

La culture, vecteur du développement de la Vallée de Seine ¹

Synthèse de la conférence du 23 janvier 2018



IAU île-de-France en partenariat avec le SITEM

Synthèse réalisée par Vincent Gollain, IAU Ile-de-France, Directeur du Département Economie, avec les contributions des intervenants

Courriel : vincent.gollain@iau-idf.fr

15, rue Falguière 75740 Paris cedex 15

Tél. : + 33 (1) 77 49 77 15 - Fax : + 33 (1) 77 49 76 02

<http://www.iau-idf.fr>

Photo de couverture : © Vincent Gollain, IAU

¹ Cette conférence s'est tenue lors du salon du SITEM, le 23 janvier 2018 aux Docks, Cité de la mode et du design, Paris

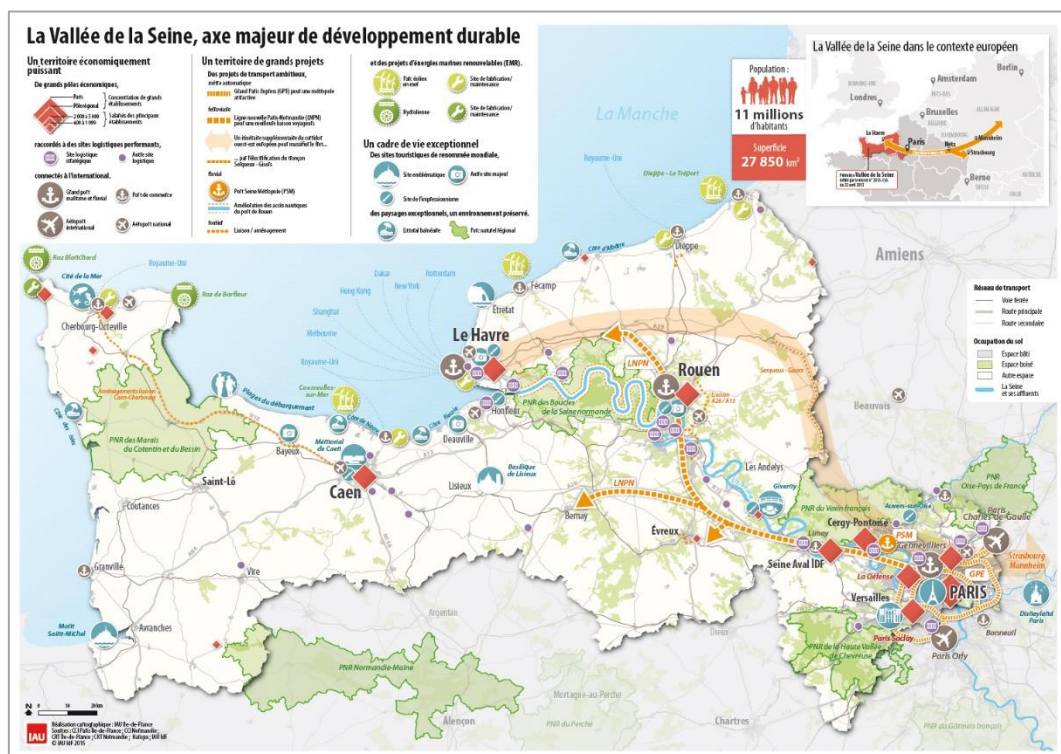
TABLE DES MATIERES

Introduction.....	3
La reconversion de tous les patrimoines industriels, une opportunité ...	5
L'Atelier 231, Sotteville lès Rouen, Centre National des Arts de la Rue ..	7
Valoriser l'offre culturelle et muséale par une dynamique collective.....	9
« Un été au Havre » : une programmation exceptionnelle pour les 500 ans du Havre et un levier d'attractivité	12
Le temps long et l'événementiel : les deux leviers de l'attractivité culturelle de la Vallée de Seine	14
S'appuyer sur la Seine pour construire un projet culturel de territoire	15
Conclusion	17
Pour aller plus loin :.....	18
Le salon du SITEM	19
L'IAU Ile-de-France	20

Introduction

Vincent Gollain, Economiste, Directeur Département Economie IAU Ile-de-France

Avec plus de 11 millions d'habitants, la Vallée de Seine est un écosystème puissant et reconnu pour ses domaines d'excellence logistique, industriel et touristique. Sa puissance économique s'élève à 571 milliards d'€, soit 27 % du PIB français². Elle a également été affectée par des chocs économiques qui l'ont fragilisé. Depuis 2008, sous l'impulsion de la dynamique du Grand Paris, de très nombreux acteurs se sont mobilisés pour faire émerger la Vallée de la Seine comme un espace de projet, d'intégration inter-régionale, de réinvention économique, de performance logistique, d'exemplarité environnementale. En 2015, un Contrat de Plan interrégional liant l'Etat, la Normandie et l'Ile-de-France (CPIER) a été signé et concrétise des engagements financiers forts inscrivant la consolidation de l'espace Vallée de la Seine comme une priorité. Plus d'un milliard d'euros ont été rassemblés dans ce plan³.



Comme l'indiquent les analyses des 5 agences d'urbanisme impliquées dans la transformation de la Vallée de Seine : « L'économie de l'Axe Seine Normandie s'appuie en partie sur le dynamisme du tourisme, grâce à la présence de sites de renommée nationale et mondiale : les plages du Débarquement, Etretat, Rouen, Honfleur, Giverny, et au-delà, Versailles et Paris. Mais, ce potentiel touristique pourrait encore s'amplifier par une mise en réseau plus étroite des territoires, de leur patrimoine, de leur histoire et de leurs animations locales. Certains thèmes communs se dégagent immédiatement : les Impressionnistes, la culture maritime et fluviale, les Vikings, les usages récréatifs de la Seine, le patrimoine urbain et industriel... La Seine est un moyen intéressant d'accéder à l'offre patrimoniale, culturelle et naturelle, qui est au cœur de l'attractivité touristique des régions »⁴.

² Chiffres clés de la Vallée de Seine : <https://www.iau-idf.fr/savoir-faire/nos-travaux/edition/chiffres-cles-vallée-de-la-seine-2016.html>

³ La liste des opérations peut être consultée ici : <http://www.seine-maritime.gouv.fr/Services-de-l-Etat/Presentation-des-services/L-Etat-en-Normandie/Contrats-de-Plan-Etat-Region/Contrat-de-Plan-Interregional-Etat-Regions-Vallée-de-Seine-2015-2020-CPIER/Signature-du-CPIER-le-25-juin-2015>

⁴ Le lecteur intéressé par la Vallée de Seine trouvera de nombreuses études et sources documentaires sur le site des 5 agences : <http://www.vdseine.fr/>

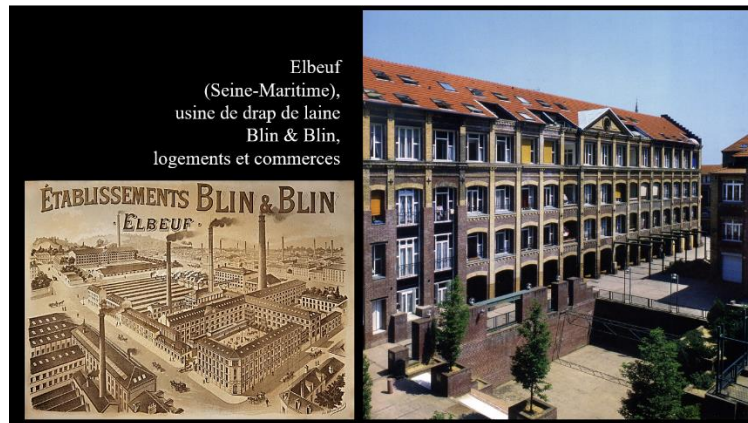
Dans ce contexte, l'année 2017 a été marquée par les festivités mises en place autour des 500 ans du Havre, mais aussi d'autres actions et manifestations. Cette conférence du SITEM en association avec l'IAU a souhaité explorer le sujet de «La culture, vecteur de développement de la Vallée de Seine». Il s'agit pour nous d'illustrer certaines dynamiques qui se sont mises en place (événements, équipements ou animations territoriales), sous l'impulsion des acteurs culturels, et qui permettent de renforcer l'attractivité touristique de la Vallée de Seine mais aussi de diversifier l'économie locale. Avec le choix de ce sujet l'IAU et Muséum Experts ont souhaité explorer une autre facette, parfois moins connue mais à fort potentiel de développement, de la Vallée de Seine.

Les organisateurs de cette conférence tiennent à remercier les intervenants : Sylvain Amic, Jean-Bernard Cremnitzer, Marie Landron, Thomas Malgras, Julie Moreau et Paul Smith.

La reconversion de tous les patrimoines industriels, une opportunité

Paul Smith, historien

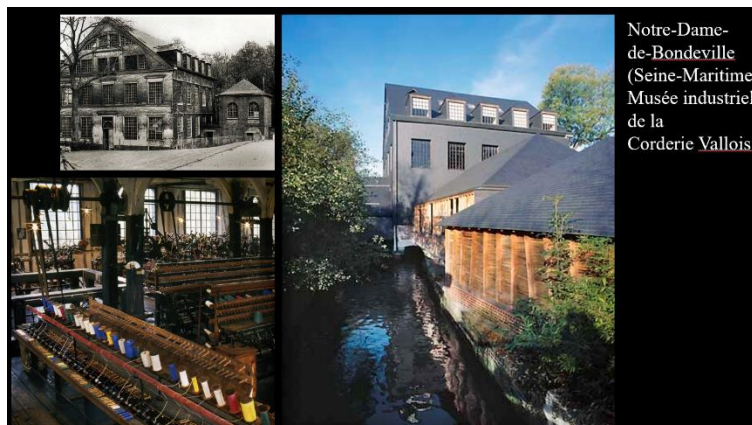
A partir des années 1970, l'économie française a connu de profondes mutations qui ont accéléré le phénomène de désindustrialisation. Progressivement, la France s'est inspirée des modèles britannique et allemand pour reconvertir une partie de son patrimoine industriel dans d'autres usages (logements, commerces, bureaux, établissements d'enseignements supérieurs, etc.), y compris culturels. L'exemple ci-après de l'usine de Drap de Laine Blain & Blin est une illustration.



Source : intervention Paul Smith, 2018

Deux modèles de réutilisation de ce patrimoine ont été présentés par Paul Smith :

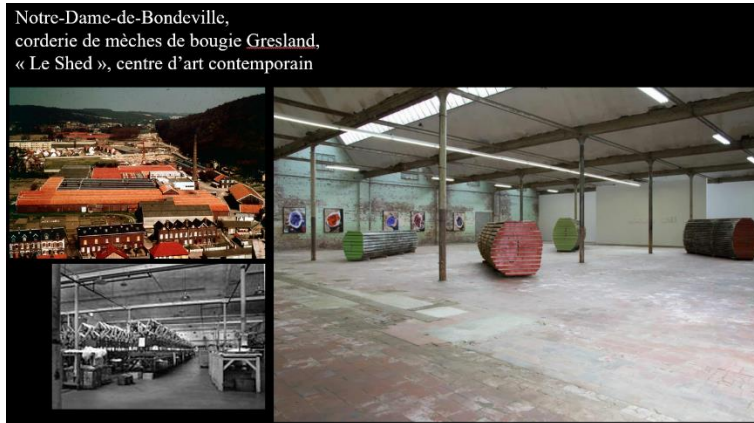
- La transformation en musée, notamment pour garder la mémoire de certaines productions manufacturières. C'est le cas du musée industriel de la Corderie Vallois qui est l'une des premières usines classées aux monuments historiques dès 1975. Cette usine du textile du XIXe siècle (filature hydraulique construite vers 1820) avait été transformée en corderie mécanique à la fin du XIXe siècle et a fonctionné jusqu'en 1978. Aujourd'hui, ce site est devenu un musée en 1994 se visite et permet de découvrir le bâtiment à pan de bois, la roue hydraulique, les transmissions et les machines de la fin du XIXe siècle dans un ensemble d'origine intégralement restauré. Cette approche est jugée excellente mais se heurte à des coûts de mise en œuvre et d'entretien parfois trop élevés.



Source : intervention Paul Smith, 2018

- La seconde modalité est la reconversion en d'autres usages comme le cas précédent de l'usine Blain & Bkin qui est devenue un site de commerces et logements. Dans cette approche, la reconversion peut également être culturelle comme l'exemple de l'ancienne corderie de mèches à bougies Gresland qui est devenue une friche artistique à Notre-Dame-de-Bondeville. Ce site, dénommé Le

SHED⁵, est devenu en 2015 un nouveau lieu pour l'art contemporain. Il existe grâce à plusieurs artistes plasticiens (Pierre Ardouvin, Jean-Paul Berrenger, Jonathan Loppin, Anita Molinero, Aurèle Orion et Bruno Peinado), qui ont décidé d'investir ensemble un bâtiment de 1 500 m², dans cette ancienne usine de mèche de bougie. Typique de l'architecture industrielle du 19^e siècle, le bâtiment est composé de 11 travées, aux toits en dents de scie – ou sheds. L'usine Gresland y produisait jusqu'au milieu du 20^e siècle « la mèche parisienne ». Le SHED est à la fois un espace d'exposition (500 m² environ), une résidence d'artistes (logement et atelier pour des projets temporaires) et des ateliers et espaces de stockage individuels. Les contraintes budgétaires, mais aussi les enjeux de développement durable et d'économie d'énergie, amènent de plus en plus à privilégier cette voie.



Source : intervention Paul Smith, 2018

Pour conclure, Paul Smith a rappelé que « longtemps vécu comme une charge, le patrimoine industriel est devenu aujourd'hui une opportunité, notamment pour les territoires de la Vallée de Seine ».

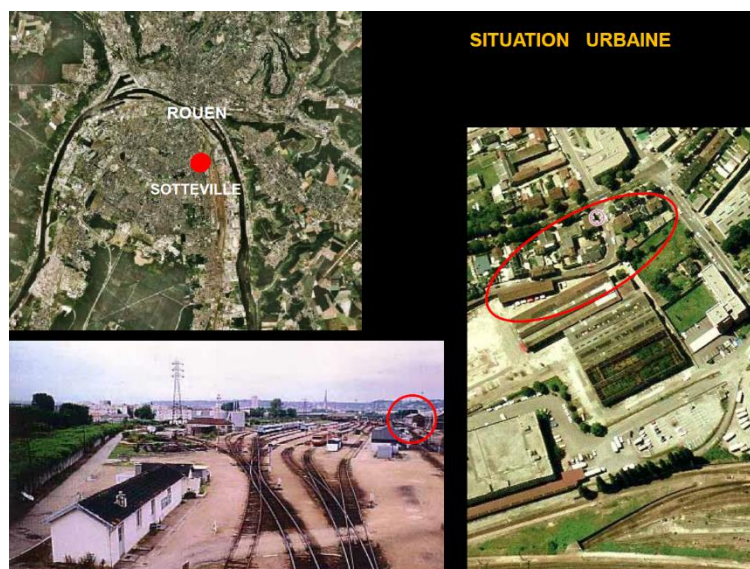
⁵ <https://www.le-shed.com/>

L'Atelier 231, Sotteville lès Rouen, Centre National des Arts de la Rue

Jean-Bernard Cremnitzer, architecte-urbaniste

Les friches culturelles peuvent jouer un rôle important en matière de requalification d'un territoire comme l'illustre l'exemple de L'Atelier 231 à Sotteville lès Rouen⁶. L'Atelier 231 est implanté dans une friche industrielle datant de 1878. La société Alcard-Buddicum, constructrice de locomotives depuis 1841, y installe alors ses ateliers dit de «chaudronnerie de fer» composés de trois halls de fabrication, un petit pour le rangement des outils, perceuses, raboteuses et étaux limeuses et deux plus grands pour la construction des chaudières. Cette bâtisse est longue de 75 mètres et large de 9 mètres de large. Elle est élevée avec une charpente métallique, des briques et du verre. Épargnée par les bombardements alliés de 1944, l'activité industrielle y perdurera jusque dans les années 80. En 1997, la ville de Sotteville-lès-Rouen rachète les locaux pour en faire un lieu de production, non pas de matériel ferroviaire mais de spectacles de rue, avec l'aide de l'Europe. Pourquoi 231 ? Tout simplement pour rendre hommage à la célèbre locomotive Pacific 231, classée monument historique. La maquette géante de la Pacific 231 à l'échelle 1.5, réalisée par Jean-Paul Goude à l'occasion du bicentenaire de la révolution, a été acquise par la municipalité et a retrouvé l'ancien lieu de fabrication des chaudières, où elle est exposée.

Ce projet de développement territorial dans une zone à priori délaissée est né d'un partenariat mixte entre une Association d'Arts de la Rue dirigée par Daniel Andrieu, et la municipalité de Sotteville-lès-Rouen.



Source : intervention Jean-Bernard Cremnitzer, 2018

Avec ce projet, il s'agit de s'efforcer de réduire les coûts de reconversion au minimum d'où une approche architecturale qui s'inscrit dans l'idée du minimalisme. Ce faisant, selon les calculs indiqués par Jean-Bernard Cremnitzer, l'économie réalisée est de 3,3 millions d'euros entre les coûts de reconversion selon cette approche (840 000 euros) et une opération à neuf (4,14 millions d'euros).

⁶ <http://www.atelier231.fr/>



Source : intervention Jean-Bernard Cremnitzer, 2018

Grâce à L'Atelier 231, l'image de la ville a changé et surtout elle est devenue une destination culturelle attractive en particulier du fait de la présence de la Pacific 231 et de son association de passionnés qui drainent du monde, mais aussi de plus d'une dizaine d'événements dont le festival Viva Cité en est l'élément phare avec ses 100 000 visiteurs.

Valoriser l'offre culturelle et muséale par une dynamique collective

Sylvain Amic, conservateur en chef du musée des Beaux-Arts de Rouen et Directeur de la Réunion des Musées Métropolitains (RMM)

Pour Sylvain Amic, les musées régionaux doivent engager une profonde révolution de leurs approches pour tenir compte des évolutions récentes de l'offre nationale et internationale. En effet, le « modèle Bilbao » reposant sur un couple formé par un bâtiment emblématique et des expositions blockbusters changent profondément l'activité des musées. Ceci est renforcé par le rôle croissant de sites culturels privés qui ont des moyens dépassant de très loin ses possibilités.



Le modèle Bilbao transforme les positionnements des musées
(Crédit photo : Monnuage)

Pour tenir compte de ce nouvel environnement, le changement de stratégie à Rouen s'est traduit par la mise en place d'une approche différente misant la mutualisation de compétences, la solidarité entre les établissements culturels et le renforcement de l'offre à destination des populations locales. Cette nouvelle approche a débuté en 2010 avec le lancement du Festival « Normandie Impressionniste⁷ » qui a connu deux autres éditions depuis (2013 et 2016). La dernière édition a montré à tous une nouvelle fois l'intérêt de travailler ensemble puisque ce sont 1,8 millions de visiteurs qui ont été accueilli en Normandie à travers les 450 événements tenus durant les 5 mois du festival. L'ensemble de la Normandie a été irriguée par cette manifestation culturelle commune qui a permis aussi de mettre en valeur des petits musées et d'attirer de nombreux franciliens.

⁷ <http://www.normandie-impressionniste.fr/>



Source : Site Internet Festival « Normandie Impressionniste », édition 2016

Une nouvelle étape a été franchie en 2016 avec la création de la Réunion des Musées Métropolitains (RMM). Dotée d'un budget annuel de 13 millions d'euros et d'un plan d'investissements de 30 millions d'euros sur la période 2017 - 2026, la RMM témoigne de la volonté de la Métropole Rouen – Normandie d'exercer la compétence « Musées » sur ses 8 établissements (cf. carte). Cette stratégie commune permet de créer un Centre commun de conservation des œuvres à Déville-lès-Rouen (livraison en 2022) et de faire des rénovations.

	<p>La RMM : 8 établissements et une offre dense de plus de 900 000 items</p> <ul style="list-style-type: none"> . Musée des Antiquités : 40000 items . Muséum d'Histoire Naturelle : 800 000 items . Musée des Beaux-Arts : 17 400 items . Musée de la Céramique : 5 000 items . Musée Le Secq des Tournelles : 16 000 items . Musée industriel de la Corderie Vallois : 9 300 items . Musée Pierre Corneille : nombre d'items non précisé . Fabrique des savoirs : 45 000 items
--	---

Source : intervention Sylvain Amic, 2018

Outre cette mise en réseau des établissements, la Métropole et la RMM travaillent à la création du quartier des Musées de Rouen qui sera l'un des lieux identitaires de l'agglomération et un levier fort d'attractivité. Le grand projet de réaménagement, **Cœur de Métropole**, vise à agir sur les espaces publics pour renforcer l'attractivité et le rayonnement du centre historique de Rouen.

Trois secteurs à l'ambiance singulière sont concernés :

1. « Seine-Cathédrale »
2. « Vieux Marché »
3. « **Quartier des Musées** ». L'objectif est de remodeler ce secteur pour **valoriser l'offre culturelle et connecter les musées au centre historique.**



Parmi les initiatives prises, les urbanistes travaillent à la création d'un parcours de rues, de places et placettes apaisées propices à la découverte piétonne du quartier des musées ; la végétalisation des espaces publics ou encore la requalification du parc Verdel.



Aperçu du projet d'aménagement urbain, Source : intervention Sylvain Amic, 2018



Afin d'améliorer le rôle local des musées et de l'offre culturelle, un changement majeur dans la relation avec les publics a été opérée en les mettant au cœur des réflexions des établissements. Quatre axes ont été retenus : fidéliser les publics familiaux, les jeunes et plus largement le public de proximité ; accroître la participation des publics ; favoriser la mobilité des publics et développer la pratique artistique, les savoir-faire. Parmi les initiatives nées de cette nouvelle approche centrée sur les publics, Sylvain Amic a présenté « La Chambre des visiteurs », démarche qui a consisté en 2016 et 2017 à faire voter les habitants et visiteurs sur les œuvres qu'ils souhaiteraient voir exposer au Musée des Beaux-Arts de Rouen. D'autres actions ont eu lieu comme des expositions hors-murs ou un nouveau parcours destiné aux visiteurs dans le Musée des Beaux-Arts.

D'autres initiatives sont en cours de gestation, notamment pour rapprocher des offres aujourd'hui éclatées et qui pourraient, articulées entre elles, générer de nouvelles envies de visites.

« Un été au Havre » : une programmation exceptionnelle pour les 500 ans du Havre et un levier d'attractivité

Thomas Malgras, Directeur du GIP « Le Havre 2017 »

**UN
ÉTÉ
AU
HAVRE
2017**

Pour les 500 ans de sa fondation, Le Havre a surpris le monde en 2017 en invitant des artistes et événements d'envergure internationale. Cette grande fête populaire et inédite intitulée « Un été au Havre, 2017 » s'est clôturée en feu d'artifice avec le départ de la 13ème Transat Jacques Vabre le 5 novembre 2017. Outre l'ambition de fêter avec les habitants et acteurs socio-économiques locaux cet anniversaire parfois difficile à dater dans d'autres villes, il s'agissait aussi de poursuivre et d'intensifier les efforts pour changer les représentations négatives sur la ville du Havre qui souffre encore d'une image de ville dégradée, voire « mal aimée ». Cette opération a été très appréciée, y compris des entreprises qui ont parfois du mal à recruter des cadres internationaux du fait de leur a priori négatifs sur la ville.

La Direction artistique de cette manifestation a été confiée à Jean Blaise qui s'est investi notamment pour lever « le malentendu » entre Le Havre et le reste du pays. Outre la création d'un GIP par les acteurs locaux (Ville, agglomération, Chambre de Commerce et d'Industrie et Haropa, rejoints ultérieurement par l'Université du Havre, la Région Normandie et le Conseil départemental de la Seine Maritime), cette manifestation s'est appuyée sur un producteur délégué, l'agence d'ingénierie culturelle Artevia qui était chargée de la médiation, des relations presse, du mécénat et du groupement d'entreprises au service du projet. Le budget global a été chiffré à 20 millions d'euros dont 5 millions en mécénat, répartis à 50/50 entre du mécénat financier et du mécénat technique.



« Un été au Havre, 2017 », Source : intervention Thomas Malgras, 2018

La programmation culturelle s'est échelonnée de mai à octobre, période suffisamment longue pour se donner des effets de visibilité mais inférieure au format d'une ville « Capitale européenne de la culture ». Cette programmation s'est appuyée sur trois piliers :

- La création d'espaces festifs de plein air ;
- De grands événements ;
- Des œuvres situées dans l'espace public et destinées à mettre en œuvre la ville plus que les artistes.

16 œuvres ont été développées pour cet événement. 8 œuvres et installations sont pérennes (la Fontaine Impact ; Les Jardins Fantômes ; Parabole ; Le temps Suspendu ; La mise en lumière des cheminées de la centrale thermique, Fort de mon Havre ! – projet collectif de réaménagement culturel d'une friche militaire ; Catch me if you (spray) can ; Etant donné un mur – Le Goût des Autres) et 3 œuvres seront à prolonger, reproduire ou reconstruire (Caténbe de Containers ; Couleurs sur la Plage et UP#3).



Impact de Stéphane Thidet



La Catène de Containers de Vincent Ganivet

« Un été au Havre, 2017 », Source : intervention Thomas Malgras, 2018

2,07 millions de personnes ont participé à « Un été au Havre ». 53 % des visiteurs sont locaux, 11 % franciliens et 5 % étrangers. Quatre temps forts de la programmation ont rassemblé plus d'un million de visiteurs : la journée d'ouverture (40 000 spectateurs), Royal de Luxe (plus de 600 000 spectateurs), Les Grandes Voiles du Havre (Plus de 400 000 spectateurs) et le Jour du grand anniversaire (13 000 spectateurs). Ils ont été complétés par les événements festifs estivaux réguliers du Havre : Festival MoZ'aïque (40 000 spectateurs), le Week-end de la glisse (40 000 spectateurs), Ouest Park (16 000 spectateurs) et la Transat Jacques Vabre (480 000 spectateurs).



« Les Grandes Voiles 2017 », Source : intervention Thomas Malgras, 2018

Les retombées économiques ont été estimées à plus de 80 millions d'euros, soit un rapport de 1 à 4 entre le budget investi par le GIP et les retombées économiques. Le panier moyen d'un visiteur a été mesuré à hauteur de 39 euros en moyenne, avec des disparités entre le visiteur local (18,2 euros), l'excursionniste (37,3 euros) et le touriste (90,01 euros). Plus de 10 millions d'euros du budget du GIP ont directement alimentés l'économie locale. Du fait de ces retombées très favorables, des suites sont engagées, notamment pour profiter des retombées potentielles des publics qui viendront au Havre pour la Coupe du monde féminine de football.

Le temps long et l'événementiel : les deux leviers de l'attractivité culturelle de la Vallée de Seine

Julie Moreau, Consultante « Tourisme – Culture – Loisirs », SCET⁸

Dans son intervention Julie Moreau a insisté sur le processus de construction de l'ADN culturel de la Vallée de Seine. Cette dynamique repose sur des sites en cours de (re)développement, que ce soit d'anciennes friches industrielles ou des musées, mais aussi des événements. Ces initiatives de court, moyen et long termes marquent progressivement l'identité du territoire, sa renommée et son attractivité. Aujourd'hui, la maturité de l'offre permet le développement d'une destination Vallée de Seine attractive.

Les habitants sont au cœur de ces mutations car ils constituent des publics cibles mais aussi des ambassadeurs naturels pour toucher des excursionnistes, visiteurs culturels et touristes.

Les conditions de réussite de la Vallée de Seine reposent sur quatre axes selon elle :

- La capacité à mener le projet sur un temps long avec une approche phasée et des propositions temporaires ;
- L'ambition d'atteindre les dimensions d'offre critique en s'appuyant sur l'émergence de pôles culturels territoriaux en s'appuyant notamment sur des moteurs et de liants ;
- La garantie de la transversalité de l'action et le partage continu du projet, notamment avec les habitants ;
- La construction d'outils organisationnels lisibles favorisant la mise en réseau des acteurs :
 - Public-public / Public-privé
 - Transversaux / échelons adaptés aux usages.

En définitive, selon Julie Moreau, la Vallée de Seine passe « d'une disparité de destinations thématiques vers une destination Vallée de Seine qui s'appuie sur des pôles d'attractivité et une proposition qui se renouvelle ».



« Les véloroutes », Source : intervention Julie Moreau, 2018

⁸ Julie Moreau a changé d'employeur depuis la date de cette conférence.

S'appuyer sur la Seine pour construire un projet culturel de territoire

Marie Landron, Responsable du service « musées et patrimoine »,
Communauté d'agglomération Caux vallée de Seine

La communauté d'agglomération Caux vallée de Seine (50 communes et 77 000 habitants) est située entre la métropole de Rouen et l'agglomération du Havre.

Le fleuve guide la politique de développement touristique et culturel de ce territoire dont la Seine est la colonne vertébrale. C'est ainsi que muséoSeine, le musée de la Seine normande, a ouvert ses portes en 2016. Son architecture et sa scénographie sont en dialogue constant avec le paysage. Les collections sont un prétexte pour raconter l'histoire des riverains depuis l'Antiquité jusqu'à nos jours.



Fort de la dynamique partenariale, la collectivité se lance par ailleurs dans un projet de valorisation du patrimoine gallo-romain à Lillebonne, ville développée au 1^{er} siècle de notre ère autour de son port, directement reliée à la Seine à cette époque.



Ce projet, dessiné par le cabinet d'études, l'agence scarabée, inscrit Juliobona, nom antique de la ville, à l'échelle de l'estuaire, dans un projet de territoire qui dépasse la notion de site archéologique pour développer la compréhension d'un territoire organisé, exploité autour de l'axe Seine.

La valorisation de ce patrimoine exceptionnel, dont seuls le musée et le théâtre romain de la ville sont à ce jour ouverts au public, passe par aussi une nouvelle manière de penser, d'aménager et d'habiter le territoire. La construction d'un centre d'interprétation de l'archéologie virtuelle, un parcours du patrimoine intégrant les nouvelles technologies, l'aménagement du théâtre romain et l'appropriation du patrimoine par les habitants font partie des actions programmées et dont le socle est le projet scientifique.

Le colloque « 1er forum Juliobona - valoriser son patrimoine archéologique : quels enjeux touristiques ? » organisé le 22 mars prochain est la première étape de ce programma d'actions.



Conclusion

Vincent Gollain, Economiste

Cette nouvelle conférence associant Muséums Experts et l'IAU Ile-de-France à l'occasion du SITEM 2018 a permis d'explorer plus à fond les développements culturels en cours de la Vallée de Seine, sujet insuffisamment présent dans le Contrat de Plan Interrégional (CPIER) signé entre l'Etat et les régions Ile-de-France et Normandie. Or, il apparaît clairement que la culture est ancrée dans l'ADN de la Vallée de Seine.

Cinq expressions résument à elles seules le « modèle de développement culturel » de la Vallée de Seine :

- Dynamisme. Les exemples présentés dans cette conférence montrent tous la diversité, la richesse et la puissance de ces initiatives ;
- Solidarité entre les sites et acteurs pour proposer des offres en réseau et intersectorielles ;
- travail collectif entre les acteurs publics, privés et associatifs pour proposer une offre pertinente et attractive tant aux publics locaux, qu'aux excursionnistes et touristes ;
- Partage des publics entre les acteurs culturels pour doper la fréquentation de tous ;
- Rôle clé des habitants et acteurs locaux tant dans la construction de l'offre culturelle de la Vallée de Seine que dans la participation aux événements ou visites.

Pour aller plus loin :

. Emmanuelle Réal et Christophe Kollmann, *Reconversions, l'architecture industrielle réinventée*, Région Normandie, 2013.

.IAU Ile-de-France, Lieux culturels et valorisation du territoire, IAU, 2016, <https://www.iau-idf.fr/savoir-faire/nos-travaux/edition/lieux-culturels-et-valorisation-du-territoire.html>

. Agence d'Urbanisme de la Vallée de Seine : site Internet sur la Vallée de Seine - <http://www.vdseine.fr/>

. Réunion des Musées Métropolitains Rouen Normandie : <http://musees-rouen-normandie.fr/fr>

. Un été au Havre 2017 : <http://www.uneteauhavre2017.fr/fr>

. Cremnitzer, architecture de patrimoine ; <http://www.architecture-cremnitzer.fr/>

. Musée Juliobona : <http://musee-juliobona.fr/>

Retrouvez nos précédentes synthèses des conférences faites lors des SITEM 2016 et 2017 :

. *Musées et sites de culture, sources de développement des territoires ?*, 2016, [https://www.iau-idf.fr/fileadmin/NewEtudes/Etude_1265/SITEM_2016 - conference - Tourisme - synthese finale.pdf](https://www.iau-idf.fr/fileadmin/NewEtudes/Etude_1265/SITEM_2016_-_conference_-_Tourisme_-_synthese_finale.pdf)

. *Le Grand Paris de l'attractivité culturelle*, 2017, [https://www.iau-idf.fr/fileadmin/NewEtudes/Etude_1265/SITEM_2017 - conference - Grand Paris culturel - synthese4-finale.pdf](https://www.iau-idf.fr/fileadmin/NewEtudes/Etude_1265/SITEM_2017_-_conference_-_Grand_Paris_culturel_-_synthese4-finale.pdf)

Le salon du SITEM

Véritable catalyseur, le **SITEM** est un **événement unique** pour le monde des musées et du tourisme culturel. Spécialistes de l'équipement, de la valorisation et de l'innovation des musées, des lieux de culture et de tourisme mais aussi de l'accessibilité et de l'attractivité de la ville : **l'ensemble des professionnels de l'écosystème culturel et touristique** est rassemblé pendant **trois jours** à **Paris**, dans le 13ème arrondissement, aux **Docks – Cité de la mode et du design**.

En **2018**, le SITEM a réuni **184 exposants**. Ils représentent l'ensemble de l'économie muséale qu'ils suivent, et parfois précèdent, dans ses évolutions et ses diversités. Les équipements représentent 44% de la surface du salon et 28% du nombre total d'exposants avec les vitrines, les décors et l'agencement, l'éclairage, les objets et mobiliers connectés, la sécurité des œuvres et des personnes, la conservation préventive. Les services aux publics occupent 18% de la surface d'exposition et représentent 28% du nombre total d'exposants avec l'accueil, la médiation physique et numérique, la billetterie, le mécénat, la communication et stratégie, la formation, l'accessibilité. La valorisation représente 21% de la surface d'exposition et 20% du nombre total d'exposants. Se rassemblent, muséographie, scénographie, gestion informatisée des collections, réalité virtuelle et augmentée.

Le SITEM a par ailleurs accueilli **3 636 visiteurs** (contre 2 575 en 2017, soit une hausse de 41,2% - chiffres certifiés Expocert). Ce grand bond en avant confirme l'intérêt et le degré de confiance élevés qui sont accordés à l'événement. Les visiteurs d'une capacité décisionnelle réelle, se répartissent en trois groupes : 54,58% rassemblent les institutions culturelles, les collectivités et les sites touristiques, 25,71% les métiers de la culture (études, conception) et 19,47% les entreprises (fournitures, travaux, services).

En **2019**, pour sa 23ème édition, le SITEM prendra à nouveau ses quartiers dans l'environnement urbain et lumineux des Docks - Cité de la mode et du design, mais pour la dernière fois, le lieu changeant de destination.

L'équipe Museumexperts, organisatrice du SITEM :

- . PDG et Commissaire général : Jean François Grünfeld
- . Responsable Commerciale : Delphine Iltis
- . Communication et marketing : Alice Charbonnier

http://www.museumexperts.com/qui_sommes_nous/equipe

L'IAU Ile-de-France

L'Institut d'aménagement et d'urbanisme de la Région parisienne (IAURP) a été créé le 4 mai 1960 par décret du ministre de l'Équipement, Pierre Sudreau, puis reconnu fondation d'utilité publique le 2 août 1960. Il devient, en 1976, l'Institut d'aménagement et d'urbanisme de la région d'Île-de-France (IAURIF). En 2008 l'acronyme évolue pour devenir IAU Île-de-France, accompagné d'un nouveau logo et d'une charte graphique renouvelé.

Fondation d'utilité publique, l'IAU bénéficie du financement de la Région Île-de-France, qui lui garantit une indépendance d'esprit. Ses contributions techniques et scientifiques et ses missions d'assistance, aux États comme aux collectivités locales, sur tous les continents, sont reconnues dans le monde entier. Doté d'un conseil d'administration composé d'élus régionaux et de représentants de l'État, du Ceser, de la Banque de France, de la Caisse des dépôts et consignations, du Crédit foncier de France, du directoire du Crédit de l'équipement des PME et du CCIP, l'IAU, avec son comité des partenaires, rassemble plus de 150 acteurs de l'aménagement et du développement francilien.

www.iau-idf.fr