

## INDUSTRIE & SERVICES


# mécénat

## MP2018 : pour un territoire qui rayonne

### CULTURE

Les acteurs économiques sont à l'initiative d'un nouvel événement festif riche de 450 rendez-vous d'ici au 1<sup>er</sup> septembre.

**Martine Robert**

 @martinRD

Marseille-Provence 2013, capitale européenne de la culture, avait métamorphosé ce territoire : 11 millions de visiteurs reçus, 90 millions d'euros d'argent public et privé injectés, 10 nouveaux équipements culturels majeurs réalisés comme le MuCEM, le FRAC, la tour Panorama. Spectacles de rue, grandes expositions, feuilletons pyrotechniques, avaient investi les Bouches-du-Rhône. Et, dans la foulée, Marseille était élue 2<sup>e</sup> destination favorite du « New York Times », 5<sup>e</sup> plus belle ville littorale du « National Geographic ».

Alors pas étonnant que les milieux économiques aient eu envie de capitaliser sur cet héritage, lançant MP2018, avec pour thème l'amour. Les festivités, commencées pour la Saint-Valentin, dureront sept mois. « Soixante-dix partenaires privés, près d'une centaine de structures culturelles et de professionnels du tourisme, se sont fédérés en moins d'un an », souligne Raymond Vidil, PDG de la compagnie maritime Marfret et président de l'association MPCulture.

Certes on est loin du budget de MP2013 abondé par de grands donateurs nationaux. Cette fois, l'échelle est territoriale. « Environ 10 millions ont été réunis : soit 5,5 millions d'euros apportés à 50 % par les entreprises et à 36 % par les subventions publiques, et à 14 % par le solde de MP2013. A cela s'ajoutent les apports en nature et en prestations des collectivités, et les programmations prises en charge par les 15 membres du comité d'orientation artistique », poursuit Raymond Vidil.

Ce comité présidé par Bernard Focroulle, directeur du Festival d'art lyrique d'Aix-en-Provence, réunit les institutions provençales majeures : La Criée dirigée par Macha Makeïeff, Les Théâtres coiffés par Dominique Bluzet, la Belle de Mai pilotée par Alain Arnaudet, le Ballet Preljocaj du danseur éponyme, les Rencontres photographiques d'Arles confiées à Sam Stourdzé, le MuCEM sous la coupe de Jean-François Chougnet... « L'écosystème mis en place depuis MP2013 débouche aujourd'hui sur une programmation foisonnante qui associe aussi les amateurs », observe Bernard Focroulle. « MP2013 a agi comme un accélérateur, permis de croiser les publics, donné envie de travailler ensemble. Le geste architectural du MuCEM a métamorphosé le quartier de la Joliette. Mais il y a encore des

publics à conquérir et les entreprises peuvent nous y aider », estime Macha Makeïeff.

### Des dons de montants variables

Trois structures ont joué un rôle clef : le Club Top 20, qui fédère 40 grandes sociétés de la Métropole Aix-Marseille pour un chiffre d'affaires cumulé de 38 milliards d'euros et 219.000 salariés ; la CCI Marseille Provence, qui rassemble 94.000 entreprises ; et Mécènes du Sud, qui réunit plutôt des PME. Aix-Marseille Université les a rejoints, ainsi que 500 structures artistiques du territoire qui ont fait remonter des propositions. Au total 450 projets seront déployés par 1.500 artistes dans 8 villes des Bouches-du-Rhône.

Les partenaires officiels ont contribué à hauteur de 300.000 euros, comme la Compagnie Fruitière, qui a notamment conçu une mallette artistique pour 130.000 écoliers, la Fondation Total, qui finance des installations d'artistes au hangar J1 sur le port, ou l'association MJ1, qui regroupe une vingtaine de sociétés telles que CIS, JCDecaux, Elior, CMA CGM, GL Events, Onet, Orange, BNP Paribas, Caisse des Dépôts, Daher... Les partenaires projets ont eux apporté 100.000 euros, tels AG2R, Banque Populaire

Méditerranée, CCI, Crédit Agricole Alpes Provence, Marfret, Mécènes du Sud, La Méridionale, Medifutur, Seafoodia, SNEF, Sodexo.

Alors que Marseille accueille 5 millions de touristes par an contre 2 en 2012, les hôteliers comme le groupe Accor ou les restaurateurs sont aussi de la partie. « *On a voulu que MP2018 soit une aventure à la fois culturelle, touristique et gastronomique* », insiste Isabelle Bremond, directrice générale de Bouches-du-Rhône Tourisme. MP2018 espère générer un million de visites. L'exposition consacrée à Picasso à la Vieille Charité, avec l'aide du musée Picasso de Paris, fait déjà le plein. ■



**Les fêtes d'ouverture de MP2018. Avec pour thème l'amour. Les festivités, commencées pour la Saint-Valentin, dureront sept mois. Photo Benjamin Bechet**