil de l'Union européenne 2014).*

La volonté de favoriser l'intégration de l'Union et le développement des villes hôtes y est réaffirmée. Bien que l'étude de l'effet de ce programme sur l'identité européenne s'avérerait sans doute riche en enseignements, il s'agit ici de poursuivre les questionnements du cadre théorique en analysant la littérature liant Capitales culturelles et développement territorial. Quel bilan tirer de ces 30 années d'expérience(s) ?

2.3.2. QUELS EFFETS SUR LES VILLES HOTES ?

Figure 16 : Extrait de la « Factsheet » officielle du programme des CEC (https://ec.europa.eu).

L'arrimage réussi des Capitales de la culture au projet européen a donné lieu à de nombreuses études. Parallèlement à l'institutionnalisation croissante du programme, la Commission européenne a ainsi mandaté des instituts de recherches pour évaluer l'impact de l'évènement. À la suite du rapport « Palmer » (2004), étude fondatrice, revenant sur la période 1995-2004, l'institut privé de recherches et de consulting « Ecorys » a produit depuis 2007 un compte-rendu annuel, disponible sur le site de la Commission européenne (http://ec.europa.eu). Les auteurs y assurent leur indépendance. À côté de cela existent des documents officiels issus des villes hôtes ou des autorités européennes qui sont destinés à promouvoir le programme. Ceux-là doivent être confrontés à la littérature, car ils sont souvent menés par des acteurs très impliqués dans les festivités et ils aboutissent parfois à : « *des rapports autosatisfaits du travail mené qui célèbrent des bonnes pratiques à diffuser* » (Maisetti 2014, 41).

Les évaluations des évènements disponibles sur le site de la Commission européenne fournissent nombre d'exemples quant aux effets du programme sur l'économie des territoires :

> « *The **Linz ECOC** [European Capital Of Culture] generated significant economic benefits for the city, as well as an increase in tourism, improvements in its internal and external image and wider participation in cultural activities. For example, data on overnight stays provided by Linz shows that there was a 10 % increase in overnight stays compared to 2008* » ;
>
> « *In terms of direct impact on the economy through tourism, there is evidence of increased tourist visits in **Pécs**, **Essen** for the Ruhr and **Istanbul** (+71 %, +18.5 %, and +11 % respectively)* » ;
>
> « *Regarding the development of **Tallinn's** creative economy, the evidence demonstrates that cultural operators now are better placed to operate internationally and at greater scale. Operators have better international connections and there is more cooperation across different sectors and artistic disciplines* » ;
>
> « *For **Turku**, the ECOC title had a significant economic impact. The Turku School of Economics estimates that the ECOC contributed to employment increase by 3,300 person years and the total production increased by €260m. Tourism stood for a significant share of this impact. For Turku, development of the creative industries was a key objective and the*

evaluation considers that the ECOC helped introduce this issue into the political agenda» ;

« *Hotel stays and international tourist visits increased respectively by 9 and 17 % on previous year in* ***Marseille*** *while overnight stays increased by 10 % in* ***Košice****, which was included in the Top 10 destinations for 2013 in a famous tourism guide. Marseille-Provence in particular generated considerable media coverage and high levels of awareness among the general population (97 % of residents had heard of the ECOC)*»[65].

Ces extraits retenus parmi les rapports de la Commission européenne le montrent, le programme s'avère bénéfique pour l'économie des territoires : hausse du tourisme ; amélioration de l'image interne et externe ; création d'emplois, etc. (voir également la figure 16). En ce qui concerne la notoriété du territoire, être désignée Capitale européenne de la culture représente une grande opportunité pour la ville : « *its nomination makes headlines, at least on a national and European level, so that cities and countries compete for this designation, with the aim of confirming their cultural image and their position in the system of European cities* » (Herrero et al. 2006, 43). L'évènement culturel permet donc d'améliorer l'image de la ville ou de la faire connaître à une échelle européenne, tout en agissant sur la perception de ses habitants : « *cultural events (…) highlight the creativity of its habitants, give life to the streets and the squares of the city, satisfying the aspirations of the citizens* » (Papanikolaou 2012, 269). Autre élément, l'empreinte des thèses de Florida (voir chapitre 2.1.2.) apparaît nettement sur ces rapports[66]. Selon ces derniers, l'*économie créative* de nombreuses villes s'est développée à la suite de l'organisation de l'évènement. Enfin, le patrimoine bâti de beaucoup de villes paraît avoir également profité du programme, depuis le quartier irlandais de Temple Bar à Dublin, jusqu'au Musée des civilisations de l'Europe et de la Méditerranée (Mucem) de Marseille en passant par le *Kasárne Kulturpark* à Košice, les *Rotondes* de Luxembourg, les *Maisons Folie* et le *Tri Postal* à Lille ou, pour conclure une liste non exhaustive, l'ancien quartier des tanneurs à Guimarães.

Figure 17 : Musée des civilisations de l'Europe et de la Méditerranée (http://www.mucem.org/fr).

[65] http://ec.europa.eu.

[66] Elles inspirent également les territoires accueillant l'évènement, à l'exemple du *Hub créatif* voulu en Wallonie à la suite de Mons capitale européenne de la culture en 2015 : « *le décloisonnement, la mise en valeur de l'innovation et de la créativité sont des éléments clés du programme-cadre Creative Wallonia. Créer des hubs créatifs à travers la Wallonie doit permettre de renforcer les interconnexions entre les actions ; passer d'un maillage d'actions ponctuelles à une logique de réseau couvrant l'ensemble du territoire. L'objectif premier de cette initiative est d'encourager la transition de notre économie traditionnelle vers une économie créative en favorisant l'innovation ouverte, l'hybridation transdisciplinaire et l'intelligence collaborative* » (http://www.creativevalley.be).

D'autres recherches non financées par la Commission confirment ces résultats. Ainsi, Herrero et al. (2006) s'intéressant à l'accession de Salamanque au titre de Capitale culturelle en 2002 estiment l'impact économique total de l'évènement à 701.5 millions euros (figure 18). Les dépenses culturelles (à gauche du schéma), qui regroupent les investissements publics liés à la manifestation et les dépenses des spectateurs qui y assistent, sont multipliées par le *coefficient multiplicateur* – ce qui est réinvesti dans la zone – du secteur des services. En outre, les dépenses publiques ou privées liées à de nouvelles infrastructures (salles de spectacles, rénovation d'hôtels, etc.) sont pondérées avec le *coefficient multiplicateur* du secteur de la construction (à droite du schéma). Enfin, les auteurs répartissent les retombées économiques entre différentes zones géographiques. Malgré les précautions inhérentes à ce genre d'étude[67], les résultats démontrent l'importance de l'impact économique de l'évènement, en priorité sur la région qui l'accueille. Cela permet aux auteurs de conclure que : « *taking only the impact of the strictly cultural spending of Salamanca 2002, its effect has been 2.7 times superior to that generated by the Guggenheim Museum in the same year, as 53.3 percent if we accumulated its impact over the years of its existence. This means that the event of a macrofestival like this can be as profitable in the short term as the impact of the new cultural facility, as in the well-known case of Bilbao's Guggenheim Museum* » (Herrero et al. 2006, 54). De tels résultats expliquent l'engouement marqué des villes européennes pour le programme et, donc, la multiplication des candidatures.

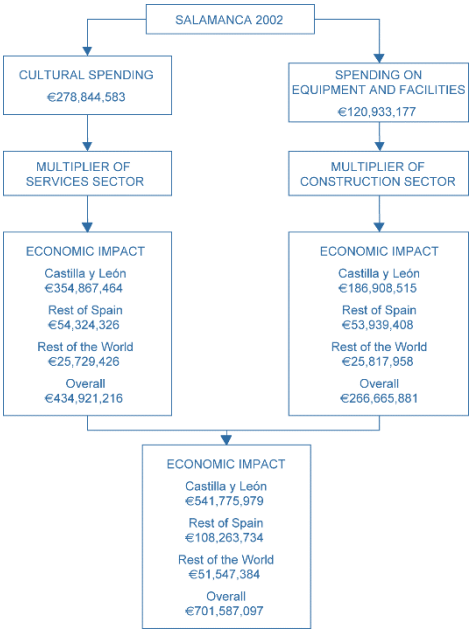


Figure 18 : Estimation de l'impact économique de « Salmanca 2002 » (Herrero et al. 2006, 53).

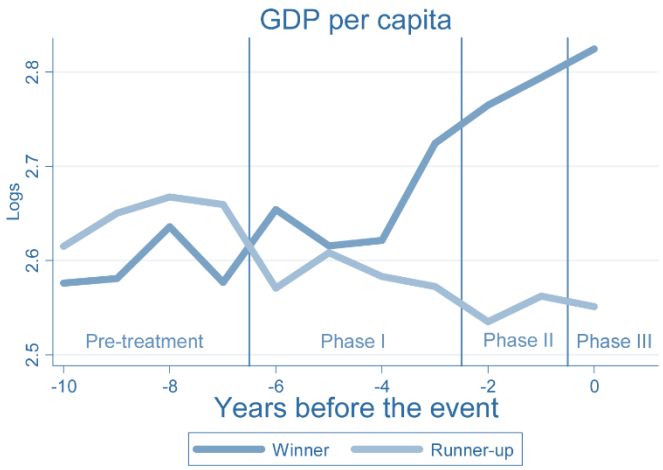


Figure 19 : PIB par habitant avant l'évènement (Gomes and Librero-Cano 2014, 10).

Sur le modèle d'études ayant les Jeux olympiques comme sujet, une recherche s'est attelée à la comparaison de l'évolution du PIB par habitant des villes candidates élues Capitales culturelles avec celles n'ayant pas été retenues (Gomes and Librero-Cano 2014). Les auteurs avancent que : « *hosting a Capital of Culture raises GDP per capita of the region by 4.5 percent. This boost starts 2 years before the event and is still present more than 5 years after it* » (Gomes and Librero-Cano 2014, 3). L'impact positif se décèle dès la désignation de la ville comme Capitale culturelle (la *phase I* de la figure 19). Cela contraste avec la littérature s'intéressant aux *mega-events* (Jeux olympiques, etc.) ; les études de ce type montrent habituellement que l'impact pour le territoire chargé de l'évènement s'avère soit très léger soit, le plus souvent, négatif. Deux causes se trouvent à l'origine de cette différence : devenir une Capitale européenne de la culture astreint à des investissements moins élevés que l'organisation d'un *mega-event* (construction

[67] Concernant les limites des méthodes de ce type, voir chapitre 2.1.6.

de stades dans le cadre des JO ou des Coupes du monde par exemple) et les diverses manifestations s'échelonnent sur une durée plus longue (une année contre un mois pour les exemples précités). En outre, selon le rapport Palmer, sur plus de 2 milliards de dépenses consenties pour l'évènement dans les 21 villes ayant été Capitale culturelle durant la période 1994-2004 (estimation basse d'après les auteurs), 737 millions concernaient des dépenses d'exploitation et 1,4 milliard des dépenses d'investissements (revitalisation urbaine, infrastructure de transports, etc.) qui, par définition, furent utiles à long terme (Palmer-Rae Associates 2004).

De rares textes tempèrent quelque peu un enthousiasme presque unanimement partagé. Lorsque les chercheurs placent leur réflexion dans un temps plus long ou qu'ils élargissent leur champ de vision, l'impact économique se révèle parfois moins éclatant. nsi, à Glasgow, Capitale européenne de la culture en 1990, bien que l'évènement ait créé 5'000 *personnes-années* de travail, le taux de chômage a poursuivi sa croissance en 1991 et 1992, dans des proportions toutefois moins grandes que la moyenne nationale (Richards 2000). Plus surprenant encore, les emplois dans le domaine du tourisme ont diminué alors que la tendance nationale était à la hausse. De plus, si durant l'année des festivités le sponsoring s'est accru, il est rapidement revenu à son niveau antérieur. À Anvers, l'évènement a même eu un effet négatif sur la recherche de sponsors : « *although more incidental sponsors were found in 1993, structural sponsorship declined after the event* » (Richards 2000, 177).

En ce qui concerne l'essor de l'*économie créative*, promesse rituelle des villes accédant au titre, il semble que les difficultés méthodologiques inhérentes à l'instabilité du concept[68] confinent les résultats aux discours des acteurs impliqués. Ainsi, dans le cas de Liverpool, Capitale en 2008, les acteurs politiques ont souvent témoigné de l'effet positif de l'évènement en tant qu'accélérateur d'une transition économique nécessaire. Pourtant, si l'économie a sans doute pu bénéficier de l'amélioration de l'image de la ville, les preuves empiriques font défaut (Campbell 2011). En outre, cela est visible dans la figure 16, les assertions du type « *each euro of public money invested in Lille 2004 (France) is estimated to have generated 8 euros for the local economy* »[69] doivent être considérées avec les plus grandes précautions. Comme le montre le chapitre 2.1.6., des faiblesses méthodologiques grèvent les études qui parviennent à de telles conclusions (coefficient multiplicateur délicat à estimer, dépenses des résidents locaux à exclure, échelle géographique à étendre, argument potentiellement contreproductif, etc.). Dernier point sur l'économie, l'impact du programme sur le tourisme se révèle parfois négatif ou surévalué. Ainsi, en 2010, lorsqu'Istanbul fut la Capitale européenne de la culture, elle enregistra moins de touristes qu'habituellement et Liverpool annonça 15 millions de visiteurs, alors qu'en fait, il y eut 15 millions de visites (Maisetti 2014).

Les (rares) critiques ne portent pas uniquement sur l'économie. Lorsque la population du pays hôte ignore que l'évènement s'y déroule, difficile de le tenir pour un succès. Ainsi, en 2006, seuls 16 % des Grecs surent que Patras était la Capitale européenne de la culture de l'année (Mittag 2013). Rejoignant ici les exemples de la première partie du cadre théorique, il semble que la place laissée à la société civile soit un élément prépondérant ; le manque de considération pour la population locale peut entraîner une contestation susceptible d'abîmer l'image de la ville. En 2013, l'évènement « Marseille-Provence » a connu ainsi son lot de remous : le groupe IAM, figure quasi mythique de la scène musicale de la cité phocéenne, a par exemple déploré l'absence de rap dans la programmation ; la venue du DJ David Guetta – et l'important cachet inhérent à sa présence – a entraîné également une grande polémique[70]. Une artiste locale reconnue dans le milieu du rap français, Kenny Arkana, a d'ailleurs pastiché le titre de la manifestation avec un morceau intitulé « Capitale de la rupture »[71]. Elle reprend une critique formulée par certains acteurs culturels marseillais, fustigeant un projet pensé d'abord comme un projet d'attractivité :

[68] Voir chapitre 2.1.3.
[69] https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/actions/capitals-culture_en.
[70] http://www.lefigaro.fr. Ce dernier a finalement renoncé à son cachet.
[71] https://www.youtube.com/watch?v=9xeK1_nxkjs.

« *Capitale de la culture européenne / Si c'était une blague c'est sûr qu'on ne l'aurait pas cru / Marseille redessinée par Euromed / Venu chambouler toute la culture de la ville* ». Suite à la mobilisation des habitants, plusieurs projets, jugés d'un faible intérêt artistique ou d'un coût exorbitant, ont été annulés (Maisetti 2014). En outre, et pour la première fois, une programmation « Off » a même vu le jour[72]. D'évidence, l'implication de la population locale et des acteurs culturels dès les phases liminaires aurait permis d'anticiper les tensions de cet ordre.

En définitive, les nombreux succès du programme assurent renommée aux villes désignées Capitales européennes de la culture. Toutefois, les quelques rares critiques émises à son égard se basent principalement sur le manque de vision à long terme ou sur l'absence de considération pour le terreau local. Comment organiser alors l'impact durable de l'évènement ?

COME TOGETHER

Enthousiaste, Andy Burnham, homme politique anglais, témoigne dans un discours de 2009 à l'Université de Liverpool des bienfaits liés à l'accession de la ville au titre de capitale européenne de la culture : *« [n]o one doubts that Liverpool '08 has been a catalyst for successful physical regeneration. Bricks and mortar. But more valuable has been its success in regenerating belief, hope and human spirit. Capital of Culture has changed the way people feel about Liverpool – and how Liverpool feels about itself. Culture can change perceptions of a city, a region, a country, by bringing an association with aspiration and social mobility. That is difficult to achieve by other means»* (http://webarchive.nationalarchives.gov.uk). Commandée par les autorités de la ville et réalisée conjointement par l'University de Liverpool et l'Université de Liverpool John Moores, une étude longitudinale – engagée en 2005 et achevée en 2010 – partage son entrain. Dans les 5 thèmes analysés, soit « *Cultural access and participation* » ; « *Economy and tourism* » ; « *Cultural vibrancy and sustainability* » ; « *Image and perceptions* » ; « *Governance and delivery process* », d'excellents résultats se révèlent (Garcia, Melville, and Cox 2010). Ainsi, dans les nombreuses conclusions de cette recherche, et suivant les catégories présentées ci-dessus, les auteurs expliquent que 66 % des habitants ont pris part à au moins une des multiples manifestations ; que « Liverpool ECoC » a attiré 9.7 millions de visites supplémentaires, avec un impact économique de 753.8 millions de Livres (réparti entre la ville, le comté de Merseyside et la région du Nord-Ouest) ; que pour 51 % des acteurs culturels locaux, l'année a repositionné la ville parmi les world class city ; qu'entre 2005 et 2008, la réputation de la ville s'est améliorée d'après la population du pays (l'« image positive » est passée de 53 % à 60 % tandis que l'« image négative » est descendue de 20 à 14 %) ; qu'internationalement, ainsi que pour la Commission européenne, la capitale Liverpool est devenue, à l'instar de Glasgow, une référence à imiter, en particulier pour l'importance donnée au bénévolat, l'implication de la population locale et les programmes de recherche qui ont accompagné l'ensemble du processus. En 2010, le Premier ministre du Royaume-Uni signalait également l'impact positif de l'évènement, arguant dans un discours qu'à sa faveur, l'emploi dans le domaine des *industries créatives* s'était accru de moitié (Campbell 2011).

De rares études pondèrent le vocabulaire bienveillant que les acteurs politiques, culturels ou académiques associent à l'année où Liverpool fut la capitale européenne de la culture. En premier lieu, alors que les médias, les acteurs impliqués dans l'évènement ou les politiciens témoignent des effets de la manifestation sur l'*économie créative* de la ville, il semble qu'il faille nuancer cette conviction (sans oublier encore les insuffisances méthodologiques liées à la constitution de cette catégorie). Dans le rapport final de l'étude longitudinale précitée, il est ainsi indiqué que le secteur des *industries créatives* a peut-être bénéficié de l'évènement pour améliorer sa crédibilité, mais que l'accent a surtout été mis sur l'offre culturelle et le tourisme (Garcia, Melville, and Cox 2010). En somme, il semble que les discours témoignent d'un impact qu'aucune évidence empirique n'étaie : « *(…) to imply that such an exercise will also encourage growth specifically within the creative sector as commonly understood, and also create jobs in this sector, due to a common 'creativity' seems to involve either a radical leap of faith, or the exercise of a Floridian understanding whereby all forms of 'creativity' are interlinked*» (Campbell 2011, 519). Autrement dit, il apparaît délicat d'affirmer qu'un projet d'abord centré sur des manifestations artistiques ait eu un effet sur le secteur des industries créatives tout entier ; nombreux sont pourtant ceux qui franchissent le pas. En outre, les indicateurs économiques rangent encore la ville parmi les plus défavorisées du Royaume-Uni : « *Liverpool bottom on the economic, urban and built environment rankings, it has the lowest employment rate (65.2 per cent compared to 76.7 per cent for Bristol), highest number of benefit claimants as a proportion of working-age population (24.6 per cent compared to 19.5 per cent for Middlesbrough) and worst Index of Multiple Deprivation score (42.20 compared to 28.31 for Doncaster). Finally, The Work Foundation shows that between February 2008 and February 2009 the number of benefit claimants in Liverpool rose from 15,298 (5.3 per cent) to 20,055 (7 per cent)* » (Boland 2010, 636). Lorsque croissance il y a, elle se limite aux quartiers du cœur de la ville, délaissant la périphérie, creusant encore des inégalités territoriales déjà très marquées. Dès lors, comme les investissements consentis pour accueillir et organiser la capitale européenne de la culture se sont polarisés sur le centre de Liverpool, conduisant d'ailleurs à l'exclusion des populations les plus marginales qui occupaient ses espaces publics, l'évènement n'a pas favorisé la cicatrisation d'une coupure de plus en plus profonde. En conclusion, si les effets du programme sur les territoires hôtes apparaissent indéniables, le constat d'une ségrégation urbaine persistante et d'inégalités presque endémiques invite à réfréner les ardeurs de discours trop souvent enclins au triomphalisme.

[72] Des acteurs culturels, jugeant le « off » encore trop institutionnel ont créé l' « Alter Off 2013 » (http://www.marseilleprovence2013alteroff.com/).

* * * * *

À la lumière de trente années de Capitales européennes de la culture, il semble que le programme ait évolué d'une approche évènementielle vers une vision processuelle. Si les premières nominations consacrèrent des villes culturellement déjà très établies, qui mirent en place des manifestations « festives », peu soucieuses d'un impact à long terme, l'élection de Glasgow fut l'occasion de repenser le programme. Depuis, on peut distinguer des villes qui construisent l'évènement avec des manifestations phares, de masse, désireuses d'une visibilité internationale, et d'autres qui voient dans le programme l'occasion d'élaborer un processus de dynamisation réfléchi à long terme, investissant, par exemple, dans de nouveaux équipements culturels, touristiques, ou repensant l'aménagement de quartiers entiers. Pour ces dernières : « *le projet est imbriqué à un projet de rénovation urbaine et – on l'espère – engendrera des effets économiques et des créations d'emplois : le statut de CEC est alors une des composantes, parfois un des fers de lance, du redéploiement. Lille et Marseille en constituent deux exemples* » (Leloup and Moyart 2014, 830). Beatriz Garcia et Tamsin Cox, dans un rapport commandé par la Commission de la culture et de l'éducation du Parlement européen, rapportent des cas où ce vœu s'est concrétisé : « *dans le cas de Copenhague 1996, seize ans plus tard, il a été rapporté que dix-huit projets d'infrastructure, dont le point de départ était le programme CEC ou qui avaient été partiellement financés par ce programme, étaient toujours opérationnels et que nombre d'entre eux accueillent un grand nombre de visiteurs* ». Elles signalent d'autres exemples où ce fut plus délicat : « *Thessalonique 1997 a contribué à la création de plusieurs espaces dont l'exploitation ultérieure a été difficile en raison de l'absence de financement du programme ou simplement en raison de leur capacité trop importante pour le public local* » ou encore « *deux ans après la manifestation de Weimar 1999, la pleine exploitation des nouveaux lieux posait apparemment des difficultés, certains musées avaient été fermés et d'autres organisations avaient réduit leur personnel et leurs programmes* » (Garcia and Cox 2013, 830). Même à Glasgow, figure emblématique, presque fondatrice, l'accent porté au tourisme a entraîné une utilisation des salles de la ville par des célébrités extérieures plutôt qu'à la mise en place d'une programmation locale. Cela a amoindri les impacts à long terme (Richards 2000). Comme ce fut le cas à Anvers, le déclin du sponsoring et du soutien public à la culture parfois constaté dans les années qui suivent les festivités peut s'avérer également problématique. Après tout, les villes ne sont Capitales européennes de la culture que pour une année. Comment maintenir l'élan lorsque les regards se détournent ?

En réponse à cette question, après 30 années d'existence du programme, il est apparu aux autorités européennes et aux chercheurs l'ayant eu comme objet que l'absence d'évaluation systématique empêchait l'analyse détaillée de ses effets. Plus précisément, l'accent des rares études et rapports se porte surtout sur les incidences à court terme, particulièrement économiques, offrant une vision assez limitée des réelles répercussions. Plusieurs auteurs suggèrent pourtant des pistes pour mesurer l'impact d'un bien culturel pour un territoire. Throsby propose par exemple des critères qui doivent, selon lui, être pris en compte pour assurer la durabilité d'un investissement culturel : « *material and non-material well-being, intergenerational equity, maintenance of diversity, precautionary principle, maintenance of cultural systems and recognition of interdependence* » (cité par Bille and Schulze 2006, 1056). En cela, il s'approche des apports de Sacco et Blessi, déjà signalés plus haut (chapitre 2.1.4.), qui insistent sur l'importance de la considération de différents capitaux : « *Physical Capital ; Natural Capital ; Human Capital ; Social Capital and Cultural / Symbolic Capital* » (Sacco and Blessi 2007 ; cité par Richards 2014, 5). De cette manière, l'effet durable d'un évènement culturel sur le territoire s'envisage donc par d'autres voies que la seule amélioration du climat économique.

Dans le cadre de la Capitale européenne de la culture, Luxembourg, désignée pour 2007, fut la première à mettre en place un système d'évaluation enclenché en amont de l'année des festivités et étendant la considération de l'impact : effets pour l'économie, le lien social, la qualité de vie, sur l'image et la notoriété de la ville, le tourisme, l'attractivité, l'offre culturelle, etc. (Richards 2014). L'élargissement du spectre des critères examinés dans l'évaluation de la portée du programme a entraîné l'introduction de nouveaux modèles d'organisation. Ainsi, si les premières éditions firent peu appel à la population, tant pour la gestion

que pour la programmation, une tendance à l'ouverture est depuis décelée (Garcia and Cox 2013). Corolaire, de plus en plus de démarches participatives ont vu le jour. Il faut mentionner toutefois les problèmes rencontrés par beaucoup de Capitales dans la gouvernance, notamment dans la transition entre la phase de candidature et celle de programmation (Maisetti 2014) ou lorsque les acteurs proviennent d'un espace géographique très étendu et qu'ils ont des styles de gestion très disparates, comme ce fut le cas pour « Ruhr 2010 » (Garcia and Cox 2013). Il reste que, une fois encore, l'ouverture au terreau local permet d'éluder certaines critiques, comme celle récurrente dans les premiers temps du programme, où les médias signalaient souvent la très faible implication des artistes locaux (Mittag 2013). Pourtant, et dans la majorité des cas, davantage que les responsables politiques ce sont bien les acteurs culturels qui sont à l'origine des candidatures et des projets de programmation (Sohn 2009).

Ces réflexions autour de la production d'un effet durable des évènements culturels et les nouvelles méthodes mises en place semblent fécondes. La pérennisation du programme et le nombre croissant de villes candidates au titre de Capitale culturelle constituent un témoignage éloquent. Un tel succès inspire, il est désormais imité. Ainsi, le titre de Capitale Ibéro-Américaine existe depuis 1991[73] ; une Capitale arabe de la culture est désignée chaque année depuis 1996[74] ; le label *Capitale de la culture des Amériques* a été lancé en 1997[75] ; en Russie, le *Volga Capital of Culture Program* a vécu entre 2001 et 2006 dans la région de la Volga[76] ; une Capitale culturelle a été choisie au Canada entre 2003-2012[77] ; chaque année depuis 2005, l'Organisation islamique pour l'Éducation, les Sciences et la Culture (ISESCO) attribue le titre de Capitale de la culture islamique à une ville de chacune des trois régions du monde islamique (Arabie, Asie et Afrique)[78] ; dès 2007, la région Nord–Pas-de-Calais a institué des Capitales régionales de la culture[79] ; une Capitale lituanienne de la culture est désignée depuis 2008[80] ; l'Association des nations de l'Asie du Sud-Est (ASEAN) choisit des *ASEAN City of Culture* depuis 2010 (Kheng-Lian 2014) ; pour la première fois en 2012, l'organisation internationale de la culture turque (TURKSOY) a élu une Capitale culturelle du monde turc[81] ; depuis 2013, le titre de *UK City of Culture* est attribué tous les quatre ans à une ville du Royaume-Uni[82] ; une Capitale de la culture finno-ougrienne existe depuis 2014 ; un programme *East Asia City of Culture* intégrant le Japon, la Chine et la Corée du Sud a commencé en 2014 (Asia-Europe Foundation 2015) ; une Capitale italienne de la culture est désignée depuis 2014[83] ; et, enfin, depuis 2015, l'Association sud-asiatique pour la coopération régionale (ASACR, ou SAARC en anglais, qui réunit le Bangladesh, le Bhoutan, l'Inde, les Maldives, le Népal, le Pakistan, le Sri Lanka et l'Afghanistan) fait chaque année accéder une ville au rang de *SAARC Cultural Capital* [84].

Et si la Suisse leur emboitait le pas ?

---

[73] http://lusitanie.info/2016/02/lisbonne-capitale-ibero-americaine-de-la-culture-en-2017/.
[74] http://www.constantine2015.dz/.
[75] http://www.cac-acc.org/present.php?lang=fr. Ce programme, porté par l'*International Bureau of Cultural Capitals* qui a également initié des Capitales de la culture catalane (2004), des Capitales culturelles du Brésil (2006) ainsi que des *U.S. Capital of Culture* (2011). Toutefois, l'absence d'informations disponibles au sujet de ces divers projets, médiatiquement inexistants, et dont la plupart des sites internet ont été désactivés, questionne sur la respectabilité de ces programmes. En outre, des critiques ont été émises sur le fonctionnement de certains projets lancés par l'*International Bureau of Cultural Capitals* ; il semblerait en effet que certaines villes aient été incitées à payer pour recevoir « l'honneur » d'être nommées Capitale américaine de la culture (Lee 2006). Ainsi Austin (2004), Regina, Saskatchewan (2005) et Toronto (2002) ont décliné cet « honneur », lorsqu'elles ont découvert que le titre nécessitait le paiement d'environ 500 000 dollars américains (https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=American_Capital_of_Culture&dif). Cette information a d'ailleurs depuis disparu de la page Wikipédia de présentation de la Capitale américaine de la culture.
[76] http://productivityofculture.org/symposium/a-z/gleb-firsov.
[77] http://www.pch.gc.ca.
[78] http://www.isesco.org.ma/fr/wp-content/uploads/sites/2/2015/03/Dep-Cap-Pr-site-Fr.pdf.
[79] À l'heure de ces lignes, l'avenir des Capitales régionales de la culture paraît toutefois très incertain : http://www.lavoixdunord.fr. Cette situation précaire nous a été confirmée par message : « *(…) il a été conjointement décidé de ne pas reconduire cette manifestation, et ce notamment du fait d'échéances électorales qui n'ont pas permis d'anticiper l'organisation et le financement d'un tel évènement. À ce jour, il n'est pas envisagé de relancer cette opération* » (courriel de Franck Milon, Directeur Adjoint aux projets d'initiative régionale de la région Hauts-de-France).
[80] https://lt.wikipedia.org/wiki/Lietuvos_kult%C5%ABros_sostin%C4%97.
[81] http://www.turksoy.org/en/news/2015/11/26 ou https://www.youtube.com/watch?v=QjQK_An_MtU.
[82] http://www.hull2017.co.uk/.
[83] http://www.capitalicultura.beniculturali.it/index.php?it/112/capitale-italiana-della-cultura.
[84] http://saarcculture.org/publications/saarcculture.org (ce lien doit être copié, puis collé dans la barre d'adresse pour fonctionner).

3. PROBLEMATIQUE DE RECHERCHE

3.1. QUESTION DE RECHERCHE

L'ambition de cette étude peut se résumer très facilement : envisager la mise en œuvre de la proposition de l'Association Capitale culturelle suisse et estimer son impact potentiel sur les territoires. Cette réflexion s'imprègne des nombreux apports du cadre théorique et s'achève par l'identification de deux principes susceptibles d'accroître tant les chances de réussite que les effets du projet. Sous la forme d'une question de recherche, l'intention de cette recherche peut donc s'énoncer ainsi :

« *Des Capitales de la culture en Suisse : quel projet pour quels impacts ?*»

Dans la première partie de l'analyse, il s'agit de s'intéresser à la construction du projet en répondant aux différentes questions qu'il soulève, soit, pêle-mêle : quels pourraient être ses objectifs, son financement, son porteur, son processus de désignation, son contenu, à quels territoires se destinerait-il, quel devrait être son lien avec les Expositions nationales, etc. ? Avec le concept imaginé par l'Association Capitale culturelle suisse comme point de départ, ces divers aspects sont examinés à l'aune du programme européen et de ses multiples déclinaisons, mais aussi à l'aide du résultat des entretiens et de nombreuses autres sources. Apparaît alors, à l'issue de chacun des chapitres, une proposition rénovée.

La deuxième partie de l'analyse tente d'estimer l'impact potentiel de la création d'un programme de Capitales culturelles en Suisse. Devant le large éventail des effets possibles, certains thèmes – liés au cadre théorique – reçoivent une attention plus marquée : économie, infrastructures et cohésion sociale. D'autres éléments sont également abordés ensuite, mais plus succinctement. Il ne s'agit toutefois pas ici de proposer d'hypothétiques scénarios, caractéristiques des études d'impact, car, comme le montre le cadre théorique, si ces recherches se grèvent déjà d'importantes limites lorsqu'elles s'intéressent à un évènement passé, elles deviennent sinon utopiques, au mieux très approximatives, dans le cas d'un projet en construction.

Enfin, en écho au cadre théorique, un dernier chapitre expose les conditions qui doivent être réunies pour entraîner de tels impacts. Celui-ci se divise en deux parties : l'une insiste sur la nécessité d'adopter une vision à long terme tandis que l'autre, complémentaire, affirme l'importance de considérer le terreau local.

Bien que très complète, cette étude n'est qu'une première étape d'un processus dont la durée reste incertaine. Dès lors, si la présente recherche trace les grandes lignes d'un projet en construction, une fois le concept affiné, sa mise en œuvre devra s'enquérir de certains aspects plus concrets (étude de marché, cadre juridique, besoin en matière de personnel, plan de financement, etc.).

3.2. METHODOLOGIE

Deux voies ont été privilégiées pour répondre aux différentes questions introduites ci-dessus.

Premièrement, et à la suite du travail déjà réalisé pour rédiger le cadre théorique, un important effort a été consacré à l'analyse documentaire. Ainsi, en plus des recherches universitaires s'intéressant aux évènements culturels de grande ampleur, de nombreux rapports officiels au sujet des Capitales européennes de la culture ont été consultés. Parmi la quinzaine d'actions qui ont puisé leur inspiration dans ce programme, le modèle original se révèle être le seul qui repose sur un texte législatif et qui donne lieu à des rapports d'évaluation. Depuis 2007, des études confiées à des bureaux externes par la Commission européenne évaluent ainsi systématiquement chacune des Capitales européennes de la culture (celles-ci sont accessibles directement sur la page de l'action : https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/actions/capitals-culture_en). En plus de ces sources extrêmement utiles, deux études longitudinales, commandées également par la Commission européenne, se sont avérées très instructives ; la première, réalisée par Palmer/RAE Associates, revient sur la période 1995-2004 (Palmer-Rae Associates 2004) et la seconde, dirigée par Beatriz Garcia et Tamsin Cox, procède

à une analyse exhaustive de toute la littérature universitaire, politique et spécialisée disponible au sujet des villes ayant obtenu le titre de 1985 jusqu'à 2012 (Garcia and Cox 2013). Le contraste entre ces nombreuses sources et le peu de documents mobilisables pour les autres programmes se révèle saisissant. En effet, pour ceux encore en vigueur, seules les *UK Cities of Culture* semblent encadrées par des textes officiels qui renseignent sur leur fonctionnement (objectifs, critères de sélection, processus de désignation, etc.). Elles sont également les seules – en dehors des Capitales européennes de la culture – à voir émerger une littérature académique. Pour toutes les autres actions – à l'exception de quelques rarissimes mentions dans des rapports officiels, notamment pour les Capitales culturelles du Canada[85] –, la recherche d'informations s'est appuyée sur l'analyse de sources hétéroclites : articles de journaux, rapports d'activité, vidéos promotionnelles, reportages, sites internet, blogues, compte-rendu de débats parlementaires, etc. Si l'aperçu des multiples adaptations des Capitales européennes de la culture nées à travers le monde demeure imparfait, l'exercice d'inventaire réalisé ici semble inédit et permet quelques comparaisons utiles au projet.

Deuxièmement, quinze entretiens semi-directifs d'une durée moyenne de 50 minutes ont été réalisés avec des personnalités du monde de la culture et de la politique :

- Nicolas Bideau : Directeur de Présence Suisse depuis 2011.
- Philippe Bischof : Directeur des Affaires culturelles du canton de Bâle-Ville depuis 2011.
- Rosie Bitterli Mucha : Cheffe de la culture et du sport de la Ville de Lucerne depuis 2006.
- Kurt Fluri : Conseiller national, maire de la ville de Soleure, Président de l'Union des villes suisses.
- Hedy Graber : Directrice des Affaires culturelles et sociales de la Fédération des coopératives Migros depuis 2004.
- Sonja Hägeli : Responsable de la promotion culturelle à la Fondation Ernst Göhner depuis 2006.
- Jacques Hainard : Ancien Conservateur et Directeur du Musée d'ethnographie de Neuchâtel (MEN) et du Musée d'ethnographie de Genève.
- Andrew Holland : Directeur de Pro Helvetia de 2012 à 2016.
- Sami Kanaan : Conseiller administratif de la Ville de Genève en charge de la culture et du sport.
- Michael Kinzer : Ancien Directeur du Festival de la Cité Lausanne, membre de l'Association Capitale culturelle suisse.
- Giovanna Masoni Brenni : Conseillère communale de Lugano 2004-2016.
- Caroline Morand : Cheffe du Service de la culture de la Ville de Coire depuis 2012.
- Yann Riou : Adjoint au chef du Service de la culture de la Ville de Lausanne depuis 2010.
- Christine Salvadé : Cheffe de l'Office de la culture du canton du Jura depuis 2015.
- Laurent Tricart : Responsable éditorial et rédacteur de Lille 2004.

Un entretien a été réalisé à Lille, Capitale européenne de la culture en 2004, tandis que tous les autres se sont déroulés en Suisse, dans douze cantons différents, de toutes les régions linguistiques (voir figure 20). Le but était de dépasser le profil lémanique de l'Association Capitale culturelle suisse et de tester l'idée à travers tout le pays. Au-delà du critère géographique, les acteurs approchés ont été retenus pour leur connaissance aiguë du milieu culturel et la diversité de leurs fonctions : certains sont actifs au niveau politique (communal, cantonal et national), d'autres travaillent dans des fondations, des universités ou sont des acteurs du monde culturel. Cette démarche apparaît assez inédite dans le pays ; rares semblent en effet les études qui donnent la parole à des personnalités du monde de la culture de toutes les régions du territoire. En complément, des courriels ont été échangés avec la Commission européenne, le *Department for Culture Media & Sport* du Royaume-Uni, la Direction générale de la politique des arts du Gouvernement du Canada, le Département fédéral des affaires étrangères de la Confédération suisse, la Conférence des

[85] Ici : http://publications.gc.ca/collections/collection_2010/pc-ch/CH7-4-2009-fra.pdf (copier le lien et le coller dans la barre d'adresse) et ici : http://pch.gc.ca/DAMAssetPub/DAM-verEval-audEval.

délégués cantonaux aux affaires culturelles, la Direction de la culture de la Région Hauts-de-France et, enfin, un journaliste d'Irlande du Nord. Que tous les acteurs mentionnés ici soient chaleureusement remerciés d'avoir accordé un peu de leur précieux temps à ce projet.

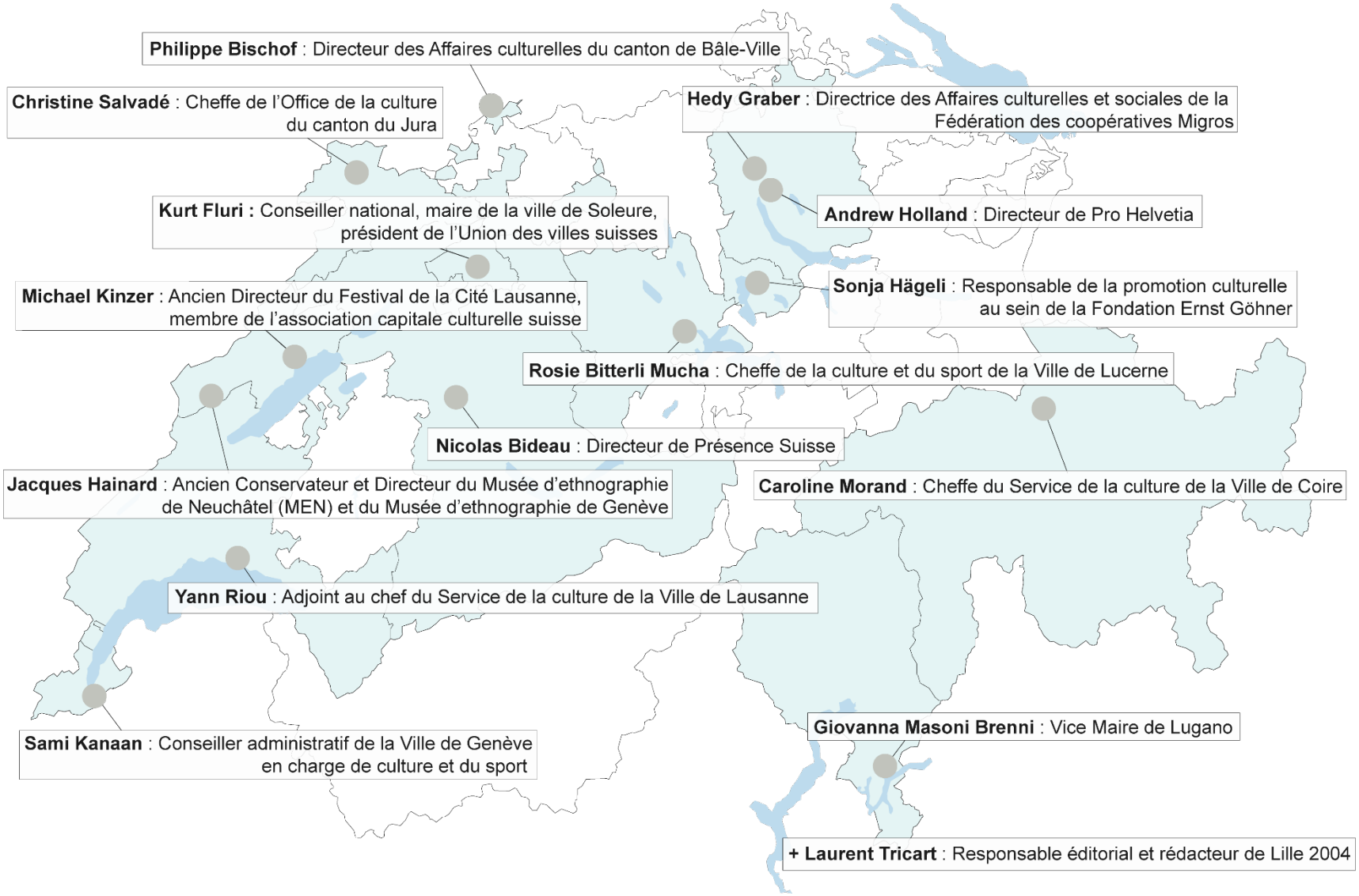


Figure 20 : Personnalités rencontrées dans le cadre des entretiens semi-directifs.

RÉSULTATS ET ANALYSES

4. CONSTRUCTION DU PROJET

« *C'est toujours bien d'avoir des utopies parce que cela déchaîne un processus de réflexion qui peut aller plus loin que ce qu'on avait pu s'imaginer au début* » (Andrew Holland).

La première partie des résultats s'intéresse à la mise en œuvre du concept imaginé par l'Association Capitale culturelle suisse. En confrontant le projet initial au modèle européen et à ses déclinaisons, il s'agit d'affiner son architecture. Organisée en cinq thématiques – objectif, financement, porteur, concept et lien avec les Expositions nationales –, cette réflexion s'appuie également sur l'expertise des personnalités rencontrées.

Précision liminaire, les villes suisses ne peuvent pas aspirer au titre de Capitale européenne de la culture. En effet, le pays ne participe pas au programme-cadre « Europe Créative » – qui se partage entre le volet « MEDIA » pour le secteur cinéma et « Culture » pour les secteurs culturel et créatif. Certes, en vertu du Règlement N° 1295/2013 du Parlement européen et du Conseil, la Suisse pourrait intégrer « Europe Créative » sur la base d'un accord bilatéral ; toutefois, les négociations sont toujours en cours (courriel de Cristina Verones du Département fédéral des affaires étrangères)[86]. Si Bâle avait accueilli le mois culturel européen en 2001 – miniature des Capitales européennes de la culture organisée entre 1992 et 2003 –, étant donné que l'action européenne ne permet plus les candidatures de villes issues de pays non membres et que la Suisse ne participe pas au sous-programme « Culture », l'accession d'une cité helvétique au titre de Capitale européenne de la culture reste donc pour l'heure impossible.

Avant de commencer cette partie analytique, il faut également souligner que la plupart des personnalités rencontrées ont manifesté leur intérêt pour la proposition de l'Association Capitale culturelle suisse : « *je trouve que l'idée est très bonne, c'est très attrayant* » (Giovanna Masoni Brenni) ; « *je pense qu'il y a un gros coup à jouer ; j'y crois* » (Nicolas Bideau) ; « *je pense que cette idée est intéressante* » (Kurt Fluri). Si la découverte d'un projet en construction obligeait souvent les répondants à observer un temps de réflexion, à l'issue des entretiens, et sous réserve de quelques modifications du concept initial, la très grande majorité se montrait enthousiaste. Tous les acteurs actifs au sein d'administrations communales envisageraient ainsi sérieusement une candidature si une telle action venait à exister : « *moi j'aimerais bien ! Lugano "Capitale culturelle suisse", ça serait magnifique !* » (Giovanna Masoni Brenni) ; « *oui, Soleure serait certainement candidate ; pourquoi pas ? Toutefois, à cause des ressources limitées, peut-être que nous serions candidats avec une autre ville* » (Kurt Fluri) ; « *ça vaudrait vraiment la peine d'y réfléchir. Mais plutôt oui* » (Sami Kanaan) ; « *oui, bien sûr, obtenir ce label serait très intéressant* » (Philippe Bischof) ; « *sans doute que Lausanne serait candidate à un moment donné, mais peut-être pas tout de suite* » (Yann Riou) ; « *oui, à mon avis, de quelques manières, Lucerne serait candidate* » (Rosie Bitterli Mucha) ; « *je pense si ce label existait, toutes les villes seraient candidates. Si vous ne l'êtes pas, ça veut dire que vous n'avez pas de culture* » (Hedy Graber) ; « *évidemment, ça intéresserait toutes les villes* » (Jacques Hainard). Bien entendu, toutes les personnalités rencontrées insistaient sur la teneur personnelle de ce préavis ; ces propos n'engagent donc pas les institutions ou les collectivités auxquelles elles appartiennent. Toutefois, sans préjuger de la représentativité de ces déclarations, elles témoignent de la pertinence du projet. Celui-ci se voit d'ailleurs renforcé par la réputation des acteurs qui en sont à l'origine : « *ce qui est bien dans ce projet, c'est qu'il est signé par Daniel Rossellat ; c'est une vraie garantie* » (Nicolas Bideau). Il est cependant apparu nécessaire à la totalité des participants de transformer le concept imaginé par l'Association Capitale culturelle suisse. C'est donc ce que se propose de faire le présent chapitre.

[86] Quelques informations à ce sujet sont disponibles sur le site du Département fédéral des affaires étrangères : https://www.eda.admin.ch/dea/fr/home/verhandlungen-offene-themen/verhandlungen/creative-europe.html.

4.1. OBJECTIFS

Pour commencer cette deuxième partie, il s'agit d'imaginer des objectifs à une adaptation suisse des Capitales européennes de la culture. Cette réflexion repose sur l'étude du programme originel et des nombreuses déclinaisons auquel il a donné vie. Avec ce travail, qui s'appuie sur les fondations du cadre théorique et qui se nourrit des observations des acteurs culturels et politiques rencontrés, le dessein est de tracer à grands traits les contours de ce qui n'est encore qu'une intention. L'ébauche s'affinera au fil des apports des différents chapitres.

Le document de travail de l'Association Capitale culturelle suisse propose des objectifs qui fondent un bon point de départ. Pour elle, « *la Capitale culturelle suisse doit, entre autres : Afficher une ambition culturelle et sociale ; Présenter la richesse artistique et culturelle du pays ; Accueillir toutes les formes d'expression artistique ; Stimuler les créations et assumer la diversité culturelle suisse ; Gagner l'adhésion des acteurs culturels et politiques ; Susciter la sympathie et l'intérêt du grand public ; Proposer plusieurs lieux scéniques temporaires ; Dynamiser l'attractivité du site qui l'accueille à moyen, voire à long terme* » (Association CCS 2014, 4). Ces objectifs correspondent-ils aux exigences d'un projet de cette envergure ?

4.1.1. CAPITALES EUROPEENNES DE LA CULTURE

Présentés brièvement dans le cadre théorique de cette recherche (page 44), les objectifs du programme des Capitales européennes de la culture se divisent entre objectifs généraux et objectifs spécifiques. Pour les premiers, l'alinéa I de l'article 2 de la décision n° 445/2014/UE du Parlement européen et du Conseil de l'Union européenne indique que l'action doit : « *a) sauvegarder et promouvoir la diversité des cultures en Europe, et mettre en valeur les traits caractéristiques communs qu'elles partagent, tout en renforçant chez les citoyens le sentiment d'appartenance à un espace culturel commun ; b) favoriser la contribution de la culture au développement à long terme des villes conformément à leurs stratégies et priorités respectives* » (Parlement européen et Conseil de l'Union européenne 2014). Si le premier sous-alinéa – a) – correspond bien à la volonté des fondateurs de cette action, soit le rapprochement entre Européens par la construction d'une communauté culturelle, et pas seulement économique, le second – b) – donne la responsabilité à la culture de participer au développement des villes à long terme. Amorcée à la suite de la candidature de Glasgow 1990 – pour la première fois dans l'histoire des Capitales européennes de la culture, les festivités permirent la régénération de secteurs ayant souffert de la désindustrialisation –, cette reconsidération du potentiel des activités culturelles ne s'est pas ralentie au fil du programme ; au contraire, la culture comme agent du développement des villes fait désormais partie des objectifs prioritaires. Ce mouvement ne fut d'ailleurs pas du goût de tous. Certains acteurs culturels, comme Spyros Mercouri (frère de l'instigatrice de cette action), déclarèrent regretter le dévoiement de la culture en un prétexte d'investissement dans des infrastructures (Mittag 2013). Point de vue partagé d'ailleurs par l'une de nos répondantes, Hedy Graber[87] : « *à l'époque, j'avais été plutôt critique par rapport à ce programme, et j'ai un peu gardé cette attitude, parce que je ne voyais pas l'investissement dans la culture elle-même ou dans une sorte de culture contemporaine actuelle ; je voyais plutôt des investissements dans des bâtiments* » (Hedy Graber).

En ce qui concerne les quatre objectifs spécifiques de l'action européenne, le premier d'entre eux assigne au programme la mission « *a) [d'] accroître l'étendue, la diversité et la dimension européenne de l'offre culturelle dans les villes, y compris par la coopération transnationale* » (Parlement européen et Conseil de l'Union européenne 2014). L'accent est mis en premier lieu sur l'offre culturelle locale, qui doit donc profiter du label européen pour s'étoffer tout en valorisant son *européanité*. Ce point s'avère l'un des plus discutés du programme. En effet, outre la complexité méthodologique inhérente à la mesure de cet élément peu tangible, le plus souvent, les villes ont plutôt l'ambition de se placer parmi les villes « internationales » que de valoriser leur dimension européenne ou d'établir des liens avec d'autres États membres (Garcia and Cox 2013). La littérature montre ainsi que, malgré les promesses des phases de candidature, les

[87] Elle a confié par ailleurs avoir rencontré Spyros Mercouri à plusieurs reprises, dans le cadre d'un groupe de réflexion qui réunissait plusieurs acteurs culturels européens.

préoccupations locales prévalent systématiquement. Les trois objectifs spécifiques qui complètent l'article 2 de la décision n° 445/2014/UE expriment des volontés d'ordres divers : « *b) élargir l'accès et la participation à la culture ; c) renforcer les capacités du secteur culturel et ses liens avec d'autres secteurs ; d) améliorer l'image internationale des villes grâce à la culture* » (Parlement européen et Conseil de l'Union européenne 2014). Le second sous-alinéa témoigne d'une volonté de concerner la population. Il ne s'agit donc pas d'un programme qui s'adresse aux seuls milieux culturels, mais bien d'une fête « populaire », qui vise à amener la population vers la culture (et vers l'Europe)[88]. Le troisième sous-alinéa cherche à améliorer la capacité du secteur culturel des villes hôtes et appelle à ce que les festivités soient l'occasion de collaborations des milieux culturels avec d'autres domaines. Les considérations qui introduisent cette décision renseignent sur ces derniers : « *il importe que les villes détentrices du titre cherchent à renforcer les liens entre, d'une part, leurs secteurs culturels et créatifs et, d'autre part, des secteurs tels que ceux de l'éducation, de la recherche, de l'environnement, du développement urbain ou du tourisme culturel* » (Parlement européen et Conseil de l'Union européenne 2014). Comme dans le cadre d'« *Europe créative* »[89] (les objectifs des Capitales européennes de la culture doivent d'ailleurs selon cette décision s'inscrire « *dans le droit fil* » des objectifs de ce programme), le recours à l'intitulé *secteur créatif* témoigne de l'influence des milieux académiques, et, plus particulièrement, des travaux de Florida (voir cadre théorique). Enfin, nous y reviendrons dans le chapitre qui s'attarde à l'impact potentiel de la mise en place de telles manifestations à un niveau local, le quatrième sous-alinéa de l'article 2 cherche à améliorer l'image des villes lauréates par le truchement de la culture. Le but n'est pas simplement d'accroître leur notoriété, mais aussi de changer la réputation de certaines cités (Marseille et l'insécurité, Glasgow et la désindustrialisation, etc.).

En résumé, les objectifs posés par la décision du Parlement européen et du Conseil de l'Union européenne ont ajouté à l'ambition de fondateurs d'abord intéressés par la mise en évidence de « *la richesse culturelle et la diversité des villes en Europe, tout en mettant en évidence l'héritage culturel commun et la vitalité des arts* » (résolution du Conseil de l'Union européenne de 1985, citée par Garcia and Cox 2013, 41) – sans toutefois qu'un cadre législatif soutînt cette volonté –, la volonté de tirer profit du programme pour favoriser le développement des villes européennes sur le long terme. Malgré la fortune diverse des villes lauréates, le nombre croissant de candidatures au titre de Capitales européennes de la culture témoigne du potentiel du programme en la matière, ce que confirme d'ailleurs la décision qui encadre cette action : « *le bilan des Capitales européennes de la culture à ce jour prouve qu'elles disposent du potentiel nécessaire pour servir de catalyseur du développement local et du tourisme culturel* » (Parlement européen et Conseil de l'Union européenne 2014). Pour conclure, et comme apport principal au projet de l'Association Capitale culturelle suisse, les objectifs européens, qui associent la volonté de valoriser la culture à l'ambition d'un développement des villes hôtes, en restant à la fois assez précis pour permettre certaines exigences et suffisamment flexibles pour ne pas donner trop de rigidité au programme, représentent une bonne source d'inspiration. Cette combinaison entre objectifs identitaires et économiques pourrait s'appliquer au territoire suisse ; bien sûr, la diversité culturelle et les disparités économiques s'y révèlent bien moindres que celles qui existent entre les territoires européens. Comment ces objectifs ont-ils été adaptés dans les diverses déclinaisons des Capitales européennes de la culture qui ont émergé ces dernières années dans diverses parties du monde ?

[88] Cette volonté se retrouve d'ailleurs dans un autre article de la décision qui explique que l'évaluation des festivités se fera notamment par l'appréciation de « *la stratégie globale pour toucher un public plus large et, en particulier, le lien établi avec le milieu éducatif et la participation des écoles* » (Parlement européen et Conseil de l'Union européenne 2014).

[89] Soit le programme de l'Union européenne pour l'encouragement des secteurs audiovisuel et culturel : http://www.europecreativefrance.eu/.

4.1.2. AUTRES PROGRAMMES

Le plus souvent, les programmes inspirés du modèle des Capitales européennes de la culture ne sont pas encadrés par des dispositions législatives ; les objectifs qu'ils poursuivent se découvrent donc dans d'autres textes. Porté par le *Department for Culture Media & Sport* du Gouvernement du Royaume-Uni, l'un d'entre eux, le *UK City of Culture*, se dévoile dans un guide destiné à accompagner les villes candidates. L'article 7 de ce document présente l'objectif général de cette action :

« *The overall aim of the UK City of Culture programme is to encourage the use of culture and creativity as a catalyst for change, to promote the development of new partnerships and to encourage ambition, innovation and inspiration in cultural and creative activity. Cities and areas that bid for the title will need to spell out their own vision for UK City of Culture and how they will use it in making a step change in their area and creating a lasting legacy* » (Department for Culture Media & Sport 2013a).

Ici, la volonté de construction d'une communauté culturelle, ou, au moins, d'un point de rencontre entre les nations qui composent le Royaume-Uni[90] s'efface au profit d'une vision plus « utilitariste » de la culture. Certes, les disparités culturelles s'avèrent bien moindres que celles qui existent entre les États membres de l'Union européenne, mais le regain du régionalisme dans certaines des nations qui forment le Royaume-Uni (Cole 2015), avec, en point d'orgue, le référendum sur l'indépendance de l'Écosse de 2014 – refusé toutefois par 55,4 % des votants –, contraste avec l'absence de réflexions de cet ordre dans les objectifs du projet[91]. Cette situation découle de l'impact très fort au Royaume-Uni d'exemples médiatisés de reconversion de friches industrielles par la culture (les docks de Liverpool, les quais de Salford-Manchester, les rives de la Tyne à Newcastle), qui sont devenus « *un modèle incontournable du renouveau urbain postindustriel dans le pays* » (Bailoni 2014, 2). L'influence de ce modèle – qui pour certains auteurs commence à atteindre ses limites (Cox and O'Brien 2012) – se ressent donc très fortement dans le label *UK City of Culture* plutôt pensé comme le catalyseur potentiel du renouveau de territoires désindustrialisés ou démarqués que comme l'opportunité d'une convergence entre les diverses identités culturelles du Royaume-Uni. Cette orientation le distingue des nombreux autres programmes qui ont émergé à travers le monde à partir du modèle européen.

En effet, bien que leurs objectifs ne soient pas toujours très facilement identifiables – littérature négligeable, notoriété limitée, absence de texte législatif, faible transparence de certaines organisations, site internet inexistant, etc. – la plupart des initiatives inspirées de l'action européenne semblent d'abord les instruments d'organismes interétatiques désireux de favoriser la collaboration entre leurs membres et d'améliorer leur visibilité (Ligue arabe, Organisation des États américains, Association des Nations de l'Asie du Sud-Est, Organisation internationale de la culture turque, etc.). Portée par l'*International Bureau of Cultural Capitals* et soutenue par l'Organisation des États américains (OEA), l'initiative *Capitales de la Culture des Amériques* – qui s'adresse depuis 1997 « *à tous les pays des Amériques* » – affiche les trois objectifs suivants : « *être un instrument d'intégration interaméricaine dans tous les domaines de la culture ; contribuer à une meilleure connaissance entre les peuples du continent américain, en respectant leur diversité nationale et régionale, et également en mettant en valeur leur patrimoine culturel commun ; promouvoir les villes nommées Capitale de la Culture des Amériques dans l'hémisphère américain et dans le reste du monde, et aussi établir de nouveaux ponts de coopération avec les autres continents qui ont établi des Capitales culturelles* »[92]. Ici, la culture comme opportunité du développement des villes disparaît au profit d'une volonté d'intégration interaméricaine. Cette valorisation de l'appartenance à une aire culturelle commune forme également le cœur du programme *East Asia City of Culture* – qui cherche à favoriser la compréhension mutuelle entre le Japon, la Corée du Sud et la Chine[93] – et de celui des *Capitales arabes de la culture* – qui poursuit les objectifs suivants : « *promouvoir une action culturelle*

[90] Angleterre, Écosse, Pays de Galles et Irlande du Nord.
[91] Signalons qu'à l'heure d'écrire ces lignes, les conséquences du « Brexit » restent inconnues : http://www.walesonline.co.uk/news.
[92] http://cac-acc.org/present.php?lang=fr.
[93] http://www.chinadaily.com.cn/culture/2016-01/08/content_22991079.htm.

commune aux pays arabes, renforcer les accords bilatéraux entre eux, favoriser une intégration au niveau national et à l'échelle des pays arabes »[94]. Dans une perspective assez proche, mais avec une composante identitaire encore plus importante, d'autres programmes mettent l'accent sur la préservation d'une culture disséminée à une échelle transnationale (les Capitales culturelles du monde turc) ou minoritaire à l'intérieur d'un État (Capitale de la culture catalane). Plutôt que de construire une identité culturelle commune, il s'agit ici de défendre une culture menacée soit, par exemple, par la distance géographique ou le risque de dissolution dans un État-nation.

À la lecture des objectifs des actions inspirées des Capitales européennes de la culture, une grande diversité se révèle. Le modèle original a en effet été adapté de manière très variée, le plus souvent, au gré de l'ambition des porteurs. Ainsi, il faut distinguer les programmes désireux d'utiliser la culture comme moyen de sauvegarde d'une identité culturelle, ceux qui cherchent à créer ou à renforcer le sentiment d'appartenance à une communauté culturelle et ceux qui espèrent d'un tel programme qu'il participe au développement des villes hôtes – création d'emplois, tourisme, stratégies de rénovations urbaines. Cette typologie se caractérise toutefois par la porosité de ses frontières ; la plupart de ces initiatives ne poursuivent pas un seul et unique but. À l'instar des *ASEAN City of Culture*, certains affichent des objectifs que l'on pourrait qualifier de mixtes : « *its objectives are to strengthen the ASEAN identity and raise the profile of ASEAN in the region and internationally, to celebrate ASEAN's unique and rich culture and promote the growth of the region's creative industries* » (Asia-Europe Foundation 2015, 74). En résumé, ces programmes dépendent des acteurs qui les imaginent et, le plus souvent, il semblerait que ces derniers délaissent la création culturelle au profit d'autres ambitions. Les objectifs affichés dans le modèle européen paraissent moins tributaires de la seule volonté d'un organisme, mais bien le résultat d'une démarche réfléchie en commun, ayant évoluée au fil de 30 années d'expérience. Parvenu à maturité, l'action présente un équilibre entre objectifs culturels, économiques et sociaux, en laissant aux villes une certaine liberté, selon leurs priorités respectives.

[94] http://www.alecso.org/site/2015-11-05-10-00-46.html. Traduction de Mariam Jaouadi, assistante en Informatique de gestion à la Haute école de gestion Arc.

4.1.3. RECOMMANDATION

Précédant le raisonnement sur lequel elle repose, une proposition d'objectifs pour une adaptation helvétique de l'action européenne engage ce chapitre :

1. Promouvoir la culture en Suisse et valoriser sa diversité.
2. Contribuer par la culture au développement à long terme des territoires, selon leurs besoins respectifs.

Point central de l'action européenne et de ses nombreuses adaptations, la culture se trouve également au cœur de l'initiative de l'Association Capitale culturelle suisse. Toutefois, la plupart des actions de ce type ne proposent pas de définition pour le mot culture ; cette absence leur permet d'user de la polysémie du terme. En effet, comme l'explique le cadre théorique, la culture peut faire référence à l'ensemble des attitudes, croyances ou valeurs communes à un groupe, mais aussi évoquer les activités intellectuelles, morales et artistiques des individus (Throsby 2010, 4). Ainsi la plupart des programmes dont il a été fait mention ici ne précisent pas le sens qu'ils donnent au terme, utilisé pourtant systématiquement dans l'intitulé de leurs actions. En fait, seul le guide de soutien aux candidatures des *UK Cities of Culture* fournit quelques explications à ce sujet : « *culture is generally taken to include the following areas: arts (including visual arts, literature, music, theatre and dance), architecture, crafts, creative industries, design, heritage, historic environment, museums and galleries, libraries, archives, film, broadcasting and media* » (Department for Culture Media & Sport 2013a). Une fois encore, ce programme se révèle très pragmatique ; il évacue les questions liées au renforcement de la communauté culturelle que constitue le Royaume-Uni. Dans le cas de la présente recherche, et même si les disparités culturelles entre les différentes régions de Suisse s'avèrent à l'évidence moins marquées que celles que l'on peut trouver en Europe, un tel programme pourrait servir la promotion des activités culturelles, mais il pourrait également devenir l'occasion d'une rencontre entre les habitants du pays, donc un outil de consolidation de la cohésion nationale[95]. À cette fin, s'éloignant du modèle britannique le premier des deux objectifs proposés à l'introduction de ce chapitre use donc de la polysémie du mot culture.

Œuvrer à l'amélioration de la cohésion nationale ne signifie pas rechercher l'uniformisation du territoire. Au contraire, un tel projet pourrait également devenir l'occasion de valoriser la diversité culturelle du pays. En ratifiant en 2008 la Convention de l'UNESCO pour la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles, la Suisse s'est engagée à préserver sa diversité culturelle, spécificité historique de la Confédération. Cette convention exhorte le pays à rédiger périodiquement un rapport sur la situation nationale en la matière[96]. Selon le rapport de 2012, « *la diversité culturelle fait intrinsèquement partie de la conception de l'État suisse. La cohabitation historique de quatre langues et cultures différentes dans l'espace restreint qui le caractérise, associée à la présence de cultures issues de populations d'origines variées, a amené la Confédération helvétique à considérer de longue date le principe de la diversité culturelle dans sa Constitution, son appareil politique et administratif et ses mesures de politique culturelle* » (Office fédéral de la culture 2012b, 1). La prise en compte de cette diversité précède toutefois la ratification de la Convention de l'UNESCO ; en effet, l'article 2 alinéa II de la Constitution fédérale suisse impose à la Confédération de favoriser « *la prospérité commune, le développement durable, la cohésion interne et la diversité culturelle du pays* ». Si cette diversité a pu troubler la construction nationale suisse (D. Froidevaux 1997), il semble que c'est elle qui devient désormais menacée. En effet, selon un rapport du Département fédéral de l'intérieur au sujet de la ratification de la Convention de l'UNESCO : « *on observe au niveau international un déséquilibre des flux et des échanges des biens et services culturels. Ce déséquilibre se traduit notamment par une tendance de plus en plus marquée à l'uniformisation des contenus culturels.*

[95] Cela ne doit toutefois pas être un objectif prioritaire – cela pourrait en effet « surcharger » le programme –, mais plutôt une conséquence de l'existence de cette action. Ce point sera traité plus en détail dans le chapitre 5.3.2.
[96] http://www.bak.admin.ch/themen/04118/04119/04462/index.html?lang=fr.

Certains pays voient l'accès au marché de leurs biens et services culturels compromis du fait notamment de l'absence de politiques appropriées, du manque de mesures incitatives à la création, de l'insuffisance des investissements et de l'inexistence de mécanismes de promotion. La diversité de l'offre culturelle sur le marché intérieur est ainsi limitée par l'afflux de produits culturels étrangers bon marché » (Département fédéral de l'intérieur 2006, 6). Si cette vision élude les phénomènes syncrétiques qui peuvent exister, c'est-à-dire lorsque des cultures sous influence extérieure s'approprient les codes de la culture « dominante » pour créer une forme culturelle hybride (Mattelart 2008, 13), elle témoigne d'une crainte de la Confédération vis-à-vis d'un mouvement d'uniformisation des contenus culturels et elle atteste de l'absence d'outils susceptibles de le réfréner ; le projet imaginé par l'Association Capitale culturelle suisse se propose de remplir ce manque. À cette fin, et en accord avec l'une des préoccupations principales de cette étude (placer le local au centre), la seconde partie du premier objectif proposé ci-dessus (« … *valoriser sa diversité* ») souligne donc l'importance de valoriser la diversité culturelle du pays.

Conformément à la volonté de l'association à l'origine de cette recherche, le second objectif proposé ici vise à ce qu'un tel projet contribue au développement à long terme des territoires *(« contribuer par la culture au développement à long terme des territoires […] »)*. Comme l'explique le cadre théorique de cette étude, les pouvoirs publics espèrent de plus en plus de la culture qu'elle soit utile aux territoires dont ils ont la charge (en termes de retombées économiques, transformations d'espaces publics, amélioration de l'attractivité, etc.). Le cadre stratégique en matière de culture de la Commission européenne affirme par exemple qu'il est important d'agir dans les secteurs de la culture et de la création, car : « *ils occupent une place croissante dans l'économie et sont résistants ; ils génèrent de plus en plus d'emplois ; ils contribuent à l'innovation dans d'autres secteurs, tels que celui des technologies de l'information et de la communication ; les expériences antérieures montrent que les investissements dans des initiatives du secteur de la culture peuvent apporter des résultats exceptionnels ; le secteur de la culture souffre d'un manque de soutien stratégique et d'investissements financiers* »[97]. Si, à l'aune de la première partie de la présente étude, il s'avère nécessaire de tempérer quelque peu cette vision sans doute trop optimiste, en évitant notamment les solutions passe-partout ou les investissements à court terme, il reste que la plupart des recherches s'accordent sur l'impact potentiel de la culture. Sans la réduire à cette unique ambition, il semble donc qu'elle puisse contribuer au développement des territoires. Pour limiter les risques d'échecs, il s'agit cependant d'encourager une vision à long terme : l'organisation d'un évènement de ce type ne doit pas être une finalité pour les territoires, mais un objectif intermédiaire d'une stratégie planifiée sur le long terme (Soldo 2013). La culture doit donc contribuer au développement à long terme des territoires, et non en être l'unique agent. Enfin, il s'agit d'étendre la portée du terme développement au-delà de la seule logique économique. En s'inspirant de la typologie de Sacco (Sacco, Blessi, and Nuccio 2009), d'autres éléments peuvent être concernés : le développement de l'offre culturelle et sa démocratisation, l'amélioration de la gouvernance, de l'inclusion sociale, de l'attractivité touristique, etc. La difficulté réside dès lors dans la recherche de l'équilibre entre ces objectifs économiques, culturels et sociaux, tout en évitant les promesses irréalistes, car : « *on ne peut pas espérer de ce genre de démarches culturelles qu'elles règlent tous les problèmes non plus* » (Sami Kanaan).

La deuxième partie du second objectif proposé au début de ce chapitre (« *… selon leurs besoins respectifs* ») insiste sur l'importance de la prise en compte du terreau local. Les nombreux exemples de la partie théorique de cette étude le montrent, répliquer les mêmes méthodes sans respecter les spécificités des territoires accroît sensiblement les risques d'échecs. Dans le cadre d'un évènement culturel itinérant dans le pays tel que celui imaginé par l'Association Capitale culturelle suisse, une attention particulière doit être accordée à ces questions-là ; une simple transcription des autres modèles qui existent ne s'avérerait sans doute pas très féconde. À l'évidence, la situation des villes suisses est très différente de ses voisines européennes : « *le concept des Capitales européennes de la culture a surtout été pensé pour des villes qui avaient eu une histoire difficile, qui avaient subi la crise, qui étaient en déshérence et qu'il fallait réactiver en utilisant un label, etc., (…) comment comparer ça avec un pays qui a probablement du marketing*

[97] http://ec.europa.eu/culture/policy/strategic-framework/index_fr.htm.

territorial à faire, mais qui n'est pas du marketing territorial qui part du même endroit et qui vise les mêmes objectifs. (…) Le changement d'image en Suisse, il doit se faire à un autre endroit, parce que le point de départ n'est pas le même » (Laurent Tricart). Il faut donc privilégier un modèle assez flexible pour que les territoires puissent l'adapter à leurs besoins respectifs : « *au lieu d'avoir un format qu'on prend et qu'on met sur chaque ville, il serait beaucoup plus intéressant que chaque ville mène sa propre réflexion. Que veut-elle ? Les buts pourraient être absolument différents, ou pareils, ça dépend. (…)* O*n devrait garder une certaine flexibilité pour avoir un projet plus proche des besoins d'une ville, pour l'aider à vraiment se développer* » (Andrew Holland).

Voici donc les buts qui pourraient servir de base à une adaptation suisse des Capitales européennes de la culture. Bien entendu, la culture, dans les deux acceptions du terme, en forme le centre. L'objectif principal serait de promouvoir les activités artistiques (dans leur grande variété) et de valoriser la diversité culturelle nationale. En réponse à une mondialisation qui, selon le rapport du Département fédéral de l'intérieur au sujet de la ratification de la Convention de l'UNESCO, uniformise les contenus culturels et menace la diversité culturelle, la mise en lumière d'un territoire et de ses spécificités culturelles pourrait servir à préserver cette diversité et à accompagner son évolution. En outre, l'instauration d'un tel programme pourrait devenir l'occasion de contribuer par la culture au développement des territoires. L'exemple européen le montre, l'obtention du titre de Capitale culturelle a permis à de nombreuses villes de rénover ou de créer des infrastructures (le plus souvent culturelles, mais pas seulement), d'améliorer leur notoriété, de stimuler l'économie locale, de renforcer l'attachement des habitants, etc. Toutefois en l'absence de vision à long terme ou de considération pour le terreau local, ces effets positifs peuvent sinon disparaître, au moins s'atténuer.

4.2. FINANCEMENT

Les objectifs du projet définis au chapitre précédent, il s'agit désormais de s'intéresser à sa mise en œuvre, en commençant par la recherche d'un modèle de financement. Pour ce faire, la proposition élaborée par l'association a été soumise au jugement des acteurs culturels et politiques rencontrés dans le cadre de cette recherche puis confrontée à d'autres programmes de ce type. À la lumière de ces deux étapes, une proposition rénovée est apparue.

4.2.1. PROPOSITION DE L'ASSOCIATION CAPITALE CULTURELLE SUISSE

Sans surprise, la question du financement d'un tel projet occupa une partie importante des entretiens semi-directifs menés dans le cadre de cette étude. Les échanges à ce sujet débutaient par la présentation du modèle imaginé par l'Association Capitale culturelle suisse qui, selon le document de présentation du projet, avait envisagé le financement suivant :

« *La Confédération pourrait allouer un budget de 120 à 150 millions de francs s'adaptant selon des facteurs techniques afin que l'enveloppe représente des moyens identiques d'une édition à l'autre. Un fonds pour la Capitale culturelle suisse pourrait être créé et alimenté annuellement par les autorités fédérales. Dans l'exemple, 24 à 30 millions/an sont affectés au fonds* » (Association CCS 2014).

Dans ce modèle, la Confédération subventionne l'intégralité du programme, avec des sommes qui, en comparaison de ses dépenses culturelles annuelles (300 millions), paraissent conséquentes. Ce point sera traité dans un chapitre ultérieur, mais l'importance de ce financement découle du fait qu'un « *projet d'investissement dans un projet culturel immobilier majeur doit figurer au budget* » (Michael Kinzer) et que l'association construit son projet comme un substitut au programme des Expositions nationales. Il reste que cette proposition a suscité de nombreuses objections chez les acteurs culturels et politiques rencontrés dans le cadre de cette étude. Parmi celles-ci, trois méritent une attention particulière.

Premièrement, pour beaucoup d'entre eux, la période semble peu propice à l'augmentation des dépenses fédérales : « *si l'on considère la situation actuelle des finances, ce n'est certainement pas le meilleur moment pour proposer un tel projet* » (Andrew Holland) ; « *c'est très cher… Comme je connais les finances fédérales et les finances de l'OFC, je pense que ce n'est pas réaliste* » (Kurt Flury) ; « *à l'heure actuelle, la tendance est plutôt aux économies ; il n'y a aucune chance de sortir des budgets en plus* » (Nicolas Bideau) ; « *je trouve que ce sont des sommes très conséquentes, surtout lorsque l'on sait que Pro Helvetia a du mal à voir ses moyens augmenter* » (Yann Riou). Cette liste (non exhaustive) de réactions sinon négatives tout au moins dubitatives face à la proposition de l'association doit être mise en lien avec la politique de rigueur budgétaire mise en place par la Confédération depuis quelques années. En effet, à l'heure du frein à l'endettement, qui réduit la marge de manœuvre de la Confédération, de l'incertitude liée à la troisième réforme de l'imposition des entreprises – le coût total pour les finances fédérales devrait avoisiner 1,3 milliard de francs[98] –, d'un Parlement suisse qui a vu la présence des partis de droite conservatrice s'accentuer lors des dernières élections[99] et de l'annonce par le conseiller fédéral chargé des Finances de la nécessité d'économiser trois milliards de francs en 2018 et 2019[100], la conjoncture ne paraît pas très favorable à une telle dépense. La création d'un fonds annuel d'environ 30 millions de francs telle que le propose l'Association Capitale culturelle suisse ne survivrait donc certainement pas à un passage devant le Parlement suisse. Pour preuve, alors que le projet de l'association représenterait un accroissement de plus de 13 % par année dans les budgets culturels de la Confédération, l'augmentation de 3.4 % du budget annuel entre le message concernant l'encouragement de la culture de la période 2012 à 2015 et celui de la période 2016-2020, finalement acceptée, fut déjà sujet à des débats houleux[101]. Cette

[98] http://www.news.admin.ch/NSBSubscriber/message/attachments/39717.pdf.
[99] http://www.swissinfo.ch/fre/.
[100] http://www.letemps.ch/suisse/2016/05/09/suisse-devra-economiser-3-milliards-plus-avertit-ueli-maurer.
[101] Des comptes rendus de ces débats peuvent être trouvés ici : https://www.parlament.ch/fr/ratsbetrieb/suche-curia-

proposition paraît donc survenir dans un climat peu favorable : « *si on prend la réalité politique d'aujourd'hui, je ne peux pas m'imaginer comment on pourrait convaincre le Parlement fédéral* » (Andrew Holland). Il semblerait ce modèle soit « *totalement irréaliste* » (Hedy Graber).

En outre, selon une réponse donnée par la Commission de la science, de l'éducation et de la culture à une initiative parlementaire de l'ancien conseiller national Karl Tschuppert lors de la session d'automne 2003 – ce radical soleurois voulait inscrire annuellement 25 millions de francs au budget de la Confédération pour garantir le financement d'une prochaine Exposition nationale –, la constitution de fonds spéciaux paraît impossible : « *sur le plan juridique, la proposition de notre collègue Tschuppert fait difficulté. En effet, la création de fonds spéciaux est contraire au principe de gestion financière défini à l'article 2 de la loi fédérale sur les finances de la Confédération ; et l'article 12 stipule même que "les fonds spéciaux sont des fonds attribués à la Confédération par des tiers qui les ont grevés de charges"* »[102]. Cette situation était connue des membres de l'Association Capitale culturelle suisse : « *nous avions parlé avec Jean-Frédéric Jauslin, qui était à l'époque directeur de l'OFC, et également avec Alain Berset, au début du projet. Il avait une ouverture pour l'idée, un certain intérêt pour elle, il la trouvait séduisante. Toutefois, nous avons directement buté vers ces deux personnes à une certaine difficulté liée à la législation ; les règlementations politiques ne permettent pas de libérer comme ça des budgets* » (Michael Kinzer).

Deuxièmement, au-delà des difficultés inhérentes à l'obtention de financements fédéraux, beaucoup de répondants ont estimé la proposition de l'association comme étant peu conforme au principe de subsidiarité. Comme le rappelle le préambule du texte de la Convention entre les villes, les communes, les cantons et la Confédération sur laquelle repose le Dialogue national sur la politique culturelle suisse : « *l'art. 69 de la constitution fédérale rappelle à cet égard la souveraineté des cantons dans le domaine de la culture, tout en prévoyant une compétence subsidiaire pour la Confédération pour "promouvoir les activités culturelles présentant un intérêt national… ". Les villes et les communes jouent bien sûr aussi un rôle essentiel dans ce domaine et leur engagement financier est souvent déterminant* » (Office fédéral de la culture 2012a, 2). En somme, le modèle vertical imaginé par l'association ne correspondrait pas aux coutumes du pays : « *la culture en Suisse fonctionne traditionnellement selon le principe de subsidiarité, lié au fédéralisme* » (Kurt Fluri) ; « *il faut parler de la logique d'un pays fédéraliste, décentralisé, avec (…) l'association des villes, les conférences des cantons, et un rôle très subsidiaire de la Confédération, écrit dans la loi* » (Andrew Holland) ; « *les villes soutiennent, puis les cantons, et après la Confédération… La subsidiarité, c'est toujours la condition* » (Caroline Morand). Dans un pays où la Constitution stipule que « *la culture est du ressort des cantons* » (art. 69 al. I Cst) et dans lequel le financement en la matière provient principalement des communes[103], un modèle centralisé paraît sans doute inapproprié.

Troisièmement, outre l'impossibilité probable d'un soutien fédéral et l'inadéquation au principe de subsidiarité, si la responsabilité du financement d'un tel programme devait échoir à la Confédération, les nombreuses exigences que cela supposerait ne manqueraient pas de lui conférer une rigidité qui pourrait, à terme, le compromettre. La désignation des lauréats ne dépendrait pas uniquement de la qualité de la candidature, mais bien davantage de la nécessité de respecter certains équilibres (linguistiques, politiques, géographiques, etc.). Dans le cas d'un financement central, le processus de sélection pourrait

---

vista/legislaturrueckblick?AffairId=20140096 ou dans le rapport réalisé par le Département fédéral de l'intérieur sur les résultats de la consultation ; le point de vue des opposants à une augmentation budgétaire y est d'ailleurs exposé : « *un petit nombre de participants demandent une coupe dans les ressources prévues dans le projet envoyé en consultation. CP et PLR souhaiteraient laisser les ressources financières au niveau de la période 2012 à 2015. Economiesuisse tient pour adéquate une croissance moyenne de 2,6 % au lieu de 3,4 % par rapport à la période précédente. L'USAM considère trop élevée une croissance supérieure à 3 %, mais ne plaide pas en faveur d'une croissance zéro. L'UDC demande une réduction à une somme globale inférieure au budget culturel actuel. Elle est d'avis qu'il faudrait renforcer la défiscalisation des dons servant à financer les projets culturels. Et enfin UP demande la fin de l'engagement de la Confédération dans le domaine culturel* » (Département fédéral de l'intérieur 2014, 33).

[102] https://www.parlament.ch/fr/ratsbetrieb/amtliches-bulletin/amtliches-bulletin-die-verhandlungen?SubjectId=6223.

[103] En 2013, le financement de la culture par les collectivités publiques en Suisse a atteint un montant total de 2,7 milliards de francs. Les communes ont versé 1,3 milliard (50,7 % du total), les cantons – auxquels il faut ajouter les montants provenant des loteries – un peu plus de 1 milliard (38 %), tandis que le financement de la Confédération a été d'un peu moins de 0,3 milliard (11 %) (http://www.bak.admin.ch/themen/04110/index.html?lang=fr).

donc devenir assez convenu : « *on peut déjà faire la liste des villes lauréates maintenant !* » (Hedy Graber). Il ne s'agit pas d'éluder le respect de certains équilibres, mais d'éviter qu'ils ne deviennent trop contraignants. En outre, il semble ainsi probable que la proposition de l'Association Capitale culturelle suisse, centrée sur les villes et dépendante d'un financement central provoquerait la désapprobation des campagnes, et donc, des cantons : « *les campagnes diront qu'on les a oubliées… Les agriculteurs descendront en tracteur sur la place fédérale… Ce n'est pas un risque, c'est mathématique* » (Jacques Hainard). Bien que délibérément caricaturale, cette affirmation éclaire sur les contestations auxquelles la Confédération pourrait s'exposer pour justifier des investissements de cette importance au seul profit des villes.

Ces points, retenus parmi d'autres objections moins récurrentes, ne forment pas une charge contre la proposition de l'association[104] ; une fois encore, celle-ci a rédigé le document de présentation du projet comme le point de départ d'une réflexion à approfondir. L'objectif était ici de relever les limites inhérentes à un financement de la Confédération. Ces dernières, sans doute indépassables, obligent à repenser cette question.

[104] De plus, « l'*Association est pleinement consciente qu'un financement centralisé au niveau confédéral représentait une certaine utopie, éloigné des habitudes suisses. C'est actuellement irréaliste, mais serait-ce vraiment une mauvaise idée ?* » (Michael Kinzer).

4.2.2. MODELE DE FINANCEMENT DES PROGRAMMES EN VIGUEUR

Au contraire des avatars successifs qu'elle a inspirés, l'action européenne se distingue par une transparence très utile à son analyse ; c'est en effet la seule qui soit encadrée d'un texte législatif et dont des rapports officiels évaluent les effets. En outre, au fil de son histoire, de plus en plus d'articles et d'ouvrages scientifiques l'ont retenue comme sujet d'étude. Bien que trente années d'existence aient fait évoluer les modalités de financement du programme, celui-ci a toujours échu majoritairement aux territoires organisateurs. En effet, la participation européenne n'a que très rarement dépassé les 5 % du budget d'exploitation des Capitales européennes de la culture (figure 22). Cette participation dépend de l'article 14 de la décision du Parlement européen et du Conseil de l'Union européenne qui réglemente le programme : « *la Commission peut octroyer à une ville désignée un prix en espèces en l'honneur de Melina Mercouri, sous réserve des fonds disponibles au titre du cadre financier pluriannuel applicable* » (Parlement européen et Conseil de l'Union européenne 2014). La figure 21 le montre, ce prix, dont l'intitulé rend hommage à l'instigatrice du projet, s'est accompagné du versement d'une somme de plus en plus importante, jusqu'à atteindre un plafond de 1.5 million d'euros, via le volet Culture du programme *Europe créative*. Indépendant de la taille de la ville sélectionnée ou de l'importance du programme culturel prévu, il représente une évolution significative dans l'histoire de l'action européenne : alors que les subventions étaient auparavant accordées automatiquement, depuis la création de ce prix, le financement dépend de la phase qui suit la désignation (Garcia and Cox 2013, 55). Pendant cette période préparatoire, la ville doit respecter les engagements pris au stade de la candidature, tenir compte des remarques du jury, présenter un budget stable permettant « *d'exécuter un programme culturel de qualité* », garantir l'indépendance de l'équipe artistique, valoriser son appartenance européenne (« *la stratégie marketing et de communication et les supports de communication utilisés par la ville désignée indiquent clairement le fait que l'action est une action de l'Union* ») et, enfin, mettre en place un plan de suivi et d'évaluation de l'incidence du titre sur son territoire (Parlement européen et Conseil de l'Union européenne 2014). Lorsque ces engagements sont respectés, les villes obtiennent – au plus tard à la fin du mois de mars de l'année des festivités – le prix Melina Mercouri et la somme qui l'accompagne (1.5 million euros, contre 100'000 euros lors des premières éditions). Cette série de conditions permet à la Commission de s'enquérir du devenir des villes lauréates à long terme, de garantir la réputation du label et d'essayer d'améliorer l'image et la cohésion d'une Union européenne sujette à de fréquentes remises en question. Bien que la participation financière européenne soit relativement modeste et conditionnelle[105], l'engouement suscité par le programme ne s'atténue pas avec les années. Les territoires ne concourent donc pas dans l'espoir d'une manne financière, sans contrepartie, mais sont d'abord attirés par le prestige du label.

[105] Il semble toutefois que, dans certains cas, l'obtention du titre ait permis de bénéficier des Fonds européens de développement régional FEDER (http://www.europarl.europa.eu/RegData/bibliotheque/briefing/2010/100107/LDM_BRI(2010)100107_REV2_FR.pdf). Ce fut le cas notamment à Liverpool ou à Pécs.

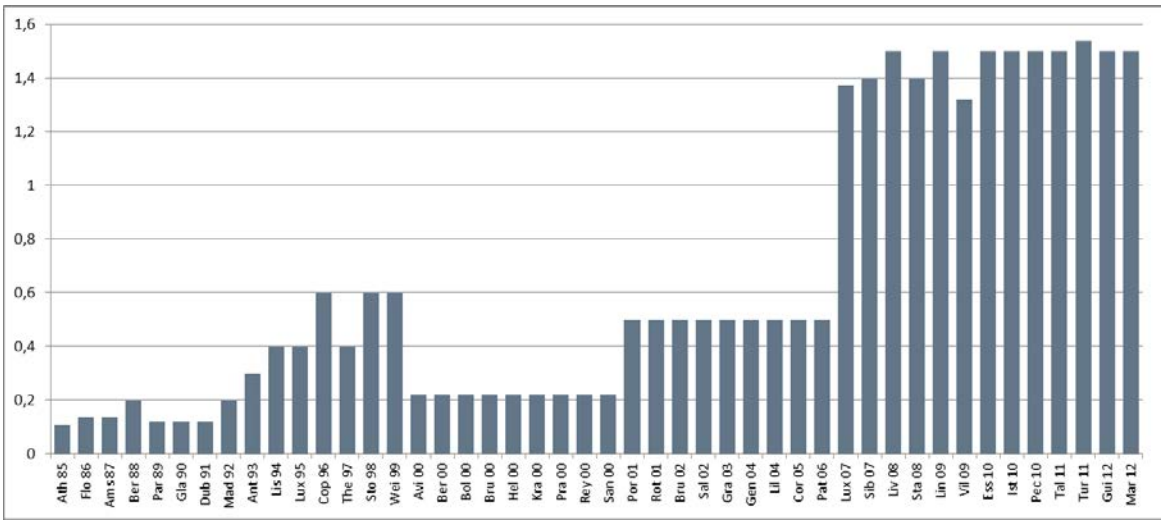


Figure 21 : Soutien de l'UE en millions d'euros entre 1985 et 2012 (Garcia and Cox 2013, 56).

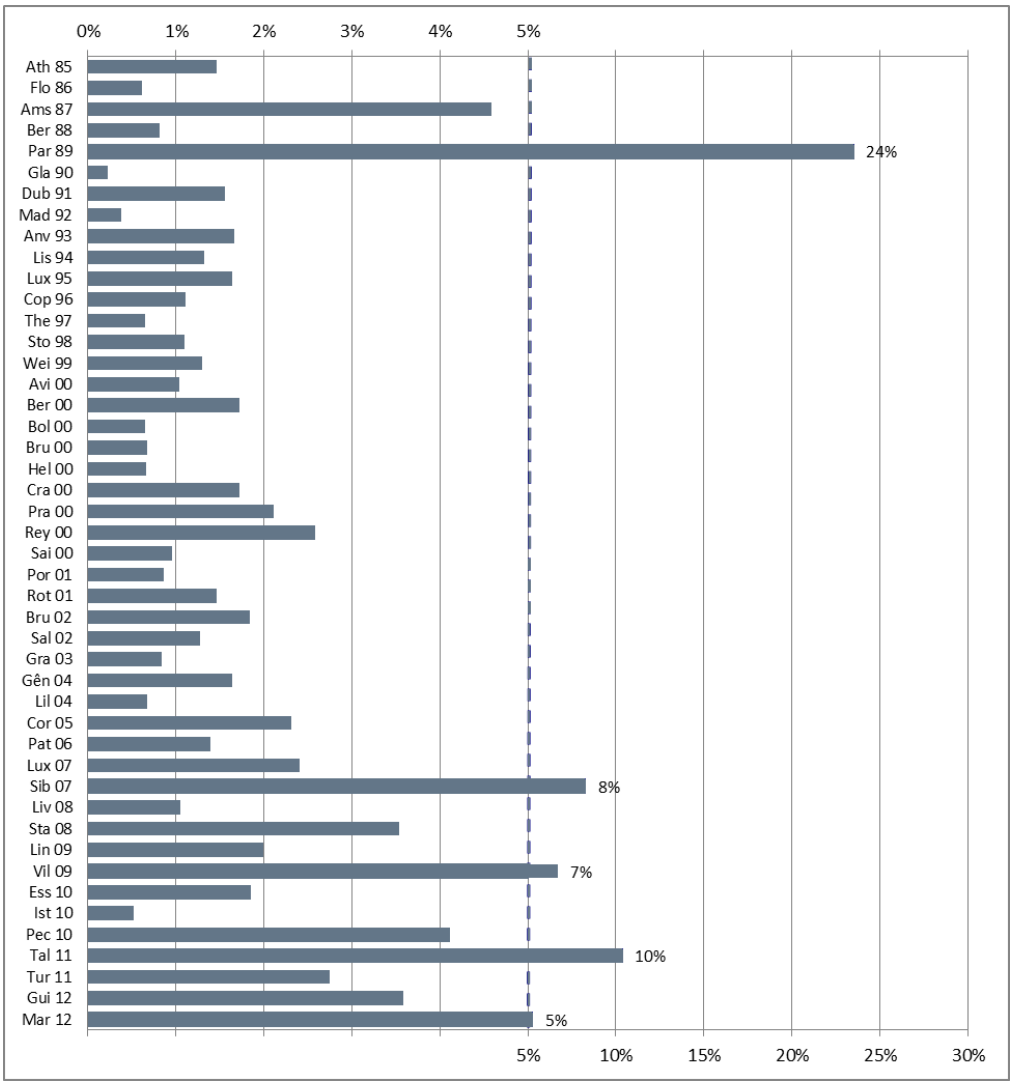


Figure 22 : Part européenne du budget d'exploitation des CEC entre 1985 et 2012 (Garcia and Cox 2013, 115).

L'analyse de la provenance des financements révèle qu'ils émanent surtout des gouvernements locaux et nationaux (figure 23). Malgré certaines disparités entre les éditions, la part du soutien privé ne dépasse que très rarement les 20 % du total. Les budgets dépendent donc des États nationaux (37 % des revenus en moyenne) et des pouvoirs publics locaux (34 %). Selon l'étude la plus complète à ce sujet, les pays du sud de l'Union reçoivent surtout des fonds des gouvernements nationaux, tandis que les villes lauréates sises à l'ouest et au nord de la Communauté sont d'abord soutenues par les gouvernements locaux ou régionaux (Garcia and Cox 2013, 113). Les auteurs constatent également une dépendance plus forte aux financements nationaux dans les pays de l'Europe des Vingt-Sept et dans les pays tiers que dans l'Europe des Quinze. Si pour les quatre éditions ayant été organisées par des pays tiers ce constat découle de l'importante participation du gouvernement turc au budget record d'Istanbul 2010, soit 95 % des 288 millions récoltés[106], les auteurs de cette étude n'élaborent pas d'hypothèses au sujet de ces disparités. Est-ce le signe que pour les pays ayant récemment rallié l'Union, les questions identitaires l'emportent sur l'opportunité d'un développement économique local ? Pour les nouveaux États membres – et les pays tiers –, l'accès d'une ville de leur territoire au titre de Capitale européenne de la culture représente en effet un excellent moyen d'affirmer l'appartenance du pays tout entier à l'Union européenne. Si cette question reste en suspens, cette rapide analyse des sources de financement témoigne de la dépendance du programme aux pouvoirs publics, qu'ils soient nationaux, régionaux ou locaux.

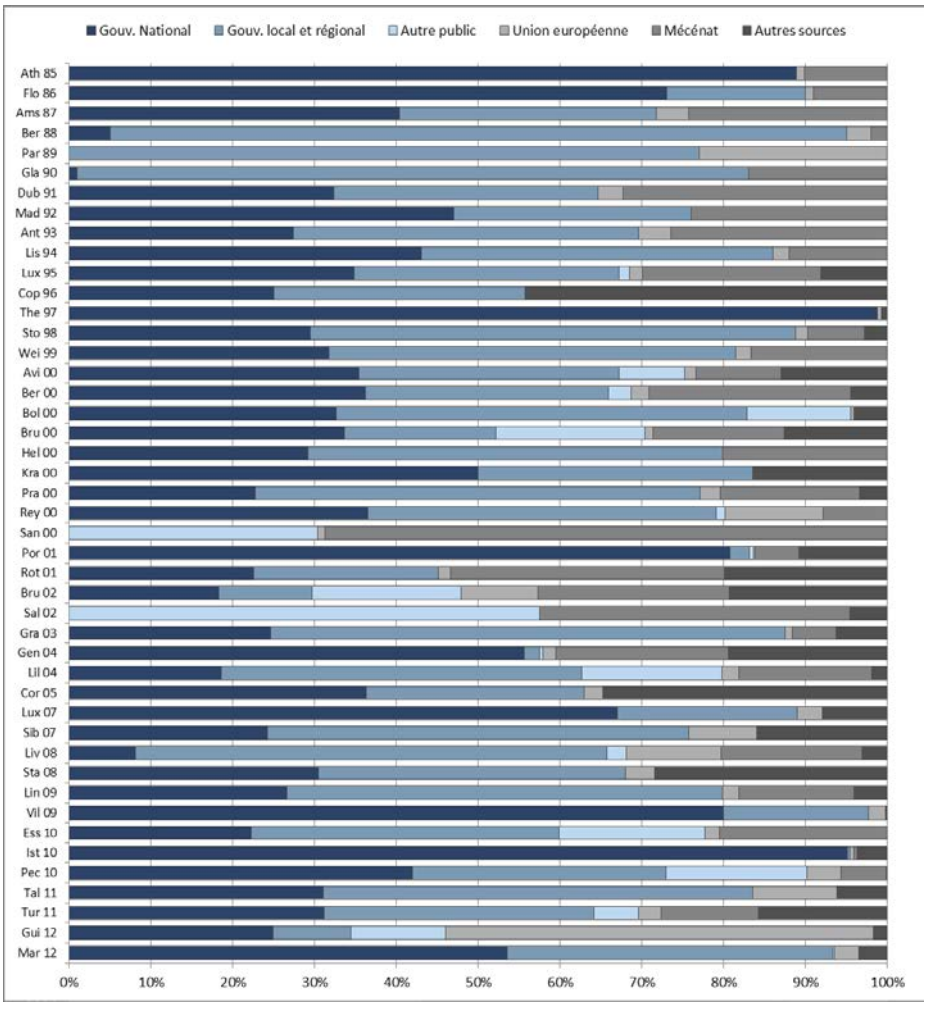


Figure 23 : Source des revenus des CEC entre 1985 et 2012 (Garcia and Cox 2013, 113).

[106] Ce budget dénote très fortement des autres ; de plus, près de 93 millions ne furent pas dépensés (ECORYS 2011).

En plus du financement public, et comme ni les fonds européens ni la billetterie ne suffisent à l'élaboration d'un budget satisfaisant, il semble que : « *pour construire un programme attractif et ambitieux, il [soit] donc nécessaire de mobiliser le monde économique* » (Liefooghe 2010b). En la matière, les villes-lauréates connaissent des fortunes très diverses (figure 23). À Lille, Capitale européenne de la culture en 2004, la recherche de sponsoring fut par exemple fructueuse. Selon le responsable éditorial et rédacteur de l'évènement : « *le budget global était de 73 millions d'Euros, le sponsoring a été très important, on a été la première Capitale européenne de la culture et surtout le premier évènement culturel un peu ambitieux en France à avoir autant de financement privé* » (Laurent Tricart). La littérature confirme ces propos : « *le résultat le plus important de cette mobilisation du Comité Grand Lille est l'excellent résultat réalisé par Lille en matière de financement privé d'un tel évènement. Luxembourg et Bruges avaient battu des records avec près de 6 millions d'euros ; Lille a plus que doublé la performance avec 13 millions d'euros (…). Quatre-vingt-deux entreprises ont participé à hauteur de 18 % du budget de fonctionnement, la moyenne pour les Villes européennes de la culture entre 1995 et 2004 étant de 13 %* » (Liefooghe 2010b, 7).

Dans d'autres villes, la mobilisation du monde économique s'est révélée plus délicate, à l'exemple de Maribor en 2012, où moins de 3 % du budget fut issu de fonds privés. De nombreux désaccords sur la forme des institutions à mettre en place et les investissements à entreprendre ont mené à de fréquents changements de gouvernance et à une importante rotation du personnel durant la phase de préparation. Cette situation a entraîné des dépassements de délais conséquents, jusqu'à retarder la présentation du programme au public à octobre 2011, soit 3 mois avant l'ouverture officielle des festivités. Ces délais très courts, conjugués à la réduction de moitié des budgets qui avaient été prévus durant la phase de candidature, ont entravé la recherche de partenariat : « *this condensed the period of programme development and limited curtainraising events and other complementary activity such as international marketing and commercial sponsorship generation* » (ECORYS 2013, 61). À Vilnius, Capitale européenne de la culture en 2009, la recherche de sponsoring fut également difficile. Confronté à un déficit public très important, le gouvernement, élu à la fin de l'année 2008, entreprit des mesures d'économies drastiques. En conséquence, le budget prévu pour les festivités fut réduit de 40 % et l'agence chargée de l'organisation vit son personnel diminuer de moitié. De nombreux évènements furent inévitablement supprimés et les crédits attribués à la communication et au marketing totalement coupés (ECORYS 2010). À l'instar de l'exemple de Maribor, ces circonstances ne formèrent pas un terreau propice à la conclusion de partenariats avec le secteur privé. Ces deux exemples prouvent que la garantie d'un engagement financier des pouvoirs publics et une stabilité dans la gouvernance permettent la mise en place d'une équipe d'organisation qui, déchargée de ces incertitudes, peut se consacrer pleinement à la recherche de financements complémentaires.

En ce qui concerne les budgets d'exploitation, la comparaison des différentes Capitales européennes de la culture témoigne de grandes disparités (figure 24). Selon Beatriz Garcia et Tamsin Cox, mandatés par le Parlement européen pour évaluer les retombées du programme à long terme, la moyenne de ces derniers se monte à 64 millions d'euros entre 2005 et 2013. Toutefois, comme le montant « aberrant » d'Istanbul augmente considérablement cette moyenne, le calcul de la médiane, moins sensible aux extrêmes, révèle une valeur avoisinant 37 millions euros (Garcia and Cox 2013, 110). Malgré certaines limites (absence de considération pour l'inflation et les différences de pouvoir d'achat entre les pays européens), la présentation de ces données montre l'importance des dépenses d'exploitations consacrées par les villes lauréates. En moyenne, ce budget se dépense comme suit : 67 % sont dévolus au programme, 15 % aux frais généraux, 15 % à la promotion et au marketing et, enfin, 3 % à des dépenses diverses (Garcia and Cox 2013, 116). Enfin, il semblerait que les villes des pays ayant rejoint l'Union européenne plus récemment consacrent une partie plus importante de leur budget pour le marketing que les autres ; cela pourrait étayer l'hypothèse formulée plus haut, soit celle d'un programme utilisé comme le moyen d'affirmer son appartenance à la communauté.

S'ajoutent aux budgets d'exploitations des dépenses d'investissements caractérisées, elles aussi, par une grande variété entre les éditions (figure 25). Toutefois, la récolte et l'interprétation des données se grèvent

de certaines difficultés méthodologiques. Par exemple, dans les villes lauréates, il s'avère souvent difficile de distinguer les investissements qui dépendent directement des festivités de ceux qui relèvent surtout d'une adaptation de calendrier. Ainsi, à Lille, le budget d'exploitation a atteint 74 millions d'euros, un record à l'époque, et celui des investissements près de 70 millions d'euros (amélioration d'espaces publics, création d'équipements culturels, réhabilitation de patrimoine ou régénération urbaine – les Maisons Folies par exemple). Pourtant, l'estimation du montant réellement investi s'avère délicate à cause « *de la dispersion des maîtres d'ouvrage et parce qu'une part non négligeable des projets n'a pas de lien direct avec l'évènement. Certains, comme la rénovation de l'opéra, ont été accélérés afin que les travaux soient terminés pour le lancement de Lille 2004* » (Liefooghe 2010b, 19). Malgré le fait que, une fois encore, l'évaluation des investissements consentis par les différentes Capitales européennes de la culture soit délicate, leur comparaison suggère une tendance à la hausse. Comme le cadre théorique et l'analyse des objectifs le montrent, l'action a évolué et la désignation des villes ne dépend plus seulement de la programmation artistique, mais également des stratégies de rénovations urbaines prévues. Bien que cela ne soit pas très marqué dans la figure 25, ce qui révèle donc l'existence d'autres éléments explicatifs, l'apparition de ces nouveaux objectifs a entraîné une augmentation progressive des dépenses d'investissements.

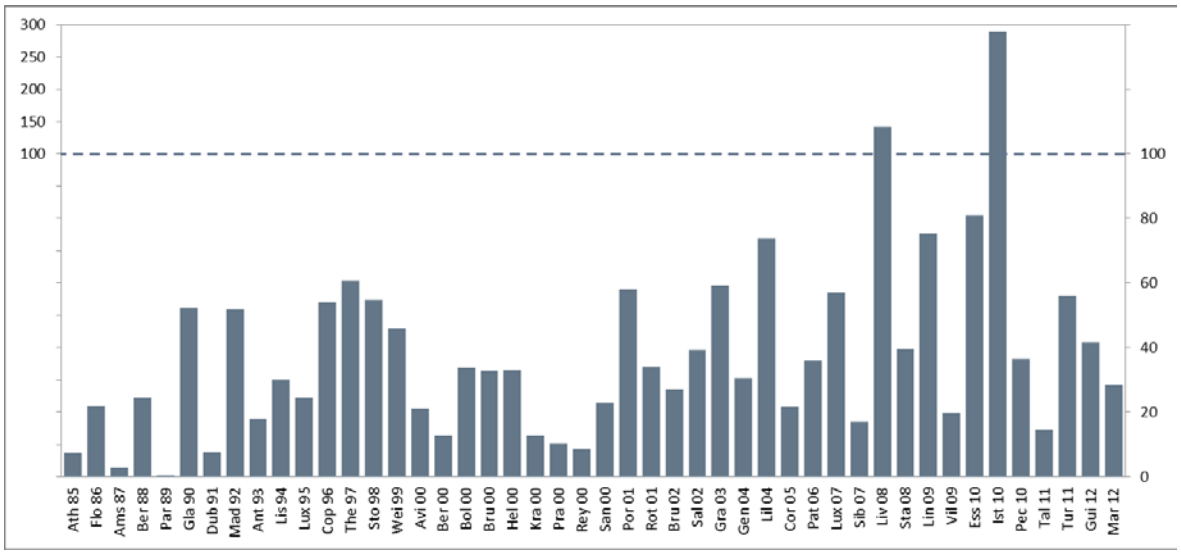


Figure 24 : Budgets d'exploitation en Mio d'euros des CEC entre 1985 et 2012 (Garcia and Cox 2013, 111).

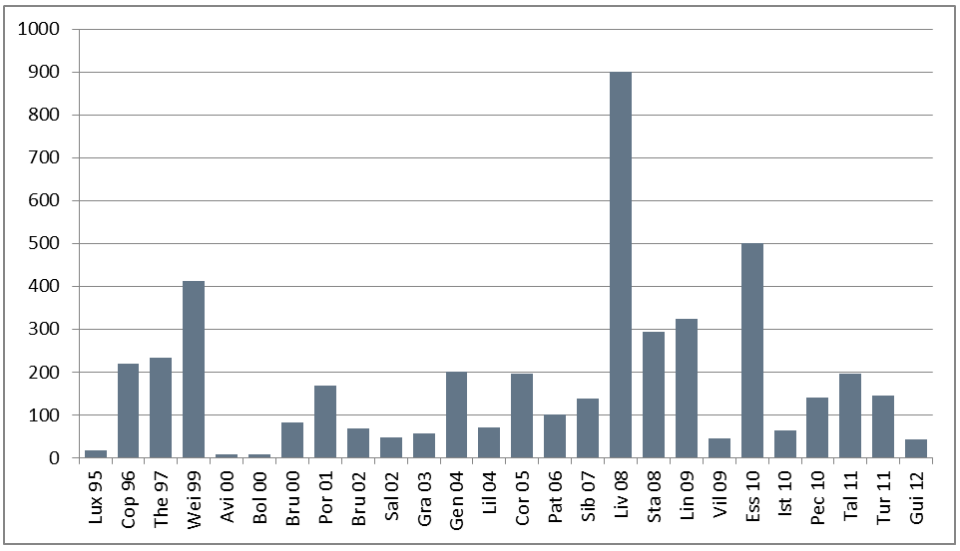


Figure 25 : Dépenses consacrées aux infrastructures en Mio d'euros (Garcia and Cox 2013, 118).

La transparence affichée par le programme des Capitales européennes de la culture tranche avec l'opacité des projets qu'il a inspirés. Comme la grande majorité de ces derniers n'offrent aucune précision quant à leurs modalités de financement et qu'ils n'ont été que très peu étudiés, seule la lecture de quelques articles parus dans les différentes presses locales laisse présumer d'un financement provenant en grande majorité des territoires hôtes[107], avec des répercussions parfois importantes sur les budgets culturels publics (figure 26). Dans la grande majorité des cas, les organismes interétatiques (Ligue arabe, Association sud-asiatique pour la coopération régionale, etc.) ne financent pas les Capitales culturelles, mais se limitent à proposer un label. Ce dernier est, le plus souvent, surtout destiné à améliorer la coopération de leurs membres. L'*International Bureau of Cultural Capitals*, qui a initié des actions de ce type en Amérique du Sud, dans le Pays catalan, au Brésil et aux États-Unis (beaucoup d'entre elles ne semblent toutefois pas s'être concrétisées), aurait même réclamé un paiement contre l'honneur de l'attribution du label (voir note de bas de page numéro 75). Bien qu'atypique, cet exemple éclaire sur les dérives potentielles d'une absence de contrôle public et confirme l'importance de la mise en place d'un processus de désignation qui soit ne soit pas opaque.

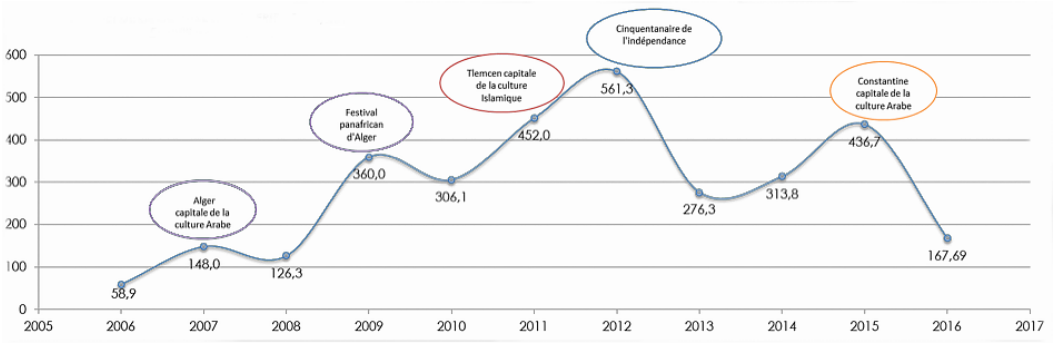


Figure 26 : Budget de la culture en Algérie de 2006 à 2016 (http://www.chouf-chouf.com/chroniques).

Parmi ces diverses adaptations, deux modèles méritent une attention particulière en raison de la nature antipodale de leur financement. En premier lieu, l'action *UK City of Culture*, issue du *Department for Culture Media & Sport* du Gouvernement du Royaume-Uni, n'octroie pas de financement aux villes lauréates. Sans détour, le document réglementant les candidatures annonce que : « *we do not expect to be able to provide any direct national funding from the UK Government specifically for events and initiatives related to UK City of Culture 2017. We recognise that this may have an impact on the scale of ambition articulated in the bids, and there may need to be a phased approach to the programme, dependent on a successful fundraising campaign. We would expect you to align your own local resources and budgets to deliver your programme (…). In particular, we would encourage you to consider, and explain in your bid, how you will seek to develop new sources of funding, for example through philanthropy and relationships with new bodies such as Local Enterprise Partnerships in England* » (Department for Culture Media & Sport 2013a, 8). Cette approche correspond bien à une tradition anglo-saxonne peu interventionniste dans le domaine culturel ; les aides publiques en la matière y sont en effet souvent moins importantes que dans les pays de l'Europe du sud (Benhamou 2011). Bien que le département responsable de la culture ait pris à sa charge certaines dépenses administratives liées au lancement du programme[108], les villes candidates doivent donc assembler elles-mêmes les ressources nécessaires. À l'origine, le groupe fondateur de cette action avait estimé que pour qu'une Capitale britannique soit « viable », donc qu'elle permette d'organiser « *a small number of events throughout the year and to run promotional campaigns to raise awareness and attract*

[107] Par exemple pour les capitales de la culture arabe (http://kapitalis.com/tunisie/2016/05/11/sfax-capitale-de-la-culture-arabe-les-sfaxiens-en-premiere-ligne/) ou encore les capitales de la culture islamique (http://www.elwatan.com/culture/un-point-sur-le-budget-de-la-culture-12-09-2014-270982_113.php).

[108] Celui-ci reste toutefois assez mesuré : « *the total cost to DCMS of administering the launch of UK City of Culture was estimated at a mere £250,000. But it would be wrong to assume that this represents the only central government contribution to the process as the working group estimated that the body was charged with administering City of Culture, at least for the first few years, would be paid £500,000* » (Gordon-Nesbitt 2013, 5).

visitors » (Redmond et al. 2009, 15), la somme à réunir devait avoisiner les 10 millions de livres, soit plus de 14 millions de francs suisses. Pour Derry, l'unique ville qui a, jusqu'à présent, été l'hôte du programme, en 2013, les sommes investies ont largement dépassé ces prévisions. Sans considérer les coûts de fonctionnement de l'organisme chargé de l'organisation (environ 3.5 millions de Livre sterling) et les nombreux investissements destinés à des infrastructures (autour de 140 millions de Livre sterling[109]) : « *the 'overall cost of the Cultural Programme, excluding the running costs of the Culture Company, is estimated to be £23.25 million*[110] » (Gordon-Nesbitt 2013, 10). Si l'absence d'étude postérieure à l'évènement oblige à considérer ces montants avec de grandes précautions, les 43 millions de CHF[111] de budget annoncés pour Hull, nommée *UK City of Culture 2017*, prouvent que les prédictions du groupe fondateur de ce programme ont été largement dépassées. Dans les deux cas, les villes contribuent donc à la majeure partie du financement. Elles complètent ce dernier avec l'aide d'autres organismes publics (loteries, *Arts Council* des diverses nations britanniques, BBC, etc.), de soutiens obtenus par l'intermédiaire de trusts, de fondations ou de donations individuelles (*Hull City Council*), ou en concluant des partenariats commerciaux.

Ce modèle de financement se révèle très différent des Capitales culturelles du Canada qui ont existé entre 2003 et 2012. Ce programme, dont la volonté était de reconnaître et d'appuyer « *les collectivités canadiennes qui favorisent les arts et la culture dans la vie de leur collectivité* » (Gouvernement du Canada 2009, 9), mettait les municipalités canadiennes en concurrence pour l'obtention d'un titre dépendant de leur poids démographique : « *le niveau 1 s'adresse aux collectivités de plus de 125 000 habitants (un prix pouvant atteindre jusqu'à deux millions de dollars annuellement) ; le niveau 2 s'adresse aux collectivités comptant de 50 000 à 125 000 habitants (un prix pouvant atteindre jusqu'à 750 000 dollars annuellement) ; le niveau 3 s'adresse aux collectivités de moins de 50 000 habitants (deux prix pouvant atteindre jusqu'à 500 000 dollars annuellement, mais, certaines années, trois prix ont été remis)* » (Gouvernement du Canada 2009, 10). Durant les 10 années d'existence du programme, le montant total investi par le gouvernement fédéral du Canada s'est monté à 32 millions de dollars. Toutefois, à la suite d'un examen des dépenses ministérielles, « *le volet Capitales culturelles du Canada a été éliminé dans le cadre du budget fédéral canadien en 2012. (…) Après 10 ans d'existence, l'intérêt suscité par le volet avait diminué au cours des années précédentes et les investissements du gouvernement ont été réévalués afin d'assurer qu'ils étaient rentables* » (Patricia Dupuis). Cet exemple illustre le danger d'un financement reposant presque exclusivement sur le gouvernement national : lors des (inévitables) périodes de restrictions budgétaires, des initiatives de cette sorte peuvent subitement disparaître. La mise en place d'un modèle où une participation et un contrôle de l'État garantissent la « respectabilité » du programme et dans lequel la provenance locale – donc itinérante – du financement ne l'hypothèque pas durant les périodes d'austérité permettrait sans doute d'éviter cet écueil. À l'aune des enseignements de ce chapitre, il convient désormais de revenir au projet imaginé par l'Association Capitale culturelle suisse ; quel modèle de financement faut-il préconiser ?

[109] http://www.keanet.eu/wp-content/uploads/Derry_UKCoC_30062015.pdf?4f4eb7.
[110] Environ 33 millions de CHF (à l'heure d'écrire ces lignes, les cours sont très changeants).
[111] http://www.hulldailymail.co.uk/Hull-13m-City-Culture-Budget-boost/story-28929057-detail/story.html.

4.2.3. RECOMMANDATION

Avec les objectifs définis au chapitre précédent comme fondations, et grâce tant à l'expertise des personnalités rencontrées dans le cadre de cette recherche qu'à l'analyse du fonctionnement d'actions analogues, ce chapitre s'achève par la proposition d'un modèle de financement pour une éventuelle adaptation helvétique des Capitales européennes de la culture.

Aux limites d'un financement exclusivement central – période peu propice, non-respect du principe de subsidiarité, inévitable rigidité, dépendance aux aléas conjoncturels, etc. –, répond un modèle où l'État fédéral offre certes un appui financier – qu'il accompagne de certaines exigences –, mais dans lequel le financement provient d'abord des pouvoirs publics des territoires hôtes. Tous les représentants des villes qui ont participé à l'étude et qui auraient, vu la nature d'abord locale des retombées de telles manifestations, un intérêt évident à bénéficier d'une telle manne financière, admettent le caractère irréaliste d'un financement issu exclusivement des comptes nationaux : « *tout d'un coup, il y aurait la possibilité d'un financement – Hosanna ! – Confédéral. Alors là, je vous avoue que ça serait formidable ! Je crois qu'aucune ville ne refuserait une manne financière de 130 millions pour son développement culturel. [Mais] je suis un peu perplexe, parce que je pense qu'il y a un certain nombre de projets déjà en Suisse qui attendent des financements (…) et l'on parle quand même de sommes assez considérables* » (Yann Riou).

Si le financement provient du niveau local, l'implication des autorités fédérales semble toutefois obligatoire pour garantir l'encadrement nécessaire à la stabilité d'un tel programme et prévenir certaines dérives (corruption, dévalorisation du label, etc.). Les exemples européens et britanniques en témoignent, un encadrement officiel ne s'accompagne pas obligatoirement d'importants investissements. Par contre, ce soutien facilite l'obtention de fonds au niveau local : « *sans la Confédération, sans le sceau fédéral, c'est vraiment très difficile d'avoir des financements* » (Giovanna Masoni Brenni). La Confédération abandonnerait le rôle de mécène principal que voulait lui attribuer l'Association Capitale culturelle suisse pour se concentrer donc sur l'accompagnement du projet : « *j'imagine qu'on pourrait se rapprocher d'une situation des projets d'agglomération, où il y a un financement fédéral incitatif, (…)[où] il faut que la région se mobilise, il faut que la région ait des projets, il faut que la région ait un financement, quel qu'il soit, et le "sucre" fédéral, qui peut être plus ou moins important, vient ensuite pour motiver* » (Sami Kanaan). À l'instar de Sami Kanaan, tous les interlocuteurs rencontrés estiment qu'un modèle où le financement provient d'abord de l'échelon local et dans lequel la Confédération apporte son soutien est plus réaliste, donc préférable. De plus, un financement partagé pourrait devenir l'occasion de renforcer des échanges parfois insuffisants entre les trois niveaux politiques de Suisse : « *chez nous, au Tessin, nous n'avons pas encore une très grande tradition de collaboration entre villes, canton, confédération* » (Giovanna Masoni Brenni).

En outre, dans la recherche d'un impact durable, où l'évènement représente donc l'objectif intermédiaire d'un développement à long terme, un financement local encouragerait les territoires à se mobiliser selon leurs besoins respectifs : « *un modèle décentralisé à beaucoup plus d'avantages ; c'est beaucoup plus proche des besoins locaux, des besoins du territoire* » (Andrew Holland). À un financement *top-down* reposant sur une improbable manne de la Confédération s'oppose un modèle décentralisé, dans lequel le terreau local – acteurs politiques, administration, acteurs culturels, entreprises, associations, etc. – est mobilisé dès les premières phases de la candidature. Déjà présente dans les objectifs, cette prise en compte des besoins locaux, différents selon les territoires, permettrait en outre la mise en valeur de l'hétérogénéité du pays. Comme le signale Andrew Holland, Directeur de Pro Helvetia, l'exemple des journées de la danse contemporaine – qui se déroulent tous les deux ans dans l'une ou l'autre des régions de suisse – pourrait s'avérer inspirant : « *on a eu une journée de danse contemporaine au Tessin, qui n'était pas du tout comparable avec une édition à Zürich, à Bâle, ou à Genève, (…) et moi je trouve qu'un modèle qui va dans une telle direction est beaucoup plus proche de la réalité du territoire* » (Andrew Holland). À l'instar de la stratégie adoptée par la Commission européenne, une approche *bottom-up* éviterait à un tel projet d'être perçu comme une intrusion de la Confédération dans le domaine sensible de la culture (Sassatelli 2013). En outre, en plus de respecter le principe de subsidiarité, dont la mention récurrente

dans les entretiens témoigne de l'importance, un tel modèle ferait reposer la responsabilité du programme sur les villes organisatrices ; l'insuccès d'une édition ou des restrictions budgétaires au niveau national ne le condamneraient pas nécessairement.

Lors des entretiens, ce modèle dépendant du financement des pouvoirs publics locaux a toutefois souvent été associé au danger de favoriser les territoires les plus riches : « *on aurait le risque que les villes qui n'ont pas d'argent ne puissent pas postuler* » (Hedy Graber) ; « *[ce modèle] est peut-être plus réaliste, c'est vrai ; mais là, on va privilégier quoi ? Les gens qui ont de l'argent* » (Jacques Hainard). Un projet trop exigeant pourrait en effet condamner la participation de territoires disposant de moins de ressources financières : « *un concept où l'on dit que toutes les villes peuvent participer, mais qui est tellement ambitieux que, dans les faits (…) les petites villes ne peuvent jamais régater, ni financièrement ni culturellement [n'est pas souhaitable]* » (Sami Kanaan). Le risque d'une course à la dépense avait également été identifié par le groupe de travail à l'origine du programme des villes britanniques de la culture ; en réponse, il avait souhaité insister sur la qualité du changement prévu plutôt que sur les sommes investies : « *of course, the nature of the project means that this amount could be almost infinitely scaleable. What is important is less the level of investment but the extent and nature of the step change that investment generates* » (Redmond et al. 2009, 15). Le chapitre 4.4 s'y attèle plus en détail, mais le jury, organe inévitable d'un tel processus, se doit en effet de limiter ce risque en faisant de la qualité du projet proposé le premier critère de sélection.

En outre, la fixation d'un budget minimum permettrait sans doute de garantir une certaine cohérence au programme : « *je pense que l'intérêt (…) c'est qu'il y ait une régularité dans la dimension, (…) que la population s'attende à avoir quelque chose de comparable d'une édition à l'autre* » (Michael Kinzer). Face aux incertitudes d'un projet encore en phase d'exploration, les représentants des villes avouaient leur incapacité à estimer leur capacité d'investissement : « *si le contexte devait être normal, pas celui d'une crise qui continue, je crois qu'on pourrait arriver à avoir des budgets, mais c'est vraiment difficile de dire combien* » (Giovanna Masoni Brenni). Malgré l'intronisation du modèle comptable harmonisé MCH2[112] pour les comptes publics qui pourrait compliquer la procédure, certains interlocuteurs ont mentionné la possibilité de faire des réserves : « *si on a un projet à long terme, on peut faire des réserves, on pourrait faire un financement spécial, vorfinanzierung, et je peux imaginer qu'il serait possible qu'on économise pour ce projet* » (Kurt Fluri). Selon les répondants, les montants qu'il serait ainsi possible d'épargner ont varié entre 5 et 20 millions de francs. Mais, une fois encore, ces derniers découvraient un projet en construction : « *quelle est la masse critique budgétaire pour que le projet prenne ? C'est toute la question* » (Nicolas Bideau). Il s'agirait donc d'affiner ces estimations dans une phase ultérieure, en prenant garde de prévoir un montant minimal suffisant pour garantir la qualité du programme, mais sans être trop exigeant et ne permettre la participation qu'aux territoires les plus riches. Les estimations annoncées par les acteurs politiques et culturels rencontrés semblent correspondre aux budgets d'évènements sportifs prévus ces prochaines années en Suisse, à l'instar des 36 millions prévus par le budget des Jeux olympiques de la jeunesse qui seront organisés à Lausanne en 2020[113], financés pour deux tiers par les pouvoirs publics (la ville de Lausanne, l'État de Vaud, et la Confédération apportent chacun 8 millions), ou les 33.5 millions des universiades d'hiver de 2021[114] attribuées à la Suisse centrale par la Confédération internationale des étudiants – sans toutefois que d'autres candidats ne se soient déclarés – pour lesquels les cantons de Suisse centrale et la Confédération devraient débourser 13 millions chacun[115]. Issus des entretiens, ces deux exemples montrent que les différents niveaux du pouvoir en Suisse peuvent collaborer et réunir des sommes relativement importantes[116].

[112] https://www.preisueberwacher.admin.ch/pue/fr/home/themes/divers/modele-comptable-harmonise-2--mch2-.html.
[113] http://www.lausanne.ch/actualit%C3%A9s?id_decision=37460.
[114] http://www.24heures.ch/sports/L-Universiade-dhiver-de-2021-attribuee-a-Lucerne/story/29336090.
[115] http://www.stadtluzern.ch/dl.php/de/dms-9a3bde0274993be21e9c529460fa6da6/SLU-2997215.pdf.
[116] En outre, il semblerait pour certains interlocuteurs que les villes suisses aient davantage de ressources que bien des villes anglaises, voire européennes : « *en même temps, nous sommes beaucoup plus riches que la plupart des villes anglaises… le problème chez nous c'est que tout est vite plus cher qu'ailleurs* » (Sami Kanaan).

À l'instar du programme britannique qui encourage à diversifier les sources de financement, « *for example through philanthropy and relationships with new bodies such as Local Enterprise Partnerships in England* » (Department for Culture Media & Sport 2013a, 8), il semble important que d'autres fonds s'ajoutent aux financements publics : « *il faudrait au moins, là aussi, une sorte de partenariat privé-public, incluant les entreprises, les villes, les cantons, les structures, le tourisme, et la Confédération* » (Philippe Bischof). Tant pour Derry, première ville britannique de la culture en 2013 – bien qu'une étude sur les impacts de l'évènement se fasse attendre et que certains articles montrent que les objectifs ne furent pas atteints[117] – , que pour Hull, qui lui succédera en 2017, la proportion du budget issu de financements privés avoisine 15 à 20 % (Gordon-Nesbitt 2013; Hull City Council, n.d.). En Europe, et si le rapport le plus complet à ce sujet ne fournit pas de moyenne précise, il semble que cette proportion soit un peu inférieure, se situant en dessous des 15 % (Garcia and Cox 2013; Liefooghe 2010b). Ce modeste résultat peut s'expliquer par les difficultés que peuvent rencontrer les manifestations culturelles dans la recherche de partenariat, au contraire des activités sportives, car « *il est souvent impossible d'optimiser les créneaux publicitaires et de les intégrer aux manifestations. Les entreprises ont par conséquent tendance à considérer les avantages de ces parrainages comme insuffisants* » (Garcia and Cox 2013, 194). Il est très intéressant de constater que, malgré l'important sponsoring obtenu[118], des difficultés de cet ordre avaient été rencontrées par Expo 01 : « *le concept initial d'Expo 01 se fondait sur le mécénat, à savoir un soutien financier ou matériel accordé sans mention du nom du mécène en contrepartie. Cette philosophie était très difficile à faire passer dans les milieux économiques, surtout pour les entreprises que le sponsoring sportif ou autre avait aguerries au marchandage de chaque centimètre carré de surface où placer leur logo et au combat pour imposer la présence de leurs marques ou de leurs produits* » (Contrôle fédéral des finances 2005, 78). Souvent volatil, car dépendant de facteurs conjoncturels, le sponsoring peut être également source de polémiques liées par exemple, à la réputation du partenaire, comme à Derry, *UK City of Culture* 2013, où le partenariat avec la société *Japan Tobacco International* a suscité quelques remous[119], ou aux exigences qu'il pourrait avoir : « *Monsieur Hayek vous dira je vous donne tant, mais vous me parlerez plutôt de ceci ou de cela* » (Jacques Hainard). Il reste que ces fonds, en prenant certaines précautions, doivent être sollicités et que, toujours dans la logique qui sous-tend cette recherche, il s'agit de mobiliser les partenaires privés du terreau local et favoriser les échanges.

À ce panorama non exhaustif s'ajoute la possibilité de recourir à des fonds provenant de fondations, même si une certaine inégalité territoriale peut également apparaître : « *nous avons la plus forte densité de fondations à Bâle : 1'400 environ, c'est énorme. On a des personnalités, comme Maja Oeri, et beaucoup d'autres mécènes (…) et ça, franchement, c'est un cadeau* » (Philippe Bischof). Toutefois, certaines fondations, à l'image de la *Ernst Göhner Stiftung*, sont actives sur tout le territoire helvétique, avec des budgets souvent très importants : « *on a un budget de 35 millions par année, dont entre 10 et 15 millions sont destinés à la culture* » (Sonja Hägeli). À l'échelle du pays, sur les 374 millions distribués par les fondations en 2013, un peu plus de 40 millions ont été attribués à la culture[120] (Eckhardt, Jakob, and von Schnurbein 2016). En outre, et bien que leur pertinence semble moindre dans le cadre du projet au cœur de cette étude, l'émergence de nouveaux moyens ne peut être éludée : « *nous avons été le premier canton à créer un channel sur la plateforme de crowdfunding wemakeit. Le succès de ce projet est énorme. Depuis que l'on a mis ce channel en place, cela fait trois ans, c'est 1'450'000 de francs qui ont été récoltés, pour environ 140 projets. C'est énorme* » (Philippe Bischof) ; « *on pourrait même innover au niveau du financement, en complétant le budget avec un financement participatif* » (Christine Salvadé). Enfin, au-delà des aides financières, des services peuvent être fournis par des territoires hôtes d'évènements culturels

[117] http://www.derryjournal.com/news/trending/funding-shortfall-will-not-see-events-cut-culture-company-1-5046976.

[118] « *Expo 02 a réussi à drainer des contributions de sponsoring du secteur privé pour un montant total de 273 millions de francs. Selon une enquête de l'Office fédéral de la statistique portant sur l'année 2001, le volume annuel usuel du sponsoring culturel privé en Suisse se situe aux environs de 323 millions de francs (Cuche et al., 2003). Le sponsoring d'Expo 02 a par conséquent capté 85 % du sponsoring annuel privé à l'échelle du pays. (…) Expo 02 a donc très largement exploité son potentiel de sponsoring* » (Contrôle fédéral des finances 2005, 72).

[119] http://www.derryjournal.com/news/business/tobacco-sponsorship-undermines-city-of-culture-success-anderson-1-5683210.

[120] Résultat obtenu par l'addition des totaux des dépenses de prestations des catégories « culture » (13'132'109 CHF), « art » (4'070'176 CHF), « musique » (21'161'721 CHF), « littérature » (354'484 CHF), « musée » (988'945 CHF) et histoire (461'478 CHF).

ou sportifs : « *par exemple, la ville aide avec la police, donc pas de transfert d'argent ; elle fournit plutôt des services* » (Caroline Morand).

Au fil des différentes pistes développées dans le présent chapitre, les contours d'une formule de financement se dessinent. S'il doit encore s'affiner, ce premier trait paraît orienter le projet dans une direction opportune. L'analyse des nombreuses sources utilisées et le résultat des entretiens montrent qu'un tel programme, malgré les inévitables incertitudes de cette phase de conception, devrait tout d'abord reposer sur les pouvoirs publics locaux. Ces derniers, avec le soutien de leurs autorités cantonales, auraient donc la responsabilité de pourvoir à la majeure partie du budget. Si le processus de désignation doit pallier l'inégalité des ressources entre les territoires et prémunir contre le risque d'une course à la dépense, il s'agit toutefois de garantir une certaine cohérence au programme par la mise en place d'un niveau plancher qui, hors dépenses d'investissements, pourrait osciller autour de 10 millions de francs suisses[121]. La Confédération, dont la participation et le contrôle garantissent la respectabilité du programme, y contribuerait avec un montant qui doit encore être précisé ; à l'aune de sa participation à certains évènements (sportifs ou culturels) et du résultat des entretiens, une somme comprise entre 1 et 2 millions de francs, soit entre 250'000 et 500'000 par année, paraît envisageable. En subordonnant son appui financier à certaines exigences, la Confédération pourrait trouver dans le programme un instrument lui permettant d'encourager certaines politiques. En outre, dans le respect du principe de subsidiarité et en évitant l'intrusion *top-down*, ce modèle de financement encouragerait sans doute les échanges dans le domaine culturel entre les trois niveaux du pouvoir en Suisse tout en faisant porter la responsabilité du programme sur les territoires hôtes de l'évènement. Imaginé comme l'étape intermédiaire d'un développement à plus long terme, ce projet obligerait les candidatures à se focaliser sur leurs besoins respectifs. En mettant au centre le terreau local et en évitant de répliquer les mêmes méthodes, le programme offrirait également la garantie d'une certaine diversité entre les lauréats et échapperait sans doute ainsi à une certaine monotonie. Enfin, pour compléter leur budget, les territoires hôtes pourraient également s'appuyer sur d'autres ressources (sponsoring, fondations, mécénats, etc.) et réduire les coûts en mobilisant leurs services (voirie, police, etc.) ou en s'appuyant sur les associations locales (bénévolat).

Soumis aux personnalités rencontrées dans le cadre de cette étude, ce modèle a été jugé très pertinent.

[121] Rappelons que le groupe de travail à l'origine des villes britanniques de la culture avait fixé ce plancher à 10 millions de livres, soit 14.5 millions de CHF.

4.3. PORTEUR

Les deux chapitres qui précèdent ont imaginé des objectifs et un modèle de financement à une adaptation suisse des Capitales européennes de la culture. Cependant, l'identité du porteur reste à trouver. Si la résolution de cette question cruciale ne surviendra sans doute qu'à un stade ultérieur, il s'agit ici de défricher certaines pistes susceptibles de mener à un organisme capable d'endosser la responsabilité de l'organisation d'un tel programme.

4.3.1. PARTICIPATION PUBLIQUE

La lecture du préprojet de l'Association Capitale culturelle suisse révèle un modèle où le financement échoit à la Confédération et dans lequel son organe chargé de la politique culturelle obtient le rôle de superviseur : « *un jury ad hoc, d'envergure nationale et placé sous l'égide de l'Office fédéral de la culture, choisit le projet le plus respectueux des critères fixés* » (Association CCS 2014, 6). Les acteurs à l'origine du concept tiennent cette participation fédérale comme une condition essentielle : « *ce qui nous semble important, c'est que cela soit porté au niveau national, pour qu'il y ait une garantie de pérennité, de régularité* » (Michael Kinzer). Le chapitre qui précède en témoigne, l'existence d'un contrôle étatique peut, en prévenant certaines dérives, favoriser la pérennité et améliorer la réputation des actions de ce type. Si l'exemple des Capitales culturelles du Canada prouve que la présence du gouvernement ne garantit pas le succès, les modèles européens et britanniques, les plus aboutis, démontrent cependant l'importance d'un suivi officiel. En outre, un tel programme peut être accompagné d'objectifs et de conditions : « *je pense que cette participation pourrait aussi être assortie de règlements, de règles d'utilisation, d'objectifs à respecter* » (Yann Riou). De cette manière, il peut devenir un instrument pour les pouvoirs publics qui en ont la responsabilité. La Commission européenne a par exemple pris conscience du potentiel des Capitales culturelles et a étoffé les critères de sélection en fonction de ses priorités. Ainsi, puisque la construction d'un sentiment d'appartenance communautaire est l'un des objectifs principaux de la Commission, en vertu des exigences établies par les statuts de l'action (alinéa II de l'article 5), pour être sélectionnées, les candidatures doivent insister sur leur dimension européenne en encourageant « *la diversité culturelle en Europe, le dialogue interculturel et une plus grande compréhension mutuelle entre les citoyens européens* », en valorisant « *les aspects communs des cultures, de l'histoire et du patrimoine européens, ainsi que l'intégration européenne et les sujets européens d'actualité* », en favorisant « *la coopération avec des intervenants ou des villes de différents pays* » et en mettant en place une « *stratégie destinée à susciter l'intérêt d'un large public européen et international* » (Parlement européen et Conseil de l'Union européenne 2014). À un niveau inférieur, les gouvernements nationaux ou régionaux profitent également de l'accès d'une ville de leur territoire au titre de Capitale européenne de la culture pour mettre en œuvre certaines politiques (cohésion nationale ou locale, transition économique, rénovation urbaine, etc.). Suivant cet exemple, une adaptation helvétique de ce programme pourrait donc devenir l'intermédiaire de certaines politiques fédérales, cantonales ou communales (énergie, transport, social, culture, etc.).

Le chapitre précédent en témoigne déjà, beaucoup des acteurs rencontrés durant cette recherche espèrent une participation de la Confédérati*on : « la Confédération doit faire partie du projet » (Nic*olas Bideau) ; « *l'Office fédéral de la culture me semble relativement désigné pour porter le projet, pour ce type de travail, c'est-à-dire en gros pour organiser la désignation et puis le financement. Cet organisme me semblerait le porteur de projet idéal. En outre, cela représenterait aussi une valorisation du travail qui est fait dans les villes* » (Yann Riou). Toutefois, la plupart estiment que l'étincelle de base ne viendra pas de l'OFC et qu'une collaboration entre les différents niveaux du pouvoir en Suisse est inéluctable : « *je pense que l'initiative devrait venir d'une ville. Mais cela n'ira pas sans collaboration avec la Confédération et les cantons* » (Kurt Fluri). Ce constat du président de l'Union des villes suisses (UVS), Conseiller national libéral-radical, est partagé par la plupart des interlocuteurs rencontrés dans le cadre de cette étude, qui désignent d'ailleurs souvent l'association qu'il préside comme la commanditaire naturelle d'un tel

programme : « *je trouve que l'UVS serait un bon véhicule, mais en collaboration avec le département fédéral ; ça devrait partir de l'UVS, avec l'appui de la Confédération* » (Giovanna Masoni Brenni) ; « *dans la logique du fédéralisme, on devrait se poser la question si ce n'est pas plutôt la Conférence des villes qui devra organiser tout ça* » (Andrew Holland) ; « *j'avais dit à Monsieur Rossellat d'aller rencontrer l'UVS, parce que c'est eux qui devraient porter un projet comme ça* » (Rosie Bitterli Mucha) ; « *il y a cette conférence culturelle des villes suisses... Si le projet concerne les villes, et pas les régions, et pas les cantons, forcément ça devrait être cette conférence qui devrait être porteur du projet* » (Hedy Graber) ; « *puisque ce sont quand même les villes qui sont au centre de la discussion, et bien il faut faire le travail au sein de l'UVS, de la conférence des villes en matière culturelle, il faut passer par là. C'est jouable, mais il faut passer par là !* » (Sami Kanaan).

Fondée en 1897, forte de 131 membres et réunissant trois quarts de la population du pays, l'Union des villes suisses « *défend les intérêts des villes et des communes urbaines de Suisse et leur offre diverses prestations* »[122]. Les statuts de l'association admettent comme membres : « *toute commune suisse qui, du fait de ses traditions ou par suite de son développement, revêt un caractère urbain (…). Les chefs-lieux des cantons et les communes de 5'000 habitants au moins sont reconnus de caractère urbain* »[123]. Même si la nature peu restrictive de ces critères a favorisé la participation d'un grand nombre de villes à cette union, celle-ci ne bénéficie pas de ressources très importantes. En effet, en 2013, elle a disposé d'un peu plus de 2.5 millions de revenus, qui ont été réinvestis en frais de personnels (63 % du total), en dépenses générales (30 % – organisation de colloque, infrastructures, etc.) ou opérationnelles (7 %)[124]. Alors que le président de cette association témoigne d'un intérêt certain pour le projet, les moyens mobilisables lui semblent insuffisants : « *nous avons peut-être 4 ou 5 équivalents plein temps dans notre structure, nous n'avons pas beaucoup de personnel, donc porter un tel projet paraît impossible… c'est trop grand pour nous. Mais on pourrait aider…* » (Kurt Fluri). Cette aide pourrait, toujours selon Kurt Fluri, Conseiller national et maire de Soleure, s'incarner dans un appui logistique et/ou publicitaire. En outre, un employé de l'UVS pourrait potentiellement consacrer un peu de son temps à ce programme. Bien que ce projet, reposant d'abord sur les territoires hôtes, ne requerrait sans doute pas la mise en place d'une structure très conséquente, ce soutien bienvenu ne suffirait certainement pas à porter une telle action. Caroline Morand, cheffe du service culturel de la ville de Coire et membre du comité de la Conférence des villes en matière culturelle (CVC), section de l'UVS qui réunit les délégués culturels de 26 villes[125], le confirme : « *il ne serait pas irréaliste que l'UVS soit partenaire d'un tel projet, cela n'est pas fermé, mais au niveau financier, les possibilités sont actuellement inexistantes* » (Caroline Morand).

Tandis que l'Union des villes suisses a fréquemment été citée comme porteur potentiel, la Conférence des délégués cantonaux aux affaires culturelles (CDAC) n'a été évoquée qu'à une seule reprise au cours des entretiens : « *je pense que la CDAC ne doit pas être mise à l'écart de cette réflexion, il s'agit d'un bon organe pour réfléchir à ce genre de choses* » (Christine Salvadé). Cela s'explique sans doute par le caractère très urbain du projet présenté dans le document de l'Association Capitale culturelle suisse (celui-ci était envoyé avant chacun des entretiens semi-directifs). De plus, comme le modèle de référence – soit les Capitales européennes de la culture – concerne d'abord les villes, la tentation était grande de considérer l'Union des villes suisses comme partenaire naturel du projet. Ensuite, lors même que la CDAC signalerait un intérêt pour le projet, elle ne pourrait, vu les moyens financiers et administratifs à sa disposition, en aucun cas porter un programme de cette importance. Il n'a par ailleurs pas été possible de s'entretenir avec Roland E. Hofer (président du comité directeur de cette Conférence et délégué culturel du canton de Schaffhouse) qui, estimant le projet trop peu avancé et surtout axé sur les villes, a décliné l'invitation.

Si tous les acteurs rencontrés s'accordent sur l'importance d'une présence publique, la détermination du

[122] http://uniondesvilles.ch/fr/Info/Union_des_villes_suisses.
[123] http://uniondesvilles.ch/fr/Info/Union_des_villes_suisses/Portrait/Statuts.
[124] http://uniondesvilles.ch/cmsfiles/SSV_Jahresbericht_2013_WEB_1.pdf.
[125] http://www.skk-cvc.ch/fr/Info/Portrait.

porteur apparaît donc moins évidente. Pour certains participants, une piste réunissant les trois niveaux du pouvoir dans le pays pourrait se révéler prometteuse : « *il y a le dialogue national de la culture, là-dedans vous trouvez tous les acteurs du soutien public à la culture en suisse, ça serait intéressant* » (Philippe Bischof) ; « *il faut que la Confédération, les villes et les communes, les cantons, soit les acteurs du Dialogue culturel national, participent* » (Christine Salvadé). Plateforme d'échange permanente entre les responsables de la politique culturelle des trois niveaux du pouvoir en Suisse, le Dialogue culturel national a été créé en 2011 pour répondre à la volonté de la Confédération, des cantons, des villes et des communes d'améliorer leur collaboration en matière de politique culturelle. À un niveau politique et opérationnel, ces trois niveaux de pouvoir sont représentés par divers organismes : « *pour la Confédération, par le Département fédéral de l'intérieur (DFI – politique) et par l'Office fédéral de la culture (OFC – opérationnel) ; pour les cantons, par la Conférence suisse des directeurs cantonaux de l'instruction publique (CDIP – politique) et par sa conférence spécialisée, la Conférence des délégués cantonaux aux affaires culturelles (CDAC – opérationnel ; pour les villes et les communes, par l'Union des villes suisses et l'Association des communes suisses (UVS et ACS – politique) et par la Conférence des villes en matière culturelle (CVC – opérationnel)* » (Office fédéral de la culture 2012a, 3).

La convention sur laquelle repose le Dialogue national suisse lui assigne les objectifs suivants :

« *du point de vue général*

- *de promouvoir la compréhension et la confiance réciproques ;*
- *de servir à l'échange régulier d'informations entre Confédération, cantons, villes et communes ;*
- *de maintenir effective la diversité culturelle au niveau national suisse ;*
- *de garantir la subsidiarité des activités, des mesures et des programmes lancés par la Confédération vis-à-vis ceux des cantons, des villes et des communes ;*
- *de définir la notion d'intérêt national telle qu'elle ressort de la répartition des compétences mentionnées dans le préambule en respectant les dispositions de la Loi fédérale sur l'encouragement de la culture (LEC) ;*
- *de garantir une bonne coordination entre les activités, les mesures et les programmes lancés par chacun des partenaires en respectant les compétences constitutionnelles dans les divers domaines culturels.*

du point de vue concret

- *de repérer des sujets et des tâches pour lesquels cantons, villes, communes et Confédération ont un intérêt parallèle ou complémentaire à ce que le développement soit coordonné ;*
- *de lancer et coordonner l'exécution conjointe des travaux portés par plusieurs partenaires ;*
- *de s'informer et se consulter sur les priorités respectives des villes et communes, des cantons et de la Confédération, notamment en vue de la préparation du Message quadriennal du Conseil fédéral sur la politique fédérale d'encouragement de la culture ;*
- *de coordonner l'implication de la Confédération, des cantons, des villes et des communes en matière de coopération internationale en respectant la répartition des compétences selon l'art. 54 de la Constitution fédérale (notamment conférences ministérielles, programmes internationaux, envoi d'experts suisses à des réunions internationales) ;*
- *de traiter d'autres thèmes et dossiers nécessitant une concertation* » (Office fédéral de la culture 2012a, 2).

Alors que la première partie des buts affichés par cette convention met l'accent sur la diversité culturelle du pays, le respect du principe de subsidiarité et de la Loi fédérale sur l'encouragement de la culture, la seconde énonce quelques mesures concrètes. La première de celle-ci pourrait concerner le projet de cette étude. En effet, l'ambition nationale de ce dernier nécessite une participation de la Confédération, tandis que son implantation locale ne peut se faire sans l'accompagnement des communes ni des cantons. La mise en place d'une adaptation suisse des Capitales européennes de la culture représenterait donc bien un « sujet » pour lequel il y aurait un intérêt à ce que le développement soit coordonné au sein d'une telle plateforme. Encore une fois, cela dépendra de l'accueil que réserveront les représentants des autorités du pays à cette idée ; si elle paraît susciter l'engouement des villes, les rares échos revenus des cantons et de la Confédération ne permettent pas de préjuger de leur intérêt. L'Union des villes suisses pourrait-elle amener ce projet dans le Dialogue culturel national ?

4.3.2. ENCADREMENT ET SUIVI

Alors que la question de la responsabilité du programme demeure incertaine, plusieurs des interlocuteurs rencontrés estiment que celui-ci nécessiterait la mise en place d'une structure s'occupant des tâches administratives : « *devrait-il y avoir une équipe permanente qui travaillerait non-stop là-dessus, avec deux, trois personnes qui ne feraient que cela ?*» (Jacques Hainard). En ce qui concerne les Capitales européennes de la culture, cette mission incombe à la Commission européenne qui a, au niveau pratique, le rôle « *d'assurer la coordination entre les États membres et le jury* », « *d'apporter son soutien technique au jury* », « *de publier, sur son site internet, tous les rapports du jury* », « *de rendre publiques toutes les informations pertinentes et de contribuer à faire connaître l'action à l'échelle européenne et internationale* » et « *d'encourager les échanges d'expériences et de bonnes pratiques entre les villes qui ont été, sont ou seront les villes détentrices du titre, ainsi que les villes candidates, et de promouvoir une plus large diffusion des rapports d'évaluation des villes et des enseignements tirés* » (Parlement européen et Conseil de l'Union européenne 2014). Toutefois, ces tâches ne semblent pas nécessiter une mobilisation en ressources humaines très conséquente. En effet, contactée par message électronique, la Commission européenne a confirmé que le programme qu'elle encadre, malgré son importance et sa notoriété, n'occupe que peu d'employés : « *il y a une petite équipe de trois personnes au sein de la Commission pour gérer l'action CEC : deux administrateurs (y compris un chef d'équipe) et un assistant. Le chef d'équipe travaille 80 % de son temps sur le projet CEC tandis que les deux autres membres de l'équipe travaillent à 50 % sur ce projet* » (courriel de la Commission européenne). Soit moins de deux équivalents plein temps[126] ! Selon le même message, et en accord avec les tâches pratiques assignées par le texte encadrant l'action, le rôle de cette équipe est : « *d'aider les États membres dans l'organisation de leurs compétitions respectives menant à la candidature d'une ville en tant que CEC (de la préparation de l'appel à candidatures et l'organisation de la séance d'information à la réunion de sélection finale). Il est également d'organiser directement la compétition entre les villes dans les pays candidats (tous les trois ans). Une fois que les villes sont officiellement désignées CEC, nous sommes alors responsables de la phase de surveillance. Les objectifs de la phase de suivi visent à suivre la mise en œuvre du projet CEC dans chaque ville, pour faire le point et évaluer les préparatifs obtenus, vérifier que les engagements pris lors de la phase de sélection sont respectés et également fournir aux villes désignées un soutien et une orientation de leur sélection au début de l'évènement. À la fin du processus de surveillance, nous décidons ou non d'attribuer à chaque ville le prix Melina Mercouri. Enfin, le rôle de la Commission est également d'évaluer chaque CEC et de produire un rapport sur l'évaluation* » (courriel de la Commission européenne).

Cette implication somme toute limitée de la Commission a fait naître un « style Capitales européennes de la culture », reposant d'abord sur un réseau informel : « *le "style CEC" est actuellement partagé de manière informelle par l'intermédiaire de réseaux personnels, et aurait tout à gagner d'une conversion officielle en "savoir-faire CEC" commun afin de faciliter l'adaptation et le transfert de connaissances. Certaines craintes quant à l'opportunité de mettre en place un cadre opérationnel trop normalisé ont freiné ce processus, ce qui permet au programme CEC de jouir d'une liberté et d'une flexibilité plus grande que d'autres évènements majeurs, tels que les Jeux olympiques ou les Expos* » (Garcia and Cox 2013, 14). Bien que le renouvellement de la décision qui encadre l'action survenu depuis ce constat ait tenu compte de cette situation, et malgré le succès du programme, la Commission européenne n'y intervient toujours que de manière mesurée. Elle se concentre d'abord sur son accompagnement, ce qui lui a valu d'ailleurs certaines critiques, notamment au sujet du suivi du programme : « *même si les méthodes et les pratiques de suivi et d'évaluation se sont considérablement améliorées depuis la phase 3 du programme, il subsiste des lacunes importantes qui pourraient être comblées dans une grande mesure en soutenant la réalisation d'études longitudinales, en établissant un cadre comparable de collecte de données et en créant un portail de documentation ou d'archivage centralisé et accessible qui regrouperait les principales publications*

[126] Selon un message reçu du *Department for Culture Media & Sport*, le programme *UK City of Culture* recourt au même nombre de ressources personnelles : « *at present, there are roughly 2 full time equivalent (FTE) members of staff in the Department working on the UK City of Culture program* » (Rachel Joseph, Department for Culture Media & Sport).

d'évaluations » (Garcia and Cox 2013, 221). En effet, toujours selon ces auteurs, certaines lauréates ont été très peu étudiées, tandis que d'autres ont été analysées à plusieurs reprises, sans partage de connaissances, ce qui a produit alors des données difficilement comparables. Ce manque de coordination a été corrigé depuis. La Commission se montre ainsi de plus en plus proactive en la matière, en finançant notamment des rapports d'évaluation à l'issue de chacune des éditions[127] et, plus rarement, des études longitudinales.

Ces études montrent que si la volonté de favoriser la collaboration entre les villes hôtes existe depuis les premiers temps du programme, peu de mesures ont été entreprises en ce sens par la Commission européenne. Face à cette situation, des réseaux informels ont donc vu le jour : « *en 2013, les réseaux actifs comprennent le réseau informel d'organisateurs et de décideurs des villes hôtes des Capitales européennes de la culture, qui se compose de représentants de CEC récentes, ainsi que de villes hôtes actuelles et futures. Ce réseau agit de manière indépendante, et ses membres y adhèrent et le quittent de façon informelle* » (Garcia and Cox 2013, 206). La nature éphémère et fragmentée de ces réseaux empêche la consignation des expériences et leur mise en commun dans un document qui regrouperait des informations pratiques utiles à l'organisation de l'évènement. Hugo de Greef, intendant de Bruges Capitale européenne de la culture 2002, regrettait déjà cette absence en 2003 : « *depuis 1986, beaucoup d'expérience a été acquise dans ce domaine, mais l'Europe n'a jamais rassemblé ou consigné cette expérience dans des dossiers ou des centres d'information. Il n'existe pas de lignes directrices européennes pouvant être consultées en matière d'organisation pratique d'un évènement tel que la "Capitale culturelle de l'Europe". Cette absence d'assistance de la part de l'Europe est compensée par des contacts personnels établis avec d'autres collègues qui se sont déjà occupés de projets similaires* » (Garcia and Cox 2013, 206). L'absence de mise en commun des « savoir-faire » contraint donc les villes en phase de préparation à envoyer des délégations dans les Capitales européennes de la culture. Les responsables des éditions à succès sont ainsi consultés durant de nombreuses années, à l'exemple de Lille 2004 : « *nous rencontrions sans arrêt des représentants d'autres Capitales européennes de la culture. Après j'ai fait du "service après-vente" pendant un paquet d'années, ce qui m'a emmené jusqu'en Corée* » (Laurent Tricart). Une indication apparue sur la nouvelle mouture du guide destiné aux villes désireuses de soumettre leur candidature fait état d'efforts pour améliorer l'accès à l'information : « *a small documentation centre with material from previous ECOCs can be visited in the premises of the European Commission (70, Rue Joseph-II, Brussels)* » (European Commission 2014b, 19).

En outre, il semble que pour des raisons pratiques, il soit nécessaire d'avoir un bureau permanent : « *il faut quand même qu'il y ait un centre, un bureau, une adresse, un numéro de téléphone* » (Jacques Hainard). Ainsi, les candidatures des programmes européens et britanniques doivent être envoyées par courriel aux organismes officiels qui en ont la charge – « *requests must be sent to EAC-ECOC@ec.europa.eu* » (European Commission 2014b, 19), « *the registration form must be submitted electronically to RegisterUKCoC@culture.gsi.gov.uk* » (Department for Culture Media & Sport 2013a). Dans la version britannique, cette obligation représente – avec la désignation du jury et la rédaction d'un guide pour les candidatures – l'une des rares missions du *Department for Culture, Media and Sport* dévolus au programme. Cette situation montre que les obligations du porteur général peuvent se limiter à très peu de tâches. Cependant, l'expérience européenne prouve que sans compilation et mise en commun des connaissances – des « bonnes pratiques » –, le risque de répéter les mêmes erreurs augmente et que le partage du *know how*, en plus de favoriser les échanges entre les territoires, allège la tâche du porteur local. De plus, bien que cela puisse accroître les ressources nécessaires à son fonctionnement, le suivi d'une telle action par la mise en place d'indicateurs (nombre de candidatures reçues, études des divers impacts, etc.) permet de l'évaluer pour y apporter d'éventuelles modifications. En augmentant ainsi la probabilité du bon déroulement des festivités, ces mesures participent au succès du programme dans son ensemble.

[127] Disponibles ici : https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/actions/capitals-culture_en.

4.3.3. RECOMMANDATION

À l'issue de ce chapitre, l'identité du porteur demeure incertaine. Cependant, les entretiens effectués et les nombreuses sources consultées dévoilent quelques pistes. Seule certitude, la participation des pouvoirs publics, conformément au modèle de financement proposé plus haut, offre des garanties utiles à la pérennité d'un programme de cette importance. Une présence publique pourrait par exemple prévenir du dévoiement des objectifs d'une telle action par des organismes susceptibles de veiller d'abord à leurs propres intérêts (recherche de notoriété, ambitions politiques, espoirs de profit, etc.). Bien que cette question ne puisse se résoudre avant la publication de cette étude, l'appui de la Confédération ajouterait une plus-value significative au projet. Au-delà de sa participation financière, même s'il est pour l'heure impossible de préjuger de son affinité pour cette idée, le sceau fédéral lui donnerait une grande légitimité. À l'instar de l'évolution de l'intérêt de la Commission européenne pour le programme des Capitales de la culture – d'une certaine indifférence vers la mise en place d'un cadre utile à la poursuite de ses propres objectifs –, la Confédération pourrait user d'une version helvétique de cette action en subordonnant sa participation à certaines de ses priorités (cohésion nationale, respect de la diversité culturelle, développement durable, etc.). À un niveau inférieur, cantons et villes pourraient également tirer parti du label pour mettre en œuvre certaines politiques, en accord avec leurs calendriers respectifs (rénovation ou création d'infrastructures, amélioration de l'image externe et interne, diversification du tissu économique, etc.).

L'Union des villes suisses, qualifiée de « porteur naturel » par plusieurs des acteurs consultés, ne paraît toutefois pas être en mesure de prendre la responsabilité d'un tel programme ; ses faibles ressources ne semblent en effet pas l'y autoriser. Reste qu'elle pourrait s'en emparer et, en sa qualité de représentante des villes, l'amener dans le Dialogue culturel national. Si cette plateforme d'échange et de coordination[128], disposant de peu de budget[129], ne paraît pas apte à porter ce projet, il semble que ce dernier, par son envergure nationale et son implantation locale, y représenterait, au moins, et selon le premier des objectifs concrets de la Convention sur laquelle il repose, un *sujet* pour lequel les trois niveaux du pouvoir auraient un intérêt à ce que le développement soit coordonné. Au sein de ce Dialogue culturel national, les organismes représentant les trois niveaux du pouvoir en Suisse pourraient ainsi rechercher – voire constituer – une structure responsable de l'organisation d'une adaptation helvétique des Capitales européennes de la culture. Avec les *UK Cities of Culture* comme source d'inspiration, cette structure n'aurait que peu de missions ; essentiellement la récolte des candidatures, la rédaction d'un guide pour les villes candidates et la désignation du jury. Dans une version plus soucieuse des incidences à long terme, s'ajoute à ces tâches administratives un suivi basé sur la commande de rapports d'évaluation et sur le partage des « bonnes pratiques » entre les territoires-lauréats. L'expérience européenne le prouve, ces efforts, sans mobiliser d'importantes ressources, font décroître les risques d'échecs locaux et favorisent donc la pérennité du programme tout entier.

[128] Échanges sur des sujets aussi variés que le crowdfunding, la collaboration entre pouvoirs publics et mécènes privés, les statistiques de la culture, les gens du voyage, etc.

[129] Encore que « *si les parties décident de tâches et de projets communs, elles concluent des accords distincts. Ces accords définissent l'organisation du projet et les responsabilités, identifient clairement qui en assume le pilotage et fixent les contributions respectives en ressources humaines, matérielles et financières de chacune des parties* » (Office fédéral de la culture 2012a, 5).

4.4. CONCEPT

« *Alors, c'est quoi le concept ?* ». Voici les premiers mots prononcés par l'un des répondants ayant accepté de participer à l'étude. Face à un projet à l'état d'ébauche, certains participants se trouvaient en effet quelque peu décontenancés. Toutefois, au fil des entretiens, l'incertitude initiale se dissipait peu à peu et se dessinait alors un concept qui, s'il pouvait varier entre les répondants, partageait le plus souvent de nombreux traits communs. Poursuivant la méthodologie adoptée jusqu'ici, le présent chapitre affine cette ébauche en s'intéressant à la nature des territoires concernés, à l'intitulé du programme, à son contenu et, enfin, au processus de désignation à mettre en place. À la suite des chapitres précédents qui ont imaginé des objectifs, un modèle de financement et des pistes susceptibles de mener à un porteur, il s'agit donc, dans l'une des dernières étapes de la construction du projet, de présenter plus en détail le concept d'une adaptation helvétique des Capitales européennes de la culture.

4.4.1. TERRITOIRES CONCERNES

Question centrale, et parfois polémique, l'identification des zones géographiques destinataires d'un tel projet forme le cœur de ce chapitre. Alors que, jusqu'ici, le présent travail utilisait le terme volontairement imprécis de territoire pour éviter d'anticiper le raisonnement de cette partie, il s'agit désormais d'apporter quelques clarifications : le programme doit-il être exclusivement réservé aux villes ? Si oui, faut-il exiger une importance démographique minimale ? D'autres critères doivent-ils être considérés ?

Bien que quelques indices laissent présager d'une ouverture aux régions avoisinantes, la lecture du document de présentation du projet préparé par l'Association Capitale culturelle suisse montre que celui-ci se destine d'abord aux villes : « *seules des villes répondant à certains critères peuvent déposer leur candidature au titre de Capitale culturelle suisse* » (Association CCS 2014, 5). Sans être péremptoire, le texte estime que « *les candidates doivent ou devraient abriter un nombre plancher de résidents. Si ce critère devait être de + 50'000 habitants, cela concernerait 10 villes. Avec un minimum de 30'000 habitants, 20 villes pourraient briguer le titre de Capitale culturelle suisse* » (Association CCS 2014, 5). Ce prérequis découle d'une inquiétude quant à la capacité d'accueil de la ville et de la volonté d'accroître le potentiel de fréquentation des festivités. Les cartes qui suivent (figure 27) présentent la répartition des villes suisses selon différents planchers démographiques ; 100'000 habitants, 50'000 habitants, 25'000 habitants et 10'000 habitants (hors agglomération). Elles révèlent que – contrairement aux États très centralisés – la Suisse ne se caractérise pas par un réseau urbain structuré, mais davantage par une « *armature de petites et moyennes villes (…), "une émulsion de villes", dispersées dans un espace essentiellement rural et composant une sorte d'archipel urbain* » (Walter 2010, 18). Vestige de la construction d'un pays qui fut d'abord une Confédération puis un État fédéral, ce semi urbain dense se compose de villes aux origines variées[130] qui, en comparaison des pays limitrophes, ont connu un développement démographique assez restreint (Walter 2010). Ainsi, une limite fixée à 50'000 habitants n'ouvrirait le programme qu'à 10 villes (dans 7 cantons), si elle était descendue à 25'000 habitants, 26 villes pourraient participer (dans 13 cantons) et, enfin, à 10'000 habitants, presque 150 villes seraient concernées (dans 22 cantons). À l'évidence, le choix de cette variable change considérablement la nature du projet. Faut-il mettre l'accent sur les plus grandes villes, ce qui pour certains interlocuteurs favoriserait le rayonnement international du programme ou, au contraire, ouvrir à un maximum de villes et privilégier, selon d'autres répondants, la cohésion nationale ? Quelles ont été les stratégies adoptées par les programmes européens et britanniques ?

[130] Capitales de républiques urbaines, chefs-lieux de bailliages, bourgs-marchés situés sur les routes de transit, lieux d'activités proto-industrielles ou encore centres d'États épiscopaux, alliés ou princiers.

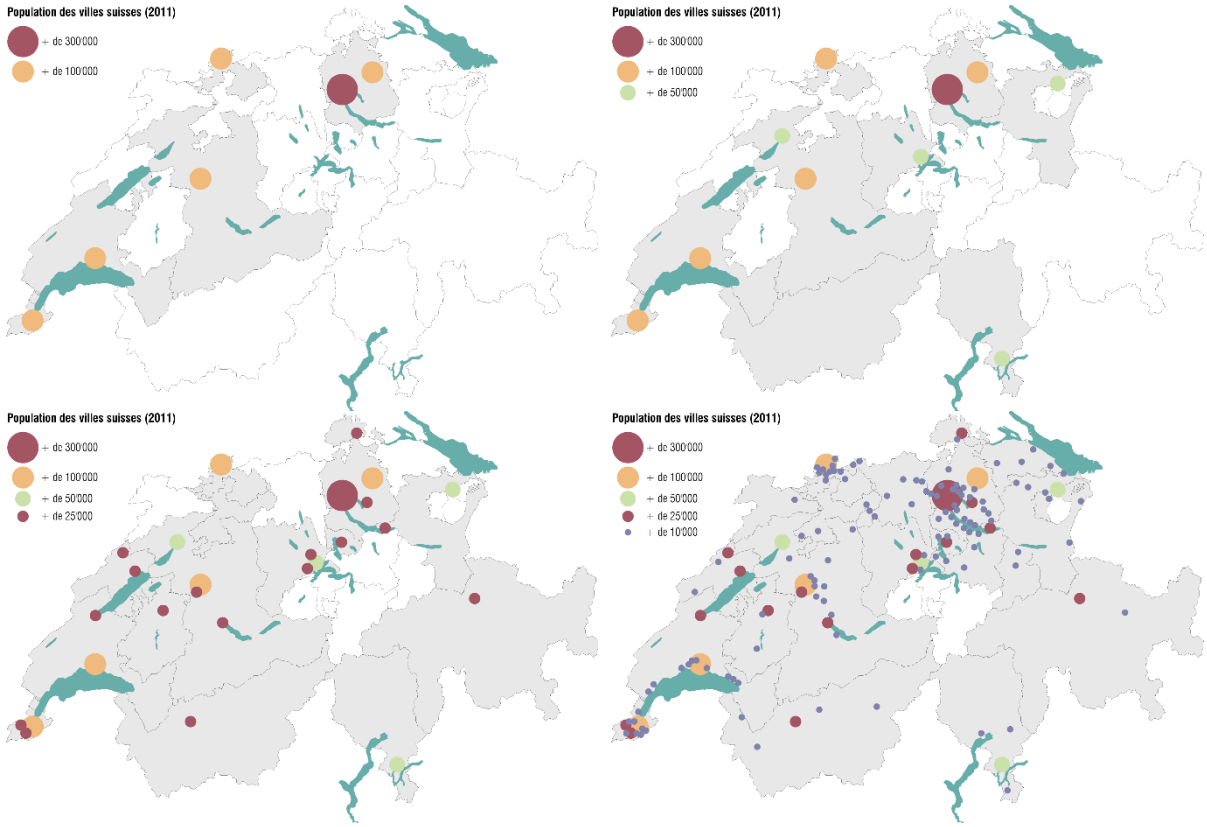


Figure 27 : Répartition des villes suisses selon leurs populations. Réalisé avec données OFS (2011).

VILLES ET « HINTERLAND »

Selon le premier alinéa de l'article 3 de la décision européenne qui encadre les Capitales européennes de la culture « *le concours pour acquérir le titre est ouvert aux villes, lesquelles peuvent y associer les zones environnantes* » (Parlement européen et Conseil de l'Union européenne 2014). Cette possibilité de dépasser les limites urbaines découle du succès de certaines éditions ayant associé leur région avoisinante, à l'exemple de Lille en 2004 qui fit « *le choix très très fort d'ouvrir le label Capitale européenne de la culture à l'ensemble du territoire eurorégional* » (Laurent Tricart) ou de Luxembourg qui inclut toute la Grande Région à sa candidature de 2007, en faisant « *le pari, fort d'un point de vue symbolique, de l'ouverture et de la coopération transfrontalière pour renforcer sa position de pôle culturel sur la scène grand-régionale, voire au-delà* » (Sohn 2009, 243). Des initiatives similaires existèrent également à Essen – qui représenta les 53 villes de sa région dans la phase de candidature pour que toute la Ruhr, forte de 5,2 millions d'habitants, soit finalement nommée Capitale européenne de la culture en 2010 –, à Maribor – Capitale en 2012, qui impliqua 5 autres villes de l'est de la Slovénie – ou Marseille-Provence 2013 – qui concerna près de 90 % du département des Bouches-du-Rhône. Malgré les difficultés organisationnelles qui peuvent accompagner cette ouverture, ce mouvement, encouragé par la Commission – qui y voit une possibilité de « *toucher un public plus large* » et d'« *amplifier les retombées* » (Parlement européen et Conseil de l'Union européenne 2014) – semble s'accélérer. Toutefois, le titre reste exclusivement réservé aux villes, car « *les expériences passées ont montré qu'une manifestation clairement centrée sur une ville constitue un facteur de réussite déterminant* » (Garcia and Cox 2013, 54). Ainsi, lorsqu'une ville candidate associe sa zone environnante, la candidature se fait sous le nom de cette ville.

Une telle ouverture existe également dans les *UK Cities of Culture*. Si un centre urbain doit aussi être au cœur de la candidature, celui-ci ne doit pas forcément être très important : « *this could be a city or large town, two or more neighbouring cities or towns, or a closely linked set of urban areas* » (Department for Culture Media & Sport 2013a, 7). En outre, une partie des festivités peut se dérouler dans l'*hinterland*, à condition que celui-ci soit « raisonnablement » accessible pour les visiteurs et qu'une identité territoriale

commune existe. Mais, comme pour l'action européenne, la ville doit rester le cœur du projet : « *bids and programmes that are diluted across a wide area will be viewed less favourably than those with a strong central focus* » (Department for Culture Media & Sport 2013a, 7).

Cette possibilité d'étendre les festivités au-delà du cadre urbain a séduit la totalité des participants à notre étude, à commencer par l'un des instigateurs de celle-ci : « *on est quand même aujourd'hui dans une politique qui est largement axée sur l'agglomération, une Capitale culturelle ne doit donc pas se localiser uniquement dans le périmètre d'une ville* » (Michael Kinzer). Il s'avérerait donc « *dommage d'exclure les régions non urbaines* » (Christine Salvadé). En outre, ces dernières pourraient « *accuser les villes d'accentuer le fossé ville/campagne* » (Rosie Bitterli Mucha). Ce clivage, qui réapparaît épisodiquement lors de votations et qui a été signalé dans la plupart des entretiens[131], doit ainsi être dépassé en permettant aux villes candidates – à l'instar des modèles européens et britanniques – d'incorporer leur région environnante : « *Delémont peut décider que c'est Delémont, mais aussi tout le Jura, par exemple* » (Sami Kanaan). Cette ouverture devrait toutefois, selon la littérature, et pour augmenter l'impact, se limiter à l'échelle régionale pour ne pas se diluer dans un espace géographique trop vaste. Cette préoccupation est partagée par la plupart des répondants qui ne pensent pas qu'un tel projet doive se destiner aux cantons ; il est vrai que le nombre de candidatures potentielles se verrait fortement réduit et que, dans les plus grands cantons, l'évènement perdrait de son impact local (et sans doute de sa visibilité). En résumé, pour beaucoup de répondants, si une ouverture à la région environnante semble souhaitable, il faut que la candidature soit portée par une ville centre, clairement identifiable : « *ça peut être une définition assez ouverte, ça peut être la culture rurale, mais une ville doit le porter* » (Sami Kanaan). À l'exemple d'ailleurs de ce qui peut se faire dans certaines compétitions sportives : « *pour les Universiades, Lucerne est la Hauscity, mais après, on va skier au Stoos, on va faire du ski de fond à Andermatt, etc. Je pense qu'il faudrait suivre ce modèle ; dans le cas où Lucerne deviendrait Capitale culturelle, il y aurait de toute façon quelque chose dans l'Entlbuch, je ne peux pas me le représenter autrement* » (Rosie Bitterli Mucha).

LA DÉMOGRAPHIE NE FAIT PAS LES VILLES

La figure 28 en témoigne, l'importance démographique des villes désignées Capitales européennes de la culture peut fortement varier d'une édition à l'autre. La comparaison des populations de Paphos, ville chypriote d'environ 50'000 habitants, et d'Istanbul, 14 millions d'habitants, soit un rapport de 1 à 280, atteste de ces disparités. Comme le guide destiné aux villes souhaitant soumettre une candidature l'annonce, la taille des villes n'est donc pas un critère déterminant : « *the size of a city is not a factor. Cities of over 1 million and cities below 25'000 have been ECOCs* » (European Commission 2014b, 7). Cette ouverture ne fut pas toujours la règle, car, comme le montre le cadre théorique de cette recherche, l'action a d'abord consacré des Capitales ou des centres culturels importants (Athènes, Florence, Amsterdam, Berlin et Paris), mais l'admission de nouveaux États membres et le succès de certaines éditions organisées dans de plus petites cités ont fait diminuer la population moyenne des villes-lauréates. Au Royaume-Uni, les *UK Cities of Culture* – seule adaptation du modèle européen qui détaille les critères de candidature – ne prévoient pas non plus de plancher démographique pour les villes candidates : « *there is no pre-determined minimum size of population or geographical area for areas that wish to bid* » (Department for Culture Media & Sport 2013a, 8). En fait, sans doute dans un souci de ne pas favoriser encore la ville la plus prospère du pays, seule Londres est exclue du programme : « *the only areas precluded from bidding are London as a whole or any part of London* » (Department for Culture Media & Sport 2013a, 8).

[131] « *Si le projet est prévu pour le seul profit des villes, ça ne passera pas. Regardez les votations en Suisse. On est dans un vote qui est souvent villes contre campagnes, c'est une dichotomie qui est apparue il n'y a pas si longtemps, mais qui est très visible. L'idée serait d'unifier, de réunir, tandis qu'avec un concept axé que sur les villes on divise* » (Christine Salvadé).

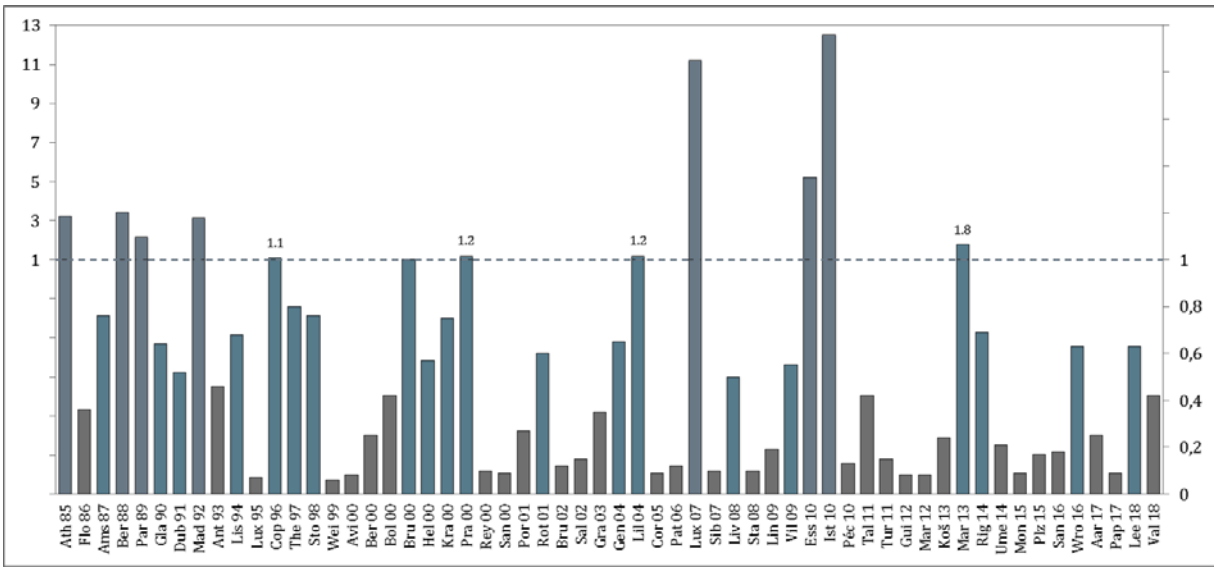


Figure 28 : Population des CEC en million d'habitants (Garcia and Cox 2013, 53).

Cette réflexion sur la taille minimale des villes à considérer pour un tel programme a partagé le panel d'experts approchés en deux camps inégaux. Le premier, réunissant deux répondants, estime qu'un accent sur les grandes villes permettrait de faire exister le projet à une échelle internationale : « *on ne devrait pas commencer par une [petite ville], on devrait commencer par une ville qui est naturellement dans les circuits touristiques, avec une offre culturelle. Ça devrait être Bâle, ça devrait être Zürich, ça devrait être Genève, enfin les 5 premières villes de Suisse* » (Nicolas Bideau) ; « *vous nommez [nom d'une petite commune] Capitale culturelle de la Suisse ? Je suis très sceptique. L'Europe, c'est quand même une étendue géographique importante, avec des centaines de millions d'habitants...* » (Hedy Graber). Pour ces deux acteurs de la vie culturelle et politique suisse, très actifs au niveau international, la petite taille du pays obligerait à destiner le programme aux villes les plus importantes, au moins dans un premier temps : « *pour faire connaître la marque* » (Nicolas Bideau).

À l'opposé, un deuxième camp incite à se concentrer d'abord sur les villes plus petites : « *Zürich, Genève, Bâle, seraient exclues d'entrée de jeu (…) et puis on attaque Soleure, Delémont, Porrentruy, toutes les villes de ce type-là* » (Jacques Hainard). Si l'éviction des grandes villes du programme s'avérait sans doute un geste trop fort – le déséquilibre entre les villes suisses paraît en effet moins marqué qu'en Angleterre, où Londres est exclue des *UK Cities of Culture* –, la plupart des répondants encouragent à ne pas empêcher la participation des villes plus petites. Ce sont d'ailleurs ces dernières qui auraient le plus besoin de la création d'un tel label : « *la question qui se pose, c'est où devrait-on en faire davantage en ce moment ? Est-ce que l'on doit de nouveau soutenir quelque chose dans une grande ville, ou devrait-on plutôt aller hors des grands centres urbains, où la situation est beaucoup plus difficile ? Les petites villes ont sans doute davantage de besoins ; à Zürich, il y a déjà beaucoup de choses* » (Andrew Holland). Trois répondants, membres de l'administration de trois des cinq plus grands centres urbains de Suisse, partagent d'ailleurs cette vision : « *à Bâle, qu'est-ce qu'on ferait ? On est déjà une Capitale de la culture, comme Zürich. Donc qu'est-ce que cela changerait ? Je trouve toujours important de discuter, ou de voir, ce qu'un projet changerait comparé au quotidien…* » (Philippe Bischof) ; « *non, moi, je suis très ouvert, parce que si on fait avec les grandes villes uniquement, on va polariser tout de suite !* » (Sami Kanaan) ; « *est-ce que ce sont vraiment les grands pôles culturels suisses qui auraient besoin de cette manifestation ou, au contraire, les plus petites villes, je ne dirais pas en déshérence culturelle, mais presque. Pour celles qui sont en manque des structures, qui sont en manque de projets, ça pourrait faire sens. Comme en Europe, on a d'abord fait un round autour des grandes capitales (…) pour finalement changer un peu le fusil d'épaule et favoriser des territoires plus périphériques, des villes de moins grande envergure. On a valorisé des régions qui ont peut-être une dimension culturelle moins évidente pour les faire dialoguer avec*

d'autres. Je trouve que cette idée est finalement plus intéressante » (Yann Riou). Cette ouverture ne signifie toutefois pas que les plus grandes villes ne se déclareraient pas candidates (selon les trois membres de leurs administrations rencontrés, Bâle, Genève et Lausanne le seraient d'ailleurs probablement), mais que le programme doit pouvoir s'adresser à toutes les villes, même les plus petites.

L'exemple d'autres programmes montre d'ailleurs que l'obtention d'un label du type *Capitale de la culture* a un impact plus important dans les villes moins grandes : « *des preuves donnent à penser que CCC [Capitales culturelles du Canada] a remporté plus de succès dans les petites collectivités que dans les grandes. Dans les grandes villes, certains pensaient que la désignation CCC avait peu d'effet et sombrait rapidement dans l'oubli. Des intervenants ont mentionné que le niveau de financement était trop faible pour être marquant dans une grande ville à la scène culturelle vibrante* » (Gouvernement du Canada 2009, 51). En Europe, si l'impact des manifestations a pu se révéler important dans de grands centres urbains (Liverpool, Lille, etc.), en matière de notoriété, ce sont surtout les plus petites villes qui ont bénéficié de l'obtention du label : « *les villes dont la notoriété nationale et internationale était limitée avant l'année d'organisation de la manifestation CEC ont davantage tendance à tirer des bénéfices plus importants de l'accroissement de l'attention des médias* » (Garcia and Cox 2013, 133). Ne laisser que les grandes villes participer pourrait donc priver le programme de certains de ces effets potentiels : « *non, mais ça, c'est diabolique ! Il faut dire que c'est pour tout le monde !* » (Jacques Hainard).

Faut-il néanmoins instaurer un plancher démographique ? Certaines cités historiques de moins de 10'000 habitants semblent avoir un lien à la culture plus fort que d'autres villes comptant pourtant une population bien plus importante : « *je pense que le critère de la population n'est pas le critère le plus important : il y a des grandes villes qui ont peu à voir avec la culture, comme certaines villes dans l'agglomération de Zürich ou Bâle par exemple, et, de l'autre côté, des villes historiques, avec une tradition culturelle, comme Burgdorf, Brig, Romanshorn, ou Coire* » (Kurt Fluri). En effet, certaines « villes dortoirs », très peuplées, se signalent par l'absence de tradition culturelle tandis que d'autres villes, moins peuplées, gardent les traces architecturales de leur grandeur passée : « *la capitale culturelle historique du Jura, c'est Porrentruy. Vous me direz que ça a évolué, mais quand on arrive dans le Jura, on sent qu'il y a une force culturelle intrinsèque dans cette ville. [Un tel projet] pourrait aussi être une manière de faire des liens entre le passé et le présent. Ce qui saute aux yeux à Porrentruy, c'est l'importance du patrimoine ; on pourrait par exemple l'utiliser pour en faire quelque chose de très contemporain* » (Christine Salvadé). La situation particulière de certaines villes a été considérée par l'Union des Villes Suisse (UVS) qui, en s'appuyant sur les nouvelles définitions des « villes » et des « agglomérations » adoptées en décembre 2014 par l'Office fédéral de la statistique (OFS), a ajouté aux 162 villes statistiques du pays : « *11 communes membres de l'UVS, qui, en raison de leurs traditions ou de leur développement, présentent un caractère urbain* » (Brechbühl, Tschirren, and Zimmermann 2016, 5). Cette méthode permet de parvenir à un total de 173 villes et communes urbaines en 2016 (figure 29). Une telle typologie pourrait convenir au projet au cœur de cette étude.

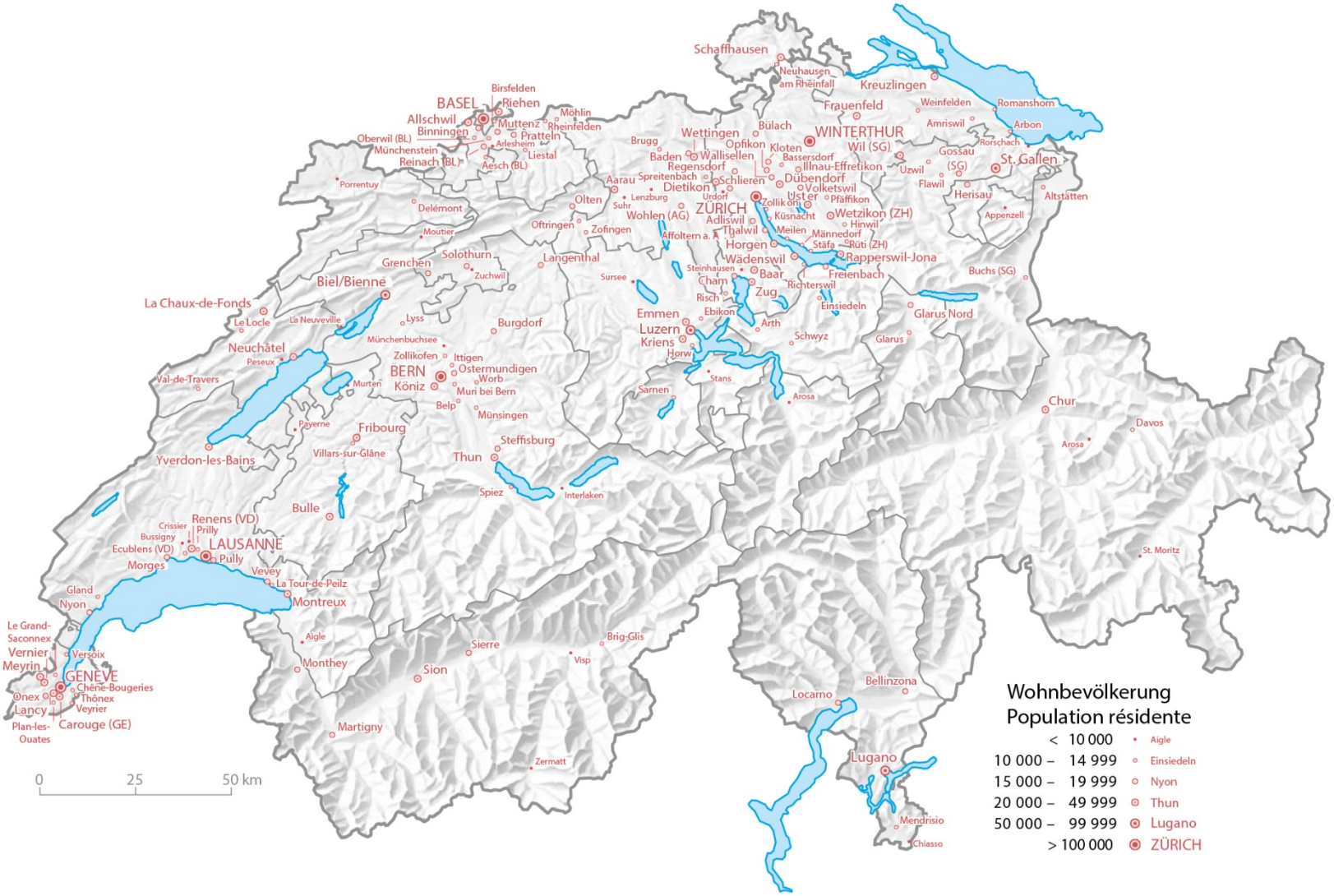


Figure 29 : Les 173 villes et communes de Suisses (Brechbühl, Tschirren, and Zimmermann 2016, 4).

La majorité des personnalités rencontrées dans le cadre de cette étude considère donc souhaitable d'ouvrir le programme aux petites villes. Toutes estiment toutefois nécessaire qu'une certaine « masse critique » soit exigée, en d'autres termes que la ville hôte soit en mesure d'accueillir un évènement d'une certaine ampleur : « *il faut que les villes aient la capacité d'emmagasiner les manifestations au niveau de l'organisation, du public, des transports, de l'hôtellerie, etc.* » (Michael Kinzer). Cette préoccupation apparaît également dans les programmes européens et britanniques. Pour le modèle original, la catégorie « capacité de réalisation » des critères de sélection (article 5 de la décision qui réglemente l'action) exige des candidatures qu'elles montrent : « *que la ville candidate dispose ou disposera d'une infrastructure appropriée et viable pour détenir le titre* » (Parlement européen et Conseil de l'Union européenne 2014). L'adaptation britannique rejoint les préoccupations du programme européen : « *however, it is unlikely that a smaller town, with limited capacity and acting on its own, or an area without an existing cultural infrastructure would be able to provide the critical mass for a year-long programme to be successful. While we want to encourage ambition and see the programme as a catalyst for change, the areas that bid will need to demonstrate that they can host events and exhibitions at scale, both indoors and outdoors. If a capital programme is in place to develop the required infrastructure, we will expect to see in the bid a realistic timetable for its delivery* » (Department for Culture Media & Sport 2013a, 8). Les candidatures des villes plus petites ne sont donc pas proscrites, mais les candidats doivent montrer leur capacité à accueillir des évènements d'une certaine importance, ou, au moins, s'engager à prévoir les infrastructures nécessaires[132].

En résumé, tant la considération des programmes européens et britanniques que le résultat des entretiens invitent à ne pas restreindre les candidatures aux seules villes les plus peuplées. En retenant la typologie de l'union des villes suisses, avec les 173 villes et communes urbaines qu'elle a identifiées en 2016, « l'archipel urbain suisse » est couvert en totalité. Avec la possibilité offerte aux villes candidates d'intégrer leur *hinterland*, c'est presque la totalité du territoire helvétique qui devient concerné par le programme. Cela pourrait atténuer le risque d'une opposition des campagnes. Il y aurait donc des éditions très urbaines et d'autres plus rurales. Toutefois, avec l'exigence du respect d'un budget plancher et de certaines infrastructures à posséder (ou au moins à prévoir), une sélection se ferait automatiquement : « *je ne pense pas qu'il faudrait exclure les petites villes dans les statuts ; une frontière se mettra naturellement en place entre les communes aptes à participer et celles n'ayant pas les capacités de le faire* » (Caroline Morand). Ce modèle a été accepté par les membres de l'Association Capitale culturelle suisse : « *pour nous, il était important que les plus grandes villes ne soient pas les seules à pouvoir obtenir le label, que celui-ci puisse également partir dans des régions plus "périphériques", tout en gardant l'exigence, d'un autre côté, d'une masse critique opérationnelle minimum* » (Michael Kinzer).

[132] Certains participants ont imaginé des moyens de pallier le manque d'infrastructures qui méritent sans doute d'être signalés : « *je ne sais pas si vous avez suivi la démarche assez intéressante de Jura Tourisme, qui a proposé à des architectes de réaliser des cabanes de camping à Saignelégier (https://www.letemps.ch/suisse/2015/06/08/stars-montantes-architecture-construisent-cabanes-jura). On pourrait imaginer un concept de logement éphémère, pendant l'année de la Capitale culturelle, (…) ça ferait partie du concept même. (…) C'est cela qui est intéressant avec le Jura : on peut vraiment mettre en valeur la mobilité douce, le tourisme familial, ce genre d'éléments qui tiennent plus de l'expérience et du bien-être. Si on fait des choses dans les granges, et qu'on implique les gens, etc., encore une fois, on est dans la contre-urbanité, mais on ne peut pas dire que l'infrastructure n'existe pas* » (Christine Salvadé).

4.4.2. INTITULE

Alors que deux tiers des entretiens avaient été réalisés, une question imprévue a surgi : quel devrait être le nom d'un tel programme ? Le choix de l'Association Capitale culturelle suisse, reprenant l'intitulé de l'action européenne, semblait sinon déranger, au moins gêner quelques interlocuteurs. C'est une anecdote relatée par Yann Riou, adjoint au chef du service de la culture de la Ville de Lausanne, qui a entraîné cette réflexion :

« *en 2012, à Lausanne, des anniversaires assez symboliques tombaient en même temps : les 25 ans du Béjart Ballet Lausanne et de la Compagnie Philippe Saire, les 20 ans de la Compagnie Linga et de l'École-Atelier Rudra Béjart Lausanne, les 40 ans du Prix de Lausanne et les 10 ans d'une compagnie pour jeunes danseurs appelée le Marchepied. En conséquence, on s'était dit qu'on allait essayer de regrouper l'ensemble des manifestations prévues par ces institutions autour d'une bannière commune… Si le titre retenu fut "Capitale pour la danse", je ne vous raconte pas les difficultés qu'on a eues pour trouver le déterminant, entre "une" et "la". Finalement, le nom adopté a été "Lausanne une Capitale pour la danse". Je trouve que c'est quelque chose de très suisse, de ne pas affirmer, d'avoir peur d'exprimer certaines choses. Je me dis que pour le projet qui vous occupe, les villes auraient peut-être une certaine "gêne" à se proclamer LA Capitale culturelle de la Suisse* » (Yann Riou).

S'il n'est évidemment pas possible de mener ici une réflexion approfondie au sujet de la « modestie » supposée des Suisses – certains des interlocuteurs rencontrés l'estime prégnante et la rattachent à la petite taille du pays ainsi que, parfois, à son héritage protestant –, peut-être en effet que la décentralisation helvétique ne s'accommode guère d'une élévation de villes de son territoire au titre, même provisoire, de capitale : « *je trouve que la spécificité de la Suisse, ce n'est pas cette centralisation, comme on la connaît en France ; donc une capitale en haut, et puis des régions en bas, là on est dans une autre logique. Et on devrait s'appuyer sur cette autre logique pour revisiter même le mot de capitale* » (Christine Salvadé). Selon certaines personnalités rencontrées, l'emploi du terme capitale doit donc être évité : « *ah non ! Je n'utiliserais pas du tout ce terme. Parce que d'une part c'est faux, les autres villes existent toujours si on est capitale ou non ; il y a toujours Zürich, si c'est Bâle, etc. Il faudrait vraiment trouver le bon nom ou sous-titre, qui nous raconte l'histoire de ce qui nous intéresse à développer. Pour ça, il faut discuter, faire du brainstorming* » (Philippe Bischof).

L'action européenne a fait le choix inverse : alors que, dans les premiers temps, le label attribué était celui de *Ville européenne de la culture*, le Parlement européen et le Conseil des ministres ont décidé en 1999 que, dès 2005, le programme consacrerait des *Capitales européennes de la culture*. S'il n'a pas été possible de trouver les motivations de ce changement dans les textes officiels européens, certains auteurs estiment que ce choix « *est symptomatique de l'autorité croissante et de l'attention que l'évènement suscite parmi les responsables des institutions politiques européennes* » (Georgiev 2013). Cette transformation rendrait ainsi le titre « *plus honorifique pour la ville qui en assume la charge* »[133], et augmenterait encore « *l'appétit des villes candidates – la plupart n'étant pas des capitales nationales* » (Giroud and Grésillon 2011, 10). Le nombre croissant de candidatures constaté depuis – qui doit, à l'évidence, être également corrélé à d'autres facteurs explicatifs – semble donner du crédit à cette hypothèse.

L'adaptation de l'action européenne au Royaume-Uni a délaissé le nom original pour lui préférer celui de *UK City of Culture*. Toutefois, ni la maigre littérature consacrée à ce programme ni les rares textes officiels qui l'encadrent ne justifient ce choix. Faut-il y voir une volonté de se démarquer du modèle d'inspiration ? En effet, même si le *Brexit* risque de compromettre le maintien du Royaume-Uni comme pays hôte de la Capitale européenne de la culture en 2023, l'intitulé *Capitale culturelle*, même affublé de l'adjectif *britannique*, aurait sans doute entraîné une certaine confusion entre les deux programmes. En ce qui concerne une adaptation helvétique de cette action, certains acteurs politiques et culturels ont également émis le souhait d'un programme qui se distingue de l'original, au moins dans le choix du nom : « *pour moi, on parle plutôt d'un projet suisse et la question c'est de savoir si on doit changer le titre du projet pour ne*

[133] http://www.touteleurope.eu/les-politiques-europeennes/culture/synthese/les-capitales-europeennes-de-la-culture.html.

pas avoir un titre si proche de la version européenne. Au lieu de parler de Capitale culturelle, ne vaudrait-il pas mieux trouver autre chose ?» (Andrew Holland).

Au terme de cette rapide réflexion, il semble que suivre l'exemple britannique permettrait d'éviter de froisser la « modestie » helvétique et de se défaire un peu du modèle européen ; comme une ville doit être au centre des candidatures, l'intitulé *« Ville culturelle » suisse* pourrait ainsi être retenu. En se basant sur des villes dont des responsables ont été rencontrés dans le cadre des entretiens, une telle action désignerait par exemple : « Lugano, Ville culturelle suisse 2020 », « Soleure, Ville culturelle suisse 2024 » ou, dans le cas d'une périodicité quadriennale, « Genève, Ville culturelle suisse 2028 ». Ce point de vue n'est pas partagé par l'Association Capitale culturelle suisse. Celle-ci estime en effet que le recours au terme « ville » plutôt que « capitale » amoindrit l'impact communicationnel du programme – « *le lauréat doit assumer ses forces et ses fiertés avec ce terme de "Capitale"* » (Michael Kinzer) – et que « *l'intitulé "Ville de culture" affirme le clivage ville-canton. C'est moins le cas avec le terme "Capitale"* » (Michael Kinzer). En l'état, le débat reste ouvert ; la décision appartiendra au porteur du projet.

4.4.3. CONTENU

Après avoir désigné les villes comme les destinataires du projet, il s'agit de s'intéresser ici à l'adjectif « culturel ». En analysant les contenus proposés dans les Capitales européennes de la culture et en s'appuyant sur l'expertise des acteurs rencontrés dans le cadre de cette étude, l'objectif consiste donc à s'intéresser au contenu d'un tel programme, même si le détail dépendra bien sûr des candidatures.

FORMES D'ARTS

En 2004, une étude commandée par la Commission européenne a analysé les formes d'art les plus présentes dans les programmes des Capitales européennes de la culture entre 1995 et 2003 (Palmer-Rae Associates 2004). Affiné par une recherche plus récente, le résultat montre une prédominance de certaines d'entre elles :

Musique	89 %
Théâtre	84 %
Arts visuels	79 %
Défilés de rues/évènements en plein air	42 %
Patrimoine et histoire	32 %
Architecture et/ou conception	26 %
Interdisciplinaire	16 %
Littérature	11 %
Danse	11 %
Arts de la scène	11 %
Conférences	5 %
Moyens de communication audiovisuels	5 %
Opéra	5 %

Tableau 4 : Formes d'arts présentées dans les CEC entre 1995 et 2003 (Garcia and Cox 2013, 79).

À l'exemple du concert de Paul McCartney à la première édition du festival *Sound City*[134] (lancé à l'occasion de *Liverpool 2008*), de la performance de Radiohead à Salamanque 2002 ou de la collaboration d'Olafur Eliasson au programme d'Aarhus 2017, en passant bien sûr par les milliers de pièces de théâtre, expositions et concerts qui ont été présentés depuis cette étude, la musique, le théâtre et les arts visuels sont restés les formes d'arts les plus répandues dans les Capitales européennes de la culture. Si des lauréates ont mis l'accent sur certains domaines, comme Anvers 1993 et l'art contemporain ou Graz 2003 et la nouvelle architecture (Garcia and Cox 2013), la plupart ont composé un programme éclectique, susceptible de s'adresser à tous les publics. Les villes ont donc eu le plus souvent recours aux formes d'arts les plus répandues et à l'audience la plus vaste, soit la musique, le théâtre et les arts visuels. Au-delà de ces disciplines, et en quatrième position du tableau ci-dessus, beaucoup d'entre elles ont marqué le départ de l'année de célébration en organisant de grands évènements populaires, comme la *Parade des lumières* à Marseille en 2013, le *Bal blanc* pour Lille 2004 ou l'*Awakening* de janvier 2016 à Wroclaw, en Pologne. Certaines parades, à l'instar de la *Zinneke Parade* à Bruxelles, sont même devenues de nouvelles traditions dans les villes hôtes. Enfin – cinquième élément le plus cité –, les lauréates qui ont mis l'accent sur le patrimoine et l'histoire entre 1995 et 2003 sont surtout des villes historiques, à l'exemple de : « *Thessalonique 1997, Stockholm 1998, Weimar 1999, Avignon 2000, Bologne 2000 et Cracovie 2000* » (Garcia and Cox 2013, 80).

[134] http://www.liverpoolsoundcity.co.uk/.

En résumé, le tableau ci-dessus témoigne d'une certaine variété dans les formes d'arts présentées dans les Capitales européennes de la culture ; celle-ci dépend en fait totalement des choix de la ville lauréate. En effet, l'alinéa 3 de l'article 5 du texte qui encadre l'action laisse une grande liberté en la matière. Les seuls critères qu'il pose pour l'évaluation du contenu culturel et artistique sont les suivants : « *a) l'existence d'une vision et d'une stratégie artistiques claires et cohérentes pour le programme culturel ; b) la participation d'artistes et d'organisations culturelles locaux à la conception et à la réalisation du programme culturel ; c) la portée et la diversité des activités proposées, ainsi que leur qualité artistique globale ; d) la capacité d'associer le patrimoine culturel local et les formes artistiques traditionnelles à des modes d'expression culturelle innovants et expérimentaux* » (Parlement européen et Conseil de l'Union européenne 2014). Si la qualité artistique et la participation du terreau local forment le cœur des exigences européennes, l'absence de définition du terme culture offre de nombreuses possibilités. Seul impératif, les activités proposées doivent présenter une grande diversité, des plus traditionnelles aux plus expérimentales. Ainsi, usant d'une définition large de la culture et de l'ouverture permise par l'action, certaines Capitales européennes de la culture ont intégré dans leurs programmes des domaines comme : « *la mode, les sports, la religion, l'industrie, la gastronomie, le jardinage et les sciences* » (Garcia and Cox 2013, 80).

Figure 30 : La troupe « La Fura dels Baus » pour l'ouverture de Guimarães 2012 (http://www.wsj.com).

Cette ouverture existe également au Royaume-Uni. En effet, bien que le guide pour les candidatures propose sa définition du terme culture – « *culture is generally taken to include the following areas: arts (including visual arts, literature, music, theatre and dance), architecture, crafts, creative industries, design, heritage, historic environment, museums and galleries, libraries, archives, film, broadcasting and media* » –, les villes disposent d'une grande marge de manœuvre : « *however, we are not being prescriptive about what constitutes culture and it will be up to you to make the case for which activities are and are not included in your proposed cultural programme* » (Department for Culture Media & Sport 2013a, 7). Les candidatures peuvent ainsi ajouter la gastronomie, le sport ou la science à la définition de la culture proposée, cependant « *they should not be major elements in the bids and programmes* » (Department for Culture Media & Sport 2013a, 7). Ainsi, à Derry, unique ville britannique de la culture, le programme des festivités – dont la version papier tenait sur 102 pages[135] – a vu se côtoyer des manifestations très diverses, des festivals d'arts aux évènements sportifs internationaux. Si le programme de Hull 2017 ne sera communiqué qu'au cours du dernier trimestre de 2016, il devrait également témoigner d'une même diversité (figure 31).

[135] http://www.irishtimes.com/news/derry-launches-programme-for-2013-uk-city-of-culture-1.557589.

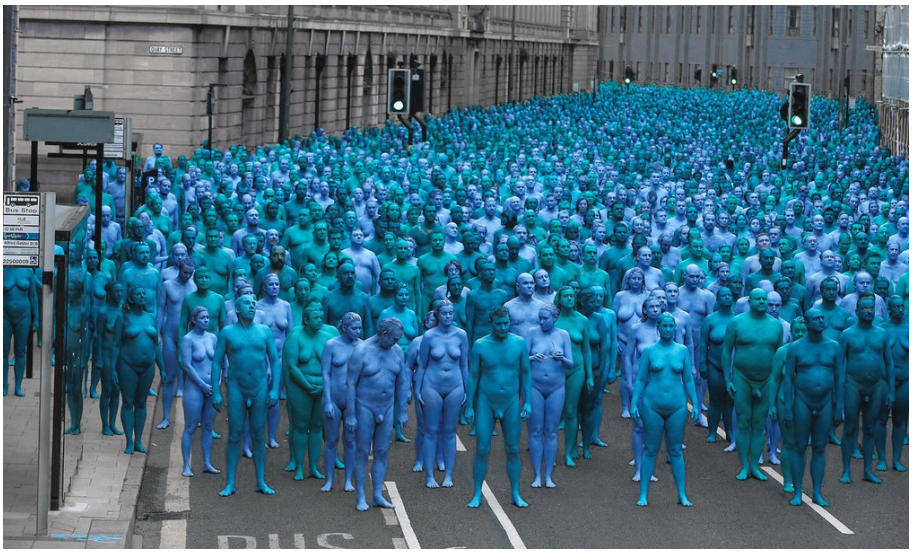


Figure 31 : « Sea of Hull » par Spencer Tunick pour Hull 2017 (https://www.theguardian.com).

Les entretiens semi-directifs menés dans le cadre de cette étude révèlent la sympathie des participants pour la définition non restrictive de la culture dont usent les programmes européens et britanniques : « *la culture n'a pas qu'une dimension "divertissante" ou "esthétique", je pense qu'elle parle du monde d'aujourd'hui* » (Christine Salvadé). Certains répondants souhaitent même cette ouverture : « *ce qui m'ennuierait, ça serait l'idée d'avoir un autre festival culturel, car il y en a des milliers partout. Par contre, travailler sur les liens entre sociologies, architectures, culture, écologie, économie et toutes les autres disciplines et domaines, c'est quelque chose qu'il nous faut soutenir, c'est quelque chose qui nous manque. Si on discute la réalisation de ce projet, il faut discuter le terme culture et ses implications et conditions, tout d'abord. Je n'y participerais pas sans une discussion pour savoir de quoi on parle. Quelle est la culture qui doit être capitale ? Où est-ce qu'elle s'arrête ?* » (Philippe Bischof)[136]. Il apparaît donc nécessaire au panel d'acteurs culturels et politiques rencontrés de décloisonner les formes d'arts et de dépasser le caractère évènementiel en proposant une réflexion collective, que cela soit, par exemple, sur la ville, la nation ou d'autres thèmes. Le directeur des affaires culturelles de Bâle-Ville, soucieux d'apporter une plus-value à l'offre culturelle conséquente du canton, a rapidement imaginé un thème susceptible de réunir ceux qui en sont les acteurs : « *la trinationalité, surtout aujourd'hui dans cette Europe un peu troublée* » (Philippe Bischof). Cette volonté de décloisonnement est également partagée par Kurt Fluri, maire de Soleure, qui spontanément a pensé à un thème faisant dialoguer patrimoine et culture contemporaine : « *la culture contemporaine dans une ville historique* » (Kurt Fluri). Ces seuls exemples montrent qu'un tel programme devrait en effet favoriser les candidatures qui, en inscrivant les manifestations dans un thème, proposent une réflexion identitaire : « *on pourrait faire beaucoup de choses… par exemple autour de la démocratie suisse. On pourrait imposer ce thème à toutes les Capitales culturelles suisses et les faire réfléchir à la démocratie, par des spectacles, etc. Cela pourrait servir de fil rouge d'une édition à l'autre* » (Christine Salvadé). En somme, l'occasion serait belle de profiter d'un tel label pour réunir l'offre culturelle de certaines villes autour d'un thème commun : « *à Genève, l'un des défis que l'on a, c'est qu'on a une très belle offre culturelle, mais, en caricaturant, il y a quand même l'aspect un peu niche, chacun a son festival, etc. Les acteurs culturels s'entendent bien entre eux, mais ils ont aussi parfois un peu de peine à s'unir, pour être plus forts. Ce projet pourrait être l'occasion de réaliser cela, en ne faisant pas comme d'habitude, en donnant une couleur particulière à l'ensemble* » (Sami Kanaan).

En résumé, il semble donc qu'il faille s'inspirer de l'ouverture et de la volonté de décloisonnement du modèle original. L'Association Capitale culturelle suisse partage ce point de vue : « *la culture aujourd'hui*

[136] Autre exemple de volonté d'ouverture : « *on a une fédération rurale InterJurassienne, très dynamique, et je pense que les faire plancher là-dessus, assez vite, sur un concept justement, de repas, d'expérience, je dirais, culinaire, en relation avec cette Capitale culturelle, pourrait se révéler intéressant* » (Christine Salvadé).

est complètement ouverte et peut comporter aussi la gastronomie, la société, les sciences. Je pense qu'un évènement comme ça doit avoir ses programmes phares, en termes de grosse attractivité populaire (expositions, arts scéniques, concert, etc.), mais il y a tout un autre aspect qui doit refléter aussi l'exploration de la culture et qui doit provenir des acteurs culturels de la région» (Michael Kinzer).

« AMENER LES GENS À LA CULTURE » SANS « PERDRE LES CRÉATEURS CULTURELS »

Un point a partagé les acteurs culturels et politiques ayant participé aux entretiens semi-directifs en deux camps aux limites perméables : ceux qui tiennent avant tout à la qualité de la programmation culturelle et ceux qui recherchent d'abord le succès populaire (ce qui se résume parfois, et faussement, à un débat *Hochkultur* contre *Volkskultur*). Toutefois, aucun répondant n'a semblé appartenir exclusivement à l'un ou l'autre de ces deux camps et seule la formulation de quelques priorités laissait entrevoir certaines préférences.

Ainsi, pour Hedy Graber, si l'idée d'un évènement populaire qui encourage la population suisse à visiter les villes paraît « *certainement une bonne idée* », une autre formule pourrait également s'imaginer : « *il faudrait pouvoir réaliser des projets qui soient vraiment 21e siècle, enfin des projets qui soient clairement liés à la culture contemporaine, peut-être à un niveau plus expérimental. (…) Pour faire une parenthèse, Zürich accueillera "Manifesta" cette année – une biennale d'art contemporain qui tourne en Europe et qui choisit elle-même les lieux où elle veut se poser les deux ans – et ça, je trouve que c'est un programme (…) qui a, à mon avis, plus d'impact sur la création contemporaine que ce genre de Capitale culturelle européenne* » (Hedy Graber). En plus d'admettre que ce choix est lié à son « *idée de la culture* », Hedy Graber estime toutefois que l'organisation de projets « *pointus* » ne s'oppose pas nécessairement à un succès populaire. Ainsi, en sa qualité de responsable des projets culturels à Bâle-Ville lorsque la ville accueillit le programme « *mois culturel européen* » en 2001 (action organisée entre 1992 et 2003), elle essaya de concilier les deux : « *pour cet évènement, on avait misé sur la musique contemporaine. Avant le mois de novembre, mois culturel européen, on avait réalisé chaque semaine une création musicale quelque part dans la région bâloise, que cela soit à un arrêt de bus, dans un garage, etc. Et puis pendant le mois culturel, on avait invité en résidence plusieurs ensembles de musique contemporaine dans une salle de la foire de Bâle réaménagée par Herzog & de Meuron (qui n'étaient pas encore très connus). [Bien que] notre projet du mois de la musique était super pointu, c'était plein tout le temps ; cette musique contemporaine que vous ne voulez pas écouter chez vous à la maison, on l'a mise dans la rue et ça a super bien marché* » (Hedy Graber). Cette volonté de prise de risque est partagée par Jacques Hainard, ancien directeur, entre autres, du Musée d'ethnographie de Genève, qui s'appuie sur son expérience au sein d'Expo 02 : « *il y a un cliché que je ne cesse de combattre par monts et par vaux, c'est que la culture doit répondre à l'attente des publics. Alors ça, c'est ce qu'il y a de plus bête au monde ! Je viens d'ouvrir le cours de muséologie à l'université de Neuchâtel en tapant là-dessus ; (…) le public il n'attend rien du tout ! Le public on lui propose des choses, et après il réagit ! Expo 02 en est l'exemple type. On a proposé quelque chose, de bien ou non. Au début, le public faisait un peu la tête, mais, quand ça se fermait, il pleurait, tellement c'était génial ! Les gens auraient voulu continuer à fréquenter ces lieux qui étaient devenus conviviaux, sociaux, intéressants ; des lieux de débats et d'amitié, tout bêtement* » (Jacques Hainard).

D'autres répondants ont préféré mettre l'accent sur la participation populaire, à l'instar du choix qu'avait fait Lille en 2004 : « *on a commencé par une fête d'ouverture très partagée, avec une culture populaire et pas du tout sur une culture élitiste, avec beaucoup d'installations artistiques dans les rues, donc gratuites* » (Laurent Tricart). L'empreinte de Didier Fusillier, délégué général de Lille 2004, se ressent dans cette volonté d'impliquer la population locale. Ce mouvement a d'ailleurs gagné le programme dans son ensemble ; alors que, pour renforcer la crédibilité et la pertinence de l'action, les premières éditions faisaient des « faiseurs d'opinions » la cible principale, la priorité porte de plus en plus sur les populations locales (Garcia and Cox 2013). Dans cette vision, et en écho au deuxième objectif proposé plus haut pour

une adaptation suisse des Capitales européennes de la culture[137], l'évènement culturel ne devrait pas avoir « qu'une » ambition culturelle : « *j'ai un peu de mal avec l'évènementiel culturel qui n'aurait que pour fonction d'avoir une programmation culturelle alléchante, sans autre objectif derrière. Je vais prendre un exemple très concret, un super évènement culturel à échelle européenne, voire mondiale : la biennale d'art contemporain de Venise. On y voit la crème de la crème au niveau de l'art contemporain, on y découvre des installations extraordinaires, mais ça n'a qu'une ambition culturelle ; Venise n'a pas besoin de cela pour avoir des touristes et je ne crois pas que ça change l'image de Venise. Donc, c'est super, mais ça n'est, entre guillemets qu'un "évènement culturel". On ne réfléchit pas tellement sur le territoire, et cela m'intéresse moins* » (Laurent Tricart). Dans l'optique d'un évènement qui place les villes et leurs populations au centre, il semble qu'il soit en effet important d'essayer de concerner au-delà de la seule « élite » culturelle, sans toutefois renoncer à la qualité artistique : « *il faut avoir toutes les facettes, les traditions, mais aussi l'art contemporain* » (Sonja Hägeli). Certains musées semblent y parvenir très bien : « *la fondation Beyeler, par exemple, ça marche très bien, pour tout le monde et pour l'élite* » (Nicolas Bideau). La mise en place d'une politique de médiation culturelle peut aider à joindre exigence culturelle et objectif de fréquentation : « *on insiste beaucoup maintenant sur la médiation culturelle. [Le but] c'est de pouvoir ouvrir la coquille "culture", qui est de temps en temps un peu hermétique. (…) Je pense qu'il faut remettre la culture comme porte-voix de l'ensemble de la société, mais sans brider les créateurs* » (Christine Salvadé). Un désir d'ouverture qui se retrouve du reste dans la plupart des villes de Suisse, à l'exemple de Genève : « *notre fonds municipal d'art contemporain intitulé FMAC mobile ne fait pas de l'art d'élite, il va dans les crèches, dans les quartiers, etc.* » (Sami Kanaan).

En conclusion, il s'agit de poursuivre l'ambition de l'Association Capitale culturelle suisse qui, dans le document présentant son projet, affirme vouloir « *susciter la sympathie et l'intérêt du grand public* » tout en ne renonçant pas à certaines ambitions culturelles. Cette volonté correspond d'ailleurs bien à celle qui existe dans l'action européenne, « *l'une des initiatives culturelles les plus ambitieuses en Europe, et l'une des plus appréciées par les citoyens européens* » (Parlement européen et Conseil de l'Union européenne 2014). Une version helvétique de ce programme doit donc également éviter l'opposition entre *culture savante* et *culture populaire*, en essayant « *d'amener les gens à la culture* » (Hedy Graber) sans « *perdre les créateurs culturels* » (Rosie Bitterli Mucha).

UNE CENTRALITÉ ITINÉRANTE

À Liverpool, comme dans de nombreuses autres Capitales européennes de la culture, la phase qui suivit l'obtention du titre fut délicate. L'on y vit les clivages politiques se creuser, apparaître des rapports hostiles aux autorités et des démissions dans l'équipe d'organisation (Boland 2010). L'éclaircie survint de l'icône locale. En effet, lorsque la participation de Paul McCartney et de Ringo Starr aux festivités fut assurée, les tensions se dissipèrent progressivement. La promesse de la chaîne de télévision américaine MTV d'organiser ses *Europe Music Awards* au tout nouveau *Arena and Convention Centre* et la désignation de la Tate Liverpool comme hôte du prestigieux *Turner Prize* – un prix d'art contemporain – chassèrent les dernières brumes (Boland 2010). Ces évènements inspirèrent le groupe de travail à l'origine des *UK Cities of Culture* qui, dans son *Working Group Report* de juin 2009, estima qu'il fallait associer de telles cérémonies au programme : « *in terms of the outward celebration, at the core of the UK City of Culture there would be a programme of events including major award ceremonies e.g. the Turner Prize or the RIBA Stirling Prize* » (Redmond et al. 2009, 7). Si, en 2013, la cérémonie du *Stirling Prize*, le prix d'architecture le plus prestigieux du Royaume-Uni, ne s'aventura pas en-dehors de Londres, le *Turner Prize* fut bien décerné à Derry, première *UK City of Culture*. Le guide rédigé par le *Department for Culture, Media & Sport* destiné aux villes candidates au titre de Ville culturelle britannique 2017 – procédure à l'issue de laquelle Hull a été désignée – encourage toujours la tenue de ce type de cérémonies : « *the organisations supporting the UK City of Culture programme will work with the designated city or area with a view to providing support and, where appropriate, developing and hosting high-profile events and initiatives in 2017. (…) However, such*

[137] « *Contribuer par la culture au développement à long terme des territoires, selon leurs besoins respectifs* ».

events might include awards ceremonies, conferences and radio and television programmes, as well as specific cultural events and activities » (Department for Culture Media & Sport 2013a, 6). En outre, la ville lauréate devait bénéficier de la présidence britannique de l'Union européenne en 2017 pour accueillir certains évènements liés à cette mandature. Le récent *Brexit* a sans doute compromis cette possibilité.

La perspective de privilégier la Ville (ou la Capitale) culturelle suisse comme lieu d'accueil des évènements qui rythment l'année culturelle du pays – cérémonies de remises de prix, expositions, conférences, meetings, concours[138], etc. –, du moins pour ceux qui ne sont pas indissociables du site qui les accueille[139], a séduit les experts rencontrés dans le cadre de cette recherche. En outre, bien que cette idée mérite davantage d'attention, une délocalisation partielle de certains des grands évènements ou espaces culturels du pays pourrait être envisagée (une exposition liée à un musée reconnu, un concert produit par un festival important, etc.). La ville lauréate serait donc le centre du pays pour une année avec un rôle qui pourrait même dépasser le cadre culturel ; elle pourrait devenir, par exemple, le lieu privilégié de visites protocolaires (visite officielle d'un Chef d'État, visite officielle d'un chef de gouvernement, etc.[140]) ou de sessions décentralisées du Parlement fédéral. Elle pourrait également accueillir des émissions de télévision ou de radio utiles à accroître le rayonnement de l'action. Au Royaume-Uni, pour favoriser ce mouvement, le *working group* qui soutient le programme intègre un vaste panel de médias et d'organisations culturelles, notamment « *the BBC, Channel 4, Arts Council England, English Heritage, Tate and Visit Britain* » (Department for Culture Media & Sport 2013a, 5). Ces acteurs s'engagent à travailler avec la ville désignée, en y organisant des évènements.

Cette rapide réflexion le montre, les possibilités sont nombreuses pour étoffer le contenu de la programmation. Une fois encore, cette proposition visant à mettre au centre la ville lauréate pour la durée de son mandat a inspiré l'enthousiasme de la plupart des acteurs rencontrés : « *c'est tout à fait imaginable* » (Philippe Bischof) ; « *c'est jouable* » (Nicolas Bideau) ; « *c'est une bonne idée* » (Sami Kanaan) ; « *cela ferait complètement sens* » (Michael Kinzer). L'intérêt suscité par cette idée mérite sans doute qu'elle soit approfondie dans une étape ultérieure à cette étude.

[138] Exemple lointain, la ville qui accède au titre de Capitale turque de la culture est ainsi tenue d'accueillir le Concours Türkvizyon de la chanson, pendant de l'Eurovision des pays et régions de langues turques.
[139] Peut-être que cette possibilité pourrait soulager certaines villes contraintes de rénover ou d'adapter certains lieux tout en leur garantissant le retour de la manifestation l'année suivante.
[140] https://www.eda.admin.ch/eda/fr/dfae/dfae/organisation-dfae/secretariat-etat/protocole/protocole-visites.html.

4.4.4. PROCESSUS DE DESIGNATION

Dès lors que les territoires concernés par une version suisse des Capitales européennes de la culture ont été identifiés et le contenu d'un tel programme mieux défini, il convient de s'intéresser au processus de désignation du projet.

Dans le modèle original – sans rentrer ici dans le détail du calendrier organisé entre les États membres –, la Commission européenne fait paraître un appel à candidatures au minimum six ans avant l'année pour laquelle le label est attribué. Les villes intéressées doivent remplir un formulaire de candidature basé sur les critères de l'article 5 du texte qui encadre l'action. Ceux-ci sont regroupés selon la typologie suivante : « *contribution à la stratégie à long terme* », « *dimension européenne* », « *contenu culturel et artistique* », « *capacité de réalisation* », « *portée* » et « *gestion* » (Parlement européen et Conseil de l'Union européenne 2014). Ces critères – qui s'accordent d'ailleurs bien avec les apports du cadre théorique – fondent la base sur laquelle les meilleures candidatures sont sélectionnées par un jury de dix experts nommés selon le respect de certains équilibres[141] par les institutions et organes de l'Union.

Conformément à l'article 6 du texte qui réglemente le programme, ces experts doivent garantir leur indépendance, être citoyens de l'Union et témoigner d'une solide expérience dans le secteur culturel, le développement culturel des villes ou l'organisation d'une « Capitale européenne de la culture » ou d'une manifestation culturelle internationale de portée et d'échelle comparable. En outre, ils doivent être en mesure de consacrer au jury un nombre suffisant de jours de travail par an. Au plus tard cinq ans avant l'année pour laquelle le titre est décerné, ces experts se déplacent dans les États membres pour assister à une réunion de présélection avec les représentants des villes candidates. À l'issue de cette audience, le jury fait une présélection et formule quelques recommandations pour les villes de cette *short list*. Neuf mois après cette première réunion, le jury revient dans le pays pour organiser une dernière réunion de sélection avec les représentants des villes présélectionnées. À la suite de l'examen des dossiers de candidatures complétés et révisés, le jury rédige un rapport « *assorti d'une recommandation pour la désignation d'une ville* » (Parlement européen et Conseil de l'Union européenne 2014). Enfin, la Commission publie la liste des villes désignées Capitales européennes de la culture dans le Journal officiel de l'Union européenne. Il reste alors un peu plus de quatre années à la ville lauréate pour organiser les manifestations.

Le processus de désignation ne diffère que très peu dans le programme britannique. Ici aussi, la procédure se déroule sous contrôle public. En effet, le gouvernement central supervise l'ensemble de la procédure par l'entremise des deux équivalents plein temps qui se consacrent à cette action dans le *Department for Culture Media & Sport*. La compétition s'organise ici quatre ans avant l'année pour laquelle le titre est attribué, donc – comme l'évènement a lieu tous les quatre ans – durant l'année des festivités de la dernière ville lauréate. Le concours commence dès le mois de janvier et les candidatures ont jusqu'à la fin du mois d'avril pour s'annoncer. Pour cette première étape, les candidats – des partenariats issus de villes, où les autorités locales doivent obligatoirement être représentées – préparent un dossier respectant certaines consignes. Ainsi, elles doivent montrer en quoi le programme incarnerait un *step change* pour elles, afficher leur vision d'ensemble, valoriser leur force culturelle et artistique, présenter les impacts sociaux et économiques recherchés, prouver leur capacité à organiser l'évènement, etc. (la liste de toutes les sous-questions inhérentes à cette postulation se trouve dans le guide d'aide aux candidatures[142]). Un panel d'experts analyse les dossiers envoyés par courriel au gouvernement. Ensuite, d'éventuelles rencontres entre ces experts et les villes qui aspirent au titre sont organisées en vue de clarifier certains éléments, puis

[141] « *À l'issue d'un appel ouvert à manifestations d'intérêt, la Commission propose un groupe d'experts européens potentiels. Le Parlement européen, le Conseil et la Commission choisissent, dans ce groupe, trois experts chacun et procèdent à la nomination de ceux-ci conformément à leurs procédures respectives. Le Comité des régions sélectionne un expert dans le groupe et procède à la nomination de celui-ci conformément à ses procédures. (…) Outre les experts européens, pour la sélection et le suivi d'une ville d'un État membre, l'État membre concerné est autorisé à nommer jusqu'à deux experts dans le jury conformément à ses propres procédures et en concertation avec la Commission* » (Parlement européen et Conseil de l'Union européenne 2014).
[142] https://www.gov.uk/government/uploads (Department for Culture Media & Sport 2013a).

les candidatures sont transmises au comité consultatif indépendant[143] (*Independent Advisory Panel*) qui élabore une *short list* réunissant les quatre meilleures candidatures[144]. Celles-ci ont alors jusqu'au 30 septembre pour envoyer leur dossier final, en ayant pris soin de tenir compte des remarques du comité. Pendant le mois de novembre, ce dernier examine ces dossiers en respectant à nouveau l'opinion du panel d'experts. En outre, le comité assiste à une présentation des quatre villes encore en lice. Enfin, ce dernier transmet sa recommandation définitive au secrétaire d'État à la Culture, aux Médias et au Sport, à qui appartient la décision finale et qui, à la fin du mois de novembre, proclame le résultat dans la Ville culturelle britannique de l'année en cours[145]. Ainsi, le matin du 20 novembre 2013, Maria Miller, ancienne secrétaire d'État à la Culture, annonça que Hull avait été choisie comme ville britannique de la culture pour l'année 2017. À l'image des célébrations qui accompagnent ordinairement le résultat des élections des villes hôtes des Jeux olympiques, cette annonce a provoqué d'intenses scènes de joie dans la ville anglaise[146] (figure 32), suscitant des commentaires enthousiastes à travers tout le pays, jusqu'au Premier ministre d'alors, David Cameron[147].

Figure 32 : Première page du *Hull Daily Mail* du 21 novembre 2013 (http://www.itv.com/news).

Un élément propre au concept britannique mérite une attention particulière ; le sort des candidatures infructueuses : « *those cities that bid for UK City of Culture events but who are not selected for 2013 will incur costs from the process. However, this is not entirely speculative spend , as past experience from European Capital of Culture has shown that the process of bidding can help put in place partnerships which can go on to deliver benefits to the community, even for those cities whose bids are not successful. But the Working Group notes that these benefits can be short lived and that there are risks involved in raising aspirations/expectations that cannot be delivered* » (Redmond et al. 2009, 15). Cet extrait, repris dans le guide d'accompagnement des candidatures, témoigne donc d'une inquiétude pour les villes finalement non sélectionnées. Si la procédure en deux étapes permet déjà de limiter les ressources

[143] En 2013, ce comité consultatif indépendant était composé de personnalités importantes des pays qui composent le Royaume-Uni : Phil Redmond (producteur de télévision et scénariste), Nicholas Allott (producteur de théâtre), Floella Benjamin (actrice, auteure, présentatrice de télévision, chanteuse, productrice, businesswoman et politicienne), Stuart Cosgrove (journaliste), Geraint Talfan Davies (président de l'Opéra national du pays de Galles), Sir David Henshaw (président de la fondation d'un hôpital pour enfant), Ruth Mackenzie (directrice des olympiades culturelles de 2012), Aideen McGinley (responsable de la BBC en Irlande du Nord), Robert Palmer (expert consultant spécialiste des questions culturelles), Seona Reid (directrice de la Glasgow School of Art).

[144] Ainsi, si Dundee, Hull, Leicester et Swansea Bay ont été sélectionnées pour cette *short list*, ce ne fut pas le cas pour Aberdeen, Chester, East Kent, Hastings and Bexhill on Sea, Plymouth, Portsmouth and Southampton et Southend on Sea (https://www.gov.uk/government/publications/2010-to-2015-government-policy-arts-and-culture/2010-to-2015-government-policy-arts-and-culture).

[145] En 2013, cette annonce n'a pas été faite depuis Derry, car la secrétaire d'État a annoncé ne pas avoir le temps de faire le déplacement (http://www.bbc.com/news/uk-northern-ireland-foyle-west-25016864).

[146] http://www.bbc.com/news/entertainment-arts-25008856.

[147] http://www.hulldailymail.co.uk/prime-minister-david-cameron-congratulates-hull/story-20105181-detail/story.html.

nécessaires tout en assurant une certaine publicité aux villes présélectionnées[148], la proposition d'encourager les candidats à mettre en place des collaborations susceptibles de perdurer malgré l'échec apparaît digne d'inspiration[149]. À l'exemple d'ailleurs de Lille qui, à la suite de sa candidature infructueuse pour les Jeux olympiques de 2004, a maintenu l'élan, mais a changé d'objectif[150]. En somme, adopter une telle approche pourrait éviter l'obligation « *d'aller panser les plaies des oubliés, des recalés…* » (Jacques Hainard).

Deux points, liés à la temporalité, doivent encore être abordés en lien avec le concept. En effet, le projet de base de l'Association Capitale culturelle suisse imagine que « *tous les 5 ans, une ville suisse organise un important évènement culturel sur une durée allant de 3 à 4 mois* » (Association CCS 2014). Une très grande majorité des programmes mentionnés dans la présente étude font durer les festivités pendant une année complète. En réalité, la plupart des Capitales européennes de la culture organisent même des évènements avant l'année de leur titre pour favoriser l'impact de la communication et pour accroître la mobilisation de la population[151]. Ainsi, si les premières Capitales européennes de la culture consacrèrent 6 à 10 mois aux festivités, la littérature, inspirée par certains succès (celui de Glasgow notamment), a montré que pour maximiser l'impact du label, il vaut mieux étendre les manifestations sur l'année entière.

En ce qui concerne la périodicité, les acteurs culturels et politiques rencontrés estiment que, pour conserver le caractère exceptionnel de l'évènement[152], laisser un temps de préparation suffisant aux lauréats et ne pas épuiser le potentiel de candidats – et au contraire du choix qui avait été fait au Canada[153] –, il est préférable d'échelonner les festivités : « *spontanément, je dirais 4 ou 5 ans. Parce que si c'est trop souvent ça perd sa valeur* » (Sami Kanaan). Certains répondants ont considéré qu'un intervalle trop important rendait l'attente trop longue : « *vous avez dit que le projet est prévu sur une périodicité de 5 ans et moi je trouve que c'est trop long* » (Rosie Bitterli Mucha). Le modèle britannique, quadriennal, avec des évènements qui se déroulent sur une année entière, a parfaitement convenu aux participants à l'étude.

[148] « *All the bids will be listed on the DCMS website (with links to their respective bid website if one exists). On the basis of past experience, bids are also likely to receive significant local publicity* » (Department for Culture Media & Sport 2013a).
[149] À ce même sujet : « *Lück fait valoir les effets positifs de l'attention (des médias) au cours du processus d'appel à candidatures sur les perceptions locales à propos de la ville concernée, notamment en ce qui concerne l'échec de la candidature de la ville allemande de Görlitz (ville candidate pour 2010), qui révèle de manière plus générale que le processus de candidature peut être bénéfique pour la population locale s'il est vu comme un processus à long terme – c'est-à-dire si l'on considère que ses objectifs n'ont pas simplement des dimensions économiques et touristiques mais ont également vocation à mobiliser et à faire participer la société civile locale et à renforcer l'identité et l'identification avec la région* » (Garcia and Cox 2013, 162).
[150] « *Il y a eu une candidature pour les JO de 2004, le dossier a été travaillé comme il se doit et ça a provoqué une chose que personne n'avait prévu, c'est que Lille s'est retrouvé en short list ! (…) Quand Lille fait l'ouverture des journaux télévisés et bien il y a eu un effet de surprise tel que tout d'un coup, pour les gens qui ont initié cette candidature, il y a une évidence que, quelle que soit l'issue du processus, ils ont appuyé sur le bon bouton. (…) Il y a échec au final, mais un certain nombre de personnalités se sont dit : "faut qu'on rebondisse sur cette candidature", notamment des acteurs privés, par exemple Bruno Bonduelle, industriel de l'agroalimentaire bien connu, militant de sa région depuis toujours* » (Laurent Tricart).
[151] Même si à Liverpool, cette stratégie a reçu quelques critiques : « *les organisateurs ont néanmoins précisé que cela a généré des dépenses avant l'année de l'évènement et exercé des pressions excessives sur l'équipe CEC qui avait dû passer à la mise en œuvre dès le moment où la ville avait été désignée CEC au lieu de pouvoir prendre le temps de programmer et de définir les priorités pour l'année de l'évènement* » (Garcia and Cox 2013, 78).
[152] « *Beaucoup de projets se construisent dans une forme d'attente… finalement, on apprécie Noël parce que c'est qu'une fois par année* » (Yann Riou).
[153] « *Selon certains, le nombre annuel de bénéficiaires, soit cinq, est trop élevé et diminue la valeur de l'honneur et de ses effets. On se demande si le volet pourra durer encore longtemps en accordant autant de désignations avant l'apparition des problèmes de double emploi, en particulier dans la catégorie des grandes villes* » (Gouvernement du Canada 2009, 51).

4.4.5. RECOMMANDATION

À mesure des enseignements développés dans le présent chapitre, le projet d'une adaptation suisse du programme des Capitales européennes de la culture se précise. Le recours à une grande variété de sources (analyse d'actions similaires, entretiens semi-directifs, littérature, etc.) permet de dessiner un concept général qui, s'il peut bien sûr encore évoluer à la suite de cette étude, requiert un rapide récapitulatif.

Tous les quatre ans, le porteur de l'action *Capitale culturelle suisse*, idéalement une structure regroupant des représentants des trois niveaux du pouvoir suisse, enclenche le processus de désignation en publiant, en début d'année, un appel aux candidatures. Il greffe à cet appel un document fixant des critères de sélection fidèles aux objectifs du programme et nomme un jury composé de personnalités issues, en priorité, des milieux culturels, en respectant certains équilibres (géographiques, artistiques, linguistiques, politiques, etc.). Ce jury, encadré par des experts, évalue les candidatures qu'il reçoit parmi les 173 villes et communes urbaines du pays autorisées à participer. Si l'importance démographique n'est pas un critère déterminant, les villes candidates – qui peuvent associer leur région avoisinante, leur *hinterland* – doivent néanmoins démontrer qu'elles disposent, ou disposeront, des infrastructures nécessaires à l'accueil des manifestations. De plus, comme le financement émane en majorité des territoires hôtes, elles doivent assurer leur capacité à réunir un budget minimum. Afin d'éviter les effets indésirables d'une vision à court terme, et conformément au deuxième objectif du programme, les candidatures qui utilisent le label comme un objectif intermédiaire d'une stratégie territoriale à long terme sont privilégiées. En ce qui concerne la programmation artistique, les villes bénéficient par contre d'une très grande liberté, dans tous les domaines, des formes d'art les plus expérimentales aux plus populaires, mais elles doivent toutefois s'efforcer de concilier exigences de fréquentation et ambitions artistiques. Suite à une première consultation, le jury annonce une présélection des meilleures candidatures. Les villes qui restent en lice tiennent compte des remarques formulées lors de la première phase et affinent leur dossier, en essayant de mettre en place des partenariats susceptibles de survivre à un éventuel échec. Enfin, à l'issue de l'année de procédure, le jury arrête son choix et le communique au porteur de l'action. Celui-ci organise une cérémonie ou conférence de presse dans la cité tenante du titre et annonce la prochaine *Capitale culturelle suisse*.

4.5. EXPOSITIONS NATIONALES

Laissée volontairement en sourdine jusqu'ici, la relation entre une adaptation suisse des Capitales européennes de la culture et les Expositions nationales ne peut être éludée. En vérité, l'ombre de ces dernières flotte depuis le début sur le concept imaginé par l'Association Capitale culturelle suisse. Dans le document de présentation du projet, celle-ci estime ainsi que sa proposition fournit une occasion de dépoussiérer la tradition : « *la Capitale culturelle suisse vient rafraîchir le concept d'Exposition nationale organisée tous les 25 ans. Le projet prévoit certes une manifestation nationale, mais de moindre envergure, car organisée à un rythme plus régulier* » (Association CCS 2014). Bien que l'arrêt des Expositions nationales ne soit pas expressément formulé, il se devine en filigrane, notamment par la volonté répétée d'offrir « *une nouvelle interprétation de l'actuel principe d'Exposition nationale* » ou par une proposition de financement les rendant inévitablement caduques. Cette ambition iconoclaste, qui traduit une interrogation chronique au sein du débat national, a rencontré un écho inattendu lorsque, le 5 juin 2016, les citoyens st-Gallois et thurgoviens ont refusé le financement d'une étude chargée d'évaluer la faisabilité d'une Exposition nationale en Suisse orientale. Si l'avenir de cette tradition unique en Europe ne peut de toute évidence faire l'objet de la présente recherche, sa relation avec le programme imaginé par l'Association Capitale culturelle suisse doit toutefois être considérée : la création de cette action doit-elle venir en remplacement des Expositions nationales ou peut-elle exister en parallèle ?

4.5.1. UN MIROIR DE LA SUISSE…

Beaucoup des acteurs culturels et politiques rencontrés dans le cadre de cette étude prédisent un avenir difficile aux Expositions nationales : « *je pense que l'Exposition nationale sous la forme connue jusqu'ici a vécu… j'ai suivi les aléas d'Expo 01, puis 02, en tant que journaliste, et j'ai le sentiment qu'on a usé le concept* » (Christine Salvadé). Il semble en effet indéniable que l'important dépassement de budget d'Expo 02 a durablement marqué l'opinion publique ; au total, la contribution fédérale avoisina le milliard de francs, soit environ sept fois l'enveloppe de 130 millions de francs votée en 1996 par les Chambres fédérales (Contrôle fédéral des finances 2005)[154]. Bien qu'en comparaison du PIB, le coût total s'avéra relativement stable par rapport aux Expositions précédentes (en moyenne entre 0.2 et 0.4 %), Expo 02 fut lourdement desservie par la faible précision des budgets initiaux. Lorsque les premiers remous se firent sentir, la Confédération, devant le fait accompli, ne put reculer, car « *un abandon aurait remis en question l'aptitude de la Suisse, nation issue d'une volonté commune (Willensnation), à réaliser un projet d'avenir. (…) Aux yeux du Conseil fédéral et de nombreux parlementaires, l'abandon de l'Expo aurait représenté un aveu d'impuissance de la Suisse à mener un projet d'importance nationale* » (Contrôle fédéral des finances 2005, 21).

Cette réaction témoigne de l'évolution des Expositions dans l'imaginaire collectif d'une nation « *fondée davantage sur un projet politique partagé que sur une communauté culturelle ou que sur le mythe d'une origine unique* » (Centlivres 2006, 123). Inspirée par l'Exposition des produits de l'industrie française de Paris en 1798, l'Exposition bernoise d'art et d'industrie de 1804 fut la première Exposition industrielle en Suisse. Elle ne prévoyait « *pas de fête populaire, ni de parade militaire, cortège des officiels, feux d'artifice, joutes sportives et bals* » (Kreis 2002, 8), car, outre l'aspect commercial, l'objectif était d'abord didactique. Dans une société où le travail se segmentait de plus en plus, il fallait en effet offrir au « peuple » la possibilité de s'instruire quant aux progrès de l'industrie ; lui permettre de comprendre « *à quel ensemble il apportait sa contribution* » (Kreis 2002, 9). Cette première Exposition et les nombreuses déclinaisons qu'elle eut au

[154] À ce sujet, l'analyse de Michael Kinzer, qui a participé à l'organisation de cette Exposition nationale, peut éclairer sur les complications inhérentes aux évènements de cette importance : « *je comprends que chaque fois qu'il y a un évènement comme cela [les dépassements budgétaires] choquent les gens qui analysent. Mais, en même temps, pour avoir vécu Expo 02 de l'intérieur, quand on voit le nombre d'interactions, de pression, d'idées, la complexité, et peut-être aussi les difficultés entre les gens, qui sont, à un moment, tous très compétents, mais projetés ensemble pour travailler pendant une ou deux années ensemble pour présenter quelque chose qui a la vocation d'être extraordinaire, je pense que c'est normal qu'il y ait un certain nombre de fausses pistes et des complications* » (Michael Kinzer).

XIXe siècle marquèrent de leur empreinte la première Exposition nationale de 1883 à Zürich. En effet, cette *Landesausstellung* ne délaissa pas l'approche positiviste de ses prédécesseures, retenant l'éducation des citoyens comme l'une de ses priorités. Cela n'était pas son seul objectif : il fallait également donner un aperçu des capacités de production de la Suisse aux autres nations. Ces Expositions devinrent peu à peu l'occasion d'une célébration de la modernité, incarnée par de récentes inventions ou de nouvelles réalisations : la machine à produire le froid du Genevois Raoul Pictet en 1883, le triomphe de la fée électricité à Genève en 1896, le percement du Lötchberg deux ans avant l'Exposition de Berne en 1914 ou le Mésoscaphe d'Auguste Piccard à Lausanne en 1964 (Arlettaz et al. 1991 ; Centlivres 2006).

Toutefois, il serait faux de réduire ces premières Expositions nationales à de simples foires commerciales ou à des démonstrations ostentatoires des capacités productives du pays. Très vite, elles ont été rattrapées par des questionnements identitaires, jusqu'à devenir le « miroir de la Suisse », soit le lieu de la construction de l'image du pays – une image d'ailleurs « *très partielle, déformée et fortement orientée par les élites* » (Y. Froidevaux 2002, 17). L'apparition d'un Village suisse à Genève en 1896, miniature idéale du pays, reconduite lors des Expositions de 1914 et 1939, l'accent mis – dans un contexte européen explosif – sur la *défense spirituelle* du pays à la *Landi* en 1939 ou les cinq courts-métrages réalisés pour Lausanne 1964 par le cinéaste neuchâtelois Henry Brandt dans le cadre d'un projet intitulé « *La Suisse s'interroge* » – exploration désenchantée de la société de consommation (figure 33) – en offrent quelques exemples. Cet abandon progressif du caractère industriel originel au profit d'ambitions identitaires explique la persistance – unique en Europe – des Expositions nationales (Söderström 2001). Les débats récurrents qu'elles suscitent témoignent effectivement d'un enjeu qui « *va au-delà de la présentation des capacités de la Suisse dans les domaines de l'industrie, de l'agriculture et des arts, et au-delà de la volonté d'instruire et d'informer les citoyens* » (Centlivres 2006, 131).

Figure 33 : Film « *La course au bonheur* » d'Henry Brandt (http://www.ideesuisse.ch).

4.5.2. … A L'AVENIR TROUBLE

Malgré l'importance symbolique acquise par les Expositions nationales suisses au cours de leur histoire plus que centenaire, l'avenir de ce particularisme helvétique paraît très incertain. Pour quelques auteurs, cette tradition, délaissée par une économie qui s'inscrit dans un cadre qui dépasse désormais celui de la nation et n'a plus besoin d'une devanture pour ses produits, n'a pas su se renouveler. Elle est devenue « *avant tout affaire de divertissement individuel (…) au nom d'une tradition qui a été abandonnée, et au service d'une cohésion sociale qui ne sort pas renforcée pour un sous par la mise en scène d'un parc à thèmes disparates* » (Kreis 2002, 15). Au crédit de ce sévère constat, le renforcement de la cohésion nationale ne paraît pas avoir été la priorité de la dernière édition : « *genre d'un autre siècle, l'Exposition nationale n'a pu rendre explicite ni le pluralisme culturel, ni l'exigence de cohésion nationale. Elle fit figure d'une vaste surprise-party, d'une fête sympathique et diffuse* » (Centlivres 2006, 143). Toutefois, ce ne sont pas les dépassements répétés de budgets ni le scepticisme récurrent de certains observateurs qui risquent de donner le coup de grâce à cette tradition, mais bien le récent échec de l'Exposition nationale prévue en 2027 en Suisse orientale, entre le lac de Constance et le Säntis.

Le 5 juin 2016, alors que le Conseil fédéral – souhaitant poursuivre une « *tradition de longue date (…) fortement ancrée dans la mémoire collective* [155]» – avait accordé sa participation aux frais inhérents à l'Expo2027 (avec un plafond de 1 milliard de francs et en n'excédant pas 50 % du coût total), 60 % des citoyens de Saint-Gall et 53 % des votants thurgoviens ont refusé un crédit de, respectivement, 5 et 3 millions de francs pour cofinancer une étude de faisabilité. Ce projet, approuvé par tous les membres de la Conférence des gouvernements cantonaux, avait le soutien de tous les partis des deux cantons, à l'exception de l'UDC saint-galloise. Le résultat a donc été accueilli avec une certaine surprise. Parmi les motifs de ce refus, les coûts trop élevés du projet (dans une situation financière jugée difficile), sa durabilité économique et l'impact écologique auraient joué le plus grand rôle. Pourtant, certains opposants, à l'image du politicien UDC saint gallois Toni Thoma et de la politologue Esther Friedli, coprésidents du comité d'opposition « Expo Nein », estiment que ce résultat représente un signal clair : « *es ist keine Staatsausgabe, eine Expo zu veranstalten, um die Bürger zusammenzuführen. (…) Eine Expo passt nicht mehr in die heutige Zeit. Das ist hinausgeworfenes Geld. (…) Die Expo ist eine Idee des vorletzten Jahrhunderts* »[156]. Au-delà des récupérations politiques – difficile en effet de déterminer si les citoyens ont voté contre le projet Expo 2027 ou contre les Expositions nationales et rien n'indique que ce résultat soit représentatif à l'échelle nationale –, ce refus pourrait signifier l'arrêt de cette tradition héritée du XIXe siècle. Pour le journaliste Jörg Krummenache, qui, le jour du résultat, signa une tribune dans la Neue Zürcher Zeitung, il semble en effet que cela soit la fin du « dinosaure » : « *Das durchgängige Nein St. Gallens und des Thurgaus ist konsequenterweise auf die nationale Ebene zu übertragen: Demnach hat die Landesausstellung keine Zukunft, weder in der Ostschweiz noch anderswo. Der Wille für die Durchführung einer Expo ist der Willensnation Schweiz abhandengekommen. Der Dinosaurier stirbt aus* »[157].

Deux éléments invitent toutefois à une certaine retenue. Premièrement, lorsqu'en 1987, le projet d'une Exposition nationale en Suisse centrale pour le 700e anniversaire de la Confédération fut refusé en votation populaire par les cantons de Lucerne, d'Obwald et de Nidwald, les prévisions n'étaient guères meilleures : « *tout porte à croire que l'Exposition de 1964 aura été la dernière Exposition nationale* » (Arlettaz et al. 1991, 153). L'avenir des Expositions nationales sembla également compromis lorsque la candidature du Tessin pour 1998 fut jugée irréaliste par un groupe de travail tessinois qui « *s'est vite rendu compte que les liaisons ferroviaires étaient insuffisantes pour organiser une manifestation d'envergure nationale dans la région* »[158] ou au temps des premiers déboires d'Expo 01. Pourtant, une Exposition nationale eut bien lieu

[155] https://www.admin.ch/gov/fr/accueil/documentation/communiques.msg-id-56056.html.
[156] http://www.tagblatt.ch/ostschweiz/stgallen/kantonstgallen/tb-sg/Aufhoeren-mit-dem-Selbstmitleid ; art122380,4647164.
[157] http://www.nzz.ch/schweiz/abstimmungen/keine-zukunft-fuer-die-expo-der-dinosaurier-stirbt-aus-ld.86845.
[158] http://www.letemps.ch/suisse/2007/08/02/marco-solari-veritable-mythe-suisse-c-gothard.

en 2002 et, à l'instar des éditions précédentes[159], elle connut un succès populaire conséquent : 4,2 millions de visiteurs la fréquentèrent – dont 91 % se déclarèrent très satisfaits – et la billetterie afficha 10,3 millions d'entrées (Contrôle fédéral des finances 2005). Preuve supplémentaire de ce succès, un sondage d'opinion d'octobre 2002 révéla que quatre personnes interrogées sur cinq étaient favorables à une nouvelle Exposition (Contrôle fédéral des finances 2005, 36).

Deuxièmement, alors que le projet d'une Exposition en Suisse orientale semble définitivement enterré[160], d'autres prétendants se sont manifestés. Dès le lendemain des refus st-Gallois et thurgoviens, Kurt Schmid, président de l'*Aargauischen Gewerbeverbandes*, a pris la parole dans les médias pour annoncer sa volonté de relancer une initiative qui avait avorté en 2014[161]. Selon cet acteur des milieux économiques argoviens, l'Exposition nationale de 2027 en Argovie devrait avoir comme thème central le travail. Très liée aux milieux industriels, cette proposition – qui fait écho à l'édition de 1896 – semble ramener les Expositions nationales à leurs origines : « *wie Kurt Schmid erklärt, denkt man im Aargau nicht in erster Linie an eine schöngeistige Ausstellung, wie sie Anfang des Jahrhunderts in der Westschweiz stattgefunden hat* »[162]. L'envie d'accueillir l'Expo 2027 paraît forte dans le canton, car une deuxième initiative y a vu le jour en juillet 2016. L'Association *Attraktiver Standort BözbergWest* a ainsi lancé un projet – encore flou – s'intéressant à l'utilisation du sol dans une Suisse qui voit sa population augmenter[163]. Un troisième projet pourrait voir le jour à Bâle : dix parlementaires de Bâle-Ville et Bâle-Campagne, 5 dans chacun des cantons, ont interpellé leurs gouvernements respectifs pour examiner la possibilité d'organiser, avec d'autres cantons du nord-ouest de la Suisse, la prochaine Exposition nationale[164]. Enfin, en novembre 2016, une quatrième initiative a été lancée par les dix plus grandes villes du pays pour préparer une Exposition nationale conjointe[165]. S'il est trop tôt pour présager de l'avenir de ces différents projets, ce regain d'intérêt pourrait, une fois encore, reporter l'extinction du « dinosaure ».

[159] 1'741'369 entrées pour l'Exposition de 1883 (avec une population d'environ 3 millions habitants), 2'288'518 entrées en 1896 (3'151'100 habitants), 3'196'025 entrées en 1914 (3'897'300 habitants), 10 millions en 1939 (4'205'600 habitants) et 11.72 millions en 1964 (5'887'000 habitants) (Arlettaz et al. 1991).
[160] http://www.nzz.ch/schweiz/aktuelle-themen/schweiz-ohne-landesausstellung-das-stille-ende-der-expo-2027-ld.87156.
[161] https://www.parlament.ch/fr/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaeft?AffairId=20143820.
[162] http://www.nzz.ch/schweiz/landesausstellung-neue-expo-hoffnung-aus-dem-aargau-ld.87220.
[163] http://www.aargauerzeitung.ch/aargau/kanton-aargau/.
[164] http://bazonline.ch/basel/region/die-region-basel-soll-die-ostschweiz-beerben/story/22234427.
[165] https://www.rts.ch/info/suisse/8141628-les-dix-plus-grandes-villes-de-suisse-envisagent-une-exposition-nationale.html.

4.5.3. RECOMMANDATION

Si une éventuelle adaptation des Capitales européennes de la culture en Suisse a suscité l'intérêt des acteurs ayant participé à cette recherche, l'abandon des Expositions nationales n'a pas rencontré le même enthousiasme.

Pour commencer, certains gardent un souvenir ému des éditions passées : « *pour mes parents, l'Exposition de Lausanne en 1964 fut très importante, et pour moi, celle de 2002 fut également importante* » (Sonja Hägeli) ; « *ces Expositions sont des évènements générationnels, j'en ai vécu deux – j'étais à Lausanne en 64 – et on ne les oublie pas* » (Rosie Bitterli Mucha). Ceux qui y participent ressentent la portée historique de l'évènement : « *j'avais été coresponsable du projet "vive les frontières" sur l'artéplage de Bienne et on savait qu'on participait à un moment historique, que c'était qu'une fois dans la vie qu'on montait un projet là-bas, avec un public qui venait de tous les cantons, etc.* » (Hedy Graber). La rareté des éditions leur confère automatiquement un caractère unique : « *ce que j'aime bien dans les Expositions nationales, c'est que c'est qu'une fois par génération. C'est toujours des références culturelles par rapport à une époque, un instantané de la culture suisse, de ses idées, de son rapport à l'identité suisse. Et c'est cela que je trouve génial* » (Hedy Graber). Effectivement, le chapitre précédent en témoigne, les Expositions nationales se sont éloignées depuis longtemps de leur origine industrielle. Sans nécessairement avoir coupé les liens avec l'économie, même si la relation semble s'être inversée – les Expositions dépendent désormais du sponsoring (Kreis 2002) –, elles ont progressivement intégré d'autres ambitions : « *je pense que les Expositions nationales ont une autre mission que seulement faire de la médiation culturelle ; elles soulèvent également des questions d'identité* » (Rosie Bitterli Mucha) ; « *les Expositions nationales, ça dépasse le cadre de la culture – ou alors ça concerne la culture au sens très très large. C'est aussi, à moment donné, une société qui fait le point sur elle-même, sur des aspects économiques, sociaux, etc.* » (Yann Riou). Bref, « *ça brasse tout !* » (Jacques Hainard).

Seul le caractère éphémère d'Expo 02 a suscité des réactions contrastées. Parmi les déçus figure Jacques Hainard, présent dans le projet dès ses premiers temps : « *le drame de cette Expo 02, c'est qu'on n'a strictement rien gardé (ou presque). Cela faisait partie du contrat de départ, je me rappelle, c'était lié à une volonté politique, à l'écologie du moment. (…) Vous rendez-vous compte des investissements qu'on a faits, pour des infrastructures pas mal du tout qui, si elles avaient été conservées, auraient pu donner des lieux très intéressants* » (Jacques Hainard). Ce regret, affiché publiquement, lui a d'ailleurs coûté sa place dans l'équipe d'organisation : « *j'ai travaillé avec Pipilotti Rist, qui était dans le scénario d'Expo 02, et on ne s'est pas entendu du tout. Après est venue Nelly Wenger, et j'ai fini dans des projets dans lesquels je travaillais avec l'armée. Après, j'ai laissé quelques pensées personnelles devenir publiques, en disant qu'il faudrait quand même peut-être conserver quelque chose et Nelly Wenger m'a foutu à la porte* » (Jacques Hainard). Si les tensions sont depuis retombées[166], le manque de vision à long terme figure en bonne place des griefs les plus fréquents contre Expo 02.

À l'opposé, d'autres se réjouissent du démontage des infrastructures : « *c'était dans le concept ! J'ai trouvé que cette idée était excellente. Imaginez les coûts de maintien que cela aurait engendrés. Est-ce que vous voulez aller regarder un truc vétuste, à la technique dépassée, au milieu du lac, où un bateau va une fois tous les trois jours parce que plus personne ne veut aller voir ça ?* » (Hedy Graber). En outre, le caractère éphémère des équipements renforcerait encore l'exceptionnalité de l'évènement : « *ça a lieu à un moment précis, si vous ne l'avez pas vu, et bien vous ne l'avez pas vu* » (Hedy Graber). Enfin, tout n'a pas disparu à l'issue d'Expo 02 : « *on a des documents, il y a des films, des livres* » (Hedy Graber). De plus, les nombreux échanges auxquels cette Exposition a donné naissance, les réseaux qui s'y sont tissés et qui ont perduré pourraient être ajoutés à la liste de ses héritages, à l'exemple d'ailleurs de l'Association Capitale culturelle suisse, dont certains de ses membres les plus actifs s'y sont côtoyés.

[166] « *Après, il faut être honnête, elle a fait amende honorable, quand tout fut fini, elle m'a invité plusieurs fois pour me dire tout le bien qu'elle pensait de moi* » (Jacques Hainard).

Si un prochain chapitre revient sur l'importance de se doter d'une vision à long terme, sous peine d'ailleurs de connaître, à l'exemple de la Suisse orientale, la sanction des urnes, il semble qu'il ne faille pas construire le programme des *Villes suisses de la culture* en opposition aux Expositions nationales, pour ne pas attirer l'antipathie de ses défenseurs : « *il ne faudrait pas faire une conférence de presse pour dire, l'Exposition nationale est morte, vive la "Capitale culturelle suisse" ! Parce que ça, ce n'est pas bon ; les gens n'écouteront pas le discours positif et risquent de se retourner contre vous* » (Christine Salvadé). En effet : « *[je m'opposerais à un projet qui impliquerait l'arrêt des Expositions nationales] parce que les Expos, avec toutes les aberrations, les discussions, les colères, les crises que ça peut produire, c'est absolument génial ! Cet évènement, il peut paraître anachronique et tout ce que vous voulez, mais il en devient surréaliste, à la pointe de ce qu'il faut faire pour essayer de faire parler des gens qui ne parlent pas la même langue et qui ne croient pas les mêmes choses, etc. C'est à ça que je crois* » (Jacques Hainard).

En conséquence, la grande majorité des répondants estime qu'il ne faut pas opposer les deux projets : « *ce ne sont pas les mêmes projets, pour moi on compare deux choses très différentes (…) ici, c'est vraiment les villes qui veulent développer leur culture et leurs infrastructures [tandis que] les Expositions nationales, c'est quelque chose qui a un autre rôle* » (Andrew Holland). Les publics pourraient être différents : « *la Capitale culturelle suisse, rien que par son nom, s'adresserait sans doute davantage aux personnes intéressées par la culture* » (Caroline Morand). En outre, pour des régions qui n'ont pas la possibilité d'accueillir une Exposition nationale, à l'instar de l'ambition avortée du Tessin pour 1998, le projet des *Capitales de la culture* représenterait sans doute une alternative très intéressante : « *l'idée d'une ville culturelle itinérante, je trouve cela vraiment très bon ; prima vista, je la préfère à l'idée de l'Exposition nationale… Pour nous, au Tessin [les Expositions nationales], c'est un peu lointain…* » (Giovanna Masoni Brenni). L'existence parallèle de deux programmes, avec, d'un côté, des Expositions nationales, des marqueurs générationnels forts, et, de l'autre, le programme des *Capitales culturelles suisses*, à intervalles plus réguliers et se focalisant davantage sur les activités culturelles, a été plébiscitée par les répondants : « *je pense qu'il y a la place pour les deux* » (Kurt Fluri) ; « *j'apprécierais beaucoup et trouve que cela pourrait fonctionner* » (Giovanna Masoni Brenni) ; « *ça, c'est imaginable* » (Hedy Graber) ; « *oui, cela pourrait marcher* » (Sonja Hägeli) ; « *oui, cela ne s'exclut pas* » (Yann Riou) ; « *en effet, je ne pense pas que l'un doive remplacer l'autre* » (Sami Kanaan).

En conclusion, il semble que le projet au cœur de cette étude doive continuer à se construire sans se préoccuper des Expositions nationales. Une attaque frontale contre cette tradition pluriséculaire qui, bien qu'elle soit sujette à de fréquentes remises en question, reste chère à une partie importante de la population, risquerait d'allumer un débat public enflammé dont le projet de l'Association Capitale culturelle suisse pourrait garder des stigmates. En outre, si des recoupements sont possibles entre les deux programmes, l'histoire des Expositions nationales montre qu'elles sont le reflet – parfois construit ou fantasmé – de l'ensemble de la société suisse (industrie, identité, armée, etc.), tandis que le projet dont il est ici question, à l'instar du modèle original européen, concernerait d'abord les activités culturelles. Des territoires découragés par l'ampleur symbolique et matérielle des Expositions nationales pourraient ainsi trouver dans le label une occasion moins risquée de se mettre en valeur. Malgré l'incertitude qui pèse sur la prochaine édition, si cette tradition devait perdurer et des villes de la culture être désignées, il faudrait, bien sûr, arranger la planification pour qu'un intervalle temporel sépare les évènements. En conclusion, et en réponse à la question qui introduit ce chapitre, les nombreuses différences qui caractérisent les deux programmes – modèle de financement, objectifs, programmation, etc. – leur permettraient sans doute d'exister en parallèle.

5. IMPACTS POTENTIELS

La deuxième partie de l'analyse qui s'ouvre ici aspire à estimer l'impact potentiel du concept imaginé par l'Association Capitale culturelle suisse, mais en tenant compte des modifications apportées par le chapitre précédent. Retenus pour leur fréquente apparition dans la littérature et les entretiens, trois thèmes bénéficient d'une attention particulière : économie, infrastructure et cohésion sociale. Une dernière partie regroupe ensuite d'autres éléments. Une fois encore, il ne s'agit pas de se hasarder en conjectures, car si les études d'impacts – récurrentes dans le monde de la culture – se grèvent déjà d'importantes limites lorsqu'elles examinent des évènements passés, leur pertinence dans le cadre d'un projet en construction apparaît pour le moins discutable. À l'aide des nombreuses sources s'intéressant aux Capitales européennes de la culture et – plus rarement – à d'autres programmes (littérature académique, rapports officiels, articles de journaux, etc.), puis grâce à l'expertise des personnalités rencontrées, l'objectif consiste donc à imaginer l'impact potentiel de la création d'un projet similaire en Suisse.

5.1. ÉCONOMIE

Le cadre théorique de cette étude le montre, la culture fait partie des outils de marketing les plus utilisés par les territoires, et ce à travers toute la planète (Scott 2014). Les entretiens qui ont servi à la présente recherche ont confirmé l'existence de stratégies de ce type en Suisse, tant à destination du marché intérieur – « *le but d'une ville c'est de se positionner, si on prend la tendance actuelle on a "Vevey, ville d'images", "Delémont ville de bande dessinée", les villes travaillent avec des labels pour avoir une visibilité beaucoup plus grande au niveau national* » (Philippe Bischof) – qu'extérieur – « *Art Basel, c'est le moment en même temps commercial et international de la culture à Bâle. Il existe désormais des déclinaisons à Hong Kong et à Miami. J'étais à Hong Kong l'année passée et on y voit des trams avec l'inscription Art Basel Hong Kong. Ça n'attire pas forcément directement des gens à Bâle, mais on parle de Bâle…* » (Philippe Bischof). Si l'origine d'Art Basel ne peut être attribuée aux autorités bâloises – cette foire a en effet été créée en 1974 par trois galeristes de la ville (Ernst Beyeler, Trudi Bruckner et Balz Hilt) –, elles ne se privent pas de l'inclure dans leurs stratégies promotionnelles. Les villes transforment ainsi leur toponyme en une marque qu'il s'agit de faire connaître à l'aide, notamment, de la culture : « *la marque "Lucerne" est l'une des marques les plus connues sur le marché touristique mondial, cela grâce à nos paysages, mais aussi à la culture, avec le KKL*[167] *notamment. Je trouve que pour ce qu'on investit financièrement, le résultat est vraiment important* » (Rosie Bitterli Mucha). Les entretiens confirment donc les apports du cadre théorique ; la culture s'utilise de plus en plus comme un argument de vente : « *dans les lignes directrices de la politique culturelle de Lausanne il est écrit qu'il faut "affirmer la culture comme essentielle au rayonnement de la ville et à son développement" ; elle est donc clairement reconnue comme l'un des piliers du marketing urbain* » (Yann Riou) ; « *à Soleure on a aussi cette logique, nos Journées cinématographiques ou littéraires ont une grande attractivité touristique* » (Kurt Fluri) ; « *une approche culturelle, c'est bon pour le marketing* » (Nicolas Bideau). Preuve de la diffusion de ce modèle, l'absence de stratégies en la matière apparaît désormais comme une lacune à combler : « *il y a la prise de conscience que pour l'identité d'une ville, et je l'ai redit à la chambre de commerce la semaine passée, (…) l'identité culturelle de la ville est un élément clé de l'identité globale de la ville. À Genève, pour être très clair, jusqu'à récemment, il n'y a jamais eu (…) une stratégie voulue là-dessus. Mon hypothèse prosaïque est que Genève avait assez d'atouts à faire valoir par ailleurs et n'a pas estimé cela pertinent, utile, et elle a loupé le train. C'est-à-dire que Genève, "Ville internationale", etc., c'est très connu, alors on n'a pas réalisé que la culture doit aussi faire partie du portefeuille du marketing urbain* » (Sami Kanaan).

L'objectif de ces stratégies est multiple. En premier lieu, il s'agit d'améliorer l'attractivité touristique des territoires : « *Lugano c'est une ville de tourisme, et dans les villes, sans culture, il n'y a pas de tourisme* » (Giovanna Masoni Brenni). En la matière, certaines villes connaissent d'ailleurs un succès prégnant :

[167] Le *Kultur und Kongresszentrum Luzern*, soit le palais de la culture et des congrès de Lucerne, dessiné par Jean Nouvel.

« *d'après les statistiques de Bâle tourisme au sujet des nuitées dans la ville, plus d'un tiers des visiteurs qui réservent online déclarent que leur venue est liée à la culture* » (Philippe Bischof). Les participants à l'étude ont également confirmé un autre apport de la revue de littérature : le recours à la culture dans le marketing territorial ne sert pas qu'à attirer des touristes, mais aussi de nouveaux résidents, voire même des entreprises : « *[dans le cluster de Plaine Image], on a des entreprises qui sont dans les nouvelles technologies. (…) Pour développer le site, le but c'est d'aller chercher les leaders du secteur. Et dans ce travail de prospection, nous déployons un argumentaire qui s'occupe d'abord des questions classiques (financières, économiques, etc.), mais on insiste aussi sur le cadre de vie, et notamment le fait qu'il y ait de nombreuses sorties culturelles possibles pour les collaborateurs. Ce n'est pas l'élément moteur, mais ça en fait partie* » (Laurent Tricart). Les entreprises s'installeraient donc plus volontiers dans les villes où l'on trouve une main-d'œuvre qualifiée et, preuve de la popularisation des thèses de Florida au sujet de la *creative classe*, cette dernière serait sensible à l'existence d'une vie culturelle florissante : « *on devrait aller beaucoup plus dans le détail, parce qu'il y a toujours des nuances, des choses qui fonctionnent et d'autres pas, mais en général, les villes [qui ont une politique culturelle ambitieuse] attirent les gens créatifs, soit ceux qui mènent une carrière artistique ou travaillent dans l'industrie créative* » (Andrew Holland) ; « *l'une des difficultés que les entreprises des nouvelles technologies peuvent rencontrer, c'est de trouver les bonnes ressources humaines, et le fait qu'on ait changé l'image de Lille [grâce à la culture] permet que certaines personnes, en voyant une offre d'emploi dans cette ville, vont peut-être plus facilement avoir le réflexe de se dire "je n'avais jamais pensé aller vivre à Lille, mais il paraît que c'est pas mal". C'est impossible à mesurer, mais je crois que cet impact est réel* » (Laurent Tricart). Certaines régions qui subissent l'émigration des jeunes qualifiés pour les centres urbains espèrent d'ailleurs parfois que la dynamisation de la vie culturelle – en complément bien sûr d'autres mesures – puisse ralentir le mouvement, voire même l'inverser : « *nos projets culturels, comme la construction d'un Théâtre du Jura, ont entre autres pour objectif de faire revenir les Jurassiens de l'extérieur, de leur rendre leur cœur culturel et de faire revivre leurs racines* » (Christine Salvadé). Un territoire reconnu pour son activité culturelle accroîtrait donc son attractivité, même pour les résidents les plus prestigieux : « *si Josef Helfenstein*[168] *a quitté son poste de directeur du musée Menil de Houston, presque le plus beau du monde, pour le Kunstmuseum Basel, c'est pour sa collection extraordinaire de renommée mondiale et aussi pour la politique culturelle très stable et progressive du Canton et de la ville* » (Philippe Bischof). Enfin, la culture aurait également le pouvoir de favoriser la créativité des employés : « *j'ai entendu des chefs d'entreprises parler de cela. Par exemple, le directeur d'Ypsomed, entreprise spécialisée dans le domaine médical, m'a expliqué que lorsque les cadres de son entreprise visitent des expositions, vont à des théâtres, et bien ça renforce et ça accélère les idées créatives, donc c'est profitable à l'économie* » (Kurt Fluri).

Bien que ces témoignages ne forment pas une démonstration irréfutable des effets de la culture pour l'économie des territoires, ils confirment la pertinence des apports du cadre théorique de cette étude, soit l'importance croissante – au moins dans les discours – du lien entre économie et culture. En Suisse, cette volonté d'amélioration de la *Standortattraktivität* par l'entremise de la culture paraît s'être accélérée récemment, à travers par exemple l'émergence de certains projets intimement liés aux *Kreativwirtschaft* (*Under One Roof* de l'EPFL, la *Haus der elektronischen Künste* à Bâle[169], *Game Design* de la ZHdK, etc.). S'il faut, une fois encore, insister sur la nécessité de ne pas réduire la culture à un bien économique – ce que beaucoup de répondants ont d'ailleurs tenu à souligner –, il semble que la création d'un label *Capitale culturelle suisse* pourrait avoir un impact sur l'économie des villes hôtes. Qu'en est-il dans l'action européenne et au Royaume-Uni ?

[168] http://www.kunstmuseumbasel.ch/fr/le-kunstmuseum-basel/new-director/.
[169] http://www.hek.ch/fr/informations/a-propos-de-la-hek.html.

5.1.1. IMPACT ECONOMIQUE DES PROGRAMMES EUROPEENS ET BRITANNIQUES

Les quelques exemples présentés au chapitre 2.3.2 le montrent, l'effet des Capitales européennes de la culture peut s'avérer très important pour l'économie des territoires. Si l'incidence à long terme reste sujette à controverses, peu de chercheurs nient l'existence de retombées économiques à court terme pour les villes qui obtiennent le label. Ainsi, Herrero (2006) a évalué l'impact total de Salamanque 2002 à plus de 700 millions d'Euros tandis que Gomes et Librero-Cano (2014) ont estimé que le titre de Capitale européenne de la culture améliorait en moyenne de 4.5 % le PIB des lauréates (voir cadre théorique). Ces effets sont, toujours selon Gomes et Librero-Cano, plus importants que ceux d'autres *mega-events* (Jeux olympiques par exemple), car les investissements nécessaires y sont moins conséquents et les manifestations durent une année entière. Il ne s'agit pas ici de proposer une vision exhaustive des nombreux rapports officiels et des (moins fréquentes) recherches universitaires qui s'intéressent à l'impact économique des labels de ce type, mais de présenter quelques exemples utiles au projet.

IMAGE

En premier lieu, si les villes cherchent à obtenir des titres de cette nature, c'est pour la capacité qu'ils ont à améliorer, voire à changer leur image. Le cas déjà mentionné à plusieurs reprises de Glasgow 1990 en fournit l'exemple fondateur. Son empreinte a marqué durablement le programme, comme à Lille, en 2004, où Didier Fusiller, le délégué général, a « *toujours clairement expliqué qu'il s'était inspiré de Glasgow. Nous avions une volonté de marketing territorial. Le but était d'utiliser le label (…) pour changer l'image de la ville, de la métropole et de la région, (…) transformer Lille, ville industrielle, dans une région industrielle, avec cette image poussiéreuse, de ville grise, de ville ouvrière, etc., qui ne correspondait plus à la réalité, aux ambitions et à la transformation nécessaire de la ville* » (Laurent Tricart). Cette volonté initiale semble s'être concrétisée : « *pour moi il y a eu un impact monumental au niveau de l'image. (…) Les gens ont découvert que Lille est une ville dynamique d'un point de vue économique, que Lille est une ville tertiaire, une ville jeune, étudiante, etc. (…) Et ça, ça veut dire quoi ? Que la culture est un levier pour changer l'image d'une ville* » (Laurent Tricart). Au terme de l'évènement, l'engouement suscité fut tel que le journal *La Voix du Nord* titra : « *Lille 2004 aura réussi là où trente ans de campagnes publicitaires ont échoué pour tenter de changer notre image* » (cité par Liefooghe 2010b, 39).

L'analyse des rapports d'évaluation commandés par la Commission européenne à l'issue de chacune des éditions permet de multiplier les exemples de ce type à l'envi :

> « *The international promotional campaign achieved some success in raising the profile of Umeå and of the ECoC by attracting the interest of the international media. At least 100 foreign journalists attended the opening and benefited from a dedicated hospitality and events programme organised by Umeå 2014. As a result of these efforts, there were some 1,837 articles about Umeå 2014 reported in the foreign media from November 2013 to January 2015. These included coverage by the New York Times and the UK's Guardian newspaper, amongst others. Umeå has also been listed as one of Rough Guide's "Top Ten Cities" in the world* » (ECORYS 2015, 37).
>
> « *76 % of residents reported that the ECoC created a more positive image of Marseille and/or the rest of Provence in the minds of foreigners and other French people. (…) ECoC has given MarseilleProvence an image that is more: culturally rich (80 %) ; open to the world (79 %) ; dynamic (79 %) ; welcoming (75 %)* » (ECORYS 2013, 98).
>
> « *Coverage of the Liverpool ECoC was overwhelmingly positive between 2003 and end of 2008, peaking in 2003 when 74 % of all national stories were positive ; events delivered under the Liverpool ECoC brand received over 90 % positive or neutral coverage throughout this period ; positive stories on Liverpool as a city grew by 71 % in the national press between 2007 and 2008 ; local papers have increased positive city coverage since 2003 (from 39 % to 56 %) while negative city coverage was at its lowest in 2008* » (Garcia, Melville, and Cox 2010, 3).

Il apparaît donc que, dans une très grande majorité des cas, les villes ayant obtenu le label ont bénéficié d'une couverture médiatique conséquente, d'abord à l'échelle locale, puis nationale et, dans une moindre mesure toutefois, internationale. Les importants budgets consacrés au marketing et à la communication – entre 5 et 25 % (Garcia and Cox 2013) – et la renommée du label ont ainsi accru la visibilité des lauréates, amélioré la perception de la ville chez les habitants et rehaussé la réputation des cités les plus affectées par la désindustrialisation : « *de nombreuses villes souffrant d'une visibilité auparavant faible (voire d'une réputation parfois négative) ont vu leur image renaître en réussissant à attirer sur elles une attention considérable des médias et à améliorer les perceptions aux niveaux local, national et international. Des villes comme Glasgow, Lille, Liverpool, Pécs et Turku ont ainsi réussi à se repositionner en tant que centres culturels sur la scène nationale et/ou européenne après avoir accueilli la manifestation* » (Garcia and Cox 2013, 15).

En l'absence de rapport officiel ou d'étude académique relatifs aux impacts de Derry-Londonderry, première *UK City of Culture* en 2013, peu d'éléments permettent d'estimer les effets de l'obtention du titre sur l'image de la ville. Quelques indices laissent toutefois penser que des mécanismes similaires ont été à l'œuvre : « *I have seen in the city a change of attitude, a new pride in cultural identity and an acceptance not so evident before* »[170] affirme l'un des acteurs de l'évènement à la BBC ; « *it has made the town and community one and it has put us on the map for a change* »[171] explique une habitante dans un autre article du même média[172]. Au-delà des éléments de langages récurrents des manifestations de ce type – qui dépendent d'ailleurs sans doute en partie de leur budget de communication –, une étude réalisée durant les festivités atteste de la représentativité de ces deux témoignages : « *among those aware of the year-long City of Culture programme, over 80 % in Northern Ireland and the Republic of Ireland believed it would improve Northern Ireland's reputation as a destination for tourists* »[173]. Le maire de la ville, Martin Reilly, en déduisit alors que « *this survey demonstrates what we know about the success of our year as UK City of Culture and how we have successfully put Derry-Londonderry on the international map by enhancing the perceptions of our tourism potential. (…) Derry City Council will use the findings as part of its legacy plan to ensure that the positive impacts are felt for future generations and continued tourism growth* »[174].

ATTRACTIVITÉ TOURISTIQUE

Davantage que des résidents ou des investisseurs, ce travail sur l'image des villes lauréate vise d'abord à attirer des touristes : « *as the tourism product is to a great extent intangible, image is the only means a potential consumer has of comparing and making choices about possible holiday destinations* » (Kokosalakis et al. 2006, 1). L'obtention de label permet donc d'accroître la notoriété du « produit touristique », à l'exemple de Derry qui, suite à l'accession au titre de *UK City of Culture*, fut désignée par le Lonely Planet comme la quatrième ville à visiter dans le monde en 2013 (derrière San Francisco, Amsterdam et Hyderabad)[175]. Le succès populaire a été au rendez-vous : plus d'un million de personnes se seraient déplacées à Derry[176], depuis 75 pays[177], avec une augmentation de 61 % des nuitées entre 2012 et 2013[178]. Pour Hull, qui sera la Ville culturelle britannique en 2017, les organisateurs ont affirmé leur intention de dépasser ces résultats, en espérant attirer 1 million de visiteurs additionnels par rapport à une année standard[179].

En Europe, dans la plupart des cas, les nuitées s'accroissent pendant l'année de la manifestation et diminuent ensuite (tableau 5). Toutefois, cette évolution n'est pas automatique : certaines villes ont ainsi

[170] http://www.bbc.com/news/uk-northern-ireland-foyle-west-25451019.
[171] http://www.bbc.com/news/uk-northern-ireland-24923959.
[172] Un autre témoignage peut se trouver ici : https://www.theguardian.com/uk-news/2013/.
[173] http://www.belfastdaily.co.uk/ ou http://www.tourismni.com/.
[174] http://www.belfastdaily.co.uk/2013/11/07/derry-londonderry-uk-city-of-culture-creates-lasting-impact/.
[175] http://www.bbc.com/news/uk-northern-ireland-foyle-west-20039650.
[176] http://www.eveningnews24.co.uk/.
[177] http://www.bbc.com/news/uk-northern-ireland-24923959.
[178] http://www.keanet.eu/wp-content/uploads/Derry_UKCoC_30062015.pdf?4f4eb7.
[179] https://www.hull2017.co.uk/app/uploads/2016/03/HULL2017_STRATEGICBUSINESSPLAN_1518.pdf.

vu la tendance à la hausse se poursuivre les années suivantes, tandis que d'autres, plus rares, ont connu une diminution des nuitées pendant l'année des festivités. Cela s'explique le plus souvent par des facteurs externes, à l'exemple de Vilnius 2009, où la faillite de la principale ligne aérienne de Lituanie a entraîné une baisse de moitié du nombre de destinations proposant des vols vers la capitale ou de Rotterdam 2001, ville qui a accueilli plusieurs matchs – dont la finale – du Championnat d'Europe de football en 2000, soit une année avant de devenir la Capitale culturelle européenne (Garcia and Cox 2013, 154).

Ville hôte	Année	Année du titre de Capitale européenne de la culture										
		-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
Athènes	1985						100 %	63 %	68 %	68 %	71 %	73 %
Amsterdam	1987						100 %	105 %	112 %	126 %	118 %	129 %
Berlin	1988			75 %	85 %	97 %	100 %	110 %	121 %	128 %	128 %	122 %
Paris	1989		75 %	67 %	70 %	81 %	100 %	105 %	95 %	104 %	89 %	91 %
Glasgow	1990		60 %	62 %	72 %	72 %	100 %	72 %	82 %	78 %	81 %	93 %
Dublin	1991					104 %	100 %	111 %				
Madrid	1992	106 %	111 %	120 %	123 %	113 %	100 %	93 %	104 %	109 %	115 %	121 %
Anvers	1993					89 %	100 %					
Lisbonne	1994					90 %	100 %	98 %	99 %	105 %	134 %	126 %
Luxembourg	1995	101 %	116 %	118 %	117 %	105 %	100 %	96 %	99 %	107 %	113 %	121 %
Copenhague	1996	80 %	84 %	85 %	89 %	89 %	100 %	99 %	100 %	103 %	113 %	115 %
Thessalonique	1997					86 %	100 %	92 %				
Stockholm	1998	74 %	80 %	87 %	90 %	91 %	100 %	100 %	103 %	104 %	104 %	108 %
Weimar	1999	55 %	66 %	65 %	63 %	64 %	100 %	78 %		69 %	78 %	84 %
Bergen	2000			89 %	96 %	99 %	100 %	101 %	98 %			
Bologne	2000			88 %	90 %	89 %	100 %	110 %	107 %	106 %	103 %	107 %
Avignon	2000					88 %	100 %	98 %				
Bruxelles	2000	73 %	85 %	91 %	91 %	95 %	100 %	98 %	104 %	107 %	105 %	103 %
Helsinki	2000	74 %	79 %	86 %	88 %	93 %	100 %	98 %	97 %	97 %	97 %	99 %
Reykjavík	2000			72 %	90 %	97 %	100 %	98 %	102 %	110 %	118 %	126 %
Prague	2000					107 %	100 %	106 %				
Porto	2001		93 %		100 %	94 %	100 %	102 %	104 %	111 %	116 %	
Rotterdam	2001				89 %	175 %	100 %	99 %	82 %	88 %		
Salamanque	2002					82 %	100 %					
Bruges	2002						100 %	91 %	88 %	87 %	93 %	96 %
Graz	2003	68 %	71 %	75 %		82 %	100 %	86 %	88 %	89 %	94 %	96 %
Lille	2004					71 %	100 %					
Gênes	2004	81 %	81 %	87 %	90 %	91 %	100 %	92 %	101 %	100 %	107 %	107 %
Luxembourg Grande Région	2007	93 %	80 %	87 %	90 %	94 %	100 %	96 %	91 %	88 %	94 %	101 %
Sibiu	2007			70 %		82 %	100 %	87 %	72 %	64 %		
Linz	2009	88 %	93 %	93 %	92 %	91 %	100 %	94 %	101 %	107 %		
Vilnius	2009					116 %	100 %	109 %	129 %	146 %		
Istanbul	2010	92 %	89 %	99 %	92 %	90 %	100 %	106 %				
Essen	2010					89 %	100 %					
Tallinn	2011	76 %	75 %	75 %	69 %	82 %	100 %	99 %				
Turku	2011	96 %	99 %	99 %	95 %	95 %	100 %	95 %				
Guimarães	2012					70 %	100 %					
Maribor	2012	82 %	84 %	75 %	80 %	83 %	100 %					

Tableau 5 : Total de nuitées par an en % par rapport aux nuitées de l'année de la manifestation (Garcia and Cox 2013, 154).

EMPLOI ET ÉCONOMIE CRÉATIVE

Les deux Capitales européennes les plus récentes montrent que l'attractivité touristique des évènements de ce type ne s'essouffle pas : en 2015, 3.4 millions de personnes ont assisté aux festivités de Pilsen, quatrième plus grande ville de République tchèque, tandis que la cité belge de Mons a accueilli presque 2.2 millions de visiteurs (587'000 tickets vendus et dépense journalière moyenne : 75 euros par touristes). Bien sûr, cet afflux de touristes n'est pas sans effets sur l'économie. Ainsi pour Mons, dans la plus pure tradition des études d'impacts (voir chapitre 2.1.6.), le bureau Kea European Affairs a calculé que chaque euro investi par les autorités publiques a eu un retour de 5,5 euros dans l'économie belge[180]. Sans revenir sur les nombreuses limites des travaux qui mesurent l'effet des évènements de ce type (voir cadre théorique), et comme le montre la figure 34 et les 753 millions de livres sterling annoncés pour Liverpool 2008, beaucoup d'études affirment que l'impact économique se révèle très positif pour les territoires hôtes. Souvent, les recherches les plus enthousiastes sont celles menées par les villes organisatrices, à l'exemple des responsables de Derry-Londonderry, première ville britannique de la culture en 2013, qui ont calculé que « *over the course of this year, about £100m will have been invested in the city through cultural programming and infrastructure. It is estimated that for every £1 spent, there will be a predicted £5 return* »[181]. Cependant, aucune étude ne vient pour l'heure étayer ces résultats.

2 ECONOMY AND TOURISM

Visiting Liverpool ECoC

- The Liverpool ECoC attracted **9.7 million additional visits to Liverpool,** constituting **35% of all visits** to the city in 2008.
- These visits generated an **economic impact of £753.8 million** (additional direct visitor spend) across Liverpool, Merseyside and the wider North West region.
- **2.6 million European and global visits** were motivated by the Liverpool ECoC in 2008. **97%** of these were **first-time visits** to the city.
- The ECoC generated an additional **1.14 million staying visitor nights in Liverpool hotels,** 1.29 million in the rest of Merseyside and 1.7 million in the rest of the North West.

Overall tourism trends in 2008

- In 2008 there were an estimated **27.7 million visits to Liverpool,** a 34% rise on the previous year; and **75.1 million visits to Merseyside,** a 19% rise on 2007.
- This increase was proportionally much greater than in other cities. Merseyside saw a 20% rise in day visits between 2007 and 2008, in comparison to rises of between 1 and 4% in other areas of the North West; Merseyside also saw a 4% rise in staying visits over the same period, in comparison with a 7% drop in Greater Manchester.

Figure 34 : Tourisme à Liverpool en 2008 (Garcia, Melville, and Cox 2010).

En Europe, des rapports estiment que l'obtention du label de Capitale culturelle agit sur l'emploi. Alors que certains – financés par les organisateurs – laissent quelque peu perplexe – « *selon Kea, Mons Capitale européenne de la culture a également produit un effet de levier sur l'emploi : 2'000 jobs ont été créés et/ou préservés l'année dernière* »[182] –, d'autres, réalisés par des chercheurs reconnus, montrent que le titre a un effet bénéfique sur l'emploi de l'économie de tourisme à court terme (tableau 6) :

[180] http://www.laprovince.be/1604773/article/2016-06-21/mons-2015-annonce-2000-emplois-crees-et/ou-preserves.
[181] http://www.hulldailymail.co.uk/uk-city-culture-economic-impact-derry-londonderry/story-20111019-detail/story.html.
[182] http://www.laprovince.be/1604773/article/2016-06-21/mons-2015-annonce-2000-emplois-crees-et/ou-preserves.

	France	Nord–Pas-de-Calais	Lille intramuros
Activités culturelles	+ 0,4	+ 4	+ 22
Commerce de détail	+ 1,2	+ 1,1	+ 3
Hôtellerie	+ 0,5	stable	+ 15
Restauration – Débits boissons	+ 1,4	+ 3	+ 7

Tableau 6 : Évolution de l'emploi entre octobre 2003 et septembre 2004 à Lille (Liefooghe 2010b, 41).

Une étude du Ministère de la Culture et de la Communication de France confirme les effets de Lille 2004 à moyen terme : « *les résultats montrent que Lille 2004 CEC a eu un impact globalement positif de 2004 à 2006 dans le Nord–Pas-de-Calais. La manifestation est responsable de 8,9 % d'offres d'emplois supplémentaires en 2005 et 2006, de 6,7 % de créations d'entreprises supplémentaires en 2005 et 2006 (principalement hors industrie et dans le Pas-de-Calais) et de huit défaillances d'entreprises en moins par trimestre (32,7 %) dans l'industrie (principalement dans le Nord). L'impact sur les demandeurs d'emploi, les salaires et les heures travaillées a été neutre. (…) Au total, cette manifestation semble donc avoir joué le rôle de tremplin vers une nouvelle image plus cohérente avec celle d'un territoire qui avait déjà consenti des efforts depuis une quinzaine d'années pour faire face à la désindustrialisation* » (Brodaty 2014, 4). Si ces résultats doivent être pondérés par le manque d'études à long terme, les vertus potentielles des labels de ce type apparaissent, une fois encore, très clairement.

Toutefois, alors que les effets à moyen terme dans le secteur du tourisme semblent indéniables, l'impact de l'obtention du titre de Capitale culturelle sur l'*économie créative*[183] – promesse récurrente des phases de candidatures – paraît moins évident : « *d'après les éléments probants actuellement disponibles, il est peu probable que les derniers programmes CEC aient laissé un héritage important en matière de développement des industries créatives. Dans le cadre de leur étude sur les industries créatives qui ont participé à Stavanger en 2008, par exemple, Bergsgard et Vassenden (2011 : 309) ont dressé le constat suivant : seul un dixième des personnes ayant répondu ont déclaré que le statut de Capitale de la culture de Stavanger avait généré, dans une mesure relativement importante ou dans une mesure très importante, des bénéfices en termes de : "nouveaux clients", "nouveaux partenaires", "nouvelles relations internationales", "meilleure situation économique", "possibilités d'innovations" et "dynamisation de l'entreprise". (…) "Il est surtout important de noter que deux tiers des personnes ayant répondu ont déclaré que ce statut n'avait eu aucun impact"* » (Garcia and Cox 2013, 155). L'effet réel sur l'économie créative – dont la définition est d'ailleurs très fluctuante (chapitre 2.1.3) – reste donc encore à prouver : « *there is no evidence that the ECoC affected a more broadly conceived of creative sector, other than in the diffuse sense of being able to benefit from the improved external image of the city* » (Campbell 2011, 519). En effet, « *le simple accueil de cette manifestation ne suffit pas pour réussir à stimuler ce secteur et, même avec des plans tangibles et durables, les villes hôtes doivent adopter une perspective plus large qui dépasse les limites géographiques et temporelles de l'année de la manifestation pour réussir dans ce domaine* » (Garcia and Cox 2013, 157).

Enfin, peu d'indices permettent d'évaluer la portée réelle des programmes de ce type pour les entreprises locales qui ne sont actives ni dans le tourisme ni dans l'*économie créative*. À l'évidence, le bénéfice le plus intéressant pour elles est lié à l'amélioration de l'image de la ville hôte : « *88 % of businesses in Great Britain being aware of Liverpool ECoC and 68 % believing it had a positive impact on Liverpool's image. The North West region as a whole is seen as a better place to do business, with only 15 % of North West businesses seeing it as a poor place to do business in 2009, compared with 40 % in 2001. While much of this may be due to other factors over this period, 8 % of opinion leaders did cite the Liverpool ECoC as a reason for this improvement as a business location* » (Garcia, Melville, and Cox 2010, 31). Dans la ville roumaine de

[183] Voir cadre théorique.

Sibiu, Capitale européenne de la culture en 2007, une étude montre que 72.5 % des entreprises locales ont estimé que l'année de festivités a eu un impact conséquent sur l'attraction de nouveaux investisseurs et que l'évènement a favorisé le développement de la ville. En outre, les entreprises locales peuvent également bénéficier de l'effervescence liée aux manifestations de ce type pour créer de nouveaux partenariats, tisser de nouveaux échanges, etc[184]. Toutefois, comme l'explique le chapitre 4.2.2., le dialogue entre entreprises et acteurs culturels se révèle parfois compliqué. Ainsi, à Stavanger 2008 : « *larger companies, such as Total, were naturally interested in being associated with the ECOC as part of their own corporate social responsibility aims. 'Selling culture' was seen as difficult as it is an 'intangible dream' and more than a physical product* » (ECORYS 2009).

À la lecture des nombreux exemples relatés dans ce chapitre, l'effet potentiel des programmes du type des Capitales européennes de la culture sur l'économie des territoires hôtes apparaît réel. L'importante couverture médiatique inhérente à l'organisation de tels évènements améliore la notoriété de la ville et lui permet d'accroître son attractivité. Si ce mouvement paraît indéniable en matière de tourisme, du moins à court terme et dans le centre des villes, il doit encore être prouvé pour les entreprises et investisseurs. Il reste que l'amélioration de l'image de la ville – pas automatique, mais conditionnée à l'existence d'une stratégie – peut avoir des conséquences bénéfiques au-delà des seuls milieux économiques du secteur touristique. Toutefois, l'empreinte de telles manifestations ne peut durer indéfiniment ; c'est pourquoi il apparaît, encore une fois, nécessaire d'inscrire l'évènement dans une stratégie territoriale plus large, dans laquelle il n'est que l'objectif intermédiaire.

[184] La présence de Genève à l'Exposition universelle de Milan 2015 fournit un exemple de mouvements de ce type : « *quand je vois le nombre de partenariats qui se sont tissés autour de notre présence à Milan, soit des partenariats existants qui se sont renforcés sur un projet concret, soit des nouveaux partenariats, que cela soit les hautes écoles, la HEAD (Haute École d'art et de design) et la HEPIA (Haute École du paysage, d'ingénierie et d'architecture de Genève), la Genève internationale qui en a profité pour faire un colloque, etc.* » (Sami Kanaan).

5.1.2. IMPACT ECONOMIQUE POTENTIEL DU PROJET SUISSE

Le cadre théorique le montre, dès les années 80, les acteurs culturels, confrontés à des restrictions budgétaires récurrentes, ont utilisé des arguments économiques pour démontrer l'importance des retombées financières de la culture. Si, une fois encore, celle-ci ne peut se réduire à cela, les incidences économiques des évènements de grande envergure semblent indiscutables. Ainsi, le calcul de l'impact économique de manifestations culturelles a souvent été l'objet d'études universitaires. Cependant, comme l'explique le chapitre 2.1.6., sa mesure se grève de nombreuses limites méthodologiques que de très rares recherches ont su dépasser. Dès lors que l'évaluation de l'impact économique d'une manifestation passée s'avère une entreprise périlleuse, comment estimer celui d'un évènement futur, partie d'un programme en construction, où les budgets ne sont encore que des hypothèses ? Plutôt que de se hasarder en d'illusoires conjectures, il semble préférable de s'occuper d'abord des éléments les plus sûrs.

En premier lieu, le nombre croissant de candidatures dans les programmes européens et britanniques atteste de l'attractivité des labels de ce type pour les territoires. Cela ne constitue pas une preuve de l'effet de ces actions sur l'économie des villes hôtes – les Jeux olympiques restent très convoités malgré leurs impacts souvent très négatifs[185] –, mais l'on peut toutefois y déceler un indice. Pour la plupart des participants à cette étude, la création d'un tel programme en Suisse aurait un potentiel intéressant : « *un label comme ça, c'est clair, ça attire les gens* » (Andrew Holland) ; « *les gens voyageraient si on leur disait cette année, c'est Genève, c'est Lugano, etc., c'est sûr* » (Hedy Graber). Le modèle européen en témoigne, l'impact économique de ce type de label est surtout lié au tourisme. Une adaptation suisse de ce programme, accessible aux petites villes (chapitre 4.4.1.), devrait, à l'instar de l'action britannique[186], d'abord se préoccuper du tourisme national : « *un des marchés dont je trouve le potentiel négligé, c'est celui du tourisme suisse : je pense sincèrement qu'une bonne partie de nos compatriotes, surtout alémaniques, seraient assez curieux de visiter Genève. Je pense qu'il y a un potentiel inexploité dans ce domaine. Parce que c'est à la fois la Suisse, mais ça a un côté un peu exotique, Genève. En plus, avec ce tourisme-là, on évite le problème du franc fort* » (Sami Kanaan). Il reste toutefois certain que, même à un niveau national, la capacité d'attraction touristique du programme dépendra – au moins en partie – des budgets à disposition et de celle des porteurs de l'action à « *établir une marque* » (Nicolas Bideau). Cependant, l'Expo 02 le prouve, aucune méthode ne permet vraiment d'anticiper le comportement du public : « *au lieu d'écouler 1,46 million de billets pour trois jours comme le prévoyait le budget, l'Expo n'en a donc vendu que 0,56 million. Les sondages d'opinion ne laissaient pas prévoir une telle évolution. En effet, lors des huit sondages réalisés de mars/avril 1999 à mai 2002, entre 35 et 50 % des personnes interrogées avaient signalé vouloir acheter un passeport pour trois jours. Le budget tablait sur 29 % d'achats de tels billets, alors que seuls 15 % des visiteurs s'y sont décidés. Selon Rainer Müller, Directeur marketing d'Expo 02, ce résultat montre le peu de fiabilité des sondages d'opinion pour connaître l'attitude future des gens* » (Contrôle fédéral des finances 2005, 96). Si l'incertitude prime, le programme *Capitale culturelle suisse* pourrait néanmoins devenir un produit d'appel pour le tourisme indigène, cible importante de Suisse Tourisme à l'heure du franc fort (cette fédération investit en effet de plus en plus dans la publicité destinée au marché intérieur pour limiter les pertes liées à la contraction de la demande étrangère[187]). Toutefois, les hôtels n'en bénéficieraient pas forcément, car la faible étendue du territoire suisse favorise les excursions d'une journée : à Expo 02, à la surprise des organisateurs, près de trois quarts des visiteurs ont ainsi opté pour une visite d'un jour[188]. Cependant, il semble raisonnable d'émettre l'hypothèse qu'une année d'évènements dans une ville, avec des fêtes d'ouverture, des manifestations, des prix, des

[185] Il semble toutefois que cette attractivité décline quelque peu : http://ici.radio-canada.ca/sports/jeux-olympiques/2015/09/14/001-jeux-2024-candidatures-toronto-silence.shtml ou http://www.france24.com/fr/20151130-hambourg-retrait-ville-candidature-organisation-jo-2024-jeux-olympiques-allemagne.
[186] Si les tenants de cette action n'écartent pas les ambitions internationales, la notoriété de ce programme ne dépasse, pour l'heure, guère les frontières britanniques.
[187] https://www.letemps.ch/economie/2016/04/12/suisse-tourisme-veut-croire-une-stabilisation-nuitees.
[188] Ce phénomène a été confirmé par certains des participants à l'étude : « *même les gens de Genève ils rentrent [depuis Lucerne] ; on fait les concerts à 19 heures et à 21 heures ils repartent* » (Rosie Bitterli Mucha).

cérémonies, etc., générerait localement – et comme le montrent de nombreuses études ayant des festivals du pays comme sujet[189] – un surplus d'activité, principalement dans les secteurs économiques liés au tourisme.

Bien que la plupart des répondants estiment que l'attraction du tourisme indigène serait la priorité d'un tel programme, certains pensent qu'il ne faudrait pas s'y restreindre : « *certes la principale stratégie est intérieure, faire voyager les suisses d'une ville à l'autre, mais pourquoi ne pas aussi montrer vers l'extérieur que la suisse est innovante, créative et dynamique, pour changer l'image de la Suisse qui est un petit peu trop vieux jeu ou un peu trop "finance"* » (Sami Kanaan). Mais cela s'avérerait sans doute compliqué, car la concurrence internationale est très forte (les Capitales européennes de la culture par exemple) et la culture suisse éprouve parfois certaines difficultés à s'exporter : « *les médias français parlent surtout de ce qui se passe en France, (…) [idem pour] les médias allemands, américains, ils se concentrent d'abord sur leur région culturelle qui est déjà tellement grande qu'elle n'a pas beaucoup de place pour la Suisse* » (Andrew Holland). Malgré l'existence de grands évènements culturels comme Art Basel, le Montreux Jazz festival, le festival de Lucerne, le festival de Locarno, ou la présence d'artistes du pays dans certaines manifestations internationales (Hans Ulrich Obrist à la biennale de Venise qui a eu des articles dans le New York Times), l'image de la Suisse n'est pas forcément liée à la culture (Présence Suisse 2014). Et lorsque que certains artistes s'exportent, ils ne sont souvent pas associés au pays : « *le constat qu'on peut faire immédiatement c'est que les artistes suisses ne sont pas associés à l'image de la Suisse* » (Nicolas Bideau) ; « *le design, l'architecture, la typographie, le graphisme [sont des domaines où des Suisses s'illustrent], mais presque personne ne sait que ce sont des Suisses* » (Hedy Graber). De là à affirmer que la création d'un label *Capitale culturelle suisse* améliorerait la réputation culturelle du pays, il y a un pas qu'aucun répondant n'a franchi : « *il ne faut jamais oublier qu'avec une population de 8 millions, on est très petit et la résonnance dans la presse reste dans ces dimensions-là (même si on est assez présents par rapport à d'autres pays)* » (Andrew Holland). Expo 02 en fournit à nouveau l'exemple, l'attraction de touristes étrangers pour des évènements culturels en Suisse reste difficile : sur le million de visiteurs attendus de l'étranger, il en est venu la moitié, soit 12 % du total des visiteurs (Contrôle fédéral des finances 2005). S'il semble donc délicat de miser sur les touristes de l'extérieur pour la *Capitale culturelle suisse*, cette cible pourrait néanmoins être atteinte à l'aide de certains circuits : « *en Suisse, le USP [unique selling proposition] c'est d'abord la montagne (…). Ensuite, dans l'offre urbaine, un deuxième USP c'est la possibilité de faire plusieurs villes en 1 ou 2 jours. Donc peut-être qu'on arriverait à vendre [ce produit] au niveau international ; on dirait, venez en Suisse, vous pouvez faire Zürich et après la Capitale culturelle suisse de l'année. Ça, ça marcherait bien !* » (Nicolas Bideau).

Les exemples européens et britanniques le montrent, les villes hôtes utilisent les labels de ce type pour changer ou améliorer leur image ; dans la plupart des cas, il s'agit de prouver que le passé industriel et ses stigmates architecturaux ont été dépassés pour se conformer aux exigences de la *nouvelle économie*. Bien que la Suisse ait hérité d'un patrimoine industriel moins important que certains de ses voisins européens, il serait erroné de réduire le pays à son image d'Épinal : « *la Suisse c'est les Alpes, mais c'est aussi les villes* » (Sami Kanaan). À l'heure où de nombreuses villes du pays réfléchissent à leur marketing territorial, dans lesquelles la culture joue un rôle croissant, la création d'un label inspiré des Capitales européennes de la culture pourrait servir à appuyer les stratégies de communication : « *les villes, à court terme pourraient y gagner*: *ça serait un coup de projecteur* » (Michael Kinzer). Si, à l'exemple de Bâle, certaines villes communiquent depuis longtemps sur la vigueur de leur vie culturelle, l'existence d'un tel programme pourrait s'avérer très utile à des territoires moins pourvus en la matière : « *Coire, au niveau culturel, est un peu hors-jeu, parce qu'elle ne peut pas rivaliser avec Zürich ou Saint Gall, la ville la plus*

[189] Plusieurs exemples d'études ou d'articles de ce type pour les festivals romands, comme pour Montreux (http://www.rts.ch/info/culture/6010500-le-montreux-jazz-un-festival-tout-benefice-pour-la-riviera.html), le Verbier Festival (http://www.bilan.ch/entreprises-les-plus-de-la-redaction/verbier-prospere-sous-ses-airs-classiques), le caprice festival (http://doc.rero.ch/record/31530/files/Guignard_Lola_2009_2012.pdf – copier ce lien dans la barre d'adresse), le Paléo Festival (http://www.hebdo.ch/archives/la_culture_cest_beau_et_ccedila_peut_rapporter_22952_.php) ou, liste non exhaustive, Festi'neuch et le NIFF (http://www.arcinfo.ch/articles/regions/neuchatel-et-littoral/festi-neuch-et-le-nifff-rapportent-plus-au-canton-qu-ils-ne-lui-coutent-12917).

proche» (Christine Morand). Une édition dans une plus petite ville serait sans doute très différente que dans l'un des grands centres urbains du pays, mais l'exemple européen montre que les effets pourraient s'y révéler plus importants. L'assurance d'une couverture médiatique permettrait donc aux villes lauréates d'améliorer, voire de changer leur image. Au Royaume-Uni et en Europe, dans une volonté de favoriser les impacts à long terme, les candidatures qui adoptent cette vision processuelle, plutôt qu'évènementielle, sont privilégiées. La construction narrative de la candidature de Hull, *ville qui sort de l'ombre*, lui a ainsi permis d'être désignée ville britannique de la culture 2017 : « *there was real understanding and appetite from all four short-listed cities, for the sort of transformational change that a year of culture can bring. But ultimately it was the unanimous verdict of the panel that Hull put forward the most compelling case based on its theme as 'a city coming out of the shadows.' This is at the heart of their project and reminds both its people and the wider world of both its cultural past and future potential*»[190]. Cette logique appliquée au cas suisse pourrait donc favoriser l'impact d'un tel label sur l'image des villes hôtes, avec les répercussions que cela peut supposer pour l'économie.

Au-delà des très probables effets de la création d'un label *Capitale culturelle suisse* sur l'attractivité touristique et sur l'image de villes, au moins à court terme, il semble difficile d'affirmer que celui-ci générerait un impact sur l'économie des territoires hôtes en dehors du tourisme. Les villes pourraient cependant profiter d'une telle nomination pour mettre en œuvre des projets liés – par exemple – à l'*économie créative*, en inaugurant pendant les festivités un site destiné à accueillir ceux qui en sont les acteurs – à Dortmund, l'ECCE (European Centre for Creative Economy) a été ainsi lancé à la suite de Ruhr 2010[191, 192]. Toutefois, les nombreux exemples de ce chapitre montrent la difficulté d'estimer l'impact économique réel d'évènements de grande envergure sur les villes hôtes. Ceux-ci prouvent néanmoins que les dépenses consenties ne disparaissent pas, mais qu'elles contribuent à une activité économique certaine, le plus souvent locale. Avec un budget plancher fixé – hors dépenses d'investissements – à 10 millions (scénario sans doute le plus « bas »), une année d'évènements aurait certainement d'importantes répercussions sur l'activité économique des villes à court terme. Cependant, en l'absence d'étude d'impact économique d'évènements similaire en Suisse, une estimation chiffrée, même grossière, apparaît délicate. À Derry, première *UK City of Culture*, chaque Livre sterling d'argent public investit aurait généré autour 5 Livres de retombées dans l'économie locale[193] ; à Mons 2015, ce ratio s'établirait entre 5.6 et 6.3[194] ; le New York Times, sans citer de sources, estime que ce rapport oscille en moyenne entre 5 et 10 dans les Capitales européennes de la culture[195] ; pour Lille 2004, la Commission européenne[196] affirme que chaque euro public investi en a rapporté 8 dans l'économie locale[197] tandis que d'autres mentions font varier le ratio moyen entre 7 et 10[198] ou, encore, entre 8 et 10[199]. Malgré cette grande variabilité – témoignage de méthodes très fluctuantes –, il semble difficile de réfuter que l'investissement public consenti lors d'évènements de ce type entraîne, au minimum, un surplus d'activité économique au niveau local. Toutefois, son évaluation exacte paraît sinon impossible, pour le moins très difficile.

Ce chapitre montre que le recours à des arguments économiques pour justifier les dépenses publiques en matière de culture n'épargne pas la Suisse : « *on le remarque, les porteurs de projet de festivals par exemple appuient régulièrement là-dessus, nous font la liste de la provenance des festivaliers, des retombées pour le commerce local. (…) Nous-mêmes, on sait utiliser ces arguments quand on en a besoin*» (Yann Riou). En effet, démontrer son empreinte économique permet de plaider sa cause dans des périodes plus difficiles : « *quand tout va bien, on a quelques sourires envers la culture, en disant qu'on*

[190] https://www.gov.uk/government/news/hull-crowned-uk-city-of-culture-2017.
[191] http://www.e-c-c-e.de/en/activities/current-projects/creativequarters-ruhr/.
[192] Pour vérifier l'impact de l'obtention du label sur l'emploi dans les villes suisses, la STATENT, statistique de l'OFS qui mesure les emplois par domaines dans les communes, pourrait être utilisée (http://www.bfs.admin.ch/bfs).
[193] http://www.hulldailymail.co.uk/uk-city-culture-economic-impact-derry-londonderry/story-20111019-detail/story.html.
[194] http://www.mons.be/quelles-sont-les-retombees-economiques-de-mons-2015.
[195] http://www.nytimes.com/2013/11/15/arts/international/Italian-Cities-Vie-for-Culture-Capital-Status.html?_r=0.
[196] Sans préciser toutefois la source de cette évaluation.
[197] https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/sites/creative-europe/files/library/ecoc-fact-sheet_en.pdf.
[198] http://www.culturaltourism-network.eu/uploads/5/0/6/0/50604825/european_capital_of_culture_intro-mcu.pdf.
[199] http://www.euractiv.com/section/languages-culture/news/creative-cities-at-centre-of-eu-2020-goals-says-barroso/.

pourrait aider ceci, cela, et puis, quand tout va mal, enfin, quand ça se resserre un peu, ce qui est la situation aujourd'hui, les premiers budgets qu'on attaque, bien souvent, ce sont les budgets culturels. Donc cette idée que ça rapporte, elle ne passe pas toujours bien» (Jacques Hainard). C'est pourquoi il semble utile de répéter – sans oublier les nombreuses limites révélées par la littérature – que les évènements culturels ont un impact économique souvent avéré. Cela étant, pour la plupart des participants à notre étude, cet aspect ne doit pas être le cœur du projet des *Capitales culturelles suisses* : « *je pense que les effets économiques c'est bien pour vendre ça sur le plan politique ; on peut dire que l'économie va profiter, etc., c'est un argument politique. Mais le noyau doit rester culturel. Pour moi, il ne faudrait pas discuter des dépenses culturelles. Cela devrait devenir quelque chose de "selbständig", comme l'école par exemple, ou l'entretien des rues : un devoir public*» (Kurt Fluri) ; « *je suis conscient du fait que la culture peut avoir un rôle économique, mais je ne crois pas qu'il faille la réduire à ça, loin de là ! Il est important de continuer à défendre l'autonomie des politiques culturelles et, plutôt que de diluer la politique culturelle dans des politiques transversales, je crois qu'on doit continuer de défendre la culture pour elle-même*» (Yann Riou). En effet, l'espoir placé dans les politiques culturelles pour qu'elles deviennent les leviers de l'attractivité des territoires a pour conséquence « *l'indexation du jugement de la qualité d'un évènement culturel ou d'une œuvre artistique à sa performance économique et à ses ressources compétitives. Assimilée à un produit mis à la vente, la culture est donc investie d'une mission cruciale pour le dynamisme économique local*» (Maisetti 2014, 41). Certains auteurs, rejoints par la plupart des personnalités rencontrées dans le cadre de cette étude, y voient une contradiction avec la nature même de l'art, censé user de sa liberté pour remettre en cause, contester, inverser les hiérarchies, etc. (Miles 2005) – « *ce qui est spécifique, et ce qui vaut la peine et fait la différence avec la culture, c'est tous les moments inattendus, qu'ils soient esthétiques, sociaux, tous les échanges et débats que la culture provoque, les discussions, les controverses, etc. La valeur économique, elle vient avec, elle est importante, mais pas l'origine ou la raison* » (Philippe Bischof). En somme, s'il apparaît impossible d'éluder un argumentaire auquel les milieux politiques et économiques prêtent une oreille bienveillante, s'en tenir à de telles incidences ne dévoilerait qu'une vision très lacunaire des effets potentiels de la culture. Sans prétendre à l'exhaustivité, les chapitres qui suivent s'attachent donc à élargir le spectre.

5.2. INFRASTRUCTURES

Dans le sillage des discours sur l'impact économique de la culture émergent souvent des démonstrations de ses effets sur le patrimoine bâti des villes. De nombreux exemples de requalification de friches urbaines étayent ces propos : Bilbao, Liverpool, Vilnius, Londres, Lens, Lille, Marseille, etc. ; la liste pourrait se prolonger presque sans fin (voir chapitre 2.1.5.). La « greffe » d'un équipement culturel dans un secteur déserté par les activités industrielles permet une revalorisation symbolique du quartier susceptible de le transformer en nouvelle centralité capable de drainer, entre autres, des activités de services – boutiques, restaurants, hôtels, etc. Par une transposition synecdotique de la partie (le quartier) vers l'ensemble (le territoire), la ville usant de cette nouvelle infrastructure dans son marketing territorial voit son attractivité améliorée, tant auprès des touristes, que des résidents et des investisseurs. Récurrent, donc altérant l'originalité de la démarche, ce récit n'est toutefois entretenu que par les expériences heureuses ; les projets ayant connu l'infortune retiennent en effet moins l'attention. Pourtant, parfois la « greffe » échoue, que cela soit lié par exemple à une situation géographique inappropriée, à l'absence de considération – voire à l'exclusion – de la population locale, à des restrictions budgétaires, ou, enfin, à une programmation inexistante ou inadéquate.

Sans toujours prendre garde à ces écueils, les villes qui obtiennent le titre de Capitale européenne de la culture profitent souvent du label pour entreprendre de tels processus, avec l'idéal de Glasgow en point de mire. Cette mécanique se retrouve donc naturellement en bonne place dans le projet de l'Association Capitale culturelle suisse : « *la Capitale culturelle suisse permet à la ville hôte de concrétiser un projet culturel majeur. Un musée, un centre culturel ou un édifice à forte identité historique devient à la fois le symbole de la manifestation et un outil d'avenir* » (Association CCS 2014, 5).

Quel impact pourrait avoir une adaptation suisse de l'action européenne sur les infrastructures – culturelles ou non – des villes du pays ?

Figure 35 : Nouveau théâtre de Pilsen, CEC en 2015 (http://www.youngdancers.tv/).

5.2.1. IMPACT DU LABEL EUROPEEN SUR L'INFRASTRUCTURE DES VILLES HOTES

La grande majorité des villes nommées Capitales européennes de la culture a profité du titre pour créer ou rénover des infrastructures. Cela ne s'est toutefois pas fait de manière univoque. Dans de nombreux cas, des aménagements étaient déjà prévus et ce n'est que dans un second temps que le choix a été fait d'aligner les calendriers pour faire coïncider l'inauguration des nouveaux équipements avec l'année des festivités (Garcia and Cox 2013, 88). Dans d'autres cas, des projets de ce type – souvent partie d'une stratégie plus vaste – ont bénéficié de l'effet de levier lié au titre pour obtenir des financements (publics et privés[200]). Ainsi pour Lille 2004 : « *l'obtention du label a eu un impact sur l'urbain, et pas simplement sur l'ouverture de lieux culturels : des aménagements qui étaient prévus, des projets urbains qui étaient dans le "pipe" ont été accélérés* » (Laurent Tricart).

Le plus souvent, les villes profitent donc du titre de Capitale de la culture pour conduire des politiques d'aménagements. D'après l'étude la plus complète à ce sujet, plus de 90 % des lauréates ont rénové des bâtiments à usage culturel existants ou des sites faisant partie du patrimoine (Garcia and Cox 2013). À l'instar de Lille et de ses maisons folies ou du *Kultuurikilomeeter* de Tallinn, beaucoup de villes hôtes ont également tiré parti de ce label pour transformer des lieux ou des secteurs qui avaient d'autres fonctions – surtout industrielles – en espaces culturels. Toujours selon l'étude précitée, deux tiers des villes ayant obtenu ce titre n'ont pas simplement réhabilité d'anciennes friches, mais ont construit de nouveaux bâtiments culturels ; Marseille avec son musée des civilisations de l'Europe et de la Méditerranée en constitue sans doute l'exemple le plus emblématique.

À côté de ces infrastructures, 80 % des lauréates ont profité de cette nomination pour entreprendre d'autres aménagements urbains : « *il s'agit dans la plupart des cas de travaux du "domaine public", comme l'amélioration de l'éclairage, de la signalisation, des rues, des parcs et autres espaces publics. (…) Une plus petite proportion de villes (environ les deux cinquièmes) a mentionné de nouveaux aménagements physiques destinés à des activités autres que culturelles, par exemple des hôtels et des infrastructures de transport* » (Garcia and Cox 2013, 89). Devenir Capitale européenne de la culture semble donc également favoriser les investissements privés : « *des magasins, des hôtels, des restaurants, qui ont tendance à suivre des modèles de production normalisés, dominés par des chaînes commerciales nationales ou internationales (…) – par exemple, le centre commercial Liverpool ONE et le stade, de même que le centre de congrès de Liverpool, deux exemples habituellement associés à la CEC [Capitale européenne de la culture] alors qu'aucun d'eux n'a été financé ou planifié dans le cadre de la stratégie fondamentale de la CEC* » (Garcia and Cox 2013, 183).

Cependant, pour obtenir le titre, la mise en place de stratégie de requalification urbaine n'est pas obligatoire. Ainsi, bien que les critères de désignation exigent des villes qu'elles disposent (ou disposeront) d'une infrastructure appropriée – et que la Commission européenne espère du programme qu'il serve de catalyseur au développement local –, quelques villes n'ont pas engagé de tels processus, à l'exemple de Bergen, Helsinki, Reykjavík, Saint-Jacques-de-Compostelle (toutes Capitales en 2000), Rotterdam (2001) ou encore Stavanger (2008). Dans nombre de ces cas, l'absence d'héritage physique a toutefois entraîné de nombreuses critiques (Garcia and Cox 2013).

Dans le programme des *UK Cities of Culture*, dont la création dépend directement de Liverpool 2008 – lauréate dans laquelle la stratégie de régénération urbaine avait d'ailleurs commencé bien avant l'obtention du titre, celui-ci fut plutôt un aboutissement qu'un point de départ –, cette volonté d'impact sur le bâti existe également. Ainsi, les candidatures doivent « *deliver a programme that uses culture and creativity to lead to lasting social regeneration through building engagement, widening participation, supporting cultural diversity and cohesion, contributing to the localism agenda and reaching out to sectors of the community*

[200] Parfois, ces financements proviennent des Fonds européens de développement régional (FEDER). Ainsi, pour Pécs 2010 plus de 100 millions d'Euros ont été investis par ce fonds pour des projets liés à l'obtention du titre de Capitale européenne de la culture, comme, notamment, la nouvelle bibliothèque, le *Kodály Centre* (salle de concerts et de conférences) ou encore la rénovation d'un ancien secteur industriel : le *Zsolnay Cultural Quarter* (ECORYS 2010; Working group of EU member states experts 2012).

who are disenfranchised and isolated» (Department for Culture Media & Sport 2013a, 6). Cependant, la construction d'une infrastructure ne fait pas partie des obligations : « *we would not expect the legacy to include any major infrastructure projects unless these are already planned* » (Department for Culture Media & Sport 2013b, 8). À Derry-Londonderry, il semble toutefois que d'importants investissements de ce type aient été consentis : « *The city of DerryLondonderry therefore decided to invest more than £20 million (€14 million) in programming and over £140 million (€100 million) in capital infrastructure* »[201]. Si, en l'absence d'étude d'évaluation, les résultats restent pour l'heure assez indéterminés – certains parcs publics[202] et le front de mer de la ville paraissent avoir bénéficié de l'évènement (Doak 2014) –, la volonté affichée par Hull d'investir plus de 25 millions de Livres pour la rénovation du centre-ville (création ou rénovation de parcs publics, de fontaines, de chemins pédestres, de bâtiments, etc.)[203] montre que, comme en Europe, les villes profitent de l'obtention de tels titres pour mener des politiques urbaines.

Le pouvoir catalytique de tels programmes dynamise donc l'infrastructure des villes hôtes. Les acteurs politiques locaux – ou parfois les milieux culturels ou économiques –, inspirés par le récit de requalifications réussies, aspirent à le reproduire dans le territoire où ils exercent leur charge. Aux exemples déjà cités du *Mucem* à Marseille 2013 (Maisetti 2014), du *Tri Postal* et des *Maisons folies* à Lille 2004 (Lucchini 2006), du *Royal Concert Hall* à Glasgow 1990 (Jeannier 2008), des *Rotondes* à Luxembourg 2007[204], du *Kasárne Kulturpark* à Košice 2013 (Hudec and Džupka 2014), de la régénération du quartier de *Temple Bar* à Dublin 1991 (McCarthy 1998), de la création du complexe commercial, résidentiel et de loisirs *Liverpool ONE* à Liverpool 2008 (Boland 2010), de la rénovation de l'ancien secteur industriel *Zsolnay Cultural Quarter* à Pécs 2010 (ECORYS 2010), peuvent s'ajouter ceux de Salamanque 2002 et du centre d'art contemporain *Domus Artium* sis dans une ancienne prison provinciale réhabilitée[205], de Bruges 2002 et du *Concertgebouw* centre international de musique et des arts scéniques[206], de Graz 2003 et de la construction de la *Kunsthaus* à l'architecture blobesque[207] (figure 36), de Cork 2005 et de la rénovation de *St. Patrick's Street* (qui a depuis obtenu deux fois le titre de meilleure rue commerçante de la république d'Irlande)[208], d'Istanbul 2010 et des nombreux projets de régénération urbaine et de restaurations entrepris pour permettre à la ville de rester inscrite au patrimoine mondial de l'Unesco (Hoyng 2012), de Guimarães et de la création – entre autres – de la *Platform for Arts and Creativity* (figure 37) située dans la zone d'un vieux marché (ECORYS 2013), d'Umeå 2014 et des multiples investissements consentis pour accueillir les visiteurs – amélioration de l'aéroport, réalisation d'une ligne de train à grande vitesse vers Stockholm, nouvelles connections de ferry, etc. (ECORYS 2015), ou encore de Pilsen 2015 et de son nouveau théâtre (figure 35).

Cette liste non exhaustive montre l'importante diffusion du modèle de régénération urbaine par la culture chez les lauréates du titre de Capitale européenne de la culture. La création d'un bâtiment emblématique, la rénovation de quartiers défraichis, la réalisation d'aménagements urbains, etc., permettent aux villes de communiquer et témoigner de leur dynamisme. Si, en l'absence d'étude à long terme, il reste difficile d'évaluer l'impact réel de ces nombreux projets, beaucoup d'entre eux, encore fréquentés, figurent toujours en très bonne place du marketing territorial des villes.

[201] http://www.keanet.eu/wp-content/uploads/Derry_UKCoC_30062015.pdf?4f4eb7.
[202] « *As part of the infrastructure required to support City of Culture 2013 Roads Service developed two strategic park and ride sites at Fort George and Templemore Sports Complex and a park and stride site at Limavady Road with funding secured from the Department for Social Development* » (https://www.infrastructure-ni.gov.uk/sites/default/).
[203] http://www.hulldailymail.co.uk/revealed-25m-plan-transform-hull-city-centre/story-21339459-detail/story.html#1.
[204] http://rotondes.lu/rotondes/lhistorique/.
[205] http://domusartium2002.com/es/PRESENTACION/.
[206] http://www.concertgebouw.be/fr/.
[207] https://www.museum-joanneum.at.
[208] http://www.corkpastandpresent.ie/places/stpatricksstreet/.

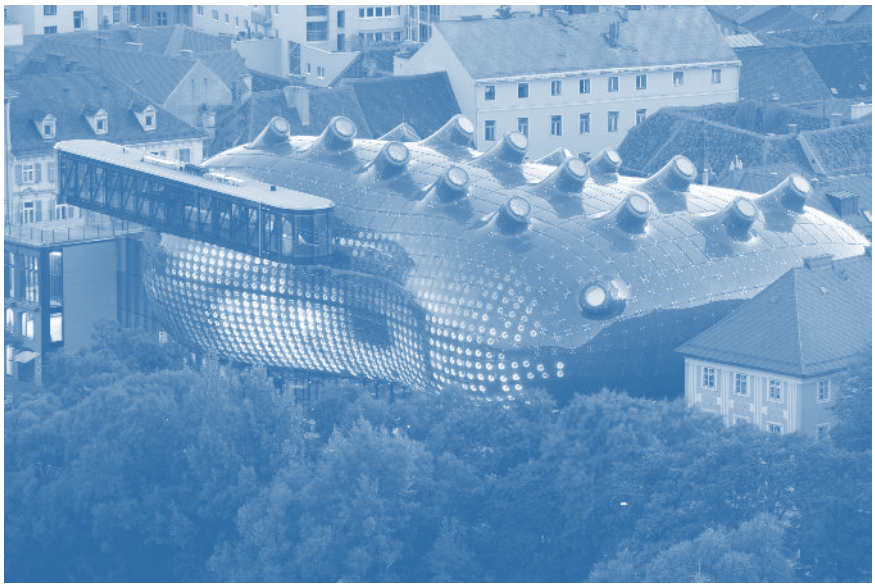


Figure 36 : Musée d'art de Graz (http://openbuildings.com/buildings/).

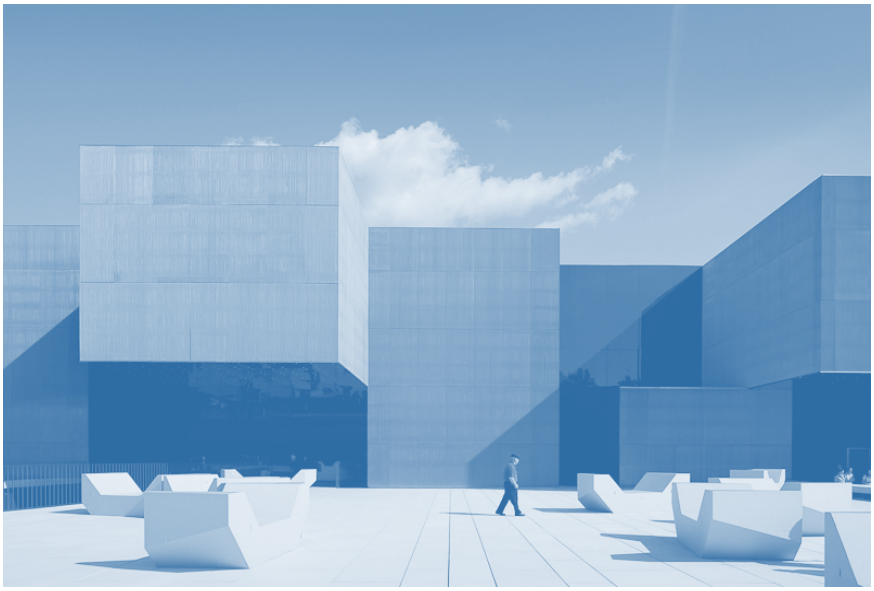


Figure 37 : Plateforme des arts et de la créativité à Guimarães (http://www.archdaily.com).

5.2.2. IMPACT POTENTIEL DU PROJET SUISSE SUR L'INFRASTRUCTURES DES VILLES HOTES

Des stratégies territoriales reposant sur la culture existent également en Suisse. Il serait toutefois abusif de tenir toutes les constructions d'infrastructures culturelles pour des instruments d'attractivité ou pour des manœuvres utiles à la régénération de secteurs défraichis ; la plupart du temps, ces projets répondent d'abord à une demande. Le *Kultur und Kongresszentrum Luzern* (KKL) a ainsi été imaginé pour pallier un déficit d'équipements : « *c'est l'exemple de quelque chose qu'on a fait sans se reposer sur une stratégie. Dans les années 80, on a créé la semaine musicale et quand ça s'est poursuivi, il nous a fallu une nouvelle salle. C'était d'abord l'idée, on a besoin du KKL, et la stratégie est apparue plus tard, on l'a mise par-dessus. On a dit : c'est aussi bien pour le tourisme. (…) Aujourd'hui, évidemment, le succès du KKL est l'argument qui est utile lorsque j'explique aux politiciens pourquoi on doit investir dans la culture* » (Rosie Bitterli Mucha). L'origine du *Lugano Arte e Cultura* (LAC) semble également découler de la volonté de combler une lacune : « c*ette structure manquait en Suisse italienne, parce qu'on n'avait plus de théâtre, on n'avait pas de salle de concert, on n'avait pas de musée spécifiquement prévu pour être un musée* » (Giovanna Masoni Brenni). Ces deux projets reposent certes sur une demande préexistante, mais leur recours à une architecture emblématique – composante incontournable depuis l'idéal type de Bilbao (ou, exemple plus ancien, du Centre Beaubourg de Renzo Piano) – témoigne de l'influence du *Guggenheim effect* (voir chapitre 2.1.5.). Conçus par des architectes reconnus (Jean Nouvel et Ivano Gianola), ces bâtiments ont rapidement dépassé leur fonction culturelle initiale pour intégrer le marketing territorial des villes : « *l'évènement qui attire beaucoup de Suisses et beaucoup d'étrangers au Tessin, c'est le festival de Locarno – ils ont fait un excellent travail. L'idée était, avec le LAC, d'avoir quelque chose qui attire d'une façon similaire, mais pendant toute l'année. (…) Pour la Suisse italienne, mais aussi pour améliorer l'attractivité du territoire pour les Suisses et les étrangers* » (Giovanna Brenni Masoni). Les exemples où la culture a été au cœur ou partie d'une stratégie territoriale ne manquent donc pas en Suisse[209]. Quelques cas concernant directement les participants à l'étude en témoignent d'ailleurs : Lausanne et la *Plateforme10*[210], l'extension du *Kunstmuseum* de Bâle, l'inauguration du nouveau Musée d'ethnographie de Genève[211, 212] ou encore le projet du *Théâtre du Jura*[213].

L'impact positif de la création d'un label inspiré du modèle européen sur l'infrastructure culturelle des villes hôtes a semblé indéniable pour les acteurs politiques et culturels ayant participé à la présente étude. Avec de nombreux exemples européens en tête, ceux-ci estiment en effet que la perspective de telles manifestations se révèlerait sans doute fédératrice : « *l'intérêt c'est surtout d'avoir une "deadline" : ça mobilise des ressources et des énergies qu'il n'y aurait pas sinon ; ça peut accélérer un projet existant, comme cela peut en créer un, que ce soit un musée, des requalifications urbaines, etc.* » (Sami Kanaan) ; « *un tel jalon permet de concrétiser des projets qui prennent souvent beaucoup de temps, (…) ça crée une émulation* » (Michael Kinzer). Certains répondants considèrent que les blocages politiques récurrents des projets de ce type – « *nous avons connu cinq votations populaires pour le KKL, c'était très intensif* » (Rosie Bitterli Mucha) – pourraient en outre se dénouer plus rapidement à la faveur d'une échéance.

À l'instar des programmes européens et britanniques, les villes pourraient recourir à un tel titre pour créer ou rénover des infrastructures : « *chez nous, tout est déjà construit, mais dans 15 ans, il sera sans doute nécessaire de faire des rénovations… Par exemple, notre musée des beaux-arts est beaucoup trop petit,*

---

[209] Le nombre de lieux culturels ayant pour cadre des friches industrielles en fournit un bel exemple : la *Schiffbau* ou la *Rote Fabrik* à Zürich, la *Kaserne* à Bâle, la *Halle 53* à Winterthour, la *Dampfzentrale* à Berne, la *Case à chocs* à Neuchâtel, le *Fri-son* à Fribourg, l'*Usine* à Genève, etc. Il faut toutefois signaler que la plupart de ces lieux doivent leur renaissance aux acteurs culturels locaux.

[210] http://polemuseal.ch/.

[211] Dès la première phrase du magazine du Musée d'ethnographie de Genève consacré à l'inauguration du musée, le fameux *Guggenheim effect* est d'ailleurs mentionné : « *si l'ouverture d'un musée représente un enjeu majeur pour l'économie culturelle d'une région – est-il besoin de rappeler l'effet Guggenheim à Bilbao ? –, elle marque aussi un tournant décisif pour les relations entre l'institution et son public* » (https://www.ville-ge.ch/meg/totem/totem66.pdf).

[212] Le 28 février 2016, un projet de Jean Nouvel pour rénover et agrandir le Musée d'art et d'histoire de Genève devisé à 131 millions de francs a été refusé dans les urnes (http://www.rts.ch/info/regions/geneve).

[213] Projet où on retrouve la volonté d'améliorer l'attractivité du canton – selon Isabelle Chassot : « *cette nouvelle infrastructure contribuera au rayonnement de la région, tout en valorisant la diversité culturelle et en poursuivant une politique d'ouverture avec la France voisine, la région Bâloise, le Jura Bernois et la Berne francophone* » (http://www.fondationtheatrejura.ch).

car il reçoit beaucoup de donations et il faudrait construire un bâtiment supplémentaire, mais ça coûterait 20 millions, et ce n'est pas réaliste. Mais avec l'impulsion d'un tel évènement, et bien peut-être qu'on trouverait des sponsorings, etc.» (Kurt Fluri). Une telle mécanique pourrait également bénéficier aux territoires qui manquent de certains équipements : « *on pourrait prendre l'exemple Jurassica à Porrentruy… On essaie de faire un musée, mais on n'y arrive pas… un tel processus pourrait apporter un coup de main*» (Jacques Hainard) ; « *je pense que ça peut permettre à certaines villes de développer un projet un peu moteur alors qu'il n'existe pas, ou pour de plus grandes villes de développer un domaine qui est encore un peu sous-développé ou de combler par un investissement une lacune dans l'offre culturelle, et puis peut-être de lancer de projets qui peuvent perdurer. Cela me semble être une bonne façon de voir les choses. À Lausanne, je reste persuadé qu'il manque un Centre d'art, soit un lieu de résidence et de création dédié aux arts visuels, comme beaucoup de villes en ont. Nous, on a des musées, des galeries, mais est-ce qu'il ne nous manque pas un tel lieu ? Ça pourrait être la pièce autour de laquelle on construirait un projet à Lausanne par exemple*» (Yann Riou).

Beaucoup de répondants ont d'ailleurs estimé que le processus de désignation devrait privilégier les villes ayant mis en place des projets de création ou de rénovation d'infrastructures culturelles. Ce point constitue au demeurant l'une des exigences imaginées par l'Association Capitale culturelle suisse dans le document de présentation de son projet : « *le projet présenté doit comprendre au minimum la construction, l'agrandissement ou la rénovation d'un lieu hautement symbolique devant être l'élément clé de la manifestation et un garant de développement culturel futur pour la ville hôte*» (Association CCS 2014, 4). Ainsi, comme pour les nombreux exemples européens présentés plus haut, l'année des manifestations pourrait coïncider avec l'inauguration de nouveaux équipements : « *l'ouverture du pôle muséal à Lausanne pourrait par exemple correspondre au début du programme "Capitale culturelle suisse", ou on aurait pu commencer à Lugano [pour l'inauguration du LAC] ; là c'est bon, tu pars juste, ça a de la gueule !*» (Nicolas Bideau) ; « *faire coïncider l'inauguration d'infrastructures avec l'obtention d'un tel label serait parfait*» (Andrew Holland).

Toutefois, pour « *contribuer par la culture au développement à long terme des territoires, selon leurs besoins respectifs*» (deuxième objectif – chapitre 4.1.), il faut que la création d'une infrastructure corresponde à un besoin. Le cadre théorique le montre : répliquer les mêmes méthodes ne produit pas nécessairement les mêmes résultats. Ainsi, « *le but d'un tel projet va peut-être être assez différent d'une ville à l'autre. Il ne faut pas trouver une solution standardisée pour toutes les villes, ne pas avoir un format qu'on prend et qu'on met sur chaque ville, mais vraiment mener une réflexion à la base*» (Andrew Holland). Une volonté d'impact à long terme a également été voulue par les répondants, car « *c'est toujours plus facile de trouver de l'argent pour les bâtiments que pour leur fonctionnement pour les vingt années qui suivent leur inauguration*» (Andrew Holland). Ainsi, à l'exemple de l'Expo 64 qui avait légué des infrastructures à la ville de Lausanne – « *un des fleurons de la culture lausannoise, le théâtre de Vidy, est encore le fruit du pavillon de Max Bill, cela témoigne des traces que peuvent laisser des évènements comme ceux-là*» (Yann Riou) – il faudrait adopter une vision à long terme : « *c'est intéressant de se dire que pour Expo 64, on n'a pas dépensé de l'argent uniquement pour une manifestation ponctuelle, mais qu'on a essayé de penser au développement culturel d'une ville sur le long terme*» (Yann Riou). Le succès de Lille 2004, l'un des plus probants pour de nombreux chercheurs, repose sans doute en grande partie sur des logiques de ce type : « *[pour que l'impact soit pérenne] il faut qu'il y ait un projet de développement culturel, une ambition. L'ambition des Maisons Folies c'était de se dire que 75 % de nos équipements culturels étaient en centre-ville, et les quartiers n'étaient pas suffisamment équipés, donc il fallait ouvrir des équipements structurants dans les quartiers». [Ensuite], Martine Aubry a estimé qu'au-delà de ce qu'on mettait en place comme nouveaux équipements structurants – Tri Postal et Maisons Folies – il fallait qu'on poursuive sur l'énergie de Lille 2004. Grâce à cette volonté, aujourd'hui, il y a un évènement qui s'appelle Lille 3000 ; une biennale, une mini Capitale européenne de la culture, sur un temps raccourci, une durée de 3 ou 4 mois, avec un budget moins important, où on est sur la même logique de quelques installations artistiques en plein air, de grandes expositions, etc. On a essayé de ne pas faire un "one shot"*» (Laurent Tricart).

En conclusion, la création d'un label qui désignerait à intervalles réguliers des *Capitales culturelles suisses* pourrait accompagner un processus déjà bien amorcé dans le pays. En effet, de nombreux territoires cherchent à créer ou à améliorer leurs infrastructures culturelles, que cela soit par la construction d'un musée emblématique, la rénovation d'un théâtre, la requalification de friches industrielles en salles de concert, etc. L'exemple européen prouve que la perspective d'un évènement d'envergure peut susciter une mobilisation susceptible d'accélérer de tels projets et de débloquer certaines situations. Il s'agit cependant d'adopter une vision à long terme pour éviter le dépérissement des équipements, l'apparition d'un « éléphant blanc ». Le cadre théorique le montre, lorsque les ressources financières (publiques ou privées) viennent à manquer, lorsque l'infrastructure se signale par la faible qualité de sa programmation, par une identité mal définie, par l'absence de soutien de la population locale ou par sa situation géographique inopportune, la stratégie territoriale peut se métamorphoser en un échec très visible.

5.3. COHESION SOCIALE

Parmi les qualités attribuées à la culture, sa faculté à favoriser le lien social figure souvent en bonne place. Malgré la difficulté méthodologique à laquelle se heurte la mesure d'un tel pouvoir, de nombreuses voix – chercheurs, acteurs culturels, politiques, etc. – s'élèvent périodiquement pour rappeler qu'au-delà de ses effets sur l'économie des territoires, la culture agit sur la cohésion sociale. Au début du XXe siècle déjà, un économiste anglais affirmait que : « *parmi ses effets externes, la production et la consommation de biens culturels ont des effets positifs sur la société, par la contribution qu'elles apportent à la cohésion sociale et à la formation des hommes* » (Arthur Pigou, cité par Benhamou 2011). Depuis, il a été imité à de nombreuses reprises, notamment par certains auteurs qui, au terme d'une étude d'impact économique, invitent à dépasser leurs conclusions (chapitre 2.1.6.). Ainsi, à l'issue d'une recherche évaluant le poids économique du secteur culturel d'Amsterdam, Van Puffelen a par exemple choisi de tempérer l'engouement médiatique suscité par ses résultats : « *la justification des subventions publiques doit être trouvée ailleurs, probablement au niveau du bien-être collectif, au nom d'une société démocratique, ou tout simplement au nom de la pérennité de l'art* » (Van Puffelen and Dupuis 1986, 304). La culture générerait donc des externalités positives sur le bien-être collectif, sur « *le lien social, le maintien des liens, la sociabilité, le langage, autant de principes qui maintiennent des possibilités de coopération et, au-delà d'une coopération strictement mécanique, permettent d'atteindre ce que Durkheim appelle la solidarité organique d'une société* » (Moulier Boutang 2010, 127).

Ce discours revient fréquemment lorsqu'il s'agit de défendre le financement de la culture, au risque d'ailleurs de l'investir d'une responsabilité sans doute excessive : « *l'encouragement de la culture à tous les échelons fédéraux se propose de faire usage du potentiel positif de l'art et de la culture au bénéfice de la consolidation d'une société démocratique et pacifique, de la formation et de l'épanouissement des individus et du développement des capacités économiques et novatrices de l'État* » (Conseil fédéral suisse 2014, 495). Cet exemple – extrait du dernier *message concernant l'encouragement de la culture pour la période 2016 à 2020* – montre que dans cette *Willenstation*, à l'heure de la remise en cause de l'enseignement d'une deuxième langue nationale au degré primaire, la culture revêt une importance particulière : « *compte tenu du caractère toujours plus tranché des différences à l'intérieur de la société (jeunes/vieux, ville/périphérie/campagne, différents niveaux d'instruction), il est plus que jamais nécessaire d'intensifier les échanges entre les différents groupes culturels et linguistiques pour renforcer ainsi la cohésion sociale. Les projets d'échanges, tels que les expositions, les spectacles de danse et de théâtre, les festivals, les séries de concerts, les traductions ou les manifestations de culture populaire sont appelés à jouer un rôle essentiel en établissant des passerelles entre ces différents groupes culturels, linguistiques et sociaux et en permettant à des acteurs issus de tous les horizons de se rencontrer* » (Conseil fédéral suisse 2014, 585). La Confédération a donc décidé de faire de la « cohésion sociale » l'un des trois axes d'action de sa politique d'encouragement à la culture (avec la « Participation culturelle » et, en écho à l'essor présumé de l'*économie créative*, la « Création et [l']innovation »).

Quels pourraient être les effets d'une adaptation helvétique des Capitales européennes de la culture sur la cohésion locale et la cohésion nationale ? Un tel programme pourrait-il servir les objectifs affichés par le Conseil fédéral dans le dernier message concernant l'encouragement de la culture en Suisse ?

5.3.1. COHESION LOCALE

Toutes les personnalités ayant participé à l'étude estiment que l'impact de la culture ne peut être réduit à ses effets sur l'économie ou sur l'infrastructure des villes : « *[la culture a] aussi des impacts sociaux ! Je trouve ceux-ci encore plus forts que les impacts économiques* » (Sonja Hägeli) ; « *on a parlé effectivement de lien social, mais on peut être plus prosaïque, en termes de qualité de vie, de bien-être, je crois que les gens sont pleinement conscients [du pouvoir de la culture]* » (Yann Riou) ; « *on participe à des évènements culturels où on est ravis, étonnés et où on est socialement liés* » (Philippe Bischof). Toutefois, la mise en évidence d'indicateurs permettant d'évaluer l'effet d'évènements culturels sur la cohésion locale d'une ville s'avère délicate. Le plus souvent, celle-ci se mesure à travers la participation de la population. Sommairement, l'implication des habitants peut se partager entre une participation passive – spectateurs – et une participation active – bénévoles.

Pour la première catégorie, dans le cas des Capitales européennes de la culture, le taux de participation des habitants des villes lauréates – soit le pourcentage de la population de la ville qui assiste à des manifestations – se situe entre 50 et 70 % (Garcia and Cox 2013, 159). L'effet du label sur la « consommation » de biens et services culturels se révèle donc important ; celle-ci est systématiquement poussée à la hausse lors des années de festivités : « *66 % of Liverpool residents took part in at least one ECoC event, 14 % of Liverpool residents felt they had 'tried something new' in 2008, 60 % of North West residents considered that by 2008 there were more cultural activities and opportunities in the region than previously* » (Garcia, Melville, and Cox 2010, 3). La littérature l'a montré, la culture met à mal le principe de l'*utilité marginale décroissante*, principe qui affirme que « *le surcroît de satisfaction qu'un consommateur retire d'une unité supplémentaire d'un bien ou d'un service diminue à mesure que le montant consommé de ce bien ou de ce service augmente* » (Krugman and Wells 2009, 444). Les villes espèrent donc que ce surcroît de consommation génère de nouvelles habitudes dans la population. Par exemple, à la suite de Luxembourg 2007, « *il a été rapporté qu'un grand nombre de jeunes âgés de 15 à 24 ans participaient plus souvent à des évènements culturels à la suite du programme CEC, même si seuls 20 % d'entre eux ont réellement participé à un plus grand nombre d'évènements alors qu'ils étaient 45 % à déclarer qu'ils prévoyaient d'être plus actifs dans ce domaine* » (Garcia and Cox 2013, 160).

En ce qui concerne une participation active de la population, l'exemple européen témoigne de réalités contrastées. Certaines lauréates ont mis en place une politique très active en la matière, à l'exemple de Lille 2004 qui a compté jusqu'à 17'800 « ambassadeurs ». D'autres ont cependant connu une mobilisation plus faible, à l'instar de Maribor 2012 et de ses 87 bénévoles (résultat sans doute lié aux nombreuses complications survenues lors de la phase d'organisation – voir chapitre 4.2.2). Pour le cas de Lille toutefois, le titre d'ambassadeur ne s'accompagnait d'aucun devoir – sinon celui de relayer le discours des organisateurs (Da Lage 2008) – et le nombre de bénévoles actifs durant toute l'année a, en réalité, avoisiné les 200. La méthode adoptée par Lille a été reprise à Liverpool où, à côté des 971 bénévoles actifs entre 2005 et 2008 (ce qui a représenté près de 7'000 jours d'activité, avec une valeur estimée à 0.3 million de livres sterling), il y eut 8'770 ambassadeurs qui, en échange d'un badge, furent chargés de promouvoir la ville et les manifestations dans leur entourage (Garcia, Melville, and Cox 2010). Une même approche a été retenue dans le programme des *UK Cities of Culture* : l'équipe d'organisation de Hull, en phase de préparation, recherche ainsi activement 4'000 bénévoles pour 2017[214].

Si l'amélioration de la cohésion sociale figure régulièrement parmi les objectifs initiaux des candidatures de tels programmes, rares sont les comptes-rendus post-manifestations qui témoignent de résultats en la matière. Le renforcement de la cohésion locale reste en effet assez difficile à évaluer : « *a survey of local audiences found that more than 65 % considered that the ECOC had created more social cohesion within Sibiu, although no further explanation is given of the interpretation of that term by respondents* » (ECOTEC 2009, 49). Les interactions sociales inhérentes à de tels évènements, à l'évidence plus fréquentes dans le cas d'une participation active, sont souvent mentionnées comme vecteur de l'amélioration de la cohésion

[214] https://www.hull2017.co.uk/getinvolved/become-a-volunteer/.

locale : « *volunteers and other participants in the programme reported a range of social and cultural outcomes from their involvement including social interaction, the chance to welcome overseas visitors to their city and the satisfaction of promoting Liverpool's culture and heritage* » (Garcia, Melville, and Cox 2010, 3). Les villes souhaitent donc que l'obtention d'un tel titre devienne l'occasion de mobiliser leur population autour d'un projet qu'elles espèrent fédérateur. Un petit clip préparé à l'intention du jury des *UK Cities of Culture* par l'équipe de Hull 2017 montre ainsi des habitants de la ville réunis derrière le slogan « *This City Belongs To Everyone* »[215].

Pour beaucoup de participants à la présente étude, l'adaptation en Suisse du programme européen pourrait favoriser la cohésion locale : « *je crois qu'un label "Capitale culturelle suisse" pourrait créer du lien ; les habitants pourraient avoir envie de participer à un tel programme dans leur ville* » (Hedy Graber). La portée mobilisatrice des *mega-events* a été signalée par nombre d'entre eux : « *le bon côté de Genève, c'est qu'il y a plein de talents, de ressources, d'énergies, seulement il faut réussir à les fédérer. Je pense qu'un projet pareil permettrait justement de faire se rencontrer tout le monde* » (Sami Kanaan). À l'exemple de Lille 2004, la perspective de devenir l'hôte d'un tel programme pourrait donc fournir l'occasion de réunir la population des territoires, au-delà des seuls milieux culturels ou politiques : « *il y a eu un phénomène où tout le monde a compris qu'il y avait un enjeu global, un enjeu politique, un enjeu d'image, un enjeu économique, un enjeu artistique, culturel, etc., et tout le monde y est allé* » (Laurent Tricart). À l'instar de Lille 2004 d'ailleurs, certains répondants ont indiqué que pour certains territoires frontaliers – notamment pour les agglomérations transnationales – la recherche de cohésion locale pourrait dépasser le cadre national : « *dans le Jura, je fais partie d'une région géographique qui réfléchit avec la France voisine, avec Bâle, etc.* » (Christine Salvadé).

Pour la cohésion locale toujours, quelques participants verraient dans l'obtention du titre de *Capitale culturelle suisse* une occasion de démocratiser l'accès à la culture : « *si on devait monter un dossier à Genève, je serais très attaché à une option très inclusive (…) parce qu'à Genève, la diversité culturelle, on en est très fiers, mais qu'est-ce qu'on en fait ? À quel point la communauté portugaise – pour prendre la plus grande des communautés étrangères – se sent-elle vraiment connectée à l'offre culturelle ? J'ai un doute. C'est un point très fort de l'action qu'on mène depuis que je suis là, soit l'extension des publics, la diversification, le type de relation qu'on a avec eux, etc. Par exemple, le musée de l'Ariana – qui, comme il expose de la céramique, pourrait apparaître élitiste – est l'un de nos plus innovants pour attirer des publics "atypiques" – migrants, handicapés, etc. Le musée d'art et d'histoire bouscule enfin ses habitudes en organisant des Afterwork. Cela paraît bête, mais je suis allé au dernier, c'était plein à craquer, avec des profils qu'on n'a pas au musée d'habitude* » (Sami Kanaan). Cette volonté de démocratisation aspire à élargir la fréquentation des équipements culturels, encore largement déterminée par les origines sociales en Suisse (figure 38). L'organisation d'un tel évènement pourrait en outre devenir l'opportunité d'un processus de réflexion au sujet de la population dont on cherche à améliorer la cohésion : « *qu'est-ce qu'on fait à Bâle avec une bourgeoisie – qui a créé tous ces lieux, théâtres, orchestres – qui change et, d'autre part, les 30 à 40 % d'immigrés qui vivent en permanence dans la ville et qui ne sont pas du tout visibles ? Cohésion sociale, oui, on la cherche et on en a besoin, mais de qui parle-t-on précisément et comment on l'atteint ?* » (Philippe Bischof)[216].

[215] https://www.youtube.com/watch?v=mXJkDgBUR9c.

[216] La prise en compte de la population étrangère rejoint d'ailleurs les priorités de Pro Helvetia : « *la fondation va se confronter aux défis lancés par une société interculturelle qui se développe de manière dynamique et étudier l'impact de ces défis sur la production artistique et sur la diffusion et la réception de celle-ci dans le public. La fondation souhaite travailler sur ces deux axes en étroite collaboration avec les villes et les cantons intéressés* » (Conseil fédéral suisse 2014, 586).

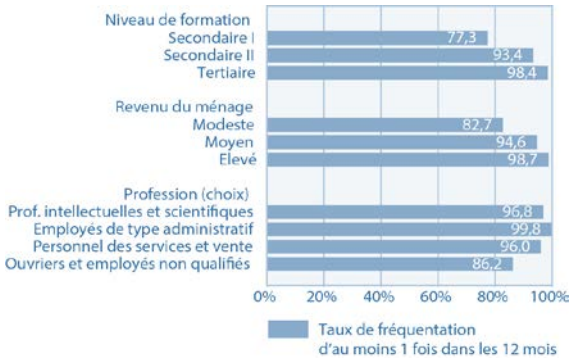


Figure 38 : Fréquentation des institutions culturelles selon le profil sociodémographique en 2008 (Office fédéral de la statistique 2009, 10).

Ces réflexions font écho à quelques exemples de Capitales européennes de la culture qui se sont distinguées par une ouverture visant à améliorer la cohésion locale. Ainsi, à l'inverse de certaines lauréates, dans lesquelles l'effet des manifestations s'est surtout concentré sur le centre-ville (Liverpool par exemple), Sibiu 2007 a mené une politique active en la matière : « *one objective of the ECOC was to increase social cohesion within Sibiu. The main instrument for achieving this was the organisation of cultural events throughout the city, not only in the centre but also in other neighbourhoods, including the most disadvantaged that would not usually host such events. The intention here was to provide "something for everybody", including (as noted earlier) children, young people, ethnic minorities, people with disabilities and others outside the "mainstream" culture* » (ECORYS 2009, 49). Ce fut également le cas à Košice 2013, où l'intégration de certains quartiers dans le programme paraît avoir été motivée par la volonté d'agir sur la cohésion sociale : « *Košice a accordé une grande attention à l'implication de ses citoyens dans la CEC, ce qui a été facilité par l'aménagement de nouveaux espaces culturels, en particulier dans le cadre du programme SPOTS, qui a combiné la reconversion d'un certain nombre d'échangeurs thermiques désaffectés avec un ensemble d'activités de développement culturel et local autour de ces nouveaux lieux. De l'avis général, ce programme est une bonne pratique grâce à son approche éminemment inclusive du développement de nouveaux espaces culturels et sociaux dans les quartiers. Il permettra de continuer à l'avenir à améliorer l'accès à la culture et d'apporter un soutien à long terme au développement local, au dialogue interculturel et à la cohésion sociale* » (ECORYS 2014, 13). Dernier exemple, à Turku 2011, la volonté de favoriser la cohésion de la population s'est incarnée dans le développement d'activités culturelles destinées aux personnes âgées : « *Turku 2011 gave significant attention to increasing the active participation of older people in developing cultural activities (e.g. Middle Age Hair production). Such approaches may not only enrich the cultural life of a city, but also make an important, albeit intangible, contribution to social cohesion: as different groups within the city are encouraged and enabled to express themselves and engage in intercultural dialogue* » (ECORYS 2012, 70).

Confrontés à l'absence d'indicateurs propres à révéler l'état de la cohésion sociale d'un territoire – la littérature semble d'ailleurs assez dépourvue en la matière –, les organisateurs d'évènements s'en remettent souvent à la participation des habitants. Le présupposé qui fonde ce raisonnement estime que les manifestations de grande ampleur favorisent les interactions sociales et que la mobilisation d'un territoire autour d'un projet – d'un récit – commun stimule la « conscience collective » des habitants tout en éveillant chez eux un sentiment de fierté. De tels effets s'accentuent d'ailleurs dans le cas d'une participation active, avec l'espoir que les collaborations et les nouvelles compétences qui naissent dans ce cadre puissent créer des liens qui survivent aux festivités. En outre, l'inclusion des populations marginales ou des secteurs défavorisés permet de réduire, au moins le temps de l'évènement, les fossés qui affaiblissent souvent la cohésion locale. Ces éléments montrent que la création d'un programme inspiré des Capitales européennes de la culture en Suisse pourrait servir la cohésion locale des villes lauréates. Cependant, une grande incertitude entoure la naissance de tels impacts ; ils paraissent en effet dépendre d'une combinaison de facteurs difficile à décrypter. Seule certitude, ils s'accommodent mal d'une planification *top-down* et la mise en place d'une stratégie à long terme favorise leur apparition.

5.3.2. COHESION NATIONALE

La « nation suisse » fait le plus souvent figure d'exception par rapport à ses voisines européennes : « *le "Sonderfall", le "cas particulier" suisse est une construction à la fois "communautaire", "ethnique", et "sociétaire/sociétale", "civique". Il intègre des éléments d'une culture politique commune, axée sur des institutions comme le fédéralisme et des instruments de démocratie directe. Cependant, ces éléments sont indissociables d'un important travail mythologique et idéologique de la nation suisse* » (D. Froidevaux 1997, 24). Le maintien de la cohésion nationale en Suisse – pays multiculturel, multiconfessionnel et multilingue – dépend donc de l'existence d'un récit commun dans lequel la culture politique (la démocratie consensuelle, le fédéralisme, les droits politiques) et les « mythes fondateurs » jouent un grand rôle – Guillaume Tell et le Grütli, pour les plus connus (Ipperciel 2007). Toutefois, ce récit commun n'est pas figé et l'argument de la cohésion nationale s'avère souvent utile à l'orienter : apprentissage des langues nationales[217], percement d'un deuxième tube autoroutier au Gothard[218], défense du service public[219], de l'armée[220], valorisation des produits du terroir[221], lutte contre les disparités fiscales[222], justification de budgets culturels, etc. Ainsi, le conseiller fédéral Alain Berset déclarait-il au moment de la défense du message culture 2016 à 2020 qu'« *à l'heure de la mondialisation, avec nos quatre langues nationales, nos trois aires culturelles principales si mesurées par rapport aux pays voisins, nous devons faire valoir nos intérêts et nos atouts, d'autant que la culture demeure centrale pour notre cohésion nationale* »[223]. Pour le Conseil fédéral, la culture représente donc un vecteur à privilégier en matière de cohésion nationale : « *les échanges culturels à l'intérieur du pays renforcent la cohésion nationale. Cette conviction a poussé le Conseil fédéral à créer Pro Helvetia en 1939 et fait partie aujourd'hui encore des tâches-clés de Pro Helvetia conformément à la loi sur l'encouragement de la culture* » (Conseil fédéral suisse 2014, 585).

Il semble qu'en la matière, il y ait en effet fort à faire, car beaucoup des acteurs politiques et culturels qui ont participé à la présente étude estiment que la cohésion nationale est menacée, ou, au moins, mal entretenue : « *la Suisse est un pays très particulier ; on est très fiers de la Suisse multilingue, multiculturelle, mais on oublie toujours que c'est un énorme boulot, que ce n'est jamais acquis. Certains disent qu'en ce moment le travail ne se fait plus autant qu'il devrait se faire pour maintenir ces liens et les enrichir, et je trouve que ce n'est pas tout faux* » (Sami Kanaan) ; « *aujourd'hui je trouve qu'on a un problème au niveau suisse – cet État basé sur la volonté de cultures et de minorités différentes de rester ensemble, la "Willensnation" – parce que dans plusieurs votations, le résultat a été très différent entre les différentes parties de la Suisse* » (Giovanna Masoni Brenni) ; « *il faut vraiment investir dans la cohésion nationale. (…) Se connaître, savoir l'un de l'autre, c'est utile à la cohésion nationale, c'est très important* » (Rosie Bitterli Mucha). Même si, à l'image de la cohésion locale, peu d'indicateurs – à l'exception peut-être du résultat des votations – permettent d'évaluer l'état de la cohésion nationale, la plupart des participants à l'étude l'estiment malmenée. Et c'est presque unanimement[224] qu'ils ont jugé que le projet d'une adaptation suisse des Capitales européennes de la culture en Suisse s'avérerait utile à atténuer les forces centrifuges (mondialisation) et centripètes (cantonalisme) qui pèsent sur la Confédération : « *oui, oui, ça aurait certainement un effet* » (Philippe Bischof) ; « *oui, ce projet pourrait favoriser la cohésion nationale* » (Sonja Hägeli) ; « *on a tellement de choses à retrouver… L'existence de la Suisse est tellement malmenée ; je trouve qu'un tel projet doit pouvoir se défendre dans un budget quadriennal* » (Christine Salvadé) ; « *ça peut être utile à la cohésion nationale à l'heure actuelle, mais seulement et seulement si vous arrivez à justifier ça comme un projet viable* » (Nicolas Bideau) ; « *de manière spontanée, je dirais que c'est une*

[217] https://www.letemps.ch/suisse/2015/12/17/alain-berset-s-inquiete-recul-enseignement-francais.
[218] http://www.rts.ch/info/suisse/7261306-un-2e-tube-au-gothard-un-garant-de-la-cohesion-nationale-selon-ses-partisans.html.
[219] https://www.cvp.ch/fr/news/2015-06-29/le-service-public-facteur-de-cohesion.
[220] https://www.parlament.ch/fr/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaeft?AffairId=20144020.
[221] https://www.aop-igp.ch/_upl/files/10092015_900_ans_Gruy_re.pdf.
[222] https://www.letemps.ch/opinions/2016/01/07/disparites-cantonales-fiscales-notamment-ont-atteint-une-ampleur-menace.
[223] https://www.letemps.ch/suisse/2014/12/23/alain-berset-culture-centrale-cohesion.
[224] Seul Jacques Hainard, estimant les occasions de se déplacer dans le pays déjà nombreuses, a estimé que ce projet ne renforcerait pas la cohésion nationale.

bonne idée, si l'objectif est d'apprendre à connaître une ville, une région, je trouve que c'est un beau principe » (Caroline Morand) ; « *chaque projet qui fait bouger les gens d'une région linguistique à une autre aide à l'idée d'une cohésion nationale* » (Andrew Holland). En ce qui concerne cette dernière remarque, un sondage réalisé en 2016 par l'institut de recherche Sotomo – sur mandat de Swisscom – montre que 15 % des Romands ne se sont jamais rendus en Suisse alémanique, que 14 % des Alémaniques n'ont jamais visité la Suisse romande et que 50 % des Romands ne sont jamais allés au Tessin (contre 5 % pour les Alémaniques)[225]. Ces résultats prouvent que des progrès peuvent être faits pour améliorer les mouvements internes et lutter contre le péril d'un État multinational (Ipperciel 2007). Les évènements culturels peuvent créer un appel d'air et favoriser les déplacements : « *lorsqu'on a accueilli le prix suisse de la musique de l'OFC l'année passée, c'était vraiment étonnant de voir combien de personnages de la culture et de directeurs de lieux – qui sont venus de Genève et de Lausanne – me disaient "je ne savais pas que toute cette offre culturelle existait ici, c'est une des premières fois que je viens à Bâle"* » (Philippe Bischof) ; « *j'ai trouvé l'Expo 02 très intéressante, car j'ai aussi pu connaître Neuchâtel que je ne connaissais pas bien ; ce fut vraiment une bonne opportunité pour s'y rendre* » (Sonja Hägeli) ; « *lors de la dernière Expo, beaucoup de gens de suisse allemande m'ont dit "allons à Morat, à Neuchâtel, on n'y est jamais allés"* » (Rosie Bitterli Mucha). Pour ces deux derniers exemples, l'incertitude chronique qui pèse sur les Expositions nationales et la faible fréquence de celles-ci limitent sans doute de tels effets. En outre, pour beaucoup de répondants, les rares fêtes ou évènements susceptibles dans le pays de motiver des déplacements internes[226] apparaissent souvent très folkloriques (les fêtes fédérales ont notamment été jugées « vieillottes » à plusieurs reprises au cours des entretiens[227]) ou destinés à des publics spécifiques (salons, évènements sportifs, etc.) – selon eux, la création d'une *Capitale culturelle suisse* pourrait donc remplir un manque.

À l'instar de la cohésion locale, l'impact sur la cohésion nationale pourrait être accentué en favorisant une participation active. Plusieurs exemples peuvent s'imaginer, comme la création de projets en partenariat avec des acteurs culturels issus d'autres cantons, la recherche de bénévoles à une échelle intercantonale[228], la mise en place d'échanges scolaires – « *pour accentuer l'effet sur la cohésion nationale, il serait important d'intégrer les écoles, d'organiser des échanges entre les écoles* » (Caroline Morand) – ou de quelques jumelages – « *j'aurais beaucoup de sympathie pour l'idée de faire quelque chose avec la ville de Bienne, pour prouver que l'on peut travailler entre Alémaniques et Romands* » (Kurt Fluri). Si la Confédération devait participer à une telle action, l'amélioration de la cohésion nationale ferait assurément partie des critères de sélection[229] ; de tels partenariats pourraient même être imposés. L'action européenne pourrait être inspirante ici, car dans le cas des Capitales culturelles, la Commission européenne exige des villes qu'elles mettent en valeur leur *dimension européenne* en valorisant les aspects communs des cultures, de l'histoire et du patrimoine, mais aussi en mettant en place des coopérations avec des intervenants ou des villes de différents pays (Parlement européen et Conseil de l'Union européenne 2014). Si ce point fait souvent partie des éléments que les rapports d'évaluation jugent insuffisants (les villes ont souvent d'autres priorités), la liste des stratégies les plus utilisées par les villes pour valoriser leur *européanité* fournit des exemples d'actions qui pourraient sans doute se décliner à une échelle intercantonale (figure 39).

[225] http://www.24heures.ch/suisse/Les-Suisses-se-risquent-peu-audela-du-Roestigraben/story/10450493.
[226] Aucune donnée ne semble disponible à ce sujet ; seul l'OFS indique que 71 % de la population suisse a participé en 2013 au moins une fois à une fête du 1er août, au carnaval, à une fête de village ou de quartier – donc des évènements d'abord locaux (Office fédéral de la statistique 2015).
[227] Des études d'impacts existent sur certaines de ces fêtes : http://www.swissolympic.ch ou http://www.swissolympic.ch/Portaldata.
[228] À l'exemple de Lille 2004 où : « *70 % des ambassadeurs sont originaires de la région Nord–Pas-de-Calais, 20 % du reste de la France et 10 % répartis aux quatre coins du monde !* » (http://lille2004lille.free.fr/indicateurs_bilan.pdf).
[229] Le dernier message culture en fournit la preuve : « *outre l'intensification de la collaboration concrète et des échanges entre les acteurs culturels des différentes régions linguistiques du pays, la fondation entend renforcer la cohésion entre les groupes sociaux, linguistiques et culturels. L'accent sera mis sur deux axes principaux : d'une part, il conviendra de soutenir de manière renforcée, en particulier dans les régions périphériques, des organisateurs et des festivals suisses qui ont un rayonnement national et international afin qu'ils incluent davantage d'acteurs culturels suisses dans leur programmation et contribuent ainsi à une meilleure compréhension à l'intérieur du pays et au renforcement de l'identité culturelle* » (Conseil fédéral suisse 2014, 586).

Figure 39 : Stratégies des CEC pour valoriser leur *européanité* (Garcia and Cox 2013, 196).

Enfin, désireux de favoriser la cohésion nationale dans le respect de la diversité culturelle, certains répondants ont estimé qu'un tel projet pourrait également devenir l'opportunité de valoriser les particularismes des régions minoritaires : « *selon moi, ça serait magnifique, ça serait très important pour la Suisse italienne. Nous, on a toujours vu la culture comme un pont entre le Nord et le Sud, (…) vers notre culture Italienne, et langue italienne, et vers notre appartenance à la Confédération. (…) Parce que cette ouverture de la culture, envers le Nord, envers le Sud, la Suisse en a besoin, parce que la Suisse ne peut pas avoir une des quatre minorités qui reste isolée du reste. Ça mine vraiment la base de notre Confédération. Et donc ça vaut encore plus pour ça, étant un projet au niveau suisse, ça aurait encore une force plus forte* » (Giovanna Masoni Brenni) ; « *je trouve que les minorités dans notre pays sont plus sensibles à la culture. Je peux m'imaginer qu'en Romandie – je ne suis pas sociologue – on voit la culture comme un moyen de prouver que l'importance démographique n'est pas le seul critère significatif* » (Kurt Fluri). Le programme des Capitales européennes de la culture et ses nombreuses adaptations montrent qu'en effet, les villes issues de régions minoritaires à l'intérieur d'un État utilisent fréquemment de telles actions pour mettre en valeur leurs spécificités culturelles – Saint-Sébastien 2016 et la culture basque ou Derry 2013 et la culture nord-irlandaise en forment deux exemples marquants. Pour ces deux villes, les manifestations ont ainsi été saisies comme l'opportunité de tourner la page d'une histoire tourmentée (liée à l'ETA dans un cas et à l'IRA dans l'autre[230]), une possibilité de dialogue entre identité locale et appartenance nationale.

En conclusion, c'est presque unanimement que les participants à l'étude ont estimé que la création d'une action inspirée des Capitales européennes de la culture en Suisse offrirait l'occasion de raffermir une cohésion nationale malmenée. Si, pour ne pas enfermer le programme dans des buts trop contraignants, cette composante n'intègre pas les objectifs principaux du programme (chapitre 4.1.), une telle ambition ne doit pourtant pas disparaître de l'action ; elle pourrait, notamment, faire partie des critères de sélection. À l'instar des Expositions nationales, mais à intervalles plus proches, la désignation d'une *Capitale culturelle Suisse* encouragerait assurément les mouvements internes et donc la rencontre entre les habitants du pays. En outre, et comme pour la cohésion locale, la participation active d'acteurs, d'organismes ou de collectivités à l'échelle intercantonale accentuerait encore les effets du programme en ce domaine. Cette volonté de favoriser la cohésion nationale ne s'oppose toutefois pas au respect de la diversité du pays ni à une ouverture vis-à-vis de l'extérieur (partenariats transnationaux, intégration de la population étrangère, etc.). La *Capitale culturelle suisse* pourrait donc devenir l'occasion d'une rencontre entre les habitants du pays et combler une carence signalée par plusieurs des acteurs politiques et culturels rencontrés.

[230] À Derry, une bombe de l'IRA a toutefois explosée deux ans avant les manifestations liées à l'obtention par la ville du titre de *UK City of Culture* : https://www.theguardian.com/uk/2011/oct/13/bomb-explodes-derry-northern-ireland.

5.4. AUTRES IMPACTS

Le cadre théorique montre que les évènements culturels peuvent avoir des impacts dans d'autres domaines que ceux traités jusqu'ici (économie, infrastructure et cohésion sociale). Pêle-mêle, et outre les bénéfices intrinsèques liés à la satisfaction esthétique associée à la culture (Greffe 2010), le territoire hôte peut bénéficier d'effets extrinsèques sur son offre culturelle, son patrimoine historique, sa qualité de vie, sa gouvernance, son image interne, l'« éducation » de ses habitants, etc. La vertu catalytique des manifestations culturelles de grande ampleur permet donc d'espérer de multiples impacts, qui peuvent parfois être perçus comme étant contradictoires[231] (valeurs culturelles et valeurs économiques par exemple). Devant l'impossibilité de tout traiter, seuls quelques thèmes signalés par les acteurs culturels et politiques rencontrés dans le cadre de cette étude ou remarqués dans la littérature sont mentionnés ici.

La capacité d'action des Capitales européennes de la culture et des *UK Cities of Culture* sur l'image des villes lauréates a déjà été abordée dans une perspective économique (chapitre 5.1.1). Toutefois, l'amélioration de l'image ne sert pas que les milieux économiques, mais peut également donner un sentiment de fierté aux habitants : « *grâce à "L'Année Capitale", Marseille a retrouvé sa fierté* » [232] ; « *[l'un des trois objectifs de Lille 2004 était de] redonner de la fierté aux Nordistes* »[233] ; « *I have seen in the city a change of attitude, a new pride in cultural identity and an acceptance not so evident before* » [234] ; « *64 % of Turku's residents felt that the atmosphere in the city improved and 59 % of residents partly or fully agreed that the ECoC strengthened their pride in the city* » (ECORYS 2012, 57) ; « *Liverpool residents showed much higher levels of agreement with the claim that the city was a better place than before the ECoC award (85 %, a 20 % rise on 2007)* » (Garcia, Melville, and Cox 2010, 3). La liste pourrait s'allonger tant des considérations similaires apparaissent systématiquement dans les discours et rapports qu'entraînent de tels évènements. Le récit qui les accompagne – « la renaissance », « le renouveau », « le réveil », etc. –, gageure d'une couverture médiatique importante[235], permet donc d'améliorer la perception de la ville chez les habitants, mais aussi dans les milieux culturels. Ainsi, à Liverpool : « *up to 51 % of local cultural sector peers agree that by the end of its ECoC year, Liverpool has been repositioned as a "world class city"* » (Garcia, Melville, and Cox 2010, 3).

De tels évènements peuvent en outre enrichir l'offre culturelle des villes hôtes : « *Riga 2014 also ensured that cultural activity within the city became much more international than it was previously. The 'hook' of the ECoC title had helped encourage much more international performers to come to the city in a way that had not been seen previously – particularly from other European countries* » (ECORYS 2015, 60). Cet élément a par ailleurs été jugé primordial par la plupart des acteurs politiques et culturels qui ont participé aux entretiens : « *plutôt que la mise en place d'une stratégie de développement pour une ville avec les Capitales européennes de la culture, la question qui se pose c'est quel est l'effet sur la culture régionale ? C'est une visibilité au niveau touristique, mais l'idée c'est aussi de développer le milieu culturel local* » (Andrew Holland). Sur le court terme, du moins pendant l'année des festivités, l'impact apparaît très important. En effet, l'obtention d'un tel titre garantit la tenue de plusieurs centaines de manifestations dans

[231] À ce sujet pour les capitales européennes de la culture : « *la CEC est aujourd'hui considérée comme une action multidimensionnelle, qui doit intégrer des objectifs économiques et culturels, qui doit représenter à la fois l'héritage culturel local et les identités européennes, et qui doit mettre en scène une manifestation artistique internationale tout en faisant progresser le secteur culturel local et les objectifs d'inclusion sociale. Ces multiples objectifs ne se renforcent pas mutuellement et sont souvent contradictoires. La CEC s'est coupée de ses objectifs initiaux, comparativement modestes, alors que sous sa forme actuelle, elle promet plus que ce qu'elle ne peut raisonnablement offrir. Nombreux sont les détracteurs qui laissent entendre que les objectifs sociaux perdent souvent du terrain par rapport aux objectifs économiques. Rares sont les CEC qui sont parvenues à reproduire le succès de Glasgow en termes de revitalisation ou en se repositionnant culturellement en Europe. À l'exception notable de Liverpool et Lille, peu de villes sont parvenues à une grande visibilité dans les médias internationaux, à améliorer durablement leur image et à attirer des touristes grâce à l'organisation de l'évènement* » (O'Callaghan 2012; cité par Garcia and Cox 2013).

[232] http://www.lemonde.fr/culture/article/2013/12/23/grace-a-l-annee-capitale-marseille-a-retrouve-sa-fierte_4338880_3246.html.

[233] http://www.leparisien.fr/magazine/week-end/martine-aubry-lille-2004-nous-a-fait-gagner-dix-ans-11-12-2012-2398913.php.

[234] http://www.bbc.com/news/uk-northern-ireland-foyle-west-25451019.

[235] Liverpool en fournit une nouvelle preuve : « *overall, the number of arts and culture related stories has more than trebled in just over a decade (211 % growth between 1996 and end of 2008, 57 % growth between 2003 and end of 2008)* » (Garcia, Melville, and Cox 2010, 34).

les villes, comme pour Mons 2015 : « *nombre total de rendez-vous programmés : 219 projets pour 2.390 activités programmées (dont 117 projets transdisciplinaires) ; nombre d'artistes mobilisés : 6.700* » (Fondation Mons 2015 2016, 8). À chaque Capitale européenne de la culture correspond ipso facto un nombre conséquent de concerts, expositions, théâtres, défilés, projections, spectacles de danse, etc[236]. À l'instar de l'action originale, à Derry, première *UK City of Culture* en 2013, plus de 400 évènements ont été organisés[237].

À plus long terme, l'impact s'avère plus difficile à mesurer. Quelques exemples montrent une volonté de ne pas freiner l'élan dans les villes hôtes à l'issue de l'année de festivités : Lille 2004 s'est réinventée en Lille 3000[238], la Fondation Mons 2015 est devenue la Fondation Mons 2025[239] et des festivals ou manifestations prévus à l'occasion du titre de Capitale européenne se sont parfois perpétués (festival *Sound City* à Liverpool, la *Zinneke Parade* à Bruxelles, etc.). Plus rares ont été les nouveaux talents révélés par les Capitales européennes de la culture, ce qui peut également accentuer l'impact à long terme de l'évènement : « *j'ai juste un regret, c'est que l'évènement n'a pas révélé d'artiste lillois ; c'est un regret parce qu'en fait, pour le coup, même sur cet aspect-là je peux avoir une vision de marketing territorial. Si vous faites émerger un artiste dans ce cadre, vous pouvez être certain que 10 ans plus tard, vous avez des articles sur cet artiste où ce sera "Jean-Michel Trucmuche, révélé lors de Lille 2004, etc.", et ça, c'est quand même un truc qui travaille sur le long terme* » (Laurent Tricart). De tels évènements peuvent également faire naître ou développer de nouvelles compétences dans le territoire qui les organise : « *dans le cas de Porto 2001, l'émergence d'une "nouvelle génération de responsables culturels, dont un grand nombre travaille toujours dans ce domaine," a été signalée (…). Plus des trois quarts (78 %) des organisations qui ont participé à l'exécution du programme de Turku 2011 estiment que leurs capacités opérationnelles ont augmenté grâce à leur participation au cours de l'année du titre de CEC et 86 % d'entre elles ont déclaré qu'elles ont appris de nouvelles choses* » (Garcia and Cox 2013, 125)[240]. En outre, un évènement culturel de cette envergure peut renforcer le réseau des acteurs culturels des villes hôtes : « *the city's cultural sector has developed strong networks, which have resulted in the securing of multimillion pound national grants. These include the Liverpool Arts Regeneration Consortium and the Small and Medium Arts Collective, in addition to the previously established Arts and Culture Network* » (Garcia, Melville, and Cox 2010, 4), voire même faire naître de nouvelles collaborations : « *mega events, such as ECOC, could be catalyst for establishing partnership between the tourism and cultural sectors* » (Liu 2012, 509)[241].

Certains répondants ont estimé que la création d'un label *Capitale culturelle suisse* aurait un effet sur l'offre culturelle des villes lauréates : « *je crois qu'un tel programme pourrait créer un lien. Je le vois avec Manifesta à Zürich, le curateur qui fait la programmation – Christian Jankowski – s'intéresse au travail des acteurs culturels locaux, et ça a un impact en ville, dans les institutions, etc.* » (Hedy Graber). L'organisation de l'évènement pourrait devenir « l'activateur » des forces présentes dans les territoires, ambition que l'on retrouve dans d'autres projets culturels dans le pays : « *on a appelé le Lugano Arte e Cultura centre "attivatore e attrattore", donc activateur des forces qu'on a dans le territoire, et attracteur de ceux qui viennent. (…) Par exemple, si tu arrives à faire participer ton orchestre de Suisse italienne à un concert avec un directeur qui vient d'ailleurs ou bien recevoir des spectacles tout en faisant travailler les forces du territoire et bien ça augmente les compétences en présence et donc le niveau général* » (Giovanna Masoni

[236] Le programme des deux capitales de l'année en cours en fournit une preuve manifeste : http://dss2016.eu/images/dss2016eu/Donostia_San_Sebastian_2016_programme.pdf et http://www.wroclaw2016.pl/upload/downloads/programs/european-capital-of-culture-wroclaw-2016-1455103592.pdf.
[237] http://www.keanet.eu/wp-content/uploads/Derry_UKCoC_30062015.pdf?4f4eb7.
[238] http://www.lille3000.eu/portail/.
[239] http://www.mons2015.eu/fr/mons-2018-0.
[240] À ce même sujet : « *the new skills developed included more strategic capacities related to running large scale events, stimulating cultural collaboration between different players or organising cultural programmes such as festivals that had multiple activities and events. Many stakeholders felt that ECoC had given the cultural governance in Rīga an 'injection' of new skills that would have been difficult to achieve in the absence of the ECoC* » (ECORYS 2015, 69).
[241] Toutefois, cela peut parfois s'avérer compliqué : « *creating effective collaboration is always a challenge because the tourism and cultural sectors often seem to be speaking a different language. This is largely to do with the basic differences between culture and tourism. The two sectors are characterized by different industry structures and practices, different objectives and philosophies, and in some cases different revenue sources* » (Liu 2012, 509).

Brenni). À l'instar du festival Label Suisse, la *Capitale culturelle suisse* permettrait de mettre en valeur les talents locaux : « *Label Suisse a l'ambition de mettre un coup de projecteur sur la musique suisse dans toute sa diversité stylistique, linguistique, culturelle, etc. D'ailleurs le projet c'est d'essayer de voir si on ne peut pas se jumeler avec une ville suisse alémanique, pour essayer de créer des liens forts entre les deux zones linguistiques, sur un projet qui fédère l'ensemble des acteurs dans un domaine particulier. Est-ce qu'on peut imaginer que finalement la ville suisse de la culture joue le rôle d'une plateforme de valorisation de la culture suisse de manière générale ? Pourquoi pas... car ces villes suisses de la culture permettraient peut-être au public de prendre conscience de la richesse et de l'offre culturelle du pays* » (Yann Riou).

En outre, la participation de la population à des évènements de ce type peut entraîner des incidences dont la portée dépasse la satisfaction esthétique : « *les expériences artistiques aident en effet les individus à résoudre des problèmes non artistiques, qu'il s'agisse de problèmes de formation, de santé, d'insertion, etc.* » (Greffe 2010, 23). Ainsi, au-delà de l'amélioration potentielle de l'offre culturelle, la mobilisation de bénévoles autour d'un projet commun permet de créer de nouveaux liens. Ces relations représentent alors un capital social sur lequel les individus peuvent s'appuyer pour obtenir des aides de toutes sortes et notamment dans la perspective de développer une activité professionnelle indépendante ou dans la recherche d'un emploi (Granovetter 1982 ; Putnam 2000). Plusieurs exemples européens témoignent de processus similaires, à l'instar de Marseille-Provence 2013 qui a associé à son programme de volontariat des propositions d'emplois rémunérés pour les jeunes désireux de s'insérer dans le monde du travail, de Cork 2005 où un sondage révèle que la majorité des participants estiment que l'évènement a été « *un tremplin en matière d'apprentissage* » (Garcia and Cox 2013) ou, enfin, de Liverpool 2008 où des bénévoles ont indiqué que les compétences acquises pendant l'année du titre ont permis d'améliorer leur curriculum vitae et leur capacité à obtenir un emploi rémunéré (Garcia et al. 2010).

La gouvernance des territoires peut également bénéficier de manifestations culturelles de cette importance (voir chapitre 6). En effet, dès les phases de candidatures, les acteurs politiques peuvent user du pouvoir fédérateur de telles festivités pour réunir les acteurs culturels, les membres de l'administration, les entreprises locales, les associations, les chambres de commerce, les institutions de formation, les habitants, etc., autour d'un projet commun. La convergence qui peut se dessiner à la faveur de l'échéance, sorte d'*union sacrée*, permet la mise en place d'une stratégie territoriale dont la portée dépasse l'année des manifestations. Luxembourg Grande Région 2007, conformément aux priorités politiques locales, a vu par exemple deux organismes lui survivre : l'un dévolu à l'accès du jeune public à la culture et l'autre chargé de perpétuer la coopération culturelle transnationale née à cette occasion (ECORYS 2011). Autre exemple, à la suite de Ruhr 2010, les maires des 53 villes de la région ont mis sur pied une plateforme de coopération et ont décidé de réunir tous les partenaires locaux autour d'une seule stratégie de communication (ECORYS 2011). Toutefois, il s'avère parfois difficile de garder l'élan à l'issue des festivités : « *une fois passés l'évènement et l'euphorie du succès, les jeux politiques et personnels ont refait surface et la gouvernance partenariale en matière de politique culturelle et touristique s'est étiolée au point que chaque ville de l'agglomération lilloise a repris ses droits en la matière, à l'exception de quelques rares équipements culturels dits d'intérêt métropolitain. Lille 2004 fut une belle occasion d'inventer une gouvernance partenariale à différentes échelles, mais le consensus n'a tenu que le temps d'un projet* » (Liefooghe 2010b, 42)[242].

Dernier point abordé ici, l'impact environnemental de la création d'un tel label apparaît très délicat à évaluer, car ce thème, en tant que sujet à part entière – distinct d'autres impacts physiques comme les infrastructures –, reste très peu étudié pour les évènements de grande ampleur (Langen and Garcia 2009,

[242] La création, en parallèle, d'un programme de capitales régionales de la culture dans le Nord–Pas-de-Calais et de *Lille 3000* fournit la preuve de ces différends : « *les capitales régionales ont été lancées par le conseil régional. Il y a eu Valenciennes, Dunkerque et Béthune. En fait, dans l'idée de donner une suite à Lille 2004, je pense que Martine Aubry – présidente de la communauté urbaine de Lille – et Daniel Percheron – Président de région –, pourtant du même parti, n'étant pas en très bons termes ne sont pas tombés d'accord sur l'"après Lille 2004". Martine Aubry souhaitant continuer à faire un évènement inspiré de Lille 2004 – ce qui a donné Lille 3000 – et Daniel Percheron voulant faire des capitales régionales pour éviter que Lille soit encore une fois le centre* » (Laurent Tricart).

9). Dans le cas européen, si la plupart des villes lauréates du titre de Capitale de la culture affirment vouloir en user pour améliorer la qualité de vie de leurs habitants, très peu sont celles qui entreprennent des mesures en la matière. En outre, preuve de l'intérêt limité accordé à l'écologie par cette action, les rapports d'évaluation rédigés à l'issue des festivités n'intègrent pas l'impact écologique dans leurs critères[243]. Toutefois, il semble patent que de telles manifestations peuvent avoir un effet négatif sur l'environnement des territoires hôtes (augmentation du trafic routier, déchets supplémentaires, consommation électrique à la hausse, accroissement de la pollution sonore, lumineuse, etc.). Si quelques villes mettent en place des projets concrets en la matière – à l'instar de Košice 2013 et de son « Water Protocol » – la plupart se bornent à encourager les visiteurs à privilégier le train : « *there was considerable good practice. For example, there was consistent publicity about public transport options to attend events produced in partnership with sponsors Merseytravel, Virgin Trains, Northern Rail, Transpennine Express and Arriva* » (Garcia, Melville, and Cox 2010, 52). Pourtant, sans doute qu'en ce domaine aussi, le pouvoir de mobilisation inhérent à l'organisation d'un évènement de grande ampleur pourrait s'avérer utile à améliorer la qualité environnementale des territoires hôtes.

En conclusion, en plus des effets potentiels sur l'économie, l'infrastructure et la cohésion sociale des territoires, la création en Suisse d'un label inspiré des Capitales européennes de la culture pourrait entraîner de nombreux autres impacts : amélioration de l'image interne (sentiment de fierté des habitants), enrichissement de l'offre culturelle, apparition de nouvelles compétences (chez les acteurs culturels, mais aussi chez les bénévoles, les membres de l'administration, etc.), création ou renforcement de réseaux, naissance de partenariats, amélioration de la gouvernance, etc. Cependant, une fois encore, l'organisation d'un évènement culturel de grande ampleur ne garantit aucun de ces impacts, surtout à long terme. Le prochain chapitre le montre, la prise en compte de certains facteurs permet toutefois de favoriser leur apparition.

[243] Le texte qui réglemente cette action ne traite d'ailleurs pas du tout de cette problématique.

6. FACTEURS-CLES DE REUSSITE

Ce dernier chapitre revient sur les éléments dont la considération permettrait d'améliorer l'impact potentiel d'une adaptation suisse des Capitales européennes de la culture. Inspirée par les travaux d'Edina Soldo (chapitre 2.2.), cette partie se décline en deux sections consacrées respectivement à l'adoption d'une vision à long terme et à la prise en compte du terreau local.

6.1. UNE VISION A LONG TERME

À l'approche de *mega-events* (Jeux olympiques et Coupes du monde de football surtout), fleurissent presque rituellement des reportages montrant des sites d'éditions passées laissés à l'abandon. Des pistes de luge de Sarajevo 1984, en passant par les piscines olympiques d'Athènes 2004 et les terrains de beach-volley de Pékin 2008, jusqu'à certains des stades qui ont accueilli la Coupe de monde de football en 2014 au Brésil[244], une absence de vision à long terme produit souvent les mêmes effets : « *la planète se retrouve parsemée de cimetières olympiques, où rouillent une piste de bobsleigh, un stade envahi de mauvaises herbes, une piscine à l'abandon…* »[245]. Si le résultat se révèle souvent moins spectaculaire, plusieurs exemples montrent que la culture peut entraîner des situations similaires (chapitre 2.1.5), à l'instar du *National Centre for Popular Music* de Sheffield qui, faute de fréquentation, a été reconverti en maison des étudiants d'une université voisine (Bailoni 2014). Les premiers doutes qui apparaissent à propos du succès du Louvre-Lens, inauguré en grande pompe le 4 décembre 2012, augurent du possible échec de la reproduction du *Guggenheim effect* dans la ville des Hauts-de-France : « *la fréquentation est en diminution malgré la gratuité du parcours permanent ; les expositions temporaires attirent de moins en moins ; la stratégie touristique apparaît encore en devenir ; l'impact économique est décevant. Quant à l'implantation – contestée – des réserves du Musée du Louvre à proximité du site du Louvre-Lens (qui n'a pas de collections en propre), elle ressemble à une fuite en avant* »[246]. Des revers de ce type ne concernent pas seulement les stratégies de requalification urbaine. Malgré le (trop) faible nombre de travaux qui s'intéressent à leurs effets à long terme, l'examen des Capitales européennes de la culture prouve que l'« aura » qui entoure l'obtention du titre peut s'estomper rapidement et la lauréate retrouver son état initial (voire pis dans le cas d'espoirs inassouvis). À Sibiu 2007, si l'effet du label sur l'image d'une ville très peu connue à l'extérieur de la Roumanie fut par exemple important, en l'absence d'une stratégie à long terme, celui-ci s'atténua très rapidement (Liu 2012). La « production » d'une image n'assure donc pas une hausse durable du tourisme – l'investissement en marketing des Capitales européennes de la culture n'est d'ailleurs que faiblement corrélé au nombre de visites – et si l'évènement, même d'excellente qualité, ne repose pas sur une stratégie marketing pensée sur le long terme, son impact ne se révèle souvent qu'éphémère : « *sustaining the image beyond a major event requires a comprehensive longer-term strategy; without this the "halo effect" of a successful event can be easily eroded in a short time span* » (Liu 2012, 505).

La Commission européenne partage ce constat, comme le prouvent les considérations précédant le texte qui encadre l'action : « *les évaluations et la consultation publique ont également montré, de manière convaincante, que les Capitales européennes de la culture ont de nombreuses retombées bénéfiques lorsqu'elles sont planifiées avec soin. Il s'agit d'abord et avant tout d'une initiative culturelle, mais elles peuvent avoir aussi d'importantes retombées sociales et économiques, surtout lorsqu'elles s'inscrivent dans une stratégie de développement à long terme et axée sur la culture pour la ville concernée* » (Parlement européen et Conseil de l'Union européenne 2014). La première des six catégories de critères qui servent à l'évaluation des candidatures regroupe ainsi des exigences quant à la « contribution à la stratégie à long terme », soit :

[244] http://www.liberation.fr/sports/2016/08/07/pour-rio-l-heritage-olympique-pourrait-etre-bien-maigre_1470742.
[245] http://www.lemonde.fr/big-browser/article/2016/08/03/les-sites-olympiques-se-cachent-pour-mourir_4978042_4832693.html.
[246] http://www.lemonde.fr/idees/article/2016/08/21/le-louvre-lens-a-t-il-echoue_4985662_3232.html.

a) *l'existence, au moment de sa candidature, d'une stratégie culturelle pour la ville candidate, englobant l'action ainsi que des plans visant à poursuivre les activités culturelles au-delà de l'année pour laquelle le titre est décerné ;*
b) *les plans visant à renforcer les capacités des secteurs culturels et créatifs, y compris pour développer des liens durables entre les secteurs culturel, économique et social dans la ville candidate ;*
c) *les retombées que le titre devrait avoir à long terme pour la ville candidate sur le plan culturel, social et économique, y compris en ce qui concerne le développement urbain ;*
d) *les plans de suivi et d'évaluation de l'incidence du titre sur la ville candidate et de diffusion des résultats de l'évaluation* (Parlement européen et Conseil de l'Union européenne 2014).

La Commission – à l'origine de ce texte – a donc tenu compte des (rares) critiques formulées à l'égard des Capitales européennes de la culture, qui témoignent d'impacts à long terme parfois négligés ou surestimés.

Conformément au deuxième objectif proposé dans le cadre de cette étude (« *contribuer par la culture au développement à long terme des territoires […]* »), une telle logique doit également guider les *Capitales culturelles suisses*. En plus d'accorder une attention particulière à la qualité du programme proposé, le processus de désignation doit donc privilégier les candidatures qui envisagent l'année de manifestations comme un objectif intermédiaire d'une vision territoriale inscrite dans le temps long (Soldo 2013). Dans l'optique d'une stratégie de différenciation (donc de démarcation face à l'offre existante), cette vision doit s'appuyer sur un travail de diagnostic des forces et des faiblesses tant de la ville concernée que d'autres territoires, dont il s'agit de se distinguer.

Le quatrième alinéa des critères d'évaluation des candidatures du programme européen le montre (voir l'alinéa – d) – ci-dessus), l'évaluation de l'impact de cette action – devenue systématique à partir de Luxembourg 2007 – doit être réfléchie dès les phases de candidature. Si pour la période 2007-2019, cette tâche – utile à la justification du programme – incombe à la Commission européenne (voir les nombreux rapports sur le site de l'action[247]), dès 2020, cette mission reviendra aux villes lauréates : « *(…) the Decision introduces a key modification, i.e. the obligation for all ECoCs 2020-2033 to carry out their own evaluations of the results of the title year. As part of this new obligation, cities bidding for the title will have to indicate in their application the plans for monitoring and evaluating the impact of the title on the city as well as for disseminating the results of the evaluation* » (European Commission 2014a, 3). Cette modification ne semble pas motivée par la volonté de diminuer l'implication financière de la Commission, mais plutôt par celle d'uniformiser les données récoltées et, par conséquent, de permettre une meilleure évaluation des effets à moyen et long terme sur les villes hôtes. En outre, cette nouvelle responsabilité vise à favoriser, chez les lauréates, la mise en place d'une stratégie de long terme : « *experience shows that planning evaluation (and evaluation tools) well in advance helps indeed cities to clarify their vision of their strengths and weaknesses, to analyse what they can realistically strive to achieve through the ECoC title and thus refine their objectives, to establish clear milestones towards the achievement of their goals and, as a result, to improve the end result of the year* » (European Commission 2014a, 4). Pour mener à bien ces rapports d'évaluation – basés sur des indicateurs qui correspondent aux objectifs du programme (tableau 7) –, la Commission conseille de s'adresser aux universités ou autres instituts de recherches publiques ou privées des territoires organisateurs. Il s'agit ensuite de compiler les données récoltées – et les *best practice* – et de les réunir dans un centre de documentation pour mutualiser les informations essentielles aux acteurs qui organisent les festivités et ainsi limiter les risques d'échecs.

[247] https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/actions/capitals-culture_en.

Objectives	Indicative indicators
General objective 1 : To safeguard and promote the diversity of cultures in Europe, to highlight the common features they share and to increase citizens' sense of belonging to a common cultural space	- Citizens' awareness and appreciation of the diversity of European cultures - Citizens' sense of belonging to a common cultural space
General objective 2 : To foster the contribution of culture to the long-term development of cities	- National/international recognition of cities as being culturally vibrant and having improved image - Increase in GDP and employment in cities' cultural and creative sectors
Specific objective 1 : To enhance the range, diversity and European dimension of the cultural offering in cities, including through transnational co-operation	- Total n° of events - € value of ECoC cultural programmes - N° of activities highlighting European diversity, based on European themes or based on transnational cooperation
Specific objective 2 : To widen access and participation in culture	- Attendance at ECoC events - % of residents attending or participating in events, including young, minorities or the disadvantaged - Number of active volunteers
Specific objective 3 : To strengthen the capacity of the cultural sector and its links with other sectors	- Strategy for long term cultural development of the city - € value of investment in cultural infrastructure and facilities - Sustained multisector partnership for cultural
Specific objective 4 : To raise the international profile of cities through culture	- Increase in tourist visits - Volume and % of positive media coverage of cities - Awareness of the ECoC among residents

Tableau 7 : Objectifs et indicateurs d'évaluation des CEC (European Commission 2014a)

Dans le cas des *Capitales culturelles suisses*, si la responsabilité de la mesure de l'impact doit encore être déterminée, une telle approche devrait être privilégiée. Celle-ci favorise les effets à long terme et permet d'attester de l'efficacité du programme. Les *UK Cities of Culture* ont d'ailleurs repris cette logique – « *the UK City of Culture 2017 will need to : (…) Demonstrate a clear approach to maximising the legacy and evaluating the impacts from being UK City of Culture* » (Department for Culture Media & Sport 2013a, 6) – bien qu'aucune évaluation des effets de Derry 2013 n'ait été publiée à ce jour. Une vision processuelle, plutôt qu'évènementielle – reproche récurrent formulé à l'encontre d'Expo 02 et sans doute l'une des causes de l'échec d'Expo 2027 – devrait donc sous-tendre une adaptation suisse des Capitales européennes de la culture. Les participants à la présente étude ont également privilégié cette approche : « *je pense que c'est vraiment important de réfléchir à la base à ce que l'on veut avec un tel projet. Le but serait d'avoir quelque chose avec des impacts sur le long terme, parce que la question qui se pose souvent [dans ce genre de programme] c'est quel est le résultat 10 ans plus tard ?* » (Andrew Holland) ; « *c'est une question qu'il se faut se poser, qu'il faut poser à tous les gens qui viennent avec une idée, est-ce que c'est une idée du moment, et pour le moment, ou est-ce que c'est vraiment quelque chose qui cherche la durabilité ?* » (Philippe Bischof). Un tel programme permettrait donc aux villes de réfléchir à une stratégie territoriale sur le long terme : « *le plus passionnant dans ce projet, c'est qu'il peut aider une ville à trouver son identité, identifier ses forces, prendre conscience de qui elle est. (…) Si on a de bonnes personnes, un bon projet, cela peut marcher pour 20 ans* » (Caroline Morand).

En conclusion, en mettant en œuvre les mesures nécessaires (diagnostic, benchmark, réflexion identitaire, évaluation, etc.), les *Capitales culturelles suisses* peuvent dépasser le simple surplus d'activité éphémère et devenir l'objectif intermédiaire de stratégies territoriales à long terme.

6.2. UN TERREAU LOCAL AU CENTRE

« *400'000 euros de subventions publiques vont servir à financer un concert payant de David Guetta à Marseille. En pleine période de crise, mobilisons-nous pour que l'argent public ne soit pas gaspillé ainsi !* »[248]. Les nombreuses polémiques nées à l'époque de Marseille-Provence 2013 – avec en point d'orgue le concert de David Guetta[249] – témoignent des difficultés auxquelles doivent souvent faire face les organisateurs d'évènements culturels de grande ampleur, en particulier lorsque les ressources financières émanent des collectivités. En plus de la dilapidation des deniers publics, le mécontentement de la population locale peut provenir de sources très variées : expropriations liées à la création d'un bâtiment emblématique, hausse des prix du loyer et de l'immobilier, gentrification ou ségrégation spatiale, uniformisation du patrimoine bâti, nuisances inhérentes à l'accroissement du tourisme (congestions des voies de communication, espaces publics bondés, pollution sonore, prix à la hausse, etc.), préférences des visiteurs privilégiées sur les besoins des habitants, etc. En outre, ces projets provoquent parfois la colère des milieux culturels locaux, lorsque, notamment, ils n'intègrent pas les réseaux déjà en place – critique récurrente lors des premières Capitales européennes de la culture (Mittag 2013) – ou que les acteurs du secteur craignent que l'évènement accapare les ressources financières disponibles localement : « *sur le projet des Capitales culturelles suisses tel qu'il est dessiné là, on sait déjà que la manne financière irait en grande partie à un investissement culturel qui pourrait faire grincer quelques dents chez les acteurs culturels indépendants* » (Yann Riou)[250, 251]. Dans les Capitales européennes de la culture, des complications de cet ordre apparaissent assez fréquemment : Weimar 1999 et Avignon 2000 ont ainsi été critiquées par les artistes locaux à cause d'une programmation principalement orientée à l'échelle nationale, Cracovie 2000 parce que les talents du territoire n'ont pas été suffisamment utilisés et Porto 2001 pour avoir d'abord travaillé avec les institutions établies plutôt qu'avec les indépendants, etc. (Garcia and Cox 2013, 81). Ce manque de considération pour les milieux culturels locaux étonne, car, le plus souvent, ce sont eux que l'on trouve à l'origine des candidatures (Sohn 2009). Si l'obtention du titre européen se révèle souvent plus avantageuse que l'organisation d'autres *mega-events* – les investissements en infrastructures sont moins importants et plus durables que pour les Jeux olympiques ou les Coupes du monde et les manifestations s'étalent sur une durée plus longue –, l'élévation au rang de Capitale de la culture peut donc malgré tout s'accompagner de nombreuses difficultés.

Comme le prouvent certains exemples de cette recherche, la prise en compte du terreau local permet toutefois de réfréner les risques de contestation. Alors que la transcription de méthodes expérimentées ailleurs ne produit que rarement les mêmes effets, une attention particulière aux besoins et aux pratiques des habitants accentue considérablement les chances de succès. Ce constat est partagé par la totalité des acteurs culturels et politiques qui ont accepté de participer à cette étude : « *il faut faire confiance aux acteurs culturels de la région. (…) Plus on intègre des forces externes, plus on désintéresse une région* » (Michael Kinzer) ; « *il faut prendre en compte le terreau local. Je ne peux pas me le représenter autrement, car, en fin de compte, cela ne marche que lorsque les organisations locales le veulent et portent le projet. Si c'est implanté comme ça, ça ne va pas* » (Rosie Bitterli Mucha). Cette attention au terreau local rend chaque évènement unique : « *il faut jouer sur cela et très clairement dire : "venez à Liverpool, mais ce n'est pas Londres, c'est différent. Ça, c'est vraiment quelque chose de très beau ! Je défends cette idée* » (Philippe Bischof) ; « *c'est plus original, par exemple ici il y a des endroits insolites comme des carrières, des souterrains, des citernes, il faudrait les faire vivre d'une manière, justement, un peu différente* » (Christine Salvadé). En conséquence, la version suisse des Capitales européennes de la culture présentée

[248] https://www.change.org/p/jcgaudin-non.
[249] Celui-ci fut déplacé et la subvention municipale annulée (400'000 euros, tandis que les billets d'entrée coûtaient autour de 45 euros et que la ville mettait un espace de 23'000 places à disposition).
[250] Preuve du caractère récurrent de cette problématique, il semble que le festival *Volkskulturfest Obwald*, malgré son succès, génère des inquiétudes de cet ordre chez les acteurs culturels locaux : « *ils ont eu beaucoup de critiques, notamment d'acteurs culturels qui ont peur que cela enlève de l'argent à la culture* » (Rosie Bitterli Mucha).
[251] Idem au Louvre-Lens : « *de nombreux acteurs locaux estiment que la création du Louvre-Lens s'est faite au détriment du financement des quelque 40 musées existants bénéficiant de l'appellation Musée de France dans la région Nord–Pas-de-Calais* » (http://www.lemonde.fr/idees/article/2016/08/21).

dans cette étude (chapitre 4) propose un modèle assez flexible pour qu'il puisse être adapté en fonction des besoins et des pratiques des territoires.

Cette considération du terreau local et cette volonté de minimiser les contestations paraissent incompatibles avec un mode de gouvernance *top down* : « *dans un tel contexte, seul le corps législatif identifie les problèmes à résoudre sur la base d'indicateurs réputés objectifs, tandis que l'exécutif soumet au législatif les solutions hypothétiques préparées par les experts de l'administration. (…) [Cette] gouvernance classique comptabilise depuis des décennies un grand nombre de projets bloqués ou abandonnés, qui font perdre beaucoup de temps et d'argent aux collectivités publiques* » (Babey 2016, 1). La Commission européenne, consciente de ces risques, privilégie la mise en place de processus inclusifs dans les Capitales de la culture. Ainsi, l'article 5 du texte qui encadre ce programme oblige les candidats à associer « *la population et (…) la société civile locales à la préparation de la candidature et à la réalisation de l'action* » (Parlement européen et Conseil de l'Union européenne 2014). Avec cette démarche *bottom-up*, l'Europe évite de se montrer trop intrusive en matière de culture (Sassatelli 2013). Les participants à l'étude estiment qu'une approche similaire doit servir de base aux *Capitales culturelles suisses* : « *la culture doit venir des acteurs culturels et pas des pouvoirs publics* » (Caroline Morand) ; « *un évènement qui viendrait du haut, cela ne marcherait pas* » (Hedy Graber) ; « *je suis certain que cela doit être participatif, qu'il faut impliquer les associations locales et tout le monde* » (Rosie Bitterli Mucha) ; « *il faut toujours rappeler l'importance de prendre en compte le terreau local, le dire et le redire, ça, c'est sûr ; dire ce qu'on est et ce qu'on sait faire* » (Jacques Hainard). La mise en place de processus participatifs permet de valoriser les compétences locales et, dans le cadre du marketing territorial, de construire une image fidèle à la réalité du territoire, ce qui, à l'aune de l'expérience européenne, se révèle nécessaire pour favoriser les externalités positives : « *the experience of ECoC shows that these benefits are not maximised if the messages are not an authentic representation of the city* » (ECORYS 2015, 82). Un évènement culturel pensé comme l'objectif intermédiaire d'une stratégie sur le long terme accroît donc ses effets lorsqu'il respecte l'identité du territoire dans lequel il prend place. Cette ambition ne peut être réalisée qu'à l'aide des ressources locales, mobilisées grâce à des processus participatifs ou des appels à projets[252]. En effet, si les initiatives *top down* donnent souvent l'impulsion initiale[253], elles doivent – pour limiter les contestations et les risques d'échec – se compléter impérativement de démarches inclusives, car aucun acteur public ou privé ne dispose des connaissances ou des moyens nécessaires pour conduire seul un projet de grande ampleur.

Il s'agit donc de renouveler la gouvernance locale, à l'exemple des Capitales européennes de la culture où naissent souvent de nouveaux partenariats : « *more creative and mixed partnerships are formed within the ECOC governance, going beyond spatial-administrative hierarchies. (…) Put simply, various participants across the European, national, regional and local levels are included in planning and implementing this mega-event, working together both vertically and horizontally. Such increased and diverse participation not only brings in extra resources, but it is required to increase the quality and profile of the cultural year* » (Németh 2015, 69). Si ce mouvement s'accompagne parfois de conflits internes, à

[252] En outre, à l'exemple de Lille 2004, les approches inclusives permettent d'agir sur la cohésion sociale : « *on a travaillé avec le quartier, avec tous les relais sociaux, scolaires, associatifs ; on a fait un travail de fonds* » (Laurent Tricart).

[253] Certains participants à l'étude estiment toutefois utile de ne pas exclure totalement les initiatives top down, l'apport d'éléments exogènes permet parfois de stimuler le terreau local : « *l'arrivée du Béjart Ballet a été le point de départ de beaucoup de choses à Lausanne. La danse contemporaine qui commençait à émerger a d'abord eu l'impression d'avoir été sabordée parce qu'on a mis énormément d'argent dans l'arrivée d'une figure de proue, d'un artiste à rayonnement international, et puis, finalement, de manière presque contradictoire, ça a permis à une certaine scène de se construire, peut-être en opposition, mais elle s'est construite et petit à petit, elle est arrivée aux affaires. Les Dock's aussi, c'est l'inverse du bottom-up, c'est une salle qui a été voulue par la ville, et ça a créé des remous au début, mais cette création d'un lieu généraliste dans les musiques actuelles, je crois que ça a permis à tous les autres lieux de se construire en complémentarité* » (Yann Riou).

l'instar de Ruhr 2010[254] ou de Derry *UK City of Culture* 2013[255], la perspective de l'échéance permet souvent de les dépasser. À l'inverse d'un modèle de type exogène, une approche mettant le territoire au centre favorise en effet l'union d'acteurs issus d'horizons divers – publics ou privés – autour d'un intérêt collectif construit par le territoire et non par l'appartenance à une même organisation (Leloup and Moyart 2014). Lille 2004 doit ainsi son succès à de tels mouvements : « *globalement, il n'y a pas eu de difficultés parce qu'il y a eu un phénomène intéressant, une union sacrée du politique et du monde économique qui a perduré pendant l'évènement* » (Laurent Tricart). Si certaines villes de Suisse semblent connaître une situation sereine en matière de politique culturelle – « *à Bâle, il y a l'existence d'une entente culturelle qui est vraiment la base de l'existence de l'identité de la ville* » (Philippe Bischof) ; « *à Lausanne, on a la chance d'avoir un vrai consensus politique sur la question de la culture* » (Yann Riou) –, l'existence d'un programme de *Capitales culturelles suisses* pourrait donc devenir l'occasion pour les candidats de réunir les acteurs de leur territoire autour d'un projet commun.

Alors que les premières Capitales européennes de la culture étaient gérées directement au sein de l'administration des villes hôtes, depuis Dublin 1991, les lauréats recourent de plus en plus à des organismes indépendants ou partiellement liés aux autorités locales pour créer le programme, rechercher des fonds, communiquer, etc. (Garcia and Cox 2013, 104). L'indépendance dont bénéficie la structure chargée d'organiser les festivités vis-à-vis des pouvoirs publics permet de ne pas éclipser les exigences culturelles au profit des ambitions politiques, à l'exemple d'Istanbul 2010 où « *les organes publics ont exercé un contrôle croissant sur la Capitale européenne de la culture, à la grande frustration des opérateurs culturels indépendants dont plusieurs démissionnèrent de leurs fonctions au sein de l'agence en 2009* » (ECORYS 2011 ; cité par Garcia and Cox 2013, 105). Cette approche, assurant donc une certaine liberté à l'équipe d'organisation, pourrait ainsi être reprise dans le cadre du projet au cœur de la présente recherche. En ce qui concerne le choix de la forme juridique de la structure à mettre en place, il s'agit, selon un rapport du Contrôle fédéral des finances au sujet d'Expo 02, d'évaluer « *l'aptitude de chaque forme juridique (1) à s'associer la participation des différentes parties prenantes, (2) à s'adapter avec souplesse à des conditions susceptibles de changer, (3) à réglementer clairement la responsabilité des différentes parties impliquées et (4) à lever des fonds propres et du capital auprès de tiers. De manière générale, la forme juridique de l'association présente des avantages sous l'angle des deux premiers critères, tandis que la société de capitaux (SA) est plus favorable sous l'angle des deux derniers critères. Au moment du choix de la forme juridique, il faut s'assurer, autant que faire se peut, de compenser les éventuels désavantages par d'autres mesures. Il convient aussi et surtout d'examiner dans quelle mesure la combinaison des deux formes juridiques (association et SA) permet de remplir tous les critères posés* » (Contrôle fédéral des finances 2005, 69). À l'instar des Capitales européennes de la culture, ces aspects ne doivent toutefois pas être réglementés par le porteur de l'action, mais bien déterminés par les organisateurs locaux.

En résumé, la prise en compte du terreau local se révèle donc l'un des facteurs clés de la réussite des *Capitales culturelles suisses*. En plus de garantir une variété entre les éditions, celle-ci minimise les multiples risques de contestations, permet de construire une image fidèle à la réalité du territoire et offre une occasion de renouveler la gouvernance locale. Cette approche favorise en outre une certaine stabilité, élément déterminant pour la recherche de financements ou la création d'un programme. Considérer en priorité le terreau local ne s'oppose toutefois ni à l'intégration d'acteurs exogènes ni à des propositions artistiques audacieuses, mais cette attention permet de prévenir contre les échecs récurrents des projets portés par des responsables qui ne voient dans les territoires que de simples lieux sur lesquels se projettent des choix de localisation d'activités (Leloup and Moyart 2014, 836).

---

[254] « *Tandis que ces derniers intérêts (l'organisation de manifestations de grande envergure à l'attrait international) exigeaient une structure de gestion à un seul niveau et une approche déductive (basée sur un directeur influent et indépendant), les premiers supposaient un processus inductif, c'est-à-dire basé sur des idées de projets individuelles, et une gestion plurielle, visant à la création d'effets d'apprentissage régional et à un développement aval-amont à long terme. Dès le départ, les deux approches étaient présentes dans l'organisation d'Essen pour la Ruhr 2010, ce qui a provoqué des luttes de pouvoir et des conflits (potentiels) tout au long des différentes phases de l'organisation de la CEC* » (Garcia and Cox 2013, 192).

[255] http://www.bbc.com/news/uk-northern-ireland-foyle-west-24727762.

7. CONCLUSION

« *Si c'était à refaire, je commencerais par la culture* ». Le succès de cette citation apocryphe[256] – attribuée à Jean Monnet, l'un des pères de l'Europe – témoigne de la reconsidération de la culture dans le projet européen. Ce retour en grâce se construit certes sur les cendres d'une intégration fonctionnaliste[257] dont le récent Brexit a démontré les limites, mais il s'érige également sur la réussite des Capitales européennes de la culture. Si l'influence de ce programme sur la cohésion de l'Union reste incertaine[258], ses vertus potentielles sur les villes hôtes et les faibles investissements qu'il requiert au niveau central lui épargnent les nombreuses attaques qui visent régulièrement les réalisations européennes. Seules de rares études tempèrent quelque peu l'enthousiasme – en regrettant parfois un manque de vision à long terme ou l'absence de considération pour le terreau local –, mais sans jamais remettre en cause son existence. Ce succès inspire : une quinzaine d'actions similaires – concernant plus de 160 pays – sont ainsi apparues à travers le monde. Un même élan anime l'Association Capitale culturelle suisse, qui ambitionne de créer une nouvelle adaptation du programme européen.

Les quinze personnalités rencontrées dans le cadre de cette recherche ont pour la plupart été séduites par le projet de l'association, plus précisément pour la version revisitée par cette étude. Parmi ces personnalités, celles actives au sein d'administrations municipales ont par ailleurs toutes estimé qu'elles envisageraient sérieusement une candidature si une telle action venait à voir le jour[259]. À une époque où les territoires usent de plus en plus de la culture dans leur marketing, ce projet pourrait pallier un manque que les rares et exigeantes Expositions nationales ne comblent pas. Le nombre croissant de candidatures au titre de Capitale européenne de la culture attestent d'ailleurs d'une forte demande des villes pour ce type de labels.

Les deux objectifs imaginés par cette recherche placent la culture au centre du programme : « *promouvoir la culture en Suisse et valoriser sa diversité* » et « *contribuer par la culture au développement à long terme des territoires, selon leurs besoins respectifs* ». Alors que le premier objectif concerne la promotion des activités culturelles et la prise en compte de leur diversité à l'échelle nationale, le second aspire à ce que les territoires hôtes adoptent une approche processuelle. L'analyse des Capitales européennes de la culture le prouve, l'obtention d'un tel titre permet en effet aux villes d'enclencher des processus souvent coûteux, mais aux multiples avantages. À l'image de Glasgow, Lille ou Liverpool[260], la plupart des lauréates usent donc du pouvoir catalytique du label pour construire ou rénover des infrastructures, culturelles ou non. Qu'elle relève de la simple adaptation de calendrier ou qu'elle découle d'investissements spécifiques, cette opération, dont la fin coïncide avec le début des festivités, permet ensuite aux villes – souvent inspirées par le *Guggenheim effect* – d'exprimer leur dynamisme. La communication inhérente à cette stratégie de requalification urbaine basée sur la culture s'ajoute au supplément de notoriété lié à l'obtention du titre. Comme le montrent certains exemples de cette étude – en plus d'améliorer les infrastructures –, cette volonté d'agir sur l'image des villes peut avoir de nombreux effets : attractivité touristique accrue donc surplus d'activité économique (surtout dans les secteurs liés au tourisme et à une échelle géographique souvent limitée) ; amélioration de la perception de la ville par les habitants (cette action sur la « fierté » locale peut concerner aussi les entreprises) ; hausse de l'attractivité résidentielle et stimulation des investissements (principalement publics et locaux, mais qui peuvent en entraîner d'autres). La perspective de l'organisation d'un évènement de grande ampleur dans la ville fournit en outre une belle opportunité de mobiliser la population, l'administration, les acteurs culturels, les associations, les milieux économiques, les instituts de formations, les chambres de commerce, etc., autour d'un projet commun. L'*union sacrée* qui émerge parfois permet alors d'améliorer la gouvernance locale, de créer ou de renforcer des réseaux,

[256] http://lucky.blog.lemonde.fr.
[257] Approche selon laquelle la coopération économique crée de fait des collaborations politiques.
[258] Les villes lauréates usent d'abord du label pour le supplément de renommée qu'il peut leur apporter plutôt que comme l'occasion de valoriser leur appartenance européenne.
[259] Devant la nature embryonnaire du concept, elles insistaient toutefois sur le caractère personnel de ce préavis.
[260] La « Trinité » du succès selon certains auteurs (Ooi, Håkanson, and LaCava 2014).

de faire naître des partenariats inédits, d'enrichir l'offre culturelle, de développer ou de faire apparaître de nouvelles compétences, de favoriser la cohésion sociale, de débloquer certaines situations, etc. De nombreux exemples d'insuccès le prouvent, ces effets ne sont toutefois pas garantis : ils dépendent d'une combinaison de facteurs difficiles à discerner, mais dans laquelle la mise en place d'une stratégie à long terme et la prise en compte du terreau local jouent un grand rôle. À l'instar des programmes européens et britanniques, les objectifs d'un tel projet doivent donc valoriser les activités culturelles, mais également saisir l'occasion offerte de contribuer au développement des territoires.

L'étude qui s'achève ici a fait évoluer le modèle de financement proposé par l'Association Capitale culturelle suisse. Pour rappel, cette dernière misait sur une participation de la Confédération comprise entre 120 à 150 millions de francs par édition, soit 24 à 30 millions affectés annuellement à un fonds spécifique. Cette proposition a été jugée irréaliste par la totalité des participants aux entretiens semi-directifs, pour plusieurs motifs : comptes fédéraux sous pression, irrespect du principe de subsidiarité, importance de diversifier les ressources pour pallier les aléas conjoncturels, mécontentement inéluctable des campagnes, choix des lauréats contraint par le respect de certains équilibres, constitution de fonds spéciaux juridiquement impossible, etc. L'examen du programme européen inspire un autre modèle dans lequel la Confédération – en formulant quelques exigences – offre un appui financier plus modeste (entre 1 et 2 millions tous les 4 ans, soit entre 250'000 et 500'000 francs par année) et dans lequel la majeure partie des ressources provient des pouvoirs publics des territoires hôtes. Suivant l'exemple européen toujours, les pouvoirs locaux, en plus de mobiliser leurs services (police, voirie, etc.), étoffent leur budget d'exploitation en recourant à d'autres formes de financement (sponsoring, fondation, mécénat, etc.). Ce modèle décentralisé – dans lequel il est plus difficile d'éluder les besoins locaux – nécessite cependant la fixation d'un budget plancher pour garantir une certaine homogénéité entre les éditions et la qualité du programme. Hors dépenses d'investissement, et en s'inspirant du minimum exigé dans les *UK Cities of Culture*, le budget d'exploitation devrait avoisiner les 10 millions de francs suisses.

À l'issue de cette étude, la question du porteur d'une telle action reste ouverte. Seule certitude, une participation des pouvoirs publics apparaît souhaitable, car elle garantit la pérennité et la respectabilité du programme. Elle prévient en effet du dévoiement de ses objectifs – vérifié dans certaines adaptations extra-européennes – par des organismes non motivés par l'intérêt général, mais d'abord par la recherche de notoriété voire de profit. Pour un État central, porter un projet de ce type peut en outre se révéler très intéressant, car, en comparaison des bénéfices, les ressources à mobiliser s'avèrent modestes. Ainsi, pour un programme que beaucoup d'auteurs estiment plus avantageux pour les territoires hôtes que les Jeux olympiques ou les Coupes du monde de football, la Commission européenne n'emploie que deux équivalents plein temps (idem au Royaume-Uni). Par ailleurs, en subordonnant sa participation financière – 1,5 million d'euros – à certaines exigences, la Commission utilise cette action comme un outil utile à certaines de ses priorités (constitution d'un sentiment d'appartenance communautaire, intensification des échanges entre États membres, etc.). Des motivations de cet ordre pourraient également décider la Confédération à prendre part au projet, qu'elle gère elle-même une telle action ou la confie à un autre organisme comme – exemple le plus cité dans le cadre des entretiens – l'Union des villes suisses.

Si cette dernière question reste en suspens, la présente étude a permis d'affiner le concept général proposé par l'Association Capitale culturelle suisse. Ainsi, tous les quatre ans, le porteur du programme – idéalement une structure réunissant les trois niveaux du pouvoir en Suisse – publie un appel aux candidatures et désigne un jury en respectant certains équilibres (géographiques, disciplinaires, linguistiques, politiques, etc.). Les 173 villes et communes urbaines du pays recensées par l'Union des villes suisses peuvent répondre à cet appel, en associant, si elles le désirent, leur *hinterland*. Toutefois, les candidates doivent prouver leur capacité d'accueil, soit qu'elles disposent (ou disposeront) des infrastructures nécessaires et, dans la mesure où le financement provient en majorité des territoires organisateurs, qu'elles parviendront à réunir le budget minimum établi par les statuts de l'action. À l'issue d'un processus en deux temps (présélection, sélection), le jury, en se basant sur des critères fidèles aux objectifs du programme, désigne l'une des villes présélectionnées (*short list*) comme la lauréate du titre.

La ville a ensuite quatre ans pour organiser les festivités. Elle bénéficie pour ce faire d'une totale liberté en matière de contenu – des formes d'arts les plus expérimentales aux plus populaires –, mais en s'efforçant de trouver un équilibre entre ambitions artistiques et objectifs de fréquentation. Enfin, la ville désignée devient le centre du pays pour une année et accueille, en plus des manifestations prévues dans le cadre des festivités, un maximum d'évènements – prix, concours, expositions, conférences, visites protocolaires, etc.

Pour conclure, contrairement à ce que laissait entendre l'Association Capitale culturelle suisse, il semble que ce projet ne doive pas remplacer les Expositions nationales. Celles-ci traversent certes (à nouveau) une période incertaine, mais les nombreuses différences entre les deux concepts – objectifs, modèle de financement, contenu, etc. – permettent sans doute leur existence parallèle (option retenue d'ailleurs par la grande majorité des participants à l'étude). En outre, une telle charge contre cette tradition issue du XIXe siècle risquerait d'attiser l'animosité de ses défenseurs – dont le Conseil fédéral a récemment déclaré faire partie. Ce dernier, conscient que « *les échanges culturels à l'intérieur du pays renforcent la cohésion nationale* » (Conseil fédéral suisse 2014, 585), pourrait toutefois se montrer sensible à un projet qui, en favorisant les mouvements internes et les coopérations intercantonales entre acteurs, organismes ou collectivités, agirait sur la cohésion nationale à un rythme plus soutenu que les Expositions nationales.

La citation de Victor Hugo qui introduit cette étude – extraite d'un texte écrit à l'occasion de l'Exposition universelle de 1867 – se poursuit par ces mots : « *le réalisable est un bloc qu'il faut dégrossir, et dont les rêveurs commencent le modelé* » (Hugo 2013, 5211). Cette formule correspond parfaitement à ce qui était l'ambition de cette recherche : affiner l'idée que porte l'Association Capitale culturelle suisse. Le résultat dévoile un projet qui, s'il doit encore franchir de nombreuses étapes avant d'espérer voir le jour, se révèle prometteur à bien des égards.

Figure 40 : Projet de logo imaginé par l'Association Capitale culturelle suisse.

BIBLIOGRAPHIE

Aiello, Giorgia, and Crispin Thurlow. 2006. "Symbolic Capitals: Visual Discourse and Intercultural Exchange in the European Capital of Culture Scheme." Journal Article. *Language and Intercultural Communication* 6 (2). Routledge: 148–62. doi:10.2167/laic234.0.

Andres, Lauren. 2008. « La ville mutable. Mutabilité et référentiels urbains : les cas de Bouchayer-Viallet, de la Belle de Mai et du Flon. » Unpublished Work. https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00371857.

Andres, Lauren, and Boris Grésillon. 2011. "Cultural Brownfields in European Cities: A New Mainstream Object for Cultural and Urban Policies." Journal Article. *International Journal of Cultural Policy* 19 (1). Routledge: 40–62. doi:10.1080/10286632.2011.625416.

Arlettaz, Gérald, Pierre Pauchard, Ursula Gaillard, and Bernard Crettaz. 1991. *Les Suisses Dans Le Miroir : Les Expositions Nationales Suisses : De Zürich 1883 À L'ex-Future Expo Tessinoise de 1998, En Passant Par Genève 1896, Berne 1914, Zürich 1939, Lausanne 1964 et L'échec de CH-91*. Book. Payot.

Asia-Europe Foundation. 2015. "Cities: Living Labs for CuLture?" Report.

Association CCS. 2014. « La Capitale Culturelle Suisse. Un Projet D'évènement National, Innovant et Fédérateur. » Unpublished Work.

Aubry, Anna, Alexandre Blein, and Elsa Vivant. 2014. "The Promotion of Creative Industries as a Tool for Urban Planning: The Case of the Territoire de La Culture et de La Création in Paris Region." Journal Article. *International Journal of Cultural Policy* 21 (2). Routledge: 121–38. doi:10.1080/10286632.2014.890602.

Babey, Nicolas. 1999. « La Publicité Du Territoire : Politiques Urbaines et Régionales. » Thesis, Neuchâtel.

———. 2016. « « Processus Participatifs : Méthode et Hypothèses ». »

Bailey, Christopher, Steven Miles, and Peter Stark. 2004. "Culture-Led Urban Regeneration and the Revitalisation of Identities in Newcastle, Gateshead and the North East of England." Journal Article. *International Journal of Cultural Policy* 10 (1). Routledge: 47–65. doi:10.1080/1028663042000212328.

Bailoni, Mark. 2014. « La Reconversion Des Territoires Industriels Par La Culture Dans Les Villes Britanniques : Un Modèle En Crise ? » Journal Article. *Belgeo. Revue Belge de Géographie*, no. 1.

Baumol, William G, and William J Bowen. 1966. *Performing Arts - The Economic Dilemma*. Book. New York: Twentieth Century Fund.

Bayliss, Darrin. 2007. "The Rise of the Creative City: Culture and Creativity in Copenhagen." Journal Article. *European Planning Studies* 15 (7). Routledge: 889–903. doi:10.1080/09654310701356183.

Benhamou, Françoise. 2011. *L'économie de La Culture*. Book. *Repères*. 7e éd. Paris: la Découverte.

Bezmez, Dikmen. 2008. "The Politics of Urban Waterfront Regeneration: The Case of Haliç (the Golden Horn), Istanbul." Journal Article. *International Journal of Urban and Regional Research* 32 (4). Blackwell Publishing Ltd: 815–40. doi:10.1111/j.1468-2427.2008.00825.x.

Bille, Trine, and Gunther G Schulze. 2006. "Culture in Urban and Regional Development." Book Section. In *Handbook of the Economics of Art and Culture*, edited by Victor Ginsburgh and David Throsby. Vol. 1. Elsevier.

Boland, Philip. 2010. "'Capital of Culture—you Must Be Having a Laugh!' Challenging the Official Rhetoric of Liverpool as the 2008 European Cultural Capital." Journal Article. *Social & Cultural Geography* 11 (7). Routledge: 627–45. doi:10.1080/14649365.2010.508562.

Boschma, R A, and M Fritsch. 2009. "Creative Class and Regional Growth: Empirical Evidence from Seven European Countries." Journal Article. *Economic Geography* 85 (4): 391–423. <Go to ISI>://WOS:000269491700003.

Boualam, Brahim. 2014. "Does Culture Affect Local Productivity and Urban Amenities?" Journal Article. *Regional Science and Urban Economics* 46 (0): 12–17. doi:http://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2014.01.008.

Bourdieu, Pierre. 1977. « La Production de La Croyance [Contribution À Une Économie Des Biens Symboliques]. » Journal Article. *Actes de La Recherche En Sciences Sociales* 13 (1) : 3–43.

Brechbühl, Barbara, Martin Tschirren, and Andrea Zimmermann. 2016. "Statistiques Des Villes Suisses 2016. " Serial. Edited by Union des villes suisses UVS and Office fédéral de la statistique (OFS).

Brodaty, Thibault. 2014. « Etude Sur L'estimation Rétrospective de L'impact Économique D'un Ensemble D'évènements Culutrels Uniques Ou D'équipements Culturels Récents. » Journal Article.

Brown, Adam, Justin O'Connor, and Sara Cohen. 2000. "Local Music Policies within a Global Music Industry: Cultural Quarters in Manchester and Sheffield." Journal Article. *Geoforum* 31 (4): 437–51. doi:http://dx.doi.org/10.1016/S0016-7185(00)00007-5.

Campbell, Peter. 2011. "Creative Industries in a European Capital of Culture." Journal Article. *International Journal of Cultural Policy* 17 (5). Routledge: 510–22. doi:10.1080/10286632.2010.543461.

Centlivres, Pierre. 2006. *Expositions Nationales et Nation Helvétique : La Quête D'identité*. Book. Librairie Droz.

Chantelot, Sébastien. 2008. « Le Rôle de La Créativité Sur Le Développement Local : De L'influence Économique À La Géographie de La Classe Créative Française 1990-99. » Thesis, Université Toulouse I Capitole.

———. 2009. « La Thèse de La "classe Créative': Entre Limites et Développements. » Journal Article. *Géographie, Économie, Société* 11 : 315–34.

Clark, Terry Nichols. 2004. *The City as an Entertainment Machine*. Book. *Research in Urban Policy*. Amsterdam: Elsevier Jai.

Clifton, N. 2008. "The 'creative Class' in the UK: An Initial Analysis." Journal Article. *Geografiska Annaler Series B-Human Geography* 90B (1): 63–82. doi:DOI 10.1111/j.1468-0467.2008.00276.x.

Cole, Alistair. 2015. "Regionalism in the United Kingdom." Book Section. In *Quelle organisation pour les grandes régions en France et en Europe ?*, edited by Jean-Claude Némery, 351–62. Paris : l'Harmattan. https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-01276933.

Comedia. 1991. "Making the Most of Glasgow's Cultural Assets: The Creative City and Its Cultural Economy: Final Report." Report. Edited by Glasgow. Development Agency. Glasgow.

Commission Européenne. 1996. « Politique de Cohésion et Culture. Une Contribution À L'emploi. » Government Document. Communication au Conseil, au Parlement Européen, au Comité Economique et Social et au Comité des Régions.

Conseil fédéral suisse. 2014. « Message Concernant L'encouragement de La Culture Pour La Période 2016 À 2020 (Message Culture). » Government Document. Berne : Administration fédérale.

Contrôle fédéral des finances. 2005. « Expo.01/02 : Un Mandat À Responsabilité Illimitée. Etude Spéciale Concernant l'Exposition Nationale Au Pays Des Trois-Lacs. » Government Document.

Copic, Vesna, and Guy Saez et Jean-Pierre Saez. 2012. "Repenser La Politique Culturelle Selon Une Perspective Postnéolibérale. " Book Section. In *Les Nouveaux Enjeux Des Politiques Culturelles*. La découverte.

Cox, Tamsin, and Dave O'Brien. 2012. "The 'scouse Wedding' and Other Myths: Reflections on the Evolution of a 'Liverpool Model' for Culture-Led Urban Regeneration." Journal Article. *Cultural Trends* 21 (2). Routledge: 93–101. doi:10.1080/09548963.2012.674749.

Credit Suisse. 2013. « Qualité de La Localisation Des Cantons et Régions Suisses. » Report.

Da Lage, E. 2008. « Les Ambassadeurs de "Lille 2004, Capitale Européenne de La Culture", Un Dispositif Politique Normatif. » Generic. Appel V. et al., La mise en culture des territoires : nouvelles formes de culture évènementielle et initiatives des collectivités locales, Nancy, Presses universitaires de Nancy.

Département fédéral de l'intérieur. 2006. « Ratification de La Convention de l'UNESCO Sur La Protection et La Promotion de La Diversité Des Expressions Culturelles. » Government Document.

———. 2014. "Message Sur L'encouragement de La Culture Pour Les Années 2016 À 2020 (Message Culture). Rapport Sur Les Résultats de La Consultation. " Government Document. Berne.

http://www.bak.admin.ch/themen/04135/index.html?lang=fr&download=NHzLpZeg7t,lnp6I0NTU042l2Z6ln1ae2IZn4Z2qZpnO2Yuq2Z6gpJCEeXx9fWym162epYbg2c_JjKbNoKSn6A-- .

Department for Culture Media & Sport. 2013a. "UK CITY OF CULTURE 2017. Guidance for Bidding Cities." Government Document. Edited by Media and Sport Department for Culture. https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/89369/UK_City_of_Culture_2017_Guidance_and_Criteria.pdf.

———. 2013b. "UK City of Culture 2017. Q & A." Journal Article.

Doak, Peter. 2014. "Beyond Derry or Londonderry: Towards a Framework for Understanding the Emerging Spatial Contradictions of Derry–Londonderry—UK City of Culture 2013." Journal Article. *City* 18 (4–5). Routledge : 488–96. doi:10.1080/13604813.2014.939469.

Dubois, V, C Bastien, A Freyermuth, and K Matz. 2012. *Le Politique, L'artiste et Le Gestionnaire : (Re)configurations Locales et (Dé)politisation de La Culture*. Book. Éd. du Croquant. https://books.google.ch/books?id=VeKHtgAACAAJ.

Dupuis, Xavier. 1986. « Économie et Culture. De L'ère de La Subvention Au Nouveau Libéralisme. » Conference Proceedings. In *4e Conférence Internationale Sur l'Économie de La Culture*. Avignon : La Documentation française.

Eckhardt, Beate, Dominique Jakob, and Georg von Schnurbein. 2016. "Rapport Sur Les Fondations En Suisse 2016. " Journal Article.

ECORYS. 2009. "Ex-Post Evaluation of 2007 and 2008 European Capitals of Culture. Final Report." Report. http://ec.europa.eu/dgs/education_culture/more_info/evaluations/docs/culture/ecoc2007_en.pdf.

———. 2010. "Ex-Post Evaluation of 2009 European Capitals of Culture." Report. http://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/actions/documents/ecoc/ecoc-evaluation-2009_en.pdf.

———. 2011. "Ex-Post Evaluation of 2010 European Capitals of Culture." Report. http://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/actions/documents/ecoc/ecoc-2010-report_en.pdf.

———. 2012. "Ex-Post Evaluation of 2011 European Capitals of Culture ." Report.

———. 2013. "Ex-Post Evaluation of 2012 European Capitals of Culture." Report. http://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/actions/documents/ecoc/2012/first-evaluation_en.pdf.

———. 2014. "Ex-Post Evaluation of the 2013 European Capitals of Culture." Report.

———. 2015. "Ex-Post Evaluation of the European Capitals of Culture." Report. https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/sites/creative-europe/files/files/ecoc-2014-report_en.pdf.

ECOTEC. 2009. "Ex-Post Evaluation of 2007 and 2008 European Capitals of Culture Final Report ." Report.

European Commission. 2009. *European Capitals of Culture: The Road to Success, from 1985 to 2010*. Book. Publications Office of the European Union. https://books.google.ch/books?id=vvybZwEACAAJ.

———. 2010. "What Are the European Capitals of Culture?" Government Document. Brussels. http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-10-93_fr.htm?locale=EN.

———. 2014a. "European Capitals of Culture (ECoC) 2020-2033. Guidelines for the Cities' Own Evaluations of the Results of Each ECoC. » https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/sites/creative-europe/files/library/capitals-culture-city-own-guide_en.pdf.

———. 2014b. "European Capitals of Culture 2020 - 2033. Guide for Cities Preparing to Bid." Government Document. https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/sites/creative-europe/files/library/capitals-culture-candidates-guide_en.pdf.

Florida, Richard. 2002a. "The Economic Geography of Talent." Journal Article. *Annals of the Association of American Geographers* 92 (4). Routledge: 743–55. doi:10.1111/1467-8306.00314.

———. 2002b. *The Rise of the Creative Class : And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. Book. New York: Basic Books.

Fondation Mons 2015. 2016. « Rapport D'activités Mons 2015 Capitale Européenne de La Culture. » http://www.mons2015.eu/sites/default/files/rapport_activite_mons2015_fr.pdf.

Froidevaux, Didier. 1997. « Construction de La Nation et Pluralisme Suisses : Idéologie et Pratiques. » Journal Article. *Swiss Political Science Review* 3 (4): 1–30.

Froidevaux, Yves. 2002. *Nature et Artifice : Village Suisse et Village Nègre À l'Exposition Nationale de Genève, 1896*. Book.

Garcia, Beatriz, and Tamsin Cox. 2013. "Capitales Européennes de La Culture : Stratégies de Réussite et Retombées À Long Terme. " Government Document. Edited by Département thématique B: Politiques structurelles et de Cohésion. Parlement européen.

Garcia, Beatriz, Ruth Melville, and Tamsin Cox. 2010. *Creating an Impact: Liverpool's Experience as European Capital of Culture*. Book. Impacts 08.

Garcia, Beatriz, Ruth Melville, Kate Rodenhurst, and Ann Wade. 2010. "Volunteering for Culture: Exploring the Impact of Being an 08 Volunteer."

Georgiev, Stanimir. 2013. "Capitale Européenne de La Culture. Varna 2019." Journal Article.

Ginsburgh, Victor, and C D Throsby. 2006. *Handbook of the Economics of Art and Culture*. Book. Vol. 1. Amsterdam : Elsevier, 2006 – . BLDSS http://www.elsevier.com/journals 1850-9999.

Giroud, Matthieu, and Boris Grésillon. 2011. "Devenir Capitale Européenne de La Culture : Principes, Enjeux et Nouvelle Donne Concurrentielle. " Journal Article. *Cahiers de Géographie Du Québec* 55 (155) : 237–53.

Glaeser, Edward L, Jed Kolko, and Albert Saiz. 2001. "Consumer City." Journal Article. *Journal of Economic Geography* 1 (1): 27–50. doi:10.1093/jeg/1.1.27.

Gomes, Pedro, and Alejandro Librero-Cano. 2014. "Evaluating 3 Decades of the European Capital of Culture Programme: A Difference-in-Differences Approach." Unpublished Work. http://www.eco.uc3m.es/~pgomes/Papers/Culture_AL_PG_031214.pdf.

Goodwin, Craufurd. 2006. "Art and Culture in the History of Economic Thought." Book Section. In *Handbook of the Economics of Art and Culture*, edited by Victor Ginsburgh and David Throsby. Vol. 1. Elsevier.

Gordon-Nesbitt, Rebecca. 2013. "Misguided Loyalties." Journal Article. *Confl Ict, Community, Culture*. https://shiftyparadigms.files.wordpress.com/2015/08/conflict_community_culture_a4.pdf.

Gouvernement du Canada. 2009. « Évaluation Du Programme de Consolidation Des Arts et Du Patrimoine Canadiens. » Government Document.

Granovetter, Mark S. 1982. "The Strength of Weak Ties." Journal Article. *American Journal of Sociology* 80: 1360–80.

Gravari-Barbas, Maria, and Sébastien Jacquot. 2007. "L'évènement, Outil de Légitimation de Projets Urbains : L'instrumentalisation Des Espaces et Des Temporalités Évènementiels À Lille et Gênes. " Journal Article. *Géocarrefour* 82 (3) : 155–63.

Greffe, Xavier. 2010. « Introduction : L'économie de La Culture Est-Elle Particulière ? » Journal Article. *Revue d'Economie Politique*, 1–34.

Grelet, Mickael, and Elsa Vivant. 2014. « La Régénération D'un Territoire En Crise Par La Culture : Une Idéologie Mise À L'épreuve. » Journal Article. *Belgeo*. http://belgeo.revues.org/12803.

Harvey, David. 1989. *The Condition of Postmodernity : An Enquiry into the Origins of Cultural Change*. Book. Oxford: B. Blackwell.

Helie, Thomas. 2004. "Cultiver l'Europe. Elements Pour Une Approche Localisée de L'« Européanisation » Des Politiques Culturelles. " Journal Article. *Politique Européenne* 1 (12) : 66–83.

Herrero, Luis César, José Ángel Sanz, María Devesa, Ana Bedate, and Maria José Del Barrio. 2006. "The

Economic Impact of Cultural Events A Case-Study of Salamanca 2002, European Capital of Culture." Journal Article. *European Urban and Regional Studies* 13 (1): 41–57.

Hoyng, Rolien. 2012. "Popping Up and Fading Out: Participatory Networks and Istanbul's Creative City Project." Journal Article. *Culture Machine* 3 (1): 1–23.

Hudec, Oto, and Peter Džupka. 2014. "Culture-Led Regeneration through the Young Generation: Košice as the European Capital of Culture." Journal Article. *European Urban and Regional Studies*, 969776414528724.

Hugo, V. 2013. *Victor Hugo : Oeuvres Complètes — 122 Titres (Nouvelle Édition Enrichie) :*. BOOK. Arvensa editions. https://books.google.ch/books?id=V5HBMrERfjYC.

Hull City Council. n.d. "Hull UK City of Culture 2017. Strategic Business Plan 2015-2018." Government Document. http://www.hull2017.co.uk//app/uploads/2016/03/HULL2017_STRATEGICBUSINESSPLAN_1518.pdf.

Ipperciel, Donald. 2007. « La Suisse : Un Cas D'exception Pour Le Nationalisme ? » Journal Article. *Swiss Political Science Review* 13 (1): 39–67.

Jeannier, Fabien. 2008. « Culture et Régénération Urbaine : Le Cas de Glasgow. » Journal Article. *Géoconfluences*, 1–15.

Kheng-Lian, Koh. 2014. "ASEAN Cultural Heritage-Forging an Identity for Realisation of an ASEAN Community in 2015?" Journal Article. *Environmental Policy and Law* 44 (1/2): 237.

Kokosalakis, Christina, Gaynor Bagnall, Martin Selby, and Steve Burns. 2006. "Place Image and Urban Regeneration in Liverpool." Journal Article. *International Journal of Consumer Studies* 30 (4): 389–97.

Kreis, Georg. 2002. "Expositions Nationales 1800-2000. Quelles Réponses À Quels Besoins ? " Journal Article. *Revue Historique Neuchâteloise*, 14–15.

Krugman, Paul R, and Robin Wells. 2009. *Microéconomie*. Book. De Boeck Supérieur.

Langen, Floris, and Beatriz Garcia. 2009. *Measuring the Impacts of Large Scale Cultural Events: A Literature Review*. Book. Impacts 08, Liverpool.

Leloup, Fabienne, and Laurence Moyart. 2014. "Mons, Capitale Européenne de La Culture En 2015 : Deux Modèles de Développement Par La Culture. " Article. *Revue d'Économie Régionale & Urbaine*, no. 5. Armand Colin : 825–42.

Leriche, Frédéric, and Allen J. Scott. 2005. "Les ressorts géographiques de l'économie culturelle : du local au mondial. " Journal Article. *Espace géographique*, no. 3 : 207–22. https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00174750.

Liefooghe, Christine. 2010a. « Économie Créative et Développement Des Territoires : Enjeux et Perspectives de Recherche. » Journal Article. *Innovations* 31 (1) : 181–97.

———. 2010b. « Lille 2004, Capitale Européenne de La Culture Ou La Quête D'un Nouveau Modèle de Développement. » Journal Article. *Méditerranée. Revue Géographique Des Pays méditerranéens/Journal of Mediterranean Geography*, no. 114: 35–45.

Liu, Yi-De. 2012. « Cultural Events and Cultural Tourism Development: Lessons from the European Capitals of Culture. » Journal Article. *European Planning Studies* 22 (3). Routledge: 498–514. doi:10.1080/09654313.2012.752442.

Lucchini, Françoise. 2002. *La Culture Au Service Des Villes*. Book. *Collection Villes*. Paris : Anthropos.

———. 2006. « Les Capitales Européennes de La Culture. » Conference Proceedings. In *Les Annales de La Recherche Urbaine*, 91–99.

Maisetti, Nicolas. 2014. *Opération Culturelle et Pouvoirs Urbains : Instrumentalisation Économique de La Culture et Luttes Autour de Marseille – Provence Capitale Européenne de La Culture 2013*. Book. *Questions Contemporaines Série Questions Urbaines*. Paris : L'Harmattan.

Marlet, G, and C van Woerkens. 2007. "The Dutch Creative Class and How It Fosters Urban Employment Growth." Journal Article. *Urban Studies* 44 (13): 2605–26. doi:Doi 10.1080/00420980701558434.

Mattelart, Tristan. 2008. « Pour Une Critique Des Théories de La Mondialisation Culturelle. » Journal Article. *Questions de Communication*, no. 13 : 269–87.

McCann, Eugene J. 2007. "Inequality and Politics in the Creative City-Region: Questions of Livability and State Strategy." Journal Article. *International Journal of Urban and Regional Research* 31 (1). Blackwell Publishing Ltd: 188–96. doi:10.1111/j.1468-2427.2007.00713.x.

McCarthy, John. 1998. "Dublin's Temple Bar—a Case Study of Culture-led Regeneration." Journal Article. *European Planning Studies* 6 (3). Routledge: 271–81. doi:10.1080/09654319808720461.

McGranahan, D, and T Wojan. 2007. "Recasting the Creative Class to Examine Growth Processes in Rural and Urban Counties." Journal Article. *Regional Studies* 41 (2): 197–216. doi:Doi 10.1080/00343400600928285.

Mellander, Charlotta, and Richard Florida. 2007. "The Creative Class or Human Capital? - Explaining Regional Development in Sweden." Unpublished Work. http://ideas.repec.org/p/hhs/cesisp/0079.html.

Menger, Pierre-Michel. 2002. *Portrait de l'artiste en travailleur*. Book. *La république des idées*. Paris : Seuil. https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00261342.

Miles, Malcolm. 2005. "Interruptions: Testing the Rhetoric of Culturally Led Urban Development." *Urban Studies* 42 (5): 889–911. doi:10.1080/00420980500107375.

Mittag, Jürgen. 2013. "The Changing Concept of the European Capitals of Culture." Book Section. In *The Cultural Politics of Europe : European Capitals of Culture and European Union since 1980*, edited by Kiran Klaus Patel, 221 p. Milton Park, Abingdon, Oxon ; New York: Routledge.

Moine, Alexandre. 2006. « Le Territoire Comme Un Système Complexe : Un Concept Opératoire Pour L'aménagement et La Géographie. » Journal Article. *L'Espace Géographique* 35 (2) : 115–32.

Moulier Boutang, Yann. 2010. *L'abeille et L'économiste*. Book. Paris: Carnets Nord.

Németh, Ágnes. 2015. "European Capitals of Culture – Digging Deeper into the Governance of the Mega-Event." *Territory, Politics, Governance*, 1–23. doi:10.1080/21622671.2014.992804.

Nicolas, Yann. 2006. "L'analyse D'impact Économique de La Culture. " Report. Paris : Ministère de la Culture et de la Communication.

———. 2007. « Les Premiers Principes de L'analyse D'impact Économique Local D'une Activité Culturelle. » Report. Paris : Ministère de la Culture et de la Communication.

O'Callaghan, Cian. 2012. "Urban Anxieties and Creative Tensions in the European Capital of Culture 2005: 'It Couldn't Just Be about Cork, Like'." *International Journal of Cultural Policy* 18 (2): 185–204. doi:10.1080/10286632.2011.567331.

O'Hagan, John. 1999. "Commentary: Policy Analysis of Theatre in the UK: A Need for a Broader Perspective." Journal Article. *Cultural Trends* 9 (34). Routledge : 25–29. doi:10.1080/09548969909365077.

Office fédéral de la culture. 2012a. « Convention Entre Les Villes et Les Communes de Suisse Représentées Par l'Union Des Villes Suisses (UVS) et l'Association Des Communes Suisses (ACS) Les Cantons Suisses Représentés Par La Conférence Suisse Des Directeurs Cantonaux de L'instruction Publique. » Government Document. Berne.

———. 2012b. « Rapport Périodique de La Suisse 2008-2012 Sur La Mise En Œuvre de La Convention Sur La Protection et La Promotion de La Diversité Des Expressions Culturelles. » Government Document. Edited by Service des Affaires internationales. Berne. http://www.bak.admin.ch/themen/04118/04119/04462/index.html?lang=fr&download=NHzLpZeg7t,lnp6I0NTU042l2Z6ln1ae2IZn4Z2qZpnO2Yuq2Z6gpJCEdoB8e2ym162epYbg2c_JjKbNoKSn6A.

Office fédéral de la statistique. 2009. « Les Pratiques Culturelles En Suisse : Analyse Approfondie, Enquête 2008. » file:///C:/Users/mathias.rota/Downloads/Kulturverhalten_in_der_Schweiz_2008_f.pdf.

———. 2015. « Culture et Qualité de Vie. »

Palma, Jorge, and Xavier Dupuis. 1986. "Le Discours Économique Des Gestionnaires Culturels. " Book

Section. In *Économie et Culture. De L'ère de La Subvention Au Nouveau Libéralisme*, 251–72. Avignon : La Documentation française.

Palmer-Rae Associates. 2004. « European Cities and Capitals of Culture. Study Prepared for the European Commission. » Report. http://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/actions/documents/ecoc/cap-part1_en.pdf.

Papanikolaou, Panagiota. 2012. "The European Capital of Culture: The Challenge for Urban Regeneration and Its Impact on the Cities." Journal Article. *International Journal of Humanities and Social Science* 2 (17): 268–73.

Parlement européen et Conseil de l'Union européenne. 2014. « Décision N° 445/2014/UE Du Parlement Européen et Du Conseil Du 16 Avril 2014. » Legal Rule or Regulation. Edited by Parlement européen et Conseil de l'Union européenne. http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/?uri=uriserv:OJ.L_.2014.132.01.0001.01.FRA.

PECRES. 2011. *Recherche Précarisée, Recherche Atomisée : Production et Transmission Des Savoirs À L'heure de La Précarisation*. Book. Paris : Raisons d'agir éd.

Peytregnet, Aldona. 1997. « L'impact Économique Des Institutions Culturelles. » Report. Lausanne.

Pflieger, Sylvie. 1986. « L'impact Économique Du Festival d'Avignon (Synthèse). » Report. Edited by Rapport du Bureau d'Informations et de Prévisions Economiques (BIPE).

Pilati, Thomas, and Diane-Gabrielle Tremblay. 2007. "Cité Créative et District Culturel ; Une Analyse Des Thèses En Présence. " Journal Article. *Géographie, Économie, Société* 9 : 381–401.

Plaza, Beatriz. 2008. "On Some Challenges and Conditions for the Guggenheim Museum Bilbao to Be an Effective Economic Re-Activator." *International Journal of Urban and Regional Research* 32 (2): 506–17. doi:10.1111/j.1468-2427.2008.00796.x.

———. 2010. "Valuing Museums as Economic Engines: Willingness to Pay or Discounting of Cash-Flows?" Journal Article. *Journal of Cultural Heritage* 11 (2): 155–62.

Plaza, Beatriz, Manuel Tironi, and Silke N Haarich. 2009. "Bilbao's Art Scene and the 'Guggenheim Effect' Revisited." Journal Article. *European Planning Studies* 17 (11). Routledge: 1711–29. doi:10.1080/09654310903230806.

Porter, Michael. 1990. *The Competitive Advantage of Nations*. Book. New York: Free Press.

———. 2003. "The Economic Performance of Regions." Journal Article. *Regional Studies* 37 (6–7): 549–78. doi:Doi 10.1080/0034340032000108688.

Powell, W W, and K Snellman. 2004. "The Knowledge Economy." Journal Article. *Annual Review of Sociology* 30: 199–220. doi:DOI 10.1146/annurev.soc.29.010202.100037.

Pratt, Andy C. 2011. "The Cultural Contradictions of the Creative City." Journal Article. *City, Culture and Society* 2 (3): 123–30. doi:http://dx.doi.org/10.1016/j.ccs.2011.08.002.

Présence Suisse. 2014. « La Suisse Vue de L'étranger En 2014 : La Démocratie Directe et La Politique Étrangère Ont Marqué L'image de La Suisse. » Government Document.

Pria, Yan Dalla, and Jérôme Vicente. 2006. « Processus Mimétiques et Identité Collective : Gloire et Déclin du "Silicon Sentier." » Journal Article. *Revue Française de Sociologie* 47 (2). Sciences Po University Press on behalf of the Association Revue Française de Sociologie: 293–317. doi:10.2307/20453367.

Putnam, Robert. 2000. *Bowling Alone. The Collapse and Revival of American Community*. Book. New York: Simon and Schuster.

Redmond, Phil, Keith Bartlett, Steven Bee, Gwilym Evans, Caroline Collier, Sandie Dawe, George Entwistle, et al. 2009. "UK City Of Culture. Working Group Report." Report.

Richards, Greg. 2000. "The European Cultural Capital Event: Strategic Weapon in the Cultural Arms Race?" Journal Article. *International Journal of Cultural Policy* 6 (2). Routledge: 159–81. doi:10.1080/10286630009358119.

———. 2014. "Evaluating the European Capital of Culture That Never Was: The Case of BrabantStad 2018." Journal Article. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events* 7 (2). Routledge:

118–33. doi:10.1080/19407963.2014.944189.

Sacco, Pier Luigi, and G Tavano Blessi. 2007. "European Culture Capitals and Local Development Strategies: Comparing the Genoa 2004 and Lille 2004 Cases." Journal Article. *Homo Oeconomicus* 24 (1): 111–43.

Sacco, Pier Luigi, Giorgio Tavano Blessi, and Massimiliano Nuccio. 2009. "Cultural Policies and Local Planning Strategies: What Is the Role of Culture in Local Sustainable Development?" Journal Article. *The Journal of Arts Management, Law, and Society* 39 (1). Routledge: 45–64. doi:10.3200/JAML.39.1.45-64.

Sagot-Duvauroux, Dominique. 2011. « Comment Mesurer La Valeur Vaporeuse de La Culture ? » Journal Article. *Place Publique*.

Santagata, Walter. 2002. "Cultural Districts, Property Rights and Sustainable Economic Growth." Journal Article. *International Journal of Urban and Regional Research* 26 (1). Blackwell Publishers Ltd: 9–23. doi:10.1111/1468-2427.00360.

Sassatelli, Monica. 2008. "European Cultural Space in the European Cities of Culture." Journal Article. *European Societies* 10 (2). Routledge: 225–45. doi:10.1080/14616690701835311.

———. 2013. *Europe's Several Capitals of Culture: From Celebration to Regeneration to Polycentric Capitalisation*. Book. na.

Schatz, T. 2004. *Hollywood: Critical Concepts in Media and Cultural Studies*. Book. Routledge. https://books.google.ch/books?id=YOasz7CE0TUC.

Scott, Allen John. 2010. "Creative Cities: The Role of Culture." Journal Article. *Revue D Economie Politique* 120 (1) : 181–204. <Go to ISI>://WOS:000278280000009.

———. 2014. "Beyond the Creative City: Cognitive–Cultural Capitalism and the New Urbanism." Journal Article. *Regional Studies* 48 (4). Routledge: 565–78. doi:10.1080/00343404.2014.891010.

Söderström, O L A. 2001. "Expo. 02: Exhibiting Swiss Identity." Journal Article. *Ecumene* 8 (4).

Sohn, Christophe. 2009. « Des Villes Entre Coopération et Concurrence. Analyse Des Relations Culturelles Transfrontalières Dans Le Cadre de "Luxembourg et Grande Région, Capitale Européenne de La Culture 2007". » Journal Article.

Soldo, Edina. 2013. « L'évènement Culturel En Régie Directe, Un Levier Pour L'attractivité Durable Du Territoire ? Analyse Des Conditions Managériales de Succès. » Journal Article. *Revue Internationale Des Sciences Administratives* 79 : 779–99.

Storper, Michael, and Allen John Scott. 2009. "Rethinking Human Capital, Creativity and Urban Growth." Journal Article. *Journal of Economic Geography* 9 (2): 147–67. doi:Doi 10.1093/Jeg/Lbn052.

Tavano Blessi, Giorgio, Diane-Gabrielle Tremblay, Marco Sandri, and Thomas Pilati. 2012. "New Trajectories in Urban Regeneration Processes: Cultural Capital as Source of Human and Social Capital Accumulation – Evidence from the Case of Tohu in Montreal." Journal Article. *Cities* 29 (6): 397–407. doi:http://dx.doi.org/10.1016/j.cities.2011.12.001.

Throsby, David. 2003. « Determining the Value of Cultural Goods : How Much (or How Little) Does Contingent Valuation Tell Us ? » Journal Article. *Journal of Cultural Economics*. Sydney, 275–85.

———. 2010. *The Economics of Cultural Policy*. Book. Cambridge ; New York ; New York: Cambridge University Press. Cover image http://assets.cambridge.org/97805218/68259/cover/9780521868259.jpg.

UBS. 2014. "L'indicateur de Compétitivité Des Cantons 2014. " Report.

Van Puffelen, Franck, and Xavier Dupuis. 1986. "L'impact Économique Des Arts À Amsterdam : Méthodologie, Résultats et Questions. " Book Section. In *Économie et Culture. De L'ère de La Subvention Au Nouveau Libéralisme*, 297–304. Avignon : La Documentation française.

Vicari Haddock, Serena. 2013. « Brand-Building : La Ville Créative. Un Regard Critique Sur Les Pratiques Actuelles. » Book Section. In *De La Ville À La Métropole. Les Défis de La Gouvernance.*, 269–79. L'Œil d'or.

Vicario, Lorenzo, and P Manuel Martinez Monje. 2003. "Another 'Guggenheim Effect'? The Generation of a Potentially Gentrifiable Neighbourhood in Bilbao." Journal Article. *Urban Studies* 40 (12): 2383–2400. doi:10.1080/0042098032000136129.

Vivant, Elsa. 2007. « L'instrumentalisation de La Culture Dans Les Politiques Urbaines : Un Modèle D'action Transposable ? » Journal Article. *Espaces et Sociétés* 131 : 49–66.

———. 2013a. « A qu(o)i sert la ville-spectacle ? » Journal Article. *Les cahiers de la métropole*, no. 3 : 60–63. https://hal-enpc.archives-ouvertes.fr/hal-00933412.

———. 2013b. "Creatives in the City: Urban Contradictions of the Creative City." Journal Article. *City, Culture and Society* 4 (2): 57–63. doi:http://dx.doi.org/10.1016/j.ccs.2013.02.003.

———. 2013c. « La question sociale a-t-elle une place dans les stratégies de développement par la culture ? » Book Section. In *De la ville à la métropole. Les défis de la gouvernance.*, edited by Nathalie Roseau Tommaso Vitale Christian Lefèvre, 279–87. L'Œil d'or. https://hal-enpc.archives-ouvertes.fr/hal-00933411.

Walter, François. 2010. *Le Temps Des Révolutions (1750-1830)*. Book. *Histoire de La Suisse / François Walter*. Neuchâtel: Editions Alphil.

Working group of EU member states experts. 2012. "Policy Handbook on How to Strategically Use the EU Support Programmes, Including Structural Funds, to Foster the Potential of Culture for Local, Regional and National Development and the Spill-over Effects on the Wider Economy?" Government Document. http://ec.europa.eu/culture/library/publications/cci-policy-handbook_en.pdf.

Zukin, Sharon. 1982. *Loft Living : Culture and Capital in Urban Change*. Book. *Johns Hopkins Studies in Urban Affairs*. Baltimore : Johns Hopkins University Press.

ANNEXE

Document préparé par l'Association Capitale culturelle suisse pour présenter son projet :

La Capitale culturelle suisse

Un projet d'événement national, innovant et fédérateur

Portrait

La *Capitale culturelle suisse* est un projet d'envergure proposant une nouvelle interprétation de l'actuel principe d'Exposition nationale. La proposition de l'association éponyme tend à insuffler en Suisse, et à un rythme régulier, un certain dynamisme en termes de créativité artistique, de rencontres et d'échanges culturels et sociaux. La *Capitale culturelle suisse* est éphémère et durable, soigne les patrimoine bâti et immatériel, fédère tous les publics, investit pour l'avenir, minimise les risques financiers, modère les fantasmes et apaise les angoisses, notamment politiques.

Se basant sur une nouvelle forme de solidarité confédérale en matière d'infrastructure culturelle, le concept s'appuie sur certaines modifications sociétales intervenues ces trente dernières années comme le développement des loisirs, la mobilité ou les migrations intérieures. La *Capitale culturelle suisse* nécessite une implication de la Confédération, tout en offrant des outils efficaces de suivi et de contrôle. Elle véhicule une idée forte : la culture est un lien commun, quelle que soit son expression, quel que soit le lieu où elle se présente.

Association Capitale culturelle suisse
c/o Philippe Racine – Chemin de Clair-Joly 53 – 1093 La Conversion
078 823 23 53 – pracine@bluewin.ch

Constat

La richesse multiculturelle caractérisant la Suisse s'avère parfois un obstacle sur le chemin de la rencontre, de la compréhension, voire de la tolérance entre les différentes sensibilités. Les barrières linguistiques n'offrent, par exemple, que peu de perméabilité à la création artistique suisse, celle-ci restant souvent confinée à sa région d'origine. Quelques exceptions viennent bien entendu démentir ce postulat. Dans les arts plastiques ou visuels (Jean Tinguely, Paul Klee, Ferdinand Hodler, Alberto Giacometti, Mario Botta, Ursula Meier…), comme dans les arts vivants ou la littérature (Mummenschanz, Marthe Keller, Friedrich Dürrenmatt, Young Gods, Stress, Benno Besson, Dimitri, Stephan Eicher, Christoph Marthaler, Zimmermann & De Perrot…). Dans la plupart des cas cependant, les artistes ayant enjambé les obstacles internes ont acquis une dimension internationale.

Par ailleurs, le multiculturalisme, force et faiblesse à la fois, ne permet pas à la Suisse d'abriter une capitale culturelle faisant référence en matière de créativité et d'attractivité, à l'image d'autres pays européens (Paris, Rome, Madrid, Londres, Berlin, Amsterdam…). La Suisse compte plusieurs pôles socioculturels disséminés en différents lieux. Cette dispersion naturelle est gommée temporairement par l'organisation de manifestations nationales ou internationales, sportive comme la Fête fédérale de lutte ou proposant un événement artistique à thème (Festival du film, Locarno ; Festival de musique classique, Lucerne ; Zürcher Theater Spektakel ; Montreux Jazz Festival…).

La plus importante des manifestations ayant pour ambition de rassembler les Suisses est l'Exposition nationale, qui se tient tous les 25 ans environ. De par sa nature fédérale, son ambition socioculturelle (questionnement) et son objectif (renforcer la cohésion nationale), cette exposition suscite d'importantes attentes que viennent renforcer d'inévitables notions patriotiques. Cela s'explique probablement par le fait que le concept d'exposition nationale est né 35 ans après la création de la Suisse moderne, en 1848 (1ère Expo à Zurich en 1883). A cette époque, le besoin de bâtir une identité suisse se faisait sentir.

« *(…) Si la chanson traditionnelle exprimait un sentiment individuel ou de groupe, jamais elle ne transmettait un propos identitaire. Ce n'est qu'après 1848, à la fin du Sonderbund et avec l'adoption de la Constitution fédérale, que les autorités suisses sollicitèrent compositeurs et poètes pour l'élaboration d'un répertoire de chansons patriotiques afin de renforcer l'unité confédérale.* » (Musiques traditionnelles romandes du 18ème siècle à nos jours, Michel Steiner, éd. Favre, 2012).

L'identité suisse semble désormais bien plus s'affirmer dans ses différences culturelles que dans une créativité commune. A cet égard, la notion de patriotisme n'entre plus vraiment en résonnance avec la création artistique. Si auparavant la culture pouvait ou devait contribuer à forger une identité, elle se veut dorénavant une forme de divertissement, une force de questionnement, voire une provocation. Sans doute vaut-il donc la peine désormais d'interpréter différemment la notion nationale lorsqu'il s'agit de présenter, d'assumer et de promouvoir le multiculturalisme suisse.

Association Capitale culturelle suisse
c/o Philippe Racine – Chemin de Clair-Joly 53 – 1093 La Conversion
078 823 23 53 – pracine@bluewin.ch

Enjeux

Le principal défi auquel est confrontée la Suisse d'un point de vue culturel réside dans sa capacité à afficher sans artifice son identité multiple et commune à la fois. Inviter à un rythme régulier les artistes et les populations du pays à se rencontrer, à se découvrir et à s'accepter est un défi majeur car il permettrait sans doute de trouver le point de convergence des Suisses et de fédérer ceux-ci. Il s'agirait moins d'encourager des artistes à chercher artificiellement un équilibre culturel, notamment au travers de créations multilingues très rarement concluantes, que de présenter les spécificités propres à leurs origines linguistiques, par exemple. L'ambition se traduirait par un encouragement à une certaine confrontation artistique et aux échanges socioculturels.

Dans cette volonté d'affirmation au travers des différences se niche un autre enjeu d'importance : éviter que la culture anglo-saxonne, notamment dans les arts vivants, ne vienne repousser au second plan l'expression artistique suisse. Ce risque, identifié depuis un certain temps, prend une autre dimension alors que la langue anglaise devient, dans certains contextes, le point de passage le plus aisé entre les différentes régions du pays.

«…On s'achemine vers un bilinguisme allemand-anglais, c'est un danger pour la cohésion à long terme. Je m'étonne que dans un pays aussi riche que le nôtre il ne soit pas possible que les élèves en filière gymnasiale passent au moins une année de leur scolarité dans une autre région linguistique. » (Walter Leimgruber, professeur d'ethnologie à l'Université de Bâle, Le Temps, 23 juin 2012).

Le propos n'est pas d'encourager l'édification d'un mur empêchant la migration culturelle, mais bien d'afficher les cultures résidantes pour qu'elles se découvrent, cela sans pour autant renoncer à inviter les autres. L'expression artistique doit s'affirmer dans l'ouverture. En Suisse, cela passe par la solidarité, sans doute une des valeurs communes à toutes les sensibilités du pays et un des enjeux sans cesse renouvelé. Par son ambition, son itinérance et son rythme régulier, la *Capitale culturelle suisse* peut certainement apporter des réponses à tous ces enjeux. Elle s'adresse également à la jeunesse en lui offrant non seulement un espace d'expression, mais aussi des expériences formatrices, des transmissions de savoir-faire, des envies de découvertes et de partage.

Association Capitale culturelle suisse
c/o Philippe Racine – Chemin de Clair-Joly 53 – 1093 La Conversion
078 823 23 53 – pracine@bluewin.ch

Concept

Tous les 5 ans, une ville suisse organise un important événement culturel sur une durée allant de 3 à 4 mois. Le titre de *Capitale culturelle suisse* est octroyé sur concours. Les villes candidates doivent répondre à un cahier des charges précis, tant en termes de contenu artistique et social, qu'en termes d'infrastructures. Le projet présenté doit comprendre au minimum la construction, l'agrandissement ou la rénovation d'un lieu hautement symbolique devant être l'élément clé de la manifestation et un garant de développement culturel futur pour la ville hôte.

La Confédération alloue un budget fixe dans lequel le projet doit impérativement s'inscrire. La ville désignée peut augmenter le budget de la manifestation par le biais de partenariats institutionnels (région, canton) et/ou privés (sponsoring). Des conditions cadres sont toutefois fixées à l'obtention du titre de *Capitale culturelle suisse* afin que les ressources de la manifestation soient consolidées dès le lancement de la phase préparatoire du projet.

Objectifs

La *Capitale culturelle suisse* vient rafraîchir le concept d'exposition nationale organisée tous les 25 ans. Le projet prévoit certes une manifestation nationale, mais de moindre envergure car organisée à un rythme plus régulier. Il s'agit d'un événement majeur mariant toutes les formes d'expression artistique et favorisant l'appartenance à une même communauté de destin. Cet événement permet le rayonnement d'une ville ou d'une région en lui offrant un tremplin vers l'avenir, en termes culturel, social et promotionnel. La manifestation se profile comme un espace-temps de rencontres éphémères laissant une trace durable sur son lieu d'accueil afin que celui-ci bénéficie à long terme d'un vrai capital de développement.

La *Capitale culturelle suisse* doit, entre autres :

- Afficher une ambition culturelle et sociale
- Présenter la richesse artistique et culturelle du pays
- Accueillir toutes les formes d'expression artistique
- Stimuler les créations et assumer la diversité culturelle suisse
- Gagner l'adhésion des acteurs culturels et politiques
- Susciter la sympathie et l'intérêt du grand public
- Proposer plusieurs lieux scéniques temporaires
- Dynamiser l'attractivité du site qui l'accueille à moyen, voire à long terme

Association Capitale culturelle suisse
c/o Philippe Racine – Chemin de Clair-Joly 53 – 1093 La Conversion
078 823 23 53 – pracine@bluewin.ch

Ambition culturelle

La *Capitale culturelle suisse* ambitionne de rassembler toutes les familles artistiques, tous les publics, toutes les sensibilités linguistiques et culturelles du pays. Elle invite toutes les générations et tous les goûts à se réunir autour de plusieurs espaces d'expositions et lieux scéniques existants ou éphémères. Les arts vivants, particulièrement évolutifs, y côtoyent toutes les autres formes d'expression, à l'image des arts plastiques, de l'architecture, de la littérature... L'événement encourage les créations afin de soutenir et de dynamiser la créativité et l'innovation.

La *Capitale culturelle suisse* permet à la ville hôte de concrétiser un projet culturel majeur. Un musée, un centre culturel ou un édifice à forte identité historique devient à la fois le symbole de la manifestation et un outil d'avenir. L'ambition du projet s'inscrit clairement dans la durée et il induit une ambition confédérale à l'échelle du pays puisque, de par son itinérance, la manifestation lègue, au fil de ses éditions, des infrastructures invitant à un prolongement culturel local d'importance, au minimum cantonale.

L'événement s'inscrit dans une triple logique culturelle : présenter la créativité suisse à un moment précis ; offrir de nouveaux lieux de création et d'expression ; proposer un observatoire de l'évolution artistique suisse à intervalles réguliers. Le projet respecte les trois axes d'activités de l'Office fédéral de la culture : le patrimoine culturel, la création culturelle et la promotion culturelle.

Critères

Seules des villes répondant à certains critères peuvent déposer leur candidature au titre de *Capitale culturelle suisse*. Leur projet doit répondre à l'ambition culturelle, ainsi qu'à un cahier des charges précis comprenant des considérations artistiques, techniques et budgétaires.

Un des critères de base doit sans doute être lié, d'une part, à la capacité d'accueil de la candidate et, d'autre part, aux objectifs de fréquentation de la manifestation. A ce titre, et par exemple, les candidates doivent ou devraient abriter un nombre plancher de résidents. Si ce critère devait être de + 50'000 habitants, cela concernerait 10 villes*. Avec un minimum de 30'000 habitants, 20 villes pourraient briguer le titre de *Capitale culturelle suisse*. Si tous les cantons ne peuvent être représentés dans une liste à 20 villes**, le projet devrait s'élargir aux agglomérations ou à des partenariats ville/région.

**Zurich, Genève, Bâle, Lausanne, Berne, Winterthour, Lucerne, Saint-Gall, Lugano, Bienne*
*** + Thoune, Köniz, La Chaux-de-Fonds, Schaffhouse, Fribourg, Vernier, Coire, Neuchâtel, Uster, Sion*

Association Capitale culturelle suisse
c/o Philippe Racine – Chemin de Clair-Joly 53 – 1093 La Conversion
078 823 23 53 – pracine@bluewin.ch

Sélection

Un jury ad hoc, d'envergure nationale et placé sous l'égide de l'Office fédéral de la culture, choisit le projet le plus respectueux des critères fixés. Il tient compte également de son ambition, de son caractère innovant et de sa capacité à fédérer les milieux artistiques de toutes les régions linguistiques du pays. Le jury désigne son ou ses représentants au sein du groupe de travail ou de pilotage de la phase préparatoire de la manifestation. Il veille ainsi au respect du cahier des charges lié, notamment, à l'octroi du financement fédéral. Ce faisant, il peut être appelé à jouer un rôle d'arbitre. Le ou les représentants du jury ne participent d'aucune manière à la phase d'exploitation de la manifestation.

Budget

La *Capitale culturelle suisse* est dotée d'un budget fédéral s'articulant autour de trois axes principaux : les infrastructures et l'exploitation ; la programmation ; la promotion. Un pourcentage défini du budget est laissé à libre usage des organisateurs. Le budget de la Confédération permet la tenue d'une manifestation répondant à l'ambition culturelle et sociale sans apport extérieur.

Toute autre ressource, institutionnelle et privée, doit donner une ampleur supplémentaire à la manifestation, sans toutefois conditionner la concrétisation du projet. Des critères pourraient être fixés à ce propos dans le cahier des charges des villes candidates, par exemple la nécessité de consolider les budgets externes au minimum 12 mois avant la manifestation.

La Confédération pourrait allouer un budget de 120 à 150 millions de francs s'adaptant selon des facteurs techniques afin que l'enveloppe représente des moyens identiques d'une édition à l'autre. Un fonds pour la *Capitale culturelle suisse* pourrait être créé et alimenté annuellement par les autorités fédérales. Dans l'exemple, 24 à 30 millions/an sont affectés au fonds. Ce procédé présenterait deux avantages majeurs : permettre à la ville retenue de disposer de liquidités pour lancer la phase préparatoire de son projet ; éviter aux autorités de consacrer en une seule enveloppe budgétaire un montant considérable pour réaliser une exposition nationale « traditionnelle ». Ce mode de financement, moins spectaculaire que celui déployé pour une Exposition nationale, générerait par ailleurs moins d'attentes et probablement moins d'inquiétudes.

***Note 1** : A titre d'exemple, le budget artistique de la Direction Events d'Expo.02 s'élevait à 130 millions de francs, hors infrastructure (81 millions pour la programmation ; 28 millions pour les opérations ; 21 millions pour l'administration et la promotion). Ce budget a permis de proposer plus de 13'500 spectacles, répartis sur 25 lieux scéniques, 4 sites et 5 mois.*

***Note 2** : Répartition du financement de la culture en Suisse (statistique 2010 – source OFS)*

	CHF (millions)	%	CHF/ habitant
Confédération	267	10.4%	34
Cantons (y.c. loteries)	1022.6	39.9%	130
Communes	1272.1	49.7%	161
Total	**2561.7**	**100%**	**325**

Association Capitale culturelle suisse
c/o Philippe Racine – Chemin de Clair-Joly 53 – 1093 La Conversion
078 823 23 53 – pracine@bluewin.ch

Conclusion

Ambitieux, le projet de *Capitale culturelle suisse* émane de réflexions menées et d'expériences vécues dans le cadre d'événements culturels de dimensions diverses, ainsi que lors de la 6ème Exposition nationale suisse organisée en 2002 dans la région des Trois-Lacs. Il repose également sur un questionnement récurrent : quelle est l'identité suisse ? Celle-ci existe, bien entendu, mais peut-être est-elle souvent présentée de manière quelque peu artificielle, notamment lorsqu'il s'agit d'expressions artistiques. La Suisse présente un multiculturalisme tellement riche qu'il paraît impossible de vouloir lui trouver un point commun culturel, celui-ci émergeant sans doute plus dans le domaine socioculturel.

Les composantes linguistiques du paysage helvétique ont chacune leurs propres références historiques, intellectuelles ou politiques. Chaque région vit avec la conviction profonde d'être différente tout en étant unie aux autres. C'est une réalité, mais force est de constater qu'il est plus aisé d'identifier ce qui diffère que ce qui fédère. Surtout lorsqu'il est question de culture, car personne ne se demande quelle langue parle le sportif suisse dominant sa discipline à l'échelle mondiale avant de décider de le supporter ou non. La *Capitale culturelle suisse* a pour objectif de trouver ce point de convergence entre les différentes sensibilités du pays, par son rythme, par la solidarité qu'elle invente, par les liens qu'elle permet de nouer et de resserrer au fil de ses éditions. Elle souhaite faire de la diversité culturelle assumée un outil fédérateur, porteur d'énergie et de créativité.

Le projet revisite le concept d'Exposition nationale. Celui-ci ayant vu le jour lorsque la Suisse moderne devait se construire, trouver ses repères et écrire son histoire. Un siècle et demi plus tard, la *Capitale culturelle suisse* propose de franchir un pas, celui de l'affirmation d'une identité socioculturelle multiple et commune à la fois.

Le concept proposé par notre association fondée en mars 2013 mérite un examen de détails pouvant mesurer ses forces, ses faiblesses et sa faisabilité. Un travail que les auteurs de la présente proposition se feraient un plaisir et un honneur de réaliser.

Association Capitale culturelle suisse – 2013/2014

Daniel Rossellat, Nyon
Président du Paléo Festival Nyon
Ancien Directeur Events Expo.02

avec

Philippe Racine, Lutry
Communication & RP, Genève/Lausanne
Rédacteur du Rapport final Events Expo.02

Michael Kinzer, Neuchâtel
Directeur du Festival de la Cité, Lausanne
Ex-coordinateur Programmation Events Expo.02

Association Capitale culturelle suisse
c/o Philippe Racine – Chemin de Clair-Joly 53 – 1093 La Conversion
078 823 23 53 – pracine@bluewin.ch