

SYLVIE BURGAT

Biennales de Lyon



INTERVIEW RECUEILLIE PAR BENJAMIN BELLET (2014)



**SYLVIE
BURGAT**

Biennales de Lyon

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

COMMENT LA CRÉATION CONTEMPORAINE PEUT-ELLE PARTICIPER À LA SINGULARITÉ D'UN TERRITOIRE ?

Le territoire lyonnais est fort d'une politique culturelle qui a contribué, non seulement à changer son image en moins de 30 ans, mais surtout à l'ériger en grande cité culturelle et artistique française.

Différents champs ont participé à cette construction comme le patrimoine, les arts visuels, le spectacle vivant, le cinéma, la gastronomie. La dynamique s'est créée, au fil du temps, par la mise en place de coopérations et la recherche de synergies, dont est issue la Biennale de Lyon. Le choix de promouvoir et de dynamiser la création contemporaine a été, et reste, un facteur majeur de l'accroissement de l'attractivité des territoires lyonnais et rhônalpin, un facteur de rayonnement international et de développement social. À l'heure de la compétition des métropoles et des régions à l'échelle planétaire, la création contemporaine la plus pointue stimule les talents de tous bords, renvoie une image de jeunesse, de créativité, de dynamisme, d'intelligence, de confiance en l'avenir, d'explosion de vie. Elle tisse des liens entre les gens, invente de nouvelles pratiques, et propose une relation au réel à la fois sensible et créative, singularise la ville ou la région sur la scène internationale, comme aux yeux de ses propres habitants. Enfin, la création contemporaine est une bonne façon de casser le « penser-nostalgique », tant on sait que la nostalgie est mortifère pour les individus, comme pour les sociétés.

La Biennale de Lyon est une structure événementielle rassemblant à la fois une Biennale de la danse et une Biennale d'art contemporain, présentées en alternance et financées par la Métropole lyonnaise, la Région Rhône-Alpes, le Ministère de la culture et de la communication et de nombreux partenaires privés. Elle a développé deux événements sans commune mesure en France, qui rayonnent à l'échelle de la métropole et de la région, comme sur les scènes nationale et internationale, créant ainsi une ébullition intense à chaque rentrée, en attirant en masse à Lyon un large public, des professionnels et la presse du monde entier. Ces deux événements sont un marqueur fort pour le territoire, un rendez-vous, devenu au fil du temps, incontournable. Ils positionnent Lyon, la Métropole, la Région Rhône-Alpes, au cœur de la création contemporaine, et renvoient du territoire concerné une image de créativité, de dynamisme et de jeunesse. Pour les habitants, ces rendez-vous sont l'occasion d'une programmation riche et participative qui favorise un véritable sentiment d'appartenance et de fierté.

QUEL EST L'IMPACT DES BIENNALES SUR LA VILLE DE LYON EN TERMES DE RAYONNEMENT ET DE DÉVELOPPEMENT SOCIAL, ÉCONOMIQUE, ARTISTIQUE ET CULTUREL ?

L'impact des deux Biennales se mesure tout autant à l'échelle du territoire métropolitain qu'à celle de la Région Rhône-Alpes. La Biennale de la danse est un événement puissant et très singulier dans son champ disciplinaire, qui s'étend dans de nombreuses villes de la Communauté urbaine et de la Région. Il a été désigné dès 2008 par le New York Times comme le « plus grand et le plus ambitieux festival de danse au monde ». En 3 semaines, plus de 100 000 spectateurs assistent dans 40 théâtres à plus de 170 représentations, et une grande parade chorégraphiée (Le Défilé) réunit 5 000 habitants de toutes générations qui dansent au cœur de la cité face à 300 000 spectateurs. La Biennale travaille notamment en complémentarité avec la Maison de la Danse, dont la Directrice, Dominique Hervieu, est également Directrice artistique de la Biennale.

La Biennale d'art contemporain, qui, en 1991, a pris la suite de la Biennale de Paris créée par André Malraux en 1959, a le statut aujourd'hui de « Biennale française ». Sa présence à Lyon, aux côtés d'un certain nombre d'acteurs importants, a conduit l'International Herald Tribune à écrire que Lyon émergeait depuis quelque temps comme l'une des nouvelles places art de la planète et le Journal des Arts à classer Lyon comme la première grande ville d'art française en 2013. Elle rassemble une grande exposition internationale d'environ 15 000 m², répartie dans la ville, et deux plateformes : Veduta (travail avec les amateurs) et Résonance (mise en lumière de l'ensemble des acteurs régionaux des arts visuels). Comme pour la danse, la Biennale travaille en complémentarité avec le macLYON, dont le Directeur, Thierry Raspail, est également Directeur artistique de la Biennale.

Le rayonnement national et international de la Biennale peut se mesurer, entre autres, par le nombre et la qualité des journalistes ou des professionnels qui ont visité la Biennale, par le nombre de visiteurs internationaux... etc. À titre d'exemple, la Biennale d'art contemporain est passée de quelques journalistes à ses débuts à plus de 1 100 aujourd'hui, en provenance d'environ 30 pays. Les 7 000 professionnels accueillis en 2013 venaient de plus de 50 pays, alors qu'ils étaient très peu nombreux lors des premières éditions. 30 % du public de la BAC provient de l'extérieur de Rhône-Alpes.

En matière artistique les deux Biennales sont des espaces de création. Elles sont pensées comme tels par leurs directeurs artistiques respectifs, Thierry Raspail pour l'art contemporain et Dominique Hervieu pour la danse : 80 % des oeuvres de la BAC 2013 ont été produites à Lyon



**SYLVIE
BURGAT**

Biennales de Lyon

et la Biennale de la danse 2014 a présenté 25 créations, dont 17 mondiales.

En matière culturelle, on peut observer la courbe des publics (en une dizaine d'années, on passe de 70 000 visiteurs à 205 000 pour l'art contemporain/de 54 000 spectateurs à plus de 100 000 pour la danse). Aujourd'hui, hors actions participatives, 9% des habitants du Grand Lyon ont visité la Biennale d'art contemporain ! On peut également observer la qualité et la quantité de travail de médiation accompli et les outils inventés. Lors de la dernière Biennale d'art contemporain, 1 personne sur 4 a découvert la Biennale en bénéficiant d'une visite personnalisée, et d'autres outils de médiation, nombreux et diversifiés, sont proposés chaque année. Il faut ajouter à cela l'observation dans le temps de ce que les Biennales génèrent d'un point de vue culturel sur le territoire, notamment par le nombre d'associations, de compagnies, d'artistes ou de collectifs d'artistes (Biennales off... etc.) et par leur investissement dans nos cités.

Quant à l'impact économique pour la métropole lyonnaise, de récentes études démontrent que plus de la moitié du budget de la Biennale retombe immédiatement sur plus de 470 fournisseurs locaux et que le reste de ce budget vient en grande partie financer des emplois, et notamment de nombreux CDD. Ces emplois contribuent d'ailleurs souvent à former des jeunes qui démarrent une carrière dans le secteur culturel. Il convient ensuite de rajouter ce que les spectateurs ou les visiteurs de la Biennale dépensent à Lyon à cette occasion, soit entre 1,5 à 3 fois le budget de la Biennale (de 12 à 24 M€). Enfin, on sait désormais qu'une image culturelle dynamique fait partie des critères du « bien vivre », pris en compte par les entreprises qui cherchent à implanter leur siège social ou l'une de leurs filiales.

COMMENT CRÉER DU LIEN ENTRE LA CRÉATION CONTEMPORAINE ET LE TERRITOIRE ?

La création se nourrit du territoire et réciproquement. L'important est de créer les conditions de l'émergence, de susciter les démarches artistiques, d'irriguer l'espace public, de constituer une offre accessible à tous en matière de création et de donner aux artistes les occasions et les conditions d'expression. Aujourd'hui, les projets d'aménagements urbains de la métropole lyonnaise invitent des artistes à dialoguer avec les urbanistes et les paysagistes, comme le démontre le récent programme artistique des « Rives de Saône ». Des démarches artistiques pérennes sont développées dans les territoires en renouvellement urbain, les plus prestigieuses institutions se sont rassemblées dans le cadre d'une « charte de coopération culturelle » pour diffuser la création dans les endroits qui en sont les plus éloignés. La Biennale de Lyon

participe à cette dynamique et sert même de catalyseur. Elle a d'ailleurs souvent innové.

La Biennale d'art contemporain a, par exemple, créé une plateforme innovante, Veduta, qui en est la version à la fois sociale et participative, mêlant de façon structurée tous les acteurs de l'agglomération et de la Région. C'est l'un des pôles stratégiques de la Biennale, qui fait le pari d'inscrire l'art contemporain dans la vie des quartiers, à l'échelle du territoire du Grand Lyon, en impliquant le public comme aucune autre manifestation d'art contemporain n'y parvient. Une autre de nos plateformes, Résonance, permet la mise en lumière comme la mise en réseau des acteurs culturels tels les institutions, les associations et collectifs d'artistes, les galeries, les écoles d'art, qui, tout au long de l'année, travaillent et contribuent au développement des arts visuels dans le territoire de la Région Rhône-Alpes (plus de 250 projets en 2013). La Biennale de la danse (et notamment Guy Darmet, ancien Directeur artistique Danse) a imaginé le fameux « Défilé », parade chorégraphiée de 5 000 danseurs « amateurs » préparée tout au long de l'année dans les villes de la Région et convoquant toutes les générations, tous les milieux sociaux, à travailler ensemble, encadrés par des chorégraphes professionnels.

Ces axes forts de la programmation des deux Biennales, permettent d'inscrire la création dans la vie sociale contemporaine du territoire et favorisent la construction d'un sentiment d'appartenance à la métropole par le contact direct avec la création. La Biennale de Lyon, que ce soit dans sa composante danse ou arts visuels a, dès son origine, pris en compte les enjeux de diffusion et de participation à l'échelle du territoire. Cette prise en compte a permis de développer un savoir-faire spécifique centré sur la question de « la réception ». De fait, la Biennale fabrique du lien, se préoccupe de la cohésion sociale, de la mixité, du mieux vivre ensemble et participe au renouvellement urbain.

GOUVERNANCE, APPROPRIATION ET RELATION AUX ACTEURS LOCAUX

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

La culture visuelle occupe aujourd'hui une place centrale dans le monde contemporain, les valeurs et les modes opératoires du champ artistique (création, expérimentation, projet) sont fortement investis par les acteurs économiques et sociaux. Les conditions objectives sont donc aujourd'hui réunies pour une véritable reconnaissance du rôle fondamental de la création contemporaine. Cela suppose que les acteurs du secteur soient en mesure de



**SYLVIE
BURGAT**

Biennales de Lyon

porter, tant auprès de la société civile que des partenaires publics et privés, l'importance des enjeux et des intérêts qu'ils représentent aussi bien du point de vue éducatif, qu'économique, social ou politique.

Du côté des décideurs publics, le soutien des grands événements artistiques et des institutions culturelles est une façon de créer une dynamique forte et de réaffirmer politiquement la nécessité de la présence des créateurs sur le territoire. Un territoire qui invente sans cesse et permet à ses habitants de se confronter régulièrement à la création, est un territoire qui développe son potentiel créatif et qui, de fait, améliore son attractivité. Les décideurs publics et privés le savent. En ce qui concerne le secteur privé, le besoin de donner du sens à une activité, de passer du statut d'agent économique à celui d'acteur pleinement engagé dans la vie de la Cité est de plus en plus prégnant.

Par ailleurs, les entreprises intègrent la nécessité de développer la créativité de leurs collaborateurs (penser hors du cadre, sortir des solutions toutes faites et du « penser convenu »), comme moyen de mieux affronter la crise économique auxquelles elles sont confrontées. Nouer un lien étroit avec la création contemporaine est l'un des moyens de répondre à ces enjeux, certaines entreprises l'ont bien compris. Enfin, en faisant le choix d'appuyer leur communication ou leurs opérations de relations publiques sur un événement ou une institution culturels, alors qu'elles pourraient le faire tout aussi efficacement ailleurs, elles affichent un choix de société. Elles œuvrent au développement d'une autre forme d'intelligence, que l'on appelle sensible ou émotionnelle, dont on connaît aujourd'hui l'importance vitale pour le fameux « vivre ensemble », particulièrement en période de crise sociale, économique et politique.

COMMENT PRÉSERVER L'AUTONOMIE DU PROJET DE CRÉATION ? LE COMMANDITAIRE DOIT-IL VALIDER LA CRÉATION ? DANS QUEL CADRE ET QUELLES LIMITES ?

Cette question, en ce qui nous concerne, n'est pas d'actualité. Elle me semble être issue d'une vieille peur (légitime dans d'autres zones géographiques ou historiques) et d'une méconnaissance des relations actuelles entre le privé et le public. Ce n'est pas parce qu'une marque va soutenir un événement, qu'elle va s'immiscer dans le projet de création. L'exposition sur Jeff Koons qu'il y a en ce moment au Centre Pompidou et qui a fait couler beaucoup d'encre est un bon exemple. La marque H&M en est l'un des mécènes principaux. L'artiste a choisi d'initier une collaboration sur un produit de sac qu'il a « costumisé » et parallèlement le projet artistique et curatorial a été mené en toute autonomie.

En ce qui concerne les collectivités et l'État, sur le territoire lyonnais, en dehors de veiller à ne pas contrevenir à la loi ou à protéger les différents publics de démarches trop violentes, leur soutien, à partir du moment où il est engagé, est total.

La seule chose, toujours délicate, reste la négociation des contreparties de visibilité. Nous devons veiller à rechercher le meilleur équilibre, surtout lorsque nous travaillons avec de nombreux partenaires. C'est pourquoi nous cherchons toujours à élaborer des réponses spécifiques en restant bien sûr dans le cadre et l'esprit de la loi encadrant le mécénat, mais conçues « sur-mesure », en fonction des besoins du partenaire, en évitant la démarche de type « grille ».

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

L'entreprise et l'institution culturelle sont aujourd'hui entrées ensemble dans l'ère des stratégies partenariales de moyen et long terme. D'un côté, la crise économique et financière a renforcé la nécessité d'actions en profondeur qui permettent un meilleur retour sur investissement que les « coups médiatiques ». De l'autre, la décroissance relative de la part de la puissance publique dans son financement constitue un puissant moteur pour transformer nos démarches en une recherche de partenariats privés pérennes dans lesquels l'institution et l'entreprise s'impliquent en profondeur et qu'ils animent dans la durée.

Pour cela, la relation aux partenaires, qu'ils soient publics ou privés, doit être de qualité et gérée avec beaucoup de sincérité, de transparence et de professionnalisme. La confiance et l'échange doivent fonder le partenariat. Il est vrai aujourd'hui que la crise économique nous fragilise tous, mais si la crise représente un danger, elle est aussi une opportunité de nous questionner et d'inventer de nouveaux modèles. Il n'existe malheureusement aucune « recette ».

COMMUNICATION ET OUTILS NUMÉRIQUES

ET L'HABITANT DANS TOUT ÇA ? CIBLE SECONDAIRE, PRINCIPAL BÉNÉFICIAIRE OU ÉTRANGER ?

Comme je l'ai déjà dit, la Biennale de Lyon a été à l'origine d'expériences qui renouvellent la relation du spectateur à la création. Cela est particulièrement visible en ce qui concerne la participation des habitants. Les deux Biennales n'ont cessé d'inventer des expériences qui ont pour caractéristique de placer le spectateur



**SYLVIE
BURGAT**

Biennales de Lyon

dans un rapport nouveau à l'art, en lui proposant par exemple, mais pas seulement, de participer à la réalisation de l'oeuvre. La Biennale de la danse a donné le tempo en demandant à l'occasion du Défilé à plus de 5 000 personnes de tous âges de participer à une grande parade dansée qui se déroule au coeur de la ville devant 300 000 spectateurs. Dominique Hervieu a depuis multiplié les propositions participatives et innovantes (flash-mob géants, ciné-bals, spectacles gratuits, etc.)

De son côté, Thierry Raspail, associé à Abdelkader Damani, a inventé le très original Veduta, qui, dialoguant avec l'exposition internationale, fait le pari d'inscrire l'art contemporain dans la vie des quartiers, à l'échelle du territoire du Grand Lyon. À cette occasion, pendant 6 mois, tous les deux ans, sont accueillis en résidence des artistes qui ont nourri leurs recherches de leurs échanges avec les habitants, et fait voler en éclat le cadre traditionnel de l'exposition en invitant à vivre « un art contemporain » qui réussit à pénétrer le quotidien des habitants, dans ses pratiques les plus banales. La force de ce projet est qu'il se déploie vers des territoires inhabituels, les quartiers en « renouvellement urbain », et contribuent à une réappropriation de l'espace de vie par l'art, tout en mobilisant les acteurs de l'insertion sociale et économique. Les actions imaginées par les artistes sont nombreuses, variées et fécondes, mais on peut citer, à titre d'exemples, les deux suivantes : en 2009, le collectif Pied la Biche, en hommage à Asger Jorn, a proposé d'inventer les règles d'un match de foot... à 3 équipes : le terrain a été dessiné, les équipes constituées et le match joué, et cela a continué bien après le départ de la Biennale (avec des questions sous-jacentes telles que les rapports bilatéraux, la naissance du monde multipolaire... etc.).

Autre exemple : au pied d'une cité HLM a été construit, par les habitants et pour les habitants, un « cube blanc », autrement dit, l'archétype du musée du XX^{ème} siècle. Sur la base du volontariat, les habitants ont construit le cube, sont allés choisir dans la collection du Musée d'art contemporain les oeuvres qui leur plaisaient, ont fait l'accrochage, les cartels, les médiateurs, le public, le ménage, le démontage, chaque fois accompagnés par les équipes de la Biennale. Ces personnes, très éloignées du monde culturel, ont choisi les oeuvres désignées habituellement comme les plus « élitistes » du maCLYON et les ont aimées et comprises avec une fraîcheur et une intelligence qui nous ont bouleversés.

Ce qui signifie que, si l'art contemporain peut être bien sûr l'objet d'une approche savante, il s'adresse aussi, de façon simple et naturelle, à toute personne sensible et curieuse, quel que soit son niveau socio-économique. Les artistes arrivent parfois à des résultats qui étonnent les travailleurs sociaux.

BIENNALE, EXPO TEMPORAIRE, INSTALLATION ÉPHÉMÈRE : QUELS TYPES D'ÉVÉNEMENTS PRIVILÉGIER POUR TOUCHER UN PUBLIC TOURISTIQUE LARGE ? À QUEL PRIX ? AVEC QUELLE COMMUNICATION ?

D'un point de vue général, si la création contemporaine est un mouvement artistique qui intéresse un public particulier, le succès d'événements comme la Biennale de Lyon, la Nuit blanche à Paris, ou celui d'équipements comme le musée Guggenheim, à Bilbao, et bien d'autres, démontrent qu'un public plus important est prêt à s'intéresser, plus largement, aux « expressions contemporaines ». Porteuse d'un débat sur notre époque, la création contemporaine tisse de nouveaux liens avec le secteur du tourisme. Fortement porteuse en termes d'image, elle peut être le support médiatique d'un projet de renouvellement et de développement urbain. En proposant un nouveau regard sur ses paysages, son patrimoine, sa culture, ses savoir-faire, la création contemporaine joue un rôle d'interprétation du territoire. Elle peut, à sa façon, rendre compte des mutations d'un territoire, le valoriser et l'inscrire dans l'avenir.

Souvent, la création d'un événement naît de la conjonction entre un contexte territorial et l'existence d'individus « moteurs ». Le projet doit toujours faire sens et générer l'adhésion d'acteurs variés qu'ils soient institutionnels, privés, économiques ou culturels.

Il doit être singulier, différenciant et s'inspirer des particularités locales (sans tomber dans le localisme, bien sûr). Si l'on veut attirer du tourisme, il faut également l'inscrire dans une certaine durée. Il est vrai que la temporalité de l'exposition est pour cela excellente, car elle est suffisamment longue pour permettre de développer une véritable offre. Il est possible en effet d'attirer du tourisme en couplant l'offre artistique avec d'autres attraits du territoire. À Lyon, par exemple, nous associons régulièrement art et gastronomie, ou art contemporain et patrimoine, ou même art et golf, le temps d'un week-end...

Seule une étroite collaboration entre les professionnels du tourisme et ceux de l'art peut permettre d'optimiser l'ensemble du dispositif. La qualité de la proposition artistique est évidemment essentielle, mais elle ne suffit pas. Il faut se poser également la question de l'accessibilité de l'offre : celle-ci doit s'étudier non seulement en termes économiques (quels prix, pour quels publics ?), mais aussi en termes de communication et de médiation (quelles clefs de compréhension ? Quel type de diffusion, sur quels supports ? Quel accompagnement ? Pour qui ?).



**SYLVIE
BURGAT**

Biennales de Lyon

QUELLE STRATÉGIE ADOPTER À L'HEURE DE L'UTILISATION SYSTÉMATIQUE DES OUTILS NUMÉRIQUES ? UTILISEZ-VOUS LES NOUVELLES APPLICATIONS MOBILES AU SERVICE DE L'ART CONTEMPORAIN ?

La stratégie est clairement celle du multicanal et du numérique. Nous avons dû nous adapter au fil des années aux nouveaux usages et modes de communication. Nous développons depuis quelques éditions, une application sur smartphone qui permet non seulement de s'informer sur les différentes plateformes de l'événement, les lieux, les horaires, mais aussi sur les œuvres, où chacun peut y trouver des contenus complémentaires à même de lui donner de véritables éclairages (sur les commissaires, les artistes et les démarches artistiques). Nos téléphones font désormais office de GPS pour mieux nous repérer dans les parcours proposés, mais aussi d'audioguide pour accompagner la visite sur l'ensemble du territoire. Sur Internet, nous avons également beaucoup de contenus enrichis, avec des vidéos, des photos, des textes qui permettent également d'éclairer les visiteurs en amont et en aval de l'événement. Nous éditons à cette occasion de nombreux guides et programmes en version papier. Tout est fait pour que, selon les habitudes et les générations, l'information soit disponible et pédagogique.

NOTORIÉTÉ ET RETOMBÉES ÉCONOMIQUES

QUELLE EST LA RÉACTION DU PUBLIC DEVANT UNE ŒUVRE CONTEMPORAINE ?

Les réactions du public sont toujours très variées, allant parfois de l'incompréhension, voire du mépris (rarement), jusqu'à (souvent) le plaisir, l'admiration ou l'enthousiasme. Lors de la BAC, les médiateurs et les gardiens sont formés pour répondre à cela et l'enjeu pour nous est d'offrir le meilleur accompagnement possible et d'éviter tout phénomène de rejet. La qualité des outils et des opérations de médiation est déterminante - que ce soient les interviews d'artistes autour des spectacles de danse, ou les très nombreux et très créatifs outils de médiation mis en place progressivement pour l'art contemporain. Le public en est de plus en plus demandeur et se forme ainsi peu à peu.

Face à un public déconcerté, il est important d'expliquer, par exemple, que l'exposition d'art contemporain, si elle est avant tout un lieu de plaisir, n'est pas un lieu de divertissement (comme le cinéma par exemple, qui vous sort de vous-même deux heures durant), ni un lieu de consommation (dans lequel chaque objet a un mode d'emploi), mais qu'il s'agit plutôt d'un lieu de pensée, qui vous met en dialogue avec vous-même. Chaque œuvre est composée d'un support matériel, de l'intention d'un

artiste et d'une projection du visiteur. Il y a donc autant d'œuvres que de visiteurs. Il faut expliquer au public qu'il suffit d'être ému par quelques œuvres pour que cela prenne du sens. Ils constateront, en revenant, que leur regard se portera peut-être sur autre chose et que leur perception est susceptible d'évoluer. Cette « expérience de l'art » est en tout cas devenue essentielle pour des personnes de plus en plus nombreuses, et provenant de milieux très différents. Il ne faut donc pas avoir peur de cette question de la réception de la création contemporaine, car le public, même non formé, évolue très vite. À titre d'exemple, une enquête conduite sur la Biennale d'art contemporain 2011 a démontré que 84 % du public ressortaient de l'exposition en se déclarant « satisfaits ».

LA CRÉATION CONTEMPORAINE FRANÇAISE EST-ELLE UN ENJEU DE RAYONNEMENT ET D'ATTRACTIVITÉ AU NIVEAU NATIONAL, VOIRE INTERNATIONAL ? COMMENT CAPITALISER LÀ-DESSUS ?

Je parlerai là de l'art contemporain et répondrai en citant Thierry Raspail, qui remarquait récemment que « l'art contemporain était devenu aujourd'hui l'activité culturelle la plus répandue à l'échelle du globe ». C'est pour lui, le « 1^{er} art international, car il n'exige aucune traduction ou sous-titrage, il est peu coûteux en termes de production/création, le flux de ses réseaux (culture de l'écran) lui assure une popularité immédiate et géographiquement illimitée.

Avec la musique électronique, l'art contemporain enregistre l'audience la plus jeune de tout le champ culturel. Ses liens avec la mode et le monde du luxe lui assurent une forte visibilité et il utilise les outils de toutes les autres disciplines artistiques (cinéma, théâtre, danse, vidéo, architecture, écriture... etc.). Paradoxalement, c'est aussi l'art le plus intégré dans les centres urbains les plus pauvres de la planète (Colombie, Mexique, Amérique Centrale, Europe, etc.) et dans les réseaux sociaux les plus vastes »

C'est la raison de l'explosion considérable des Biennales d'art contemporain dans le monde depuis 20 ans. Elles représentent une nouvelle géostratégie culturelle, une nouvelle façon d'investir le monde des images. La métropole de Lyon a su saisir sa chance, en accueillant et en développant la « biennale française ». Elle doit maintenant conserver cet avantage et faire de l'art contemporain un facteur majeur de l'attractivité du territoire. La Biennale d'art contemporain de Lyon accorde d'ailleurs une place de plus en plus importante (et tout spécialement dans sa prochaine édition) aux artistes français.

La Biennale de la danse travaille depuis longtemps à la valorisation des chorégraphes français et en accueille un grand nombre. La Biennale de la danse permet égale-



SYLVIE BURGAT

Biennales de Lyon

ment à la Métropole de rayonner dans le monde de la danse internationale, mais dans un milieu forcément plus étroit. Et si elle attire moins de touristes que la Biennale d'art contemporain, du fait de sa temporalité, elle contribue comme la BAC à forger une image attractive du territoire et surtout à créer du lien entre les habitants. Les deux Biennales sont de fait parfaitement complémentaires.

QUELS SONT LES INDICATEURS DE MESURE POUR OBSERVER LA FRÉQUENTATION ?

L'impact d'une Biennale se mesure à l'aide de plusieurs indicateurs quantitatifs : fréquentation (locale, nationale, internationale), nombre de scolaires, nombre de personnes ayant bénéficié d'une action de médiation..., nombre de journalistes et de retombées presse, nombre de professionnels. Ce sont également les retombées économiques, directes et indirectes, que nous arrivons à quantifier par des études.

Du point de vue qualitatif, nous analysons la nature des retombées presse, le « buzz » porté par le monde de l'Art, la qualité et la diversité des artistes qui ont accepté de venir produire et exposer, les personnalités du monde de l'art à l'échelle internationale qui se déplacent, la nature des projets développés, leur durabilité, la satisfaction des partenaires, etc. En outre, selon les objectifs particuliers fixés ou selon des marges de progressions attendues, d'autres études peuvent être menées sur des thématiques particulières.

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

RAPPROCHER LE PATRIMOINE ET LA CRÉATION CONTEMPORAINE : UN GESTE ARTISTIQUE, UNE FINALITÉ TOURISTIQUE OU LA VOLONTÉ DE CONQUÉRIR LE PUBLIC « CLASSIQUE ».

Lyon déploie une chaîne de 2 000 ans d'histoire des arts qui commence par son patrimoine antique et qui s'achève dans l'actualité permanente de la création contemporaine. Cette dernière constitue d'ailleurs le patrimoine de demain. La notion même de patrimoine a été largement revisitée depuis près d'une vingtaine d'années. Il y a 16 ans, le site historique de Lyon a été inscrit sur la liste du patrimoine mondial par l'UNESCO. Cette inscription, qui englobe une large partie de la ville, et notamment ses fleuves, atteste de la qualité et de l'originalité du site lyonnais, comme des efforts permanents réalisés par ses habitants et les collectivités locales pour sa conservation, sa mise en valeur et le maintien de ses fonctions de centralité. Depuis la convention de Faro du Conseil de l'Europe, le patrimoine est reconnu comme étant une res-

source servant au développement humain, à la valorisation des diversités culturelles, à la promotion du dialogue interculturel, ainsi qu'au développement économique. Il concerne aussi bien le matériel que l'immatériel. Si nos monuments constituent notre patrimoine, il en va de même pour nos savoir-faire et nos créations. Le dialogue entre patrimoine et création contemporaine est donc naturel, car l'art contemporain est en prise avec le monde dans son ensemble, et donc aussi avec le patrimoine et l'histoire. Cela peut naturellement rejoindre une ambition touristique.

CRÉATION CONTEMPORAINE, PROJETS D'ARCHITECTES ET TOURISME, TRIO GAGNANT ?

Pour la région lyonnaise, je parlerai plutôt d'éléments clefs qui participent à une dynamique globale. L'Office du Tourisme nous a indiqué récemment que l'attractivité de la métropole était liée à trois éléments prépondérants : la gastronomie, les Biennales, et la Fête des Lumières. C'est parfaitement exact. Il faut sans doute rajouter à cela la qualité patrimoniale de la ville, la puissance de ses institutions culturelles, la beauté de ses fleuves et de son site, la qualité remarquable de ses aménagements urbains récents, ses paris architecturaux réussis comme les Docks et d'autres. En fait, si le patrimoine et la gastronomie donnent à la cité une image de bien-être, l'architecture et la création contemporaines (dont la formidable Biennale de design à St Étienne) donnent à la métropole une image d'audace, de jeunesse et de créativité.

Il est certain que l'addition de ces atouts a permis à Lyon de changer totalement d'image en l'espace de 20 ans et de devenir une destination de tourisme de plus en plus prisée. La création contemporaine sous toutes ses formes, les projets d'urbanisme et d'architecture audacieux, y ont joué incontestablement un très grand rôle.

QUELLE EST VOTRE PERCEPTION DES FOIRES D'ART CONTEMPORAIN ?

La FIAC, qui vient de se terminer à Paris, démontre à quel point les grandes foires sont un facteur clef de l'attractivité des territoires. Paris est devenu ainsi pendant quelques jours la capitale mondiale de l'art. Les foires participent à la dynamique de la création contemporaine dont le marché est l'une des composantes essentielles. Les collectionneurs permettent aux oeuvres d'exister, aux artistes de travailler, aux galeries de produire et de soutenir les créations. C'est aussi comme cela que le patrimoine de demain se constitue. Pendant la Biennale de Lyon, une foire, la Docks Art Fair, beaucoup plus modeste certes, se développe à chaque édition. Elle participe au rayonnement de la Biennale et à la dynamique globale de la création contemporaine sur le territoire.



**SYLVIE
BURGAT**

Biennales de Lyon

Après, comme toujours, nous pouvons regretter certaines dérives du marché de l'art qui reflètent bien celles de notre société : la spéculation, les succès trop rapides et éphémères, les effets de mode, la qualité de certaines oeuvres et ce qu'elles représentent réellement en regard de celles qui les ont précédées... Pour autant, je reste persuadée que la grande majorité de ceux qui achètent de l'art le font par goût, ou par passion. Même si elles sont un élément constitutif du monde de l'art et de son économie, les foires diffèrent de toute façon radicalement des biennales par leur logique éminemment commerciale.

FAUT-IL ENCOURAGER LES POUVOIRS PUBLICS ET LES PROPRIÉTAIRES D'ÉQUIPEMENTS TOURISTIQUES À AVOIR RECOURS À LA CRÉATION : DANS LES BARS-RESTAURANTS, LES HÔTELS, LES CHAMBRES D'HÔTES, LES GALERIES ?

Si autour de ces événements puissants que sont les deux Biennales, se développe un écosystème favorisant la présence démultipliée de la création contemporaine dans le territoire, à travers son espace public, ses lieux de convivialité, ses lieux privés, alors le bénéfice sera double : d'une part l'assise d'une identité forte du territoire autour de la création contemporaine et d'autre part des habitants de plus en plus porteurs et acteurs de cette identité. Il faut toutefois que cela fasse sens, à la fois pour le projet artistique, tout autant que pour les personnes sollicitées ou demandeuses. La Biennale d'art contemporain travaille déjà fortement dans ce sens. On peut citer l'exposition « Chez moi », où 59 artistes de la Biennale 2013 avaient prêté pendant 3 mois chacun une oeuvre à 59 habitants de l'agglomération (qui n'étaient jamais venus dans un musée), avec comme seule règle, le fait qu'ils devaient inviter amis, famille et voisins pour présenter l'oeuvre et nous livrer, en fin de Biennale, le récit de leur relation avec cette oeuvre. L'expérience a été formidable et sera reconduite sous d'autres formes.

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

L'enjeu aujourd'hui est celui de l'instauration d'un dialogue efficace et privilégié entre artistes, publics, acteurs économiques, institutions et événements. C'est en tenant compte de leurs propositions, de leurs attentes et de leurs moyens propres, que les projets que nous menons s'inscriront dans une dynamique durable. Il faut que chacun se sente à son niveau acteur de la création en train de se faire et nous devons favoriser ce dialogue.

Pour chaque Biennale, nous devons tâtonner, expérimenter, reprendre, toujours recommencer, renouveler en permanence nos idées, nos rapports aux autres. Il faut bien sûr aussi travailler de manière permanente à la recherche de financements.

Une institution culturelle comme la Biennale de Lyon conçoit les événements et les produit, dans le respect d'un cahier des charges et d'un budget fixé par les collectivités publiques qui la soutiennent. Les acteurs économiques interviennent comme mécènes et bénéficient à ce titre de contreparties spécifiques. Les artistes sont sélectionnés par le directeur artistique, et le Commissaire invité, et créent en fonction du contexte et des moyens. Notre rôle est de maintenir l'équilibre, le dialogue, la circulation des idées et de garantir la faisabilité.

CRÉATION ÉPHÉMÈRE, PÉRENNE, RENOUVELÉE ?

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

La Biennale de Lyon s'attache à produire des oeuvres, qui sont présentées de manière éphémère, en toute logique avec sa nature événementielle. Pour autant, à chaque édition, de par son lien original (et originel) avec le Musée d'art contemporain, elle produit également des oeuvres dont certaines sont acquises dans une logique patrimoniale par le macLYON et aussi par d'autres institutions ou acheteurs privés. La Biennale n'intervient d'aucune façon dans la transaction qui se fait entre l'artiste ou sa galerie, et l'acheteur. D'autres, comme l'arbre de Choï, installé à l'occasion de la Biennale 2003 sur la trémie de la place Antonin Poncet, est restée, rachetée par la Ville de Lyon, et est désormais devenue l'un des emblèmes de la Ville. En ce qui concerne la danse, la vraie pérennité est dans le processus permanent qui consiste à favoriser la production d'oeuvres nouvelles et en assurer la diffusion.

En fait, il est vraiment important de s'engager aujourd'hui dans des démarches artistiques durables. Cela dépasse l'opposition classique de l'éphémère et du pérenne. Un événementiel artistique peut être durable et construire dans le temps une identité, une dynamique... C'est toute la démarche de politique culturelle qui doit s'inscrire dans la durée pour produire ses fruits.

À Lyon, le lien spécifique et très singulier qui unit chacun des événements à l'institution correspondante (le macLYON et la Maison de la danse), permet de développer un rapport particulier au temps, additionnant la force de l'événement à la nécessité de la mémoire et de l'action permanente.