



## CONCERTATION CULTURE EUROPACITY

### COMPTE-RENDU DE L'ATELIER DE RÉFLEXION COLLECTIVE DU 9 JUIN 2017 À SEVRAN

Cet atelier de réflexion collective s'est déroulé le 9 juin 2017 à Sevrans. Il a duré 2 heures – de 14h à 16h – et a réuni 6 participants (hors maîtrise d'ouvrage et prestataires).

#### Déroulement de la réunion :

---

1. Ouverture
2. Travail participatif sur la thématique de l'offre artistique et culturelle hors équipement
3. Hiérarchisation par pertinence vis-à-vis des besoins du territoire
4. Remerciements et clôture de l'atelier
5. Visite de la Micro-Folie de Sevrans

#### Représentants de la maîtrise d'ouvrage :

---

- Nicolas MARANDON, responsable des relations territoriales et de la concertation (EuropaCity)
- Mathilde CURDEL, responsable de la programmation culturelle et événementielle (EuropaCity)
- Pierre FRANQUEVILLE, animateur (ABCD)
- Samuel AUBERT, animateur (ABCD)



## 1. Ouverture

---

### Mise en place d'une plateforme contributive

Une plateforme contributive accessible sur le site internet dédié à la concertation [www.construisons-europacity.com](http://www.construisons-europacity.com) permet à chacun de donner son avis, de partager ses idées, de lire les avis mais aussi de recevoir des réponses à ses questions. Deux idées, issues des précédents ateliers de réflexion, ont d'ores et déjà été mises en ligne : une plateforme touristique pour l'Île-de-France à EuropaCity et une fabrique culturelle au cœur d'EuropaCity.

### Présentation de la thématique de l'atelier :

Le présent atelier vise à identifier **les différentes modalités d'offre culturelle hors équipement**. Trois grandes catégories d'offres culturelles ont été préalablement identifiées par ABCD : les équipements éphémères, les actions événementielles et les actions médiatiques et de communication. Les participants sont invités à échanger sur ces 3 catégories, à les augmenter et à détailler les modalités de mise en œuvre.

## 2. Travail participatif sur la thématique de l'offre artistique et culturelle hors équipement

---

### – Les équipements éphémères

Les équipements « pop-up » pourraient prendre la forme d'une mise à disposition de cellules commerciales pour des opérateurs culturels et artistiques, en usage intercalaire et en amont de leur location. Plutôt que de masquer les cellules commerciales éventuellement inusitées, il pourrait être plus intéressant de les mettre à disposition, pour une courte durée, à des opérateurs artistiques et culturelles qui y développeront une activité. À ce propos, un participant souligne l'importance d'une bonne contractualisation entre le gestionnaire et l'opérateur culturel : s'il est facile de mettre à disposition un lieu, il peut être parfois plus difficile de le récupérer.

Des équipements « mobiles » ont été évoqués comme le Studio 13/16 que le Centre Pompidou a déployé notamment dans des centres commerciaux ou bien encore les bibliothèques mobiles de Bibliothèque Sans Frontières.

La possibilité d'un équipement « corner » a également été envisagée. Il s'agirait d'un petit espace culturel permanent, mais à l'offre tournante. Un espace quasi vierge, plus ou moins polyvalent, qui pourrait être dédié à tous les acteurs artistiques et culturels du territoire : viendraient s'y loger une exposition, puis un spectacle, etc. Si l'équipement « corner » représente un espace d'expression temporaire pour les différents opérateurs, il est bien un espace permanent pour EuropaCity et ses publics.



Enfin, on été évoqué les équipements culturels « temporaires », c'est-à-dire des espaces fixes dont la période d'exploitation peut aller d'un mois à plusieurs années. Un équipement temporaire peut se matérialiser par une architecture éphémère. La micro-folie de Sevran en est un autre exemple.

#### – Les actions événementielles

Les grands événements de type festival international sont une première typologie possible. Un participant indique qu'une réflexion d'initiative associative est actuellement en cours sur l'opportunité d'un grand festival de musiques actuelles à l'échelle de Roissy Pays de France.

Un autre participant estime qu'un grand festival des cultures numériques, à l'échelle de l'Île-de-France, trouverait sa place au sein d'EuropaCity. Un tel festival pourrait être à la croisée de l'économie start-up et l'offre culturelle, le numérique se développant aujourd'hui dans l'ensemble des champs artistiques.

Une seconde catégorie événementielle soulevée est celle des salons (la FIAC, les Puces du Design, le forum Entreprendre dans la culture, ou encore le Salon européen des métiers d'art). Le projet EuropaCity peut-il devenir une destination de salons culturels ? Il existe tout d'abord un enjeu de masse critique : il faut pouvoir accueillir plusieurs salons par an pour être crédible. Or la concurrence en Île-de-France est forte. Une stratégie concurrentielle pourrait être d'accueillir des salons spécialisés dans des domaines très précis, comme le fait la Grande Halle de la Villette. En outre, un participant souligne que la catégorie « salons » est à rapprocher de la catégorie « festival ». En effet, les festivals deviennent aujourd'hui également des salons, et vice versa : l'offre culturelle et artistique d'un festival se couple bien de rencontres professionnelles.

La troisième catégorie événementielle avancée est celle des petits événements : mini-concerts et expositions dans les espaces à usages publics, « happening », etc. Pour ces petits événements, la question des récurrences et des saisonnalités se pose fortement. En effet, les temporalités commerciales et saisonnières doivent être prises en compte : les animations seront probablement plus denses en période des fêtes ou de soldes, par exemple.

À ce propos, un participant évoque une initiative lancée par un acteur de la grande distribution il y a quelques années : un festival durant les périodes de Noël. Un directeur artistique, doté d'un budget, était en charge de monter une programmation avec des artistes de rue qui devaient être vigilants afin de ne pas gêner les clients du supermarché. Il en va de même sur les marchés, où l'intervention artistique n'est pas aisée par manque de disponibilité des personnes et par risque de déranger les commerçants. Au sein d'EuropaCity, la fanfare ambulante sera ainsi mieux appréciée qu'un concert fixe. Il est ici remarqué que si la conception des espaces d'EuropaCity intègre dès le départ cette exigence, ces contraintes de gestion des flux peuvent être aisément évitées.

Mathilde CURDEL pose la question de la pertinence de lieux culturels, situés dans le parc urbain d'EuropaCity, et conçus pour accueillir librement de petites formes. Entre l'équipement temporaire et l'équipement fixe, il s'agirait d'un squelette de scènes que les associations du territoire pourraient investir librement. Un participant estime que de tels dispositifs sont difficiles à faire fonctionner à



cause des problèmes de sécurité et d'entretien. Une équipe de gestion du lieu est nécessaire pour réguler les flux de publics et pour accompagner techniquement et logistiquement les associations. Au-delà des aspects techniques, le contrôle de la programmation et des propositions est un enjeu supplémentaire. À l'aune d'autres expériences, les participants estiment qu'une éditorialisation et une programmation culturelle du lieu, si légère soit-elle, est préférable à une ouverture totale et libre.

#### – **Les actions médiatiques**

Cette catégorie regroupe l'ensemble de l'offre artistique et culturelle qui pourrait se développer à travers des supports médiatiques divers. Ces supports médiatiques pourront être situés au sein même d'EuropaCity : une programmation sur écrans d'affichage (films d'animation, court-métrage, relais d'information, ...), une programmation sur mobilier urbain (poster de design ou artistique, photographie, ...), une vitrine commerciale, etc.

Les actions médiatiques concerneront également les supports mobiles et virtuels : magazines, site Internet, etc. Un participant évoque l'idée d'une éditorialisation d'EuropaCity et de son offre culturelle via une chaîne YouTube, une application, une radio ou encore une websérie. Il s'agirait d'un média qui puisse relayer le quotidien d'EuropaCity, les actions menées, les partenariats développés, son offre culturelle, etc.

Toutes les hypothèses de réalités augmentées, pertinentes en 2024, ont aussi été évoquées.

Il a été supposé qu'EuropaCity pourrait devenir son propre média, multicanal et multiformat, dont l'une des marques de fabrique pourrait être de proposer du contenu culturel et artistique.

---



En seconde partie d'atelier, les participants complètent la typologie proposée par ABCD de plusieurs autres catégories :

– **L'offre artistique et culturelle en déambulation**

La déambulation est considérée comme une catégorie à part par les participants : il s'agit d'une forme spéciale, qui nécessite donc des équipements et des modalités d'action spéciaux.

À l'intérieur d'EuropaCity, une mobilité de l'offre culturelle peut être imaginée à travers la conception d'un équipement mobile qui se promènerait sur l'ensemble du site. Plus largement, une mobilité extérieure à EuropaCity peut être imaginée, l'équipement mobile étant alors amené à se déplacer sur l'ensemble du territoire et des communes environnantes.

Plusieurs exemples d'équipements mobiles ont été évoqués par les participants : un écran de cinéma gonflable (exemple : Ardèche Images), un chapiteau ambulant ou encore un musée mobile (exemples : Musées passagers de la Région Île-de-France ou Centre Pompidou Mobile, tous deux abandonnés car trop chers en déplacement et en assurance.)

Pierre FRANQUEVILLE, ABCD, évoque également la Scène nationale Culture Commune dans le bassin minier. Cette scène nationale n'avait pas de lieu suffisamment grand pour ses spectacles et présentait donc sa programmation dans différentes salles du bassin minier. Cette programmation représentait donc une pratique de la déambulation sur le territoire. Il en va de même pour le Fourneau – Centre des Arts de la Rue à Brest.

Plusieurs opérateurs culturels sur le territoire ont l'habitude de cette itinérance, en allant y compris directement chez l'habitant. Ceci pourrait constituer un axe programmatique fort et singulier.

– **L'offre artistique et culturelle en transports / infrastructures**

Les infrastructures et les réseaux de transport (gares, bus, routes, mobilités douces, ...) peuvent devenir support d'une offre culturelle et artistique. Il est rappelé que la Société du Grand Paris porte une attention particulière à la question culturelle et que plusieurs équipements culturels seront à proximité immédiate d'une gare du Grand Paris Express (notamment le Musée de l'Air et de l'Espace tout proche).

Pierre FRANQUEVILLE fait remarquer que les opérateurs culturels ont intérêt à prendre en compte l'ensemble des facteurs et modalités qui peuvent amener une personne à assister à un spectacle ou une exposition, de leur domicile à l'équipement culturel. Plusieurs expériences de transport sont alors évoquées par les participants comme les bus spectacle mis en place par la compagnie Sham. Il est rappelé que la mobilité des populations alentours et la desserte d'EuropaCity sont des enjeux essentiels.



#### – L'offre artistique et culturelle chez les habitants

La question de la relation des habitants du territoire avec EuropaCity peut être traitée par le développement d'une offre culturelle hors équipement. Selon un participant, pour faire venir les gens, il faut d'abord aller chez eux. La notion de parcours de l'utilisateur est majeure, depuis la maison jusqu'à EuropaCity, en passant par toutes les étapes (et freins) physiques comme intellectuelles.

Nicolas MARANDON réaffirme l'importance de cette notion de parcours usager. Il est important pour EuropaCity que l'habitant du territoire ne se sente pas en touriste au sein d'EuropaCity, ni qu'il ait l'impression d'être à Paris, mais bien « chez lui ». L'artiste plasticienne Kate Browne et son œuvre *Cocoon* ont notamment été évoqués.

Cette modalité d'actions vers l'habitant est apparue pertinente pour l'ensemble des participants. Le groupe l'a identifié comme catégorie moins pour décliner des actions concrètes possibles que pour se rappeler cet enjeu de proximité.

#### – L'offre artistique et culturelle dans les commerces

Les commerces représentent la dernière catégorie identifiée par les participants. Elle recoupe plusieurs autres catégories identifiées plus haut : actions sur les vitrines, événementielle saisonnier et commercial, équipements « pop-up », etc.

Les vitrines, les cellules commerciales, ou encore les espaces de restauration et d'hôtellerie, comme l'architecture globale d'EuropaCity (son geste architectural) mobiliseront probablement des artistes au sens large. On connaît, par exemple, l'attention au design que portent certaines marques d'hôtel ou de prêt-à-porter. Concernant l'hôtellerie, l'hôtel Abba à Stockholm, associé au musée du groupe, a été évoqué.

L'idée d'un festival culinaire a également émergé chez les participants, en lien avec l'offre de restauration qui se développera à EuropaCity.

Les boutiques éphémères et leur logique de renouvellement permanent, dont les logiques d'exploitation peuvent correspondre à des opérateurs artistiques à but lucratif (créateurs de mode, jeunes galeries d'art contemporain ...) ont aussi été mentionnées.

Enfin, plusieurs exemples de transformation artistique et d'éditorialisation de cellules commerciales ont été avancés : l'événement Black Supermarket à Paris lancé par la marque Carte Noire, par exemple. Mathilde CURDEL a enfin présenté La Fabrica de Benetton, sorte d'incubateur pour créatifs, espaces de résidence, d'exposition et de R&D qui alimente Benetton en idées nouvelles. Ces exemples montrent qu'au-delà de la mise à disposition de lieux pour des opérateurs artistiques, les enseignes, tout du moins certaines, peuvent elle-même proposer des concepts innovants pour leurs espaces de vente, voir proposer des contenus créatifs originaux.





En fin de séance, sans que cela soit lié à une catégorie d'action en particulier, a été envisagée la possibilité d'une collection d'art EuropaCity, constituée au fil du temps, alimentée par l'ensemble des actions possibles. EuropaCity se porterait acquéreur d'un ensemble d'œuvres réalisées en son sein, œuvres valorisées et possiblement vendues, au profit des actions culturelles territoriales.

### 3. Hiérarchisation par pertinence en fonction des besoins du territoire

---

Deux types d'actions prioritaires ont été retenus par les participants :

**Les actions qui permettent une rencontre entre le public d'EuropaCity et l'offre culturelle du territoire.** Les opérateurs culturels du territoire vont chercher des publics chez EuropaCity. Ces actions peuvent se traduire par les éléments suivants :

- équipements culturels mobiles et temporaires,
- équipements « corner »,
- opérations médiatiques à EuropaCity,
- actions en lien avec les transports (un relais physique dans la gare Grand Paris Express, par exemple),

**Les actions qui permettent une rencontre entre les habitants du territoire et l'offre culturelle d'EuropaCity.** Ici, EuropaCity va vers l'habitant et le territoire, pour donner envie d'aller à EuropaCity. Ces actions peuvent se traduire par les éléments suivants :

- équipements mobiles et de déambulation sur le territoire,
- actions médiatiques via internet, magazines, webtélé, radio, etc.
- transports et infrastructure,

### 4. Remerciements et clôture des échanges

---

La maîtrise d'ouvrage remercie les participants. Le prochain atelier culture aura lieu à la rentrée de septembre. La date de cet atelier sera communiquée prochainement.

Une réunion publique aura lieu le jeudi 29 juin, à Garges-les-Gonesse (à 19h au centre social et culturel du Plein-midi), où les thématiques culturelles abordées en atelier de réflexion seront partagées.



## 5. Visite de la Micro-Folie de Sevrans

---

A l'issue de l'atelier, les participants volontaires sont conviés à visiter la Micro-Folie de Sevrans, un équipement éphémère (qui pourra être amené à devenir pérenne) implanté à Sevrans. Fruit d'un partenariat entre la ville de Sevrans et la Villette – EPPGHV, la micro-folie de Sevrans consiste en un bâtiment de 450 m<sup>2</sup> monté en kit et organisé autour de trois modules : le musée numérique (diffusant sur écran géant et sur tablettes des contenus culturels produits par les établissements nationaux culturels partenaires tel que le musée Picasso ou Le Louvre), le café Little Folie (espace d'accueil et de convivialité) et l'Atelier (FabLab animé par du personnel local). L'espace est doté d'une scène équipée et peut ainsi recevoir spectacles et concerts pour une jauge public maximale de 800 personnes.

>> <https://lavillette.com/micro-folie/>