

L'effet long terme du label « Capitale européenne de la culture »

Avant de soutenir Marseille au titre de capitale européenne de la culture en 2013, les patrons provençaux ont interrogé les mécènes de Lille, lauréate en 2004, sur les bénéfiques de l'opération. Quel bilan les mécènes de l'époque tirent-ils de cette expérience ? Des témoignages plutôt encourageants !



Lille se souvient encore de la Ronde de Nuit 2004

Le général de Gaulle, Marguerite Yourcenar et Mireille Mathieu sont inscrits au Livre d'or de l'entreprise **Meert**, haut lieu de la gourmandise lilloise. Depuis près de deux siècles, têtes couronnées et célébrités sont venues déguster ses célèbres gaufres. Meert se devait donc d'être fournisseur officiel de Lille 2004. Une opération qui a fait progresser de près de 40 % son chiffre d'affaires cette année là. Thierry Landron, l'heureux patron de l'entreprise, accueille dans le restaurant de sa superbe boutique, classée monument historique « *Je pensais que le chiffre d'affaires allait retomber les années suivantes mais pas du tout ! Il y a*

un avant et un après 2004 qui a constitué pour nous un véritable virage. J'ai investi, fait des travaux pour nous agrandir et ouvert ce restaurant, ainsi qu'une boutique en 2010 dans le quartier du Marais à Paris. Le Nord est à la mode, notre image s'est transformée. J'ai même vendu des gaufres aux Chinois dans le pavillon de Lille 3000 à Shanghai pendant l'Exposition universelle. »

Lille 3000 : l'aventure continue

Meert, porté par ce succès, est donc devenu partenaire de Lille 3000, le bras armé de la vie culturelle dans la métropole des Flandres.

« *Lille 3000 est une émanation directe de Lille 2004. Sa création avait été décidée par la ville en cours d'année pour éviter que l'élan ne retombe, canaliser le grand mouvement de dynamisme culturel et de décloisonnement des mentalités qui s'était mis en marche.* » expliquent à l'unisson Thierry Lesueur, coordinateur général de Lille 3000 et Laurent Dreano, directeur de la culture de la ville. « *Nous l'avons créé pour dire à tous nos partenaires et notamment aux responsables économiques qui étaient demandeurs, que l'aventure continuait. L'association s'inscrit dans la durée et capitalise l'expérience acquise.* »



La Maison Meert haut lieu de la gourmandise.
Lille 2004 a fait progresser son chiffre d'affaire de 40 %.

La majorité des entreprises présentes en 2004 restent des partenaires impliqués dans l'activité foisonnante de Lille 3000. Même organisation de base en trois collèges, dont un pour les entreprises ; mêmes interlocuteurs culturels professionnels, rompus au dialogue avec elles ; même volonté de faire de la métropole un moteur de développement international. Leur mécénat alimente à hauteur de trente à quarante pour cent, un budget annuel d'une dizaine de millions.

Les deux grandes sociétés que sont SFR et EDF, partenaires officiels de l'année européenne de la culture jouent le même rôle auprès de Lille 3000. La fondation Total, la Caisse d'épargne Nord Europe les ont rejoints, et Auchan a pris la place de Carrefour. « *L'effervescence autour de Lille 2004 nous a incité à accompagner Lille 3000 dans sa démarche de démocratisation de la culture* » remarque Alain Reeners, responsable de la communication d'Auchan dans

le Nord Pas de Calais, berceau de la marque. Une pléiade d'entreprises de toutes tailles s'investit également, mais au coup par coup.

Leur choix se fait en fonction des thèmes et des opportunités offerts par les événements organisés pour Lille 3000, notamment les grandes expositions. Elles y apportent, leurs moyens, leurs techniques, leur créativité et leurs publics ! A des degrés divers, toutes s'impliquent dans la réalisation des projets. Oxylane, la holding qui depuis 2008, regroupe Decathlon et une pluralité de marques sportives, n'était pas partenaire de Lille 2004, mais elle l'est de Lille 3000. Elle a équipé en terrain de jeux sportifs, à usage familial, le parvis de l'ancienne gare Saint Sauveur au centre Lille.

Cette gare de marchandises, promise à la démolition, a en effet été récupérée par la ville. Lille 3000 en a fait un espace culturel et convivial de proximité qui fonctionne comme une coopérative pour les acteurs culturels et les associations de la métropole. « *Tout est gratuit et tout le monde vient* » remarque Thierry Lesueur.

Quant à Virginie Cheze, la correspondante de Lille 3000 chez SFR, elle

organise des week-ends familiaux, enfants compris, pour faire visiter à ses clients la gare Saint Sauveur ou le tri postal. Ce dernier, également promis à la démolition, avait accueilli de grandes manifestations lors de Lille 2004. Il a repris du service pour accueillir les expositions organisées par Lille 3000. La présentation en avant première de la collection Pinault en 2007 « *Passage du temps* » comme celle de la collection Saatchi qui vient de fermer ses portes après avoir accueilli plus de 120 000 visiteurs, ont attiré des élites internationales, investisseurs potentiels et cadres épris d'art contemporain.

« *La clientèle d'affaires a augmenté, la clientèle touristique aussi, et elles sont beaucoup plus internationales*, dit Louis Deretz directeur régional du groupe Accor qui compte une trentaine d'hôtels dans la région. *Nous vivons encore à l'heure de Lille 2004 et Lille 3000 prolonge l'élan. Ca n'a pas été un feu de paille. Au Japon maintenant on sait où se trouve Lille.* » Mécène fidèle, le groupe Accor accompagne depuis 2004, la trajectoire culturelle de la métropole et Louis Deretz déjà présent à l'époque, en garde la mémoire.



Pour attirer à Lille 3000 un maximum de visiteurs, l'ancienne gare Saint Sauveur a été aménagée en terrain de jeux et de sport.

Futurotextiles : maillage de créateurs



A l'initiative de Lille 3000, plus de cinquante entreprises ont collaboré avec des artistes pour présenter les nouveaux textiles et leurs usages. De Lille à Istanbul, de Courtrai à Shanghai l'exposition a drainé plus de 200 000 visiteurs. Point d'orgue de sa troisième édition en 2012, l'inauguration du

pôle européen de compétitivité du textile à Roubaix où l'exposition, partie de Barcelone achèvera son tour des villes européennes du textile.

Mais peu d'entreprises peuvent vraiment mesurer l'impact direct de cette exceptionnelle année européenne. Changement d'équipes, de localisation ou d'orientation, fusions ... Certaines d'entre elles, telle Bonduelle, présente en 2004 se sont retirées. D'autres, comme les Trois Suisses, n'ont pas gardé la trace de l'événement.

Quant à la Caisse d'Épargne des Flandres, partenaire officielle de Lille capitale européenne de la culture, elle a fusionné en 2007 avec les deux autres Caisses d'Épargne de la région pour donner naissance à la Caisse d'Épargne Nord France Europe. « C'est l'une des plus grosses de France, observe Pierre Gorin, qui gère sa communication, cela nous a permis de faire une importante montée en gamme dans le mécénat culturel. Nous y consacrons en moyenne 500 000 euros par an. Partenaires officiels de Lille 3000, engagés pour cinq ans, installés à Euralille à deux pas du tri postal, nous sommes associés à toutes leurs opérations où nous invitons personnel et clients. Lorsque Carolyn Carson est venue au centre national de la danse à Roubaix, elle a accepté de danser dans le grand hall de la Caisse où nous avons accueilli une des œuvres de la collection Saatchi pendant la durée de l'exposition voisine. » A l'instar du héros de « Bienvenue chez les ch'tis », Pierre Gorin a quitté il y a cinq ans son poste à Marseille pour rejoindre la Caisse

d'Épargne Nord France Europe et semble s'en féliciter.

Quel que soit leur degré d'implication dans le mécénat, les entreprises s'accordent à reconnaître l'impact de l'année 2004, prolongé par Lille 3000, sur le dynamisme régional, le changement d'image qui en résulte et l'attractivité nouvelle de leur région : la métropole lilloise est devenue une destination favorite des étudiants boursiers Erasmus. Autres indicateurs de succès, le Nord Pas de Calais est la troisième région française d'implantation de bureaux et les chiffres du tourisme sont en constante progression.

L'importance de la culture

Peut-on établir un lien avec les récentes localisations d'entreprise ? Pourquoi Oxylane, présent dans une vingtaine de pays, installe-t-il dans la métropole lilloise ses premiers « sites de marque » internationaux, un concept nouveau où se conjuguent pour un même sport, fabrication, vente et pratique ouverte au public ? « Il est plus facile d'attirer des entreprises dans une région où ça bouge et où il y a des projets. La culture a changé l'image et créé un cercle vertueux » constate Philippe Dourcy directeur de la communication d'Oxylane. Luc Doublet, l'emblématique président de l'entreprise du même nom, numéro un mondial de la fabrication de drapeaux, vient de gagner à Londres

le marché des prochains Jeux Olympiques. Cette figure de proue du patronat régional, milite pour l'alliance de la culture et de l'économie. « Ma philosophie, dit-il, c'est que la culture est un starter de l'économie. Il y a dans cette région aux 42 musées un remarquable terreau culturel. Lille 2004 a été le révélateur de cette richesse et Lille 3000 prolonge son action. En ce qui concerne mon entreprise Lille 2004 a changé notre positionnement. Nos savoirs faire se sont adaptés aux projets réputés infaisables, comme la couverture en rose de la gare de Lille Flandres pendant l'année européenne. Les artistes nous ont appris à penser autrement. Ils nous aident à avancer. Nous allons ouvrir une unité dédiée à la fabrication de leurs œuvres près du futur musée du Louvre à Lens et créer un catalogue de muséographie ».

Pour Thierry Lesueur l'installation du Louvre à Lens, au cœur de l'ancien bassin minier, prend sa source dans « Les beffrois de la culture » de 2004, une exposition d'œuvres d'art dans les mairies des villes dépourvues de musée. Quelle qu'en soit l'origine ce nouveau phare culturel régional attire déjà les entreprises et leur mécénat. Outre l'installation de Doublet, la Caisse d'Épargne va prendre en charge la salle des réserves du Louvre à Lens dotée d'une équipe de chercheurs et de spécialistes de la restauration d'œuvres d'art.

Les institutions culturelles majeures de la métropole ont, elles aussi, d'après Laurent Dreano, bénéficié d'un « effet 2004 » avec des mécènes plus nombreux et plus diversifiés. Anne Françoise Lemaistre, responsable du développement du Palais des Beaux Arts à Lille le confirme : « L'année européenne de la culture a décomplexé les petites entreprises qui ont trouvé leur place dans le mécénat car on peut monter des projets avec des entreprises de toutes tailles. Nous avons fait une très belle année de mécénat en 2010 mais cela demande une énergie considérable ! » ●

Marthe de la Taille Rivero