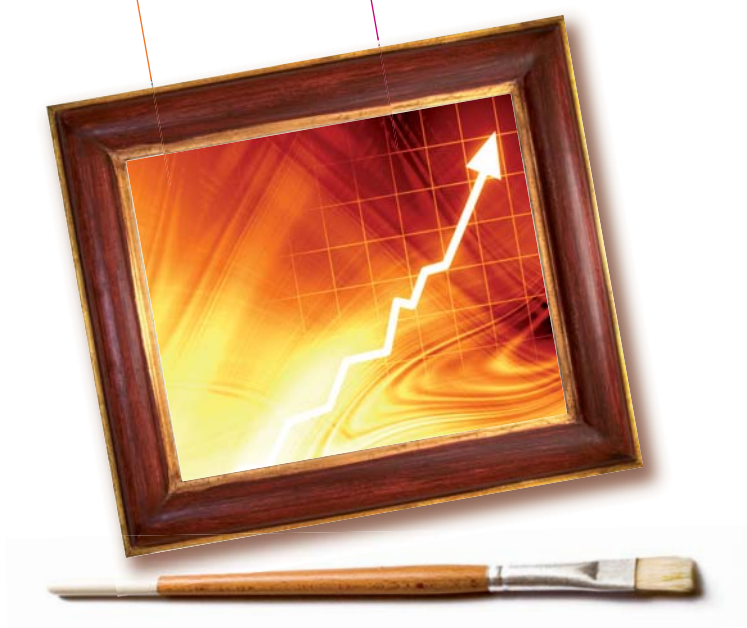


Culture & Performance Économique



Quelles stratégies pour l'emploi et le développement des territoires ?

Étude de cas : Avignon

Synthèse

Avignon, ville du sud de la France de 90 000 habitants, mondialement connue pour son festival de théâtre, soutient une activité culturelle digne d'une ville de 300 000 habitants. Historiquement, ce développement culturel repose sur deux piliers : le spectacle vivant et le patrimoine.

Avignon poursuit aujourd'hui cette stratégie de développement, et cherche des leviers d'accélération et d'optimisation des retombées sociales et économiques.

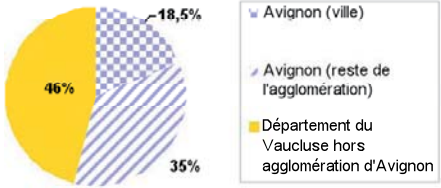
La ville doit pour cela relever deux défis principaux : développer « l'effet Festival » pour conserver sa visibilité (et ainsi développer le tourisme culturel) et soutenir grâce à cet événement estival une activité continue sur l'ensemble de l'année ; soutenir les filières culturelles historiques et développer de nouvelles filières dans les limites financières qui sont les siennes (passant d'une stratégie de focalisation à une stratégie de diversification).

Pour soutenir le développement du spectacle vivant, Avignon a mis en place un dispositif de formation spécialisé formant aux métiers de cette filière, et met en place des passerelles entre l'université, les acteurs publics et associatifs et les entreprises privées. Des projets d'application des nouvelles technologies au spectacle vivant sont également favorisés pour bénéficier de ce levier de valorisation et de diffusion.

Avignon inscrit également sa stratégie dans le cadre de la communauté urbaine à laquelle elle appartient (le Grand Avignon), afin de dépasser les limites financières qui sont les siennes et d'allier les forces des différentes collectivités et établissements géographiquement proches, pour faire prendre au développement culturel du territoire une autre dimension.

Présentation des Forces/Faiblesses/Opportunités/Menaces d'Avignon

Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Renommée de la ville à l'échelle internationale (Avignon est l'une des villes françaises les plus connues à l'international)</i> ▪ <i>Festival de théâtre mondialement reconnu, avec 10% de visiteurs étrangers.</i> ▪ <i>Patrimoine de renommée mondiale (notamment le Palais des Papes)</i> ▪ <i>Forte attractivité auprès des professionnels du spectacle vivant</i> ▪ <i>Position géographique et nœud de communication (autoroute, aéroport et gare TGV)</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Population (92 454 habitants en 2006)</i> ▪ <i>Taux de chômage élevé, nombre de contribuables faible</i> ▪ <i>Capacité de financement de la commune d'Avignon</i> ▪ <i>Nombre d'étudiants réduit</i> ▪ <i>Difficulté à retenir les étudiants formés sur le territoire</i> ▪ <i>Réseau de transport routier en partie saturé</i> ▪ <i>Absence d'un lieu pérenne dédié au théâtre toute l'année</i> ▪ <i>Panier moyen d'achat touristique peu élevé</i>
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Bassin de vie de plus de 300 000 personnes permettant d'atteindre une taille critique</i> ▪ <i>Offre culturelle bénéficiant à tout le bassin de vie et pouvant justifier une mutualisation des efforts financiers entre Avignon et les autres collectivités proches</i> ▪ <i>Forte activité liée au festival d'Avignon, pouvant être pérennisée sur l'année et développée</i> ▪ <i>Proximité d'autres sites remarquables et d'une offre culturelle riche</i> ▪ <i>Développement du tourisme haut de gamme pour accroître le panier de consommation touristique (point d'attention : l'offre d'hébergement touristique de luxe pourrait devenir sous-dimensionnée dans le cas d'un développement du tourisme haut-de-gamme)</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Concurrence au niveau régional : mise en réseau d'agglomérations dans le Sud de la France</i> ▪ <i>Forte dépendance de l'image et de l'attractivité de la ville au Festival</i>

Carte d'identité d'Avignon	
Population	<p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 92 454 habitants en 2006 (périmètre ville) ▶ Agglomération d'Avignon : 269 828 habitants (+8% entre 1999 et 2006) <i>(Source : Conseil Général du Vaucluse, chiffres-clés)</i> ▶ Département du Vaucluse : 499 685 habitants <i>(Source : Conseil Général du Vaucluse, chiffres-clés)</i> </p> <p style="text-align: right;">Population totale du Vaucluse : 499 685 habitants</p>  <p style="text-align: center;">La ville d'Avignon représente 18,5% de la population totale du département.</p>
Superficie	<p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Périmètre de la ville d'Avignon : 65km² ▶ Agglomération (bassin de vie avignonnais) : 565,95 km² </p>
Périmètre de la métropole	<p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Le bassin de vie avignonnais se compose de 26 communes sur 3 départements : <ul style="list-style-type: none"> ▪ du département de Vaucluse (Avignon, Althen-les-paluds, Bédarrides, Entraigues, Morières-les-Avignon, Le Pontet, Sorgues, Vedène), ▪ du département du Gard (Les Angles, Villeneuve-les-Avignon), ▪ du département des Bouches-du-Rhône (Barbentane, Châteaurenard, Rognonas) </p>
Dynamique économique	<p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Pôle urbain et économique du département du Vaucluse ▶ Développement économique inscrit depuis le 1^{er} janvier 2001 au sein de la Communauté d'Agglomération du Grand Avignon ▶ Tissu économique dense, caractérisé par l'importance des PME (7 000 entreprises, 1550 associations, 1764 commerces et 1305 prestataires de services) ▶ Taux de croissance de l'emploi à l'échelle du bassin de vie avignonnais : +11,1% en moyenne depuis 1975, soit trois fois plus que le taux national (environ 180 000 emplois recensés en 2010). ▶ Taux de chômage élevé : 13,7% </p>
Chiffres-clés du tourisme	<p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Région PACA très attractive : <ul style="list-style-type: none"> ▪ 1^{ère} région d'accueil des touristes français (12,5 % de part de marché¹) ▪ 2^{ème} pour les touristes étrangers après Paris - Ile de France (14,8 % de part de marché¹) ▪ un développement du tourisme fluvial et du tourisme d'affaire (+15% en 2009) ▶ Atout économique considérable pour la Ville d'Avignon, où tourisme et culture sont indissociables : <ul style="list-style-type: none"> ▪ 4 millions de visiteurs par an ▪ un emploi sur six lié à l'activité touristique (le tourisme est le premier secteur générateur d'emplois dans le département) </p>
Secteur culturel	<p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Une renommée internationale du Festival d'Avignon qui a fait de la ville le marché européen du spectacle vivant ▶ Une ville incontournable dans le domaine du théâtre : 19 troupes permanentes, un Opéra-Théâtre, le plus grand nombre de théâtres permanents par habitant en France ▶ Un patrimoine très riche, avec 150 édifices classés dont les plus prestigieux le sont auprès de l'UNESCO, des Musées au nombre de 13 (dont 3 fondations privées) ▶ Un Conservatoire reconnu, une Ecole d'art, 140 associations culturelles subventionnées ▶ Des manifestations tout au long de l'année </p>
Education	<p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Université d'Avignon : 7 500 étudiants dont 8% dans les filières artistiques ▶ ISTS (Institut Supérieur des Techniques du Spectacle) ▶ Ecole Supérieure d'Art d'Avignon (dans les domaines de la création, de la conservation et de la restauration) ▶ Conservatoire de théâtre, danse et musique </p>

¹ http://www.avignon.fr/fr/ecodev/eco/action_eco.php

Avignon possède une offre culturelle très riche reposant sur deux piliers : la filière spectacle vivant et la filière patrimoine

Le Festival d'Avignon est un festival de théâtre mondialement reconnu

- Événement historique fondé par Jean Vilar en 1947, il a fait d'Avignon une ville incontournable en matière de théâtre. Depuis 2005, la fréquentation moyenne est supérieure à 90%. 35% des spectateurs viennent de la région d'Avignon, 20% d'Ile-de-France, 35% des autres régions françaises et 10% de l'étranger. Parallèlement au Festival d'Avignon se tient le festival OFF, dans le cadre duquel près de 1.000 compagnies se produisent dans une centaine de lieux différents. En 2009, le Festival IN a accueilli plus de 150 000 visiteurs (ce qui fait du Festival d'Avignon IN le 4ème festival en France après le « Festival inter-celtique de Lorient », « Le printemps de Bourge » et « Châlon dans la rue »). Le Festival OFF a quant à lui représenté la vente d'un million de tickets et généré près de 40 millions de retombées économiques.

D'autres festivals, notamment dans les domaines musicaux et de la danse, plus de 10 théâtres conventionnés, un opéra, complètent la filière spectacle vivant dont le Festival d'Avignon est le fleuron.

Avec 150 édifices classés dont les plus prestigieux au patrimoine mondial par l'UNESCO, l'offre culturelle d'Avignon repose également sur un nombre important de musées et de monuments

- Les délégations de service public du Palais des Papes et du Pont Saint-Bénézet représentent respectivement 5,7 millions et 1,2 million d'euros de chiffre d'affaires. Le Palais des Papes est le 9ème monument le plus visité en France après les monuments parisiens.
- Avec 610 000 visiteurs et une progression de 35% de visiteurs entre 1992 et 2007, le Palais des Papes a soutenu le développement du tourisme culturel à Avignon, dynamisant les autres monuments et musées de la ville (notamment le Pont-Saint-Bénézet ou "Pont d'Avignon" que la fameuse chanson a rendu célèbre).

L'offre culturelle d'Avignon est disproportionnée par rapport à la taille de la population de la commune. Son financement est un défi pour la ville.

- Avignon possède une offre culturelle équivalente à celle d'une ville de 300 000 habitants. A titre d'illustration, Avignon est la seule ville française de moins de 100 000 habitants à accueillir un opéra. Cet établissement a une capacité d'accueil de 1 240 places (soit 1 place pour 75 habitants, contre 1 pour 147 en moyenne pour les 25 membres de la réunion des Opéras de France dont il fait partie).
- Les capacités de financement de la commune d'Avignon sont celles d'une ville de petite taille. Avignon subventionne les associations (la moitié étant à vocation culturelle) à hauteur de 10 millions d'euros, l'opéra à hauteur de plus de 5 millions d'euros, une dizaine de théâtres (à hauteur d'environ 300 000 euros chacun), l'Ecole d'Art...

Les arts du spectacle sont un secteur d'embauche historique en PACA, particulièrement dynamique pour le spectacle vivant

Le secteur des arts du spectacle² est très dynamique en PACA

- En 2003, les arts du spectacle représentent en PACA plus de 9 000 établissements et 14 000 professionnels dans le secteur privé.
- On dénombre au niveau de la région :
 - plus de 400 festivals et 1 700 ensembles artistiques,
 - plus de 50 entreprises de production phonographique et 80 studios d'enregistrement
 - 3 351 jours de tournage pour 160 films, ce qui place la PACA comme l'une des premières régions dans ce domaine.

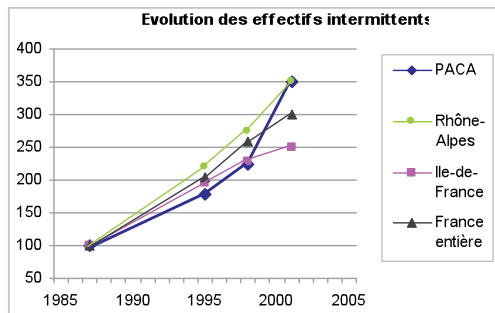
Sur l'ensemble des actifs des arts du spectacle en France, la région PACA en emploie 6,8%. C'est la troisième région de travail pour les actifs de ce domaine en France. En 2001, la région comptait 8 139 intermittents (indemnisés ou non). (données 2001)

	Professions du spectacle	Secteur du spectacle	
		Spectacle vivant	Audiovisuel
PACA	6,80%	8,10%	3,80%
Rhône-Alpes	7,30%	8,60%	5%
Ile-de-France	48,90%	41%	68%
Autres régions	37%	42,30%	23,20%

Source : 1999. Insee RGP 99 / DEP

² Les arts du spectacle désignent le spectacle vivant : théâtre, musique, danse et la production audiovisuelle : cinéma, télévision, radio
 Forum Avignon 2010
 Etude de cas : Avignon

- ▶ Ce volume d'emploi est particulièrement marqué pour le spectacle vivant et les artistes :
 - Les artistes représentent plus de la moitié des professions du spectacle en PACA (54%), contre 43% au niveau national
 - Le poids du spectacle vivant est plus important en région PACA que dans les autres régions (76,6% des actifs du secteur du spectacle, contre 60,1% au niveau national)
 - Le poids de l'audiovisuel est moins important, mais la région PACA reste cependant la 3^{ème} région de travail dans ce secteur.
- ▶ **Le secteur du spectacle connaît une croissance très forte.** Le nombre d'intermittents a été multiplié par 3,5 entre 1987 et 2001 (par 3 au niveau national). Les effectifs ont augmenté de +56% depuis 1998 (niveau national : +17%).
- ▶ **Mais cette croissance est déséquilibrée.** Les professions du spectacle présentent une précarité croissante depuis 15 ans. On observe ainsi que le volume de travail et la rémunération annuelle ont connu une croissance inférieure aux effectifs. En France, le volume de travail et la masse salariale ont connu une croissance plus modérée (multipliés par 2) que les effectifs. Il en résulte une diminution du nombre moyen de jours travaillés par intermittent (-35%) et de la rémunération annuelle moyenne (-29%). La durée moyenne du contrat de travail intermittent est passée de 20 jours en 1987 à 6 jours en 2003. Cette fragilisation est particulièrement marquée chez les artistes.



Le tourisme culturel est un secteur majeur à Avignon, qui souffre de la crise économique depuis 2008 et qui doit faire face à une concurrence régionale accrue

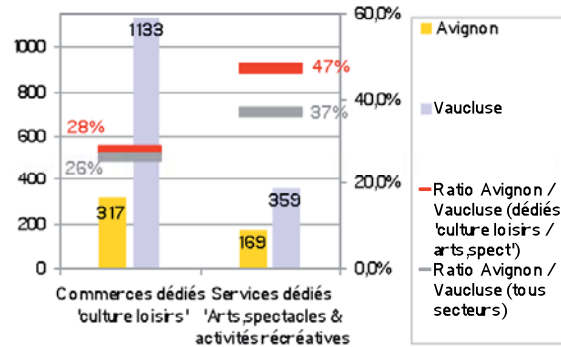
- ▶ **A Avignon, culture et tourisme sont indissociables.** La ville se caractérise par un tourisme urbain, culturel et d'affaires. Le tourisme culturel d'Avignon a trois caractéristiques principales :
 - Une forte proportion de touristes internationaux
 - La plus forte capacité hôtelière loisirs et affaires du département
 - Une pratique « city short break » en hors-saison estivale
- ▶ Ces trois caractéristiques font partie des branches de l'activité touristique ayant subi la plus forte décroissance en 2009, ce qui explique que le tourisme recule davantage à Avignon que dans le reste du département. **Néanmoins, l'attractivité des sites et des grands événements (festivals In et Off, Cheval Passion...) a contribué à maintenir un niveau de fréquentation satisfaisant.** Seul secteur enregistrant une progression constante de visiteurs, les festivals et événements présentent pour 2009 une évolution à la hausse. Ceux-ci bénéficient d'un renforcement des clientèles de proximité mais aussi du phénomène de recherche de périodes et de lieux festifs de proximité.
- ▶ **En dépit d'une conjoncture économique défavorable, le Vaucluse est resté une destination touristique de premier plan en 2009,** comme en témoignent les 4,4 millions de visiteurs dénombrés dans les structures et établissements d'hébergement touristiques. Le tourisme est le 2^{ème} secteur d'activité économique du Vaucluse. En 2009, une baisse globale de la fréquentation touristique en Vaucluse estimée à -3% est observée, avec un net recul des clientèles étrangères (à l'exception des belges). La fréquentation française est stable. Ce secteur est toutefois complexe à appréhender : il est transversal et concerne de nombreuses filières. De plus, il est atomisé (des milliers de petites structures) et constitué de multiples réseaux de label comme de distribution. Le panier moyen d'un touriste est aujourd'hui relativement faible.
- ▶ **La concurrence au niveau régional en Provence-Alpes-Côte d'Azur, est de plus en plus forte, notamment sur le plan de l'offre culturelle.** Avignon possède un positionnement géographique stratégique à la croisée de deux territoires attractifs, dynamiques et ouverts à l'international (la vallée du Rhône et l'arc méditerranéen), ayant facilité une bonne croissance économique, diversifiée et dominée par le commerce et la logistique (activités économiques qui utilisent les flux).

Avignon est le principal employeur du Vaucluse dans le secteur culturel, et accueille un quart des entreprises et commerces dédiés 'Arts, spectacles et activités récréatives' et 'Culture et loisirs'.

► **La population d'Avignon représente 18,5% de la population totale du département. Pourtant, la ville embauche un tiers des ressources du département dans le secteur culturel :**

- les effectifs des commerces dédiés 'Culture et loisirs' représentent 28% des effectifs totaux du département³
- les effectifs des services dédiés 'Arts, spectacles et activités récréatives' représentent 47% des effectifs totaux du département². Cela s'explique notamment par le positionnement de la ville sur les politiques d'animation culturelle telles que les festivals.

Comparatif des répartitions en 2010 des effectifs dans les Commerces dédiés 'culture loisirs' et les Services dédiés 'Arts, spectacles & activités récréatives'

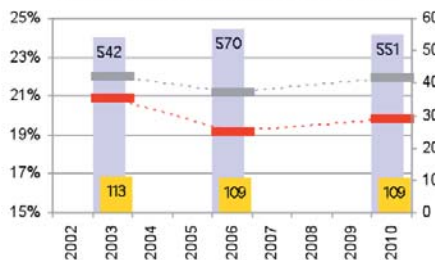


► Ce rapport est moins élevé lorsqu'il s'agit des structures de distribution / diffusion en elles-mêmes (commerces et entreprises), et non des effectifs, et il devient comparable au ratio sur la population. En effet, en 2010, les entreprises proposant des services dédiés 'Arts, spectacles et activités récréatives' représentent 20% des entreprises du département, alors que les commerces dédiés 'Culture et loisirs' représentent 28% des commerces du département.

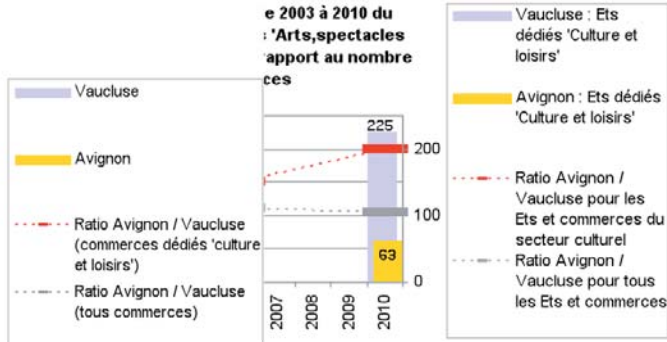
► **Dans le secteur de la culture et des loisirs, Avignon accueille sur son territoire un grand nombre de commerces et d'entreprises.**

- Le nombre de commerces dédiés 'Culture et loisirs' et d'entreprises proposant des services dédiés 'Arts, spectacles et activités récréatives' reste quasiment stable entre 2003 et 2010 (2% de croissance au total). Cette croissance suit la progression de celle des autres secteurs : la conjoncture économique ainsi que l'activité touristique impactent fortement ces structures.
- Les entreprises proposant des services dédiés 'Arts, spectacles et activités récréatives' prises isolément s'en sortent mieux : leur croissance est positive (+2% entre 2003 et 2010), alors que celle des autres secteurs est négative sur la même période. Cela s'explique notamment par le succès des festivals et grands événements observés ces dernières années.

Comparatif et évolution de 2003 à 2010 du nombre de commerces dédiés 'culture et loisirs' par rapport au nombre total de commerces



e 2003 à 2010 du 'Arts, spectacles apport au nombre ces



La stratégie culturelle d'Avignon est en train d'évoluer, pour faire prendre à son développement culturel une autre dimension, en s'appuyant sur ses deux filières culturelles historiques

► **Avignon souhaite maintenir le niveau de son offre culturelle.** En capitalisant sur son patrimoine, son Festival de théâtre, avec sa renommée internationale, avec son opéra-théâtre et son ballet, où pourront s'illustrer plus tard les élèves du Conservatoire, Avignon veut témoigner du fait que la culture est aussi facteur de croissance.

³ Source : CCI du Vaucluse
Forum Avignon 2010
Etude de cas : Avignon

- ▶ **L'offre culturelle est enrichie et renouvelée afin de développer le tourisme culturel** : par des nouveaux dispositifs et de nouveaux établissements (circuits de visites, audio guides, nouveau musée sur l'histoire de la construction du Palais des Papes...) et des expositions temporaires à forte visibilité (dans « La Grande Chapelle » du Palais des Papes, par exemple).
- ▶ **La ville poursuit le développement de ses deux filières historiques : le spectacle vivant et le patrimoine.**
 - La stratégie adoptée vise dans un premier temps à s'appuyer sur le Festival pour développer la visibilité du patrimoine. Elle vise à attirer encore davantage de public et de professionnels et à accroître la visibilité internationale de la ville (partenariats initiés avec la Corée du Sud, Taiwan, le *Fringe* d'Edimbourg...).
 - Un des objectifs est de développer l'activité autour du Festival, en lissant l'activité culturelle sur toute l'année. Ainsi, d'autres Festivals rythment désormais l'agenda culturel : festival Cheval Passion (120 000 visiteurs), festival Les Hivernales (13 000 visiteurs)... Les festivals du Grand Avignon ont attiré 890 000 spectateurs en 2007.
 - Pour accélérer le développement du Festival, la création de structures de formation, d'archivage et d'animation est encouragée, afin d'adosser l'événement temporaire sur des structures permanentes (comme le font par exemple les Rencontres internationales de la photographie d'Arles, le festival de la bande dessinée d'Angoulême, le Printemps de Bourges) ;
 - Le développement d'une offre de formation sur les métiers du Spectacle vivant fait partie de cette stratégie et vise à renforcer le pôle d'excellence sur cette filière : la création de l'ISTS (Institut Supérieur des Techniques du Spectacle), qui assure la formation de régisseurs et directeurs techniques, et la mise en place de diplômés liés aux métiers du théâtre ont permis de créer une émulation créative dans le domaine du spectacle vivant.
 - Dans la filière patrimoine et musées, Avignon a mis en œuvre une stratégie de développement culturel et touristique sur les monuments et musées en partenariat avec une société d'économie mixte RMG. En confiant à sa société d'économie mixte RMG (qui gérait déjà le centre de congrès du Palais des papes depuis 1977) la gestion des monuments historiques du Palais des papes en 1991, puis du Pont Saint Bénézet en 1999, et enfin, de l'office de tourisme en 2005, Avignon s'est dotée d'un opérateur unique pour mettre en œuvre une politique dynamique et cohérente portant à la fois sur l'accueil des publics, l'animation, la médiation et l'événementiel culturel, la conservation des édifices, la promotion. Un travail très important a été effectué sur la qualité de l'accueil dans les monuments.
- ▶ **Avignon commence à soutenir d'autres filières culturelles et semble s'orienter vers une stratégie de diversification.**
 - L'accueil à Avignon de la collection d'art contemporain Lambert dans le centre d'art contemporain s'inscrit dans le soutien de la filière Arts visuels.
 - Les festivals de musique contemporaine, jazz et blues enrichissent la filière culturelle Musique avec le conservatoire de musique.
- ▶ Comme l'explique Fabien Strack, directeur de cabinet de Marie-Josée Roig, le **tourisme culturel doit permettre à la fois de développer l'activité culturelle, mais aussi la cohésion sociale à l'échelle du bassin de vie avignonnais**. La **stratégie de développement du tourisme culturel d'Avignon** passe aujourd'hui par trois axes majeurs :
 - **les nouvelles technologies** : Avignon se distingue en période récente par l'installation d'entreprises spécialisées dans les Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication. Les monuments et les musées se préparent ainsi à développer les contenus culturels de façon segmentée et thématique pour pouvoir les diffuser sur des plates-formes multimédia, répondant ainsi aux nouveaux usages et aux nouvelles demandes des touristes (sites web, systèmes de guidage embarqués ou proposés sur site).
 - **les politiques d'animation culturelle** : le développement du tourisme urbain de courts séjours entraîne une forte concurrence entre les destinations culturelles. Celles qui seront capables de renouveler l'offre culturelle de leurs monuments et de leurs musées, grâce à la création d'événements attractifs d'envergure internationale (festivals), connaîtront une croissance en termes de fréquentation et de retombées économiques.
 - **la conservation du patrimoine** : le développement d'un flux touristique important génère de fortes retombées économiques qui peuvent permettre de dégager suffisamment de recettes pour financer tout ou partie des travaux de restauration des édifices, comme c'est le cas pour le Palais des papes et le Pont saint Bénézet. A contrario, ce flux toujours croissant peut poser aussi des problèmes de conservation dans des espaces sensibles qui, au-delà d'un certain seuil, se trouvent en danger. La gestion des flux devient alors une priorité.

Avignon cherche à donner un second souffle à son développement culturel en construisant une stratégie en collaboration avec les villes appartenant à la même zone géographique

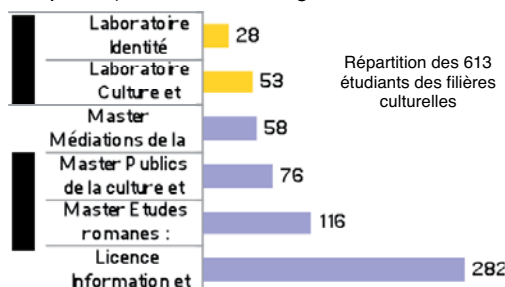
- ▶ **Sa position dans le bassin de vie et d'activité de la communauté urbaine du Grand Avignon constitue une opportunité pour la ville d'Avignon.** Certaines villes de cette zone géographique se rapprochent aujourd'hui pour mettre en place des stratégies communes de soutien à la création d'emplois et pour développer de grands projets économiques comme les pôles de compétitivité. Face aux grands ensembles qui se construisent autour de Montpellier, Lyon, Nice, Aix Marseille, les élus du Grand Avignon proposent une démarche fondée sur :

 - l'intercommunalité, qui permet une meilleure maîtrise de la dépense publique locale, par la réalisation d'économies d'échelle,
 - l'union des communes, qui offre la possibilité de rassembler des moyens plus importants pour réaliser des projets d'envergure.
- ▶ Avignon s'inscrit dans cette démarche au sein du Grand Avignon depuis 2001 et cherche aujourd'hui à impliquer de nouvelles communes dans le financement d'une offre culturelle dont tout le bassin de vie profite. Une réflexion est en cours pour élargir le soutien financier de certains événements ou établissements concernant l'ensemble du bassin de vie. Cela pourrait donner lieu à un apport de subventions, ou à une prise en charge directe de certains coûts (à titre d'illustration, l'opéra pourrait être rattaché au niveau de la communauté urbaine).
- ▶ A titre d'illustration, le grand Avignon assure depuis 2004 la gestion du Conservatoire.

 - Composé de trois sites, accueillant 2 175 élèves, cet établissement constitue un pôle d'éducation culturelle incontournable aussi bien en danse, qu'en théâtre et en musique. Il rayonne aujourd'hui sur trois départements et deux régions. Sa section danse est la première de France avec plus de 670 inscrits. Le département théâtre est un pôle qualifié de « pilote » par le Ministère de la Culture en matière d'enseignement de l'art dramatique. Ces deux sections diplômantes représentent 40% de l'effectif total. Cette gestion à l'échelle intercommunale a permis de mutualiser les moyens pour mettre en œuvre un projet ambitieux :
 - investissement de 10 millions d'euros (travaux de réaménagement) auxquels s'ajoutent 2,7 millions d'euros pour la construction d'un auditorium de 400 places. L'un des objectifs du Grand Avignon était de décentraliser certains sites du Conservatoire afin de faire profiter l'ensemble des habitants de l'agglomération de cet enseignement artistique de haut niveau.
 - L'établissement a obtenu le label « Conservatoire à Rayonnement Régional » (CRR) attribué par le ministère de la Culture en 2009 (seule ville de moins de 100 000 habitants à avoir reçu cette distinction parmi les 37 autres établissements français classés CRR)
 - Le Grand Avignon verse chaque année 5,2 millions d'euros pour le fonctionnement du Conservatoire, une aide financière qui permet notamment aux familles de tout le département du Vaucluse de bénéficier d'un tarif préférentiel pour les frais d'inscription.

Un des premiers axes stratégiques porté au niveau intercommunal est la mise en place de pôles d'excellence, avec des recherches de nouveaux modes de coopération entre acteurs

- ▶ L'un des objectifs du Grand Avignon consiste à développer une **politique d'excellence en matière d'enseignement artistique**, par la **réalisation d'un pôle culturel multi-sites**, permettant de proposer un large éventail en matière d'enseignements artistiques, des cycles d'éveil jusqu'au diplôme d'Etat. Par ailleurs, outre ce projet majeur de pôle culturel multi-sites, l'agglomération souhaite également **étendre cette politique dans le domaine des arts plastiques et de l'audio-visuel**, notamment autour des métiers d'art liés au patrimoine et à la sensibilisation à l'image.
- ▶ Deux zones caractérisent aujourd'hui la **stratégie de développement de filières d'excellence coordonnée entre les acteurs** : la zone d'Agroparc-Aéroport (développement des actions déjà engagées de collaboration entre Université, recherche et entreprises) et le Grand Avignon Confluences en Courtine (stratégie construite selon trois axes de développement, dont les industries culturelles).
- ▶ Les formations culturelles de l'Université rassemblent 613 étudiants (environ 8% du nombre total d'inscrits). L'Université a développé des collaborations pour assurer son développement dans le domaine culturel, grâce à son **Laboratoire de recherche « Culture et Communication »**, comprenant 2 masters et 2 programmes doctoraux (dont un International). Elle



cherche aujourd'hui à **créer des profils modernes et polyvalents** (artistiques avec compléments scientifiques ou commerciaux), et réfléchit à une mise en réseau avec d'autres structures de formation de la ville, ayant pour but de proposer à des étudiants extérieurs un **environnement global** plutôt qu'une formation liée à une seule école.

Une réflexion pourrait être également menée pour allier les forces des principales villes proches afin d'accélérer le développement culturel du territoire :

- ▶ Avignon est géographiquement proche d'autres villes culturellement riches (Arles, Nîmes...). Un rapprochement avec certaines de ces villes permettrait de construire et de proposer une offre de tourisme culturel élargie. Des projets concrets entre deux ou trois villes pourraient ainsi permettre de poser la première pierre d'une stratégie de développement culturel dépassant le territoire de chacune des communes prises isolément. Cela faciliterait l'intégration du patrimoine du territoire dans les circuits des tours opérateurs, et permettrait d'attirer et de retenir plus longtemps un nombre de touristes plus important.
- ▶ Ce rapprochement permettrait également de mutualiser les moyens financiers pour mener des projets ambitieux qu'une commune seule ne peut pas supporter. Au-delà de l'aspect économique, ces projets favoriseraient le développement de la cohésion sociale sur tout le territoire concerné.
- ▶ Dans un autre domaine, les communes ont démontré leurs capacités à mener des projets en commun. L'équipe de football Arles-Avignon en est un exemple. Cette équipe rapproche culturellement les populations d'Arles et d'Avignon, et sa récente montée en ligue 1 a motivé la commune d'Avignon à investir dans un stade.
- ▶ Ce type d'alliance permettrait probablement de donner plus de visibilité aux initiatives locales communes, et de coopérer aussi sur des projets d'infrastructures tels que l'amélioration des dessertes entre villes et des réseaux de transport.

SOURCES

Interviews réalisées :

- ▶ Hortense ARCHAMBAULT, Co-directrice du Festival d'Avignon
- ▶ Emmanuel ETHIS, Président de l'Université d'Avignon
- ▶ Fabien STRACK, Directeur de cabinet - Ville d'Avignon
- ▶ Christian MICHEL, Chambre de Commerce et d'Industrie du Vaucluse (CCI)

Bibliographie :

- ▶ « Statistiques sur l'emploi - Analyse par région des offres d'emploi enregistrées », INSEE, 2008
- ▶ Portail Web du Grand Avignon : <http://www.grandavignon.fr/>
- ▶ « Du TGV à la culture - Accélérer le rayonnement du territoire », CCI Marseille Provence
- ▶ Portail Web de la mairie d'Avignon : www.mairie-avignon.fr
- ▶ « La culture prépare à des métiers d'avenir », Le Journal des Arts - n° 308 - 4 septembre 2009
- ▶ « Conjonctures », Direction Générale du travail, de l'emploi et de la formation professionnelle en PACA, 2007
- ▶ « ETAT DES LIEUX DU SPECTACLE en Provence-Alpes-Côte d'Azur », MCC, 2005
- ▶ « Fréquentation des monuments et musées d'Avignon depuis 15 ans », Rapport de la société Réalisation Municipale de Gestion
- ▶ « Enseignement artistique, un Conservatoire en haut de l'affiche », Grand Avignon Magazine n°3, 2009
- ▶ « Projet d'agglomération 1^{ère} contribution - Horizons 2020 », Grand Avignon
- ▶ « Priorités de formations professionnelles pour le spectacle vivant », Commission Paritaire Nationale Emploi Formation du Spectacle Vivant, 2009
- ▶ « CHIFFRES CLÉS 2010 - Professions culturelles et emploi », Ministère de la Culture et de la Communication / Secrétariat général / Service de la coordination des politiques culturelles et de l'innovation / Département des études, de la prospective et des statistiques
- ▶ « SCoT du Bassin de vie d'Avignon », Chambre de Commerce et d'Industrie Marseille Provence - Centre de Ressources Economiques - Janvier 2009
- ▶ « Schéma de Cohérence Territoriale du Bassin de vie d'Avignon / Etat d'avancement des réflexions pour les orientations du SCOT », Septembre 2009
- ▶ « Pour une politique gagnante des grands événements », Philippe Augier, Avril 2009
- ▶ « Tendances de l'emploi dans le spectacle », Culture Chiffres, ACTIVITÉS, EMPLOI ET TRAVAIL, février 2010, Ministère de la Culture et de la Communication / Secrétariat général / Service de la coordination des politiques culturelles et de l'innovation / Département des études, de la prospective et des statistiques
- ▶ « Le off, vrai poids lourd d'Avignon », Article *Les Echos* n° 20714 du 07 Juillet 2010 (page 22)
- ▶ « Les festivals font le plein malgré la conjoncture », Article *Les Echos* n° 20714 du 07 Juillet 2010 (page 22)
- ▶ « Rapport d'évaluation de l'Université d'Avignon et des Pays du Vaucluse », Agence d'Evaluation de la Recherche et de l'Enseignement Supérieur, janvier 2008
- ▶ « Rapport d'activités 2009 », Comité Départemental du Tourisme de Vaucluse, mars 2010