

# DIDIER FUSILLIER

*Lille 3000*



INTERVIEW RECUEILLIE PAR BENJAMIN BELLET (7 NOVEMBRE 2014)

© MAXIME DUFOUR PHOTOGRAPHIES



**DIDIER  
FUSILLIER**

*Directeur du programme culturel de Lille 3000,  
Directeur de la Maison des Arts de Créteil (jusqu'en 2015)  
Président de l'Établissement public du parc et de la grande halle  
de La Villette (depuis 2015)*

## LE CONCEPT DE CRÉATION ADAPTÉ À UN TERRITOIRE OU À UN LIEU

QUEL EST LE RESSORT PARTICULIER DE LA CRÉATION CONTEMPORAINNE PAR RAPPORT AUX AUTRES DOMAINES TELS QUE LE PATRIMOINE CULTUREL, LES PAYSAGES URBAINS ET NATURELS ? COMMENT DÉFINIR LA CRÉATION CONTEMPORAINNE ? PEUT-ELLE PARTICIPER À LA SINGULARITÉ D'UN TERRITOIRE ?

La création contemporaine... on a l'impression souvent que c'est réservé aux initiés, aux valeurs du patrimoine ou du monde de l'art. On pense que c'est incompréhensible. Pour nous, c'est l'art qui est en prise totale avec notre modernité, avec la vie. C'est pour cela que l'on voit le succès de la Fiac aujourd'hui. On est cependant sur des codes différents ; et sur une compréhension qui n'est pas immédiate. Cela oblige chacun à avoir sa propre perception. On peut avoir des artistes contemporains qui interprètent des œuvres anciennes. Lille 2004 (Capitale Européenne de la Culture) puis lille3000, c'est avant tout une grande explosion d'arts. Notre but c'est que le public fasse son propre chemin.

Pour cela, on a imaginé les ambassadeurs en 2004, des transmetteurs transformés en médiateurs. Ils donnent des clés d'explication. Leur intervention a de toute évidence généré du monde dans les lieux. On essaie de ressentir une modernité. Lorsqu'on parle d'hybridation, c'est d'entendre la musique que l'on n'entendrait pas d'habitude. Le médiateur donne du corps à l'œuvre. C'est aussi la raison pour laquelle nous avons réalisé les dossiers pédagogiques. Le ticket que nous donnons aux enfants est ensuite destiné aux parents. Résultats, les enfants sont très attentifs. Nous adaptons en permanence le propos selon les publics. Une entreprise qui va faire une grande soirée sur un des sites, ne va pas recevoir le même discours qu'une classe scolaire ou des collectionneurs. Les expositions sont des lieux de rencontre.

FAUT-IL AVOIR RECOURS À LA CRÉATION CONTEMPORAINNE DANS TOUTES LES ACTIONS ?

Cela dépend du contexte. Quand il s'agit d'un bâtiment, un architecte ne reproduit pas ce qu'il a fait ailleurs. Il n'y a pas de règle. Il faut avoir en tête d'imaginer le public dans une pluralité d'art.

Dans le cadre des Berges de Seine, c'est conçu sur du « Do it yourself ». On met en place une série de matrices. Les éléments sont mis à disposition. Ensuite, les gens se livrent à eux-mêmes. Il faut que nous soyons plus libres sur leur temps. Depuis l'ouverture en juin 2013, le site a accueilli plus de 3 millions de visiteurs. C'est gratuit et ouvert 7 jours sur 7, 24 heures sur 24.

## MÉTHODE ET ORGANISATION

COMMENT CONSTITUER UNE ÉQUIPE DÉDIÉE À L'OPÉRATION ? QUELS SONT LES ÉCUEILS À ÉVITER ?

DES INFORMATIONS SUR LE CALENDRIER DE MONTAGE, LA CONDUITE DES RÉUNIONS DE PRÉPARATION, LE NOMBRE DE PERSONNES IMPLIQUÉES, LA PRISE DE DÉCISIONS, L'ARBITRAGE SUR LES CHOIX.

La programmation, c'est un métier. Dans les projets que nous portons, nous avons une équipe dédiée. Ou alors, c'est une mise à disposition d'éléments comme le « Do it yourself ». Cela devient des parcours artistiques. Il faut prendre des personnes d'un bagage universitaire et ensuite les former aux métiers, puis leur permettre d'évoluer ailleurs. Ça a toujours été une règle.

## GOUVERNANCE, APPROPRIATION ET RELATION AUX ACTEURS LOCAUX

QUELLE EST LA MOTIVATION DES DÉCIDEURS PUBLICS ET PRIVÉS DANS L'APPEL À LA CRÉATION CONTEMPORAINNE ?

AVEZ-VOUS DES RECOMMANDATIONS DANS LA GESTION DES RELATIONS AVEC LES PARTENAIRES INSTITUTIONNELS ET/OU PRIVÉS ?

Il faut adapter en permanence ce que l'on fait avec les partenaires. C'est le propre de la culture. C'est le principe de l'art. Il faut être en fusion totale avec la société.

QUELLE REPRÉSENTATIVITÉ, QUELLE RÉPARTITION DES RÔLES ET QUEL POUVOIR ACCORDER RESPECTIVEMENT AUX INSTITUTIONS, AUX ACTEURS ÉCONOMIQUES ET AUX CRÉATIFS ?

Nous avons 40% de financement privé. Les objectifs des entreprises multinationales et des PME ne sont pas les mêmes. Nous prenons également en compte les PDG, les



## DIDIER FUSILLIER

*Directeur du programme culturel de Lille 3000,  
Directeur de la Maison des Arts de Créteil (jusqu'en 2015)  
Président de l'Établissement public du parc et de la grande halle  
de La Villette (depuis 2015)*

responsables de communication et l'ensemble de ceux qui s'intéressent à la dimension artistique. C'est la combinaison des directions des entreprises et des orientations d'un territoire qui est intéressante. C'est cette alchimie qui est précieuse.

### COMMUNICATION ET OUTILS NUMÉRIQUES

LA CRÉATION CONTEMPORAINE A-T-ELLE LA CAPACITÉ DE TOUCHER UN PUBLIC ÉLARGI ? OU AU CONTRAIRE S'ADRESSE-T-ELLE À DES PUBLICS PLURIELS MAIS RESTREINTS ? ET L'HABITANT DANS TOUT ÇA ? CIBLE SECONDAIRE, PRINCIPAL BÉNÉFICIAIRE OU ÉTRANGER ?

C'est le cas avec les écoles, les entreprises, les ambassadeurs... nous faisons en sorte de toucher le plus grand nombre de publics avec des propositions adaptées. Nous avons par exemple créé la formule Goûter pour les familles, intitulée Fête ton anniversaire à St SO les mercredis et les samedis. Il existe aussi une formule pour les groupes, la possibilité de dormir à l'hôtel Europa, l'accès aux expositions. Dans le cadre du partenariat avec Lego, nous avons également mis en place des jeux pour les enfants.

### NOTORIÉTÉ ET RETOMBÉES ÉCONOMIQUES

LES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES SONT-ELLES RÉELLES ? QUELS SONT LES INDICATEURS DE MESURE POUR OBSERVER LA FRÉQUENTATION ? EXEMPLES ?

Avec Lille Fantastic nous avons reçu plus de 1,6 million de visiteurs uniquement sur les expositions. C'est le double de fréquentation par rapport à Europe XXL. Cela s'est senti dans les restaurants et dans les hôtels dans toute la métropole. C'est un mouvement de fond initié en 2004.

Lille3000 représente 4 % du budget culture de la ville de Lille, et 84% dédié à l'artistique. 40 % du financement provient du privé. C'est un événement qui ne coûte quasiment rien avec l'impact économique qu'il a sur l'activité des hôtels et des restaurants. Et c'est encore plus évident à la lecture des médias sur cet événement.

### INTERVENTIONS DANS L'ESPACE PUBLIC OU DANS DES LIEUX, ARTS PLASTIQUES, SPECTACLES VIVANTS, THÉÂTRE DE RUE, ETC.

QUELS SONT LES EXPÉRIENCES OU LES LIEUX À CONNAÎTRE : TOUR DU MONDE DES « PLACES TO SEE ».

Les inspirations sont le sujet de flâneries. Il est indispensable de flâner à l'heure du numérique et des réseaux sociaux.

### CRÉATION ÉPHÉMÈRE, PÉRENNE, RENOUVELÉE ?

FAUT-IL DONNER LA PRIORITÉ À UNE ŒUVRE PÉRENNE OU ÉPHÉMÈRE ?

PEUT-ON SE LASSER DE CERTAINS EFFETS... D'INTERVENTION « À LA MODE » ?

On est de plus en plus friands de découvrir des choses nouvelles. La création contemporaine est au centre. On le voit au niveau des collectionneurs et des entreprises.