

PLEINS FEUX ✕ L'étude marketing réalisée par l'institut Ifop, en décembre dernier, et livrée, début janvier, à l'association Seine-Saint-Denis, Portes de France confirme le fort potentiel d'intérêt de la future exposition au niveau local, national et international.

Destinée à évaluer l'impact commercial du projet "Images 2004" auprès du grand public, l'étude marketing d'Ifop a aussi été réalisée dans l'optique d'étayer le dossier de candidature remis officiellement au BIE le 31 janvier. Dans le détail, il s'agissait de valider le concept et le thème de l'exposition, de mesurer l'intérêt des visiteurs potentiels, de mieux cerner les différentes

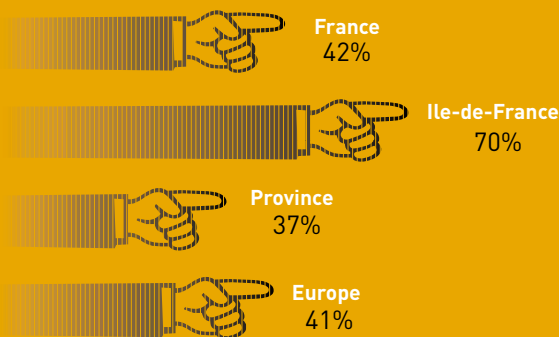
PROMESSE DE SUCCÈS

cibles et de tester des approches tarifaires. Cette étude, portant sur près de 10 000 personnes en France et à l'étranger*, comporte, également, un volet consacré spécifiquement aux entreprises. Les résultats de la partie grand public font apparaître un intérêt indéniable pour la future exposition et son thème, ainsi que des intentions de visite élevées. Rappelons que ces données doivent être maniées avec précautions puisqu'elles ne reflètent, pour l'essentiel, que des sentiments et intentions. Néanmoins, l'étude se révèle très encourageante.

■■■ suite en page 2

4 Les intentions de visite

En France comme en Europe, l'intérêt pour une exposition internationale sur le thème des images est manifeste. Il se traduit par plus de 20% d'intentions fermes de se rendre sur place, soit, après correction, plus de 8 millions de visiteurs potentiels.



% des personnes interrogées qui ont répondu "oui, certainement" et "oui, probablement" à la question "Sans penser au prix et à la distance, vous, personnellement, auriez-vous envie de vous rendre à cette exposition ?"

ÉDITORIAL

Bien mieux que bien

Après le dépôt du dossier français au BIE et sans faire de triomphalisme prématuré, force est de constater que la dynamique 2004 est bel et bien en marche : chaque jour, des partenaires nouveaux se présentent, des idées fleurissent et des soutiens se manifestent. Les sondages et études montrent combien l'intérêt des entreprises est grand et l'attente du public forte. Tout ceci doit nous inciter à redoubler d'énergie et d'imagination pour que notre projet soit plus que bien : le meilleur qui puisse être.

SOMMAIRE

Grand public et entreprises déjà séduits

L'analyse détaillée de l'étude marketing réalisée par Ifop révèle un grand intérêt pour le projet français.

p.1&2

Le programme "colossal" de Montreuil

La ville historique du cinéma a proposé à l'association une impressionnante liste de projets.

p.3

Rencontre avec Patrick Sommier

Directeur de la MC 93 de Bobigny.

p.4

• **Le Conseil de Paris** a voté à l'unanimité, le 29 janvier, son adhésion à l'association.

• **Les dirigeants de Disneyland Paris**, rencontrés le 18 janvier, portent un vif intérêt à l'idée d'une programmation commune en 2004.

• **Un conseil inter-ministériel** s'est réuni le 26 janvier pour aborder le dossier de l'exposition de 2004. La liste des ministères concernés (Finances, Tourisme, Intérieur, Culture, Recherche, Commerce extérieur et Transports) témoigne de l'ampleur de l'événement.

• **Plusieurs personnalités du monde culturel** tels que Chantal Ackerman, Alain Auclair, Bernard Blistène, Chloé Brunstein, Gwenola David, Thierry Garrel, Moebius, Pierre Musso, François Piron et Jack Ralite se réuniront, le 6 mars prochain, au théâtre Zingaro, pour une table ronde sur l'image.

61% des Français interrogés envisagent de se rendre à l'expo

Premier bon point, 71% des sondés en France et 58% dans les six pays d'Europe concernés* considèrent, a priori, que les expositions internationales et universelles sont "très ou assez intéressantes", même si seulement 7% des Français (14% des Franciliens) et 16% des Européens s'y sont déjà rendus au moins une fois. La promesse se précise quand les personnes interrogées sont averties du thème choisi pour 2004 : 44% des Franciliens, 20% des provinciaux et 21% des Européens interrogés déclarent alors avoir "certainement envie de se rendre à cette exposition". Des proportions qui montent à 61% des Français et 55% des Européens si l'on ajoute ceux qui envisagent "probablement" ou "peut-être" de venir !

d'attraction en soirée, puisque 73% des visiteurs français seraient prêts à rester sur le site après leur journée de visite.

Fort logiquement, la plupart des Européens profiteraient de l'occasion pour visiter Paris et la région. Plus étonnant, 44% des provinciaux semblent prêts à faire spécialement le voyage pour l'exposition. Pour l'hébergement, les Européens auraient, naturellement, nettement plus recours à l'hôtel (81%) que les provinciaux qui lui préféreraient la famille ou les amis (51%).

Des formules tarifaires avantageuses

Côté finances, la réaction aux tarifs testés est également positive. Cinq formules étaient proposées (adulte, résident Ile-de-France, tarif réduit, famille et groupe), s'échelonnant, pour un jour, de 250 à 120 francs avec des tarifs dégressifs à partir de deux jours et jusqu'au "Pass trois mois". La formule Famille (à partir de 2 adultes et 1 enfant), qui met le ticket d'entrée à 150 francs, est retenue par près de 35% des personnes interrogées.

Convertir les intentions en réalités

Concernant le contenu de l'exposition, enfin, les approches à dimension ludique et interactive (ateliers et expérimentations) sont très légèrement privilégiées par l'ensemble des publics par rapport aux approches plus traditionnelles (conférences, rencontres) mais sans que les différences soient suffisamment significatives pour dessiner une tendance forte.

S'il est clair, en définitive, que la plupart des indicateurs de fréquentation potentielle sont au vert, il reste aux partenaires à convertir les intentions en réalités et le conditionnel en un futur très objectif... ■

Un réel potentiel touristique

4 Nombre de jours de visite



4 Hébergement



Plus de 8 millions de visiteurs espérés

De quoi affoler plus encore les calculettes des prévisionnistes : les visiteurs potentiels auraient l'intention de passer en moyenne 2,3 jours sur place pour les Français et 2,8 jours pour les Européens. Après analyse de ces premières données, les experts avancent le chiffre de 8,5 millions de visiteurs potentiels, hypothèse basse, dont 70% de Français et 30% d'Européens. A noter également, un réel potentiel

*Etude grand public composée de trois études quantitatives en France (500 interviews par téléphone en Seine-Saint-Denis, 1 000 interviews par téléphone en Ile-de-France, 2 000 interviews en face à face sur le territoire national) et d'une étude quantitative à l'international (6x1000 interviews par téléphone en Angleterre, Allemagne, Hollande, Belgique, Espagne et Italie).

Images 2004 en chiffres

40 000

C'est le nombre de connexions enregistrées, au 7 février, sur le site officiel de la candidature française. Pour disposer de toutes les infos au jour le jour, n'hésitez pas à consulter www.images-2004.com

70 000 m²

C'est la surface occupée par les constructions dans le projet actuel d'aménagement du site. Sur un total de 25 hectares, les bâtiments laisseront donc la part belle à 180 000 m² d'espaces verts.

23 700 000

C'est le nombre de touristes étrangers accueillis en Ile-de-France en 1999. Près d'un tiers (7,2 millions) l'ont été pendant la période prévue pour l'ouverture de l'exposition (7 mai - 7 août).

dynamique
2004

PROGRAMME "COLOSSAL" À MONTREUIL

A la pointe des villes partenaires, la cité de Méliès prend l'initiative d'un ensemble foisonnant de propositions.



Un livre d'images pour mieux comprendre l'évolution des techniques cinématographiques : des premiers trucages, dans les studios de Georges Méliès, aux effets spéciaux les plus sophistiqués...

Le signe ne trompe pas : un homme détaché par la ville de Montreuil pour se consacrer exclusivement à une toute récente "Mission 2004". Pour Francis Gendron, cette détermination tient d'abord à un riche patrimoine, la ville ayant vu naître la fiction cinématographique et le premier studio du monde avec Méliès, ainsi que le premier empire du cinéma avec Pathé. Elle est aussi alimentée au présent : "Aujourd'hui, par exemple, un tiers des longs métrages

de Walt Disney sont réalisés à Montreuil et, ces dernières années, la ville a été primée plusieurs fois pour la qualité de son environnement graphique." Autant d'éléments qui expliquent une liste conséquente de propositions (débat, expositions, événements...) soumise à l'association Seine-Saint-Denis, Portes de France.

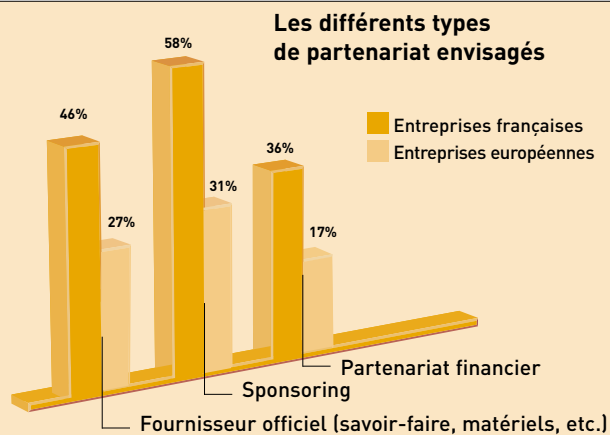
60 mètres de haut et un corps à visiter : le Colosse Méliès

Parmi elles, la plus impressionnante est sans doute le Colosse Méliès, personnage de 53 mètres de haut juché sur un piédestal de 7 mètres et dont le corps de géant accueillerait, entre autres, des "spectacles étranges, des décors et des manèges interactifs liés aux grands thèmes du cinéma français". La réalisation du bonhomme habité serait confiée aux maîtres incontestés en la matière : l'équipe du Royal de Luxe. Après l'exposition, le colosse le plus grand du monde serait démonté et installé définitivement à Montreuil. Un album relatant une petite histoire des images constitue l'autre point fort des propositions montreuilloises. "Nous avons réalisé, explique Francis Gendron, qu'il n'existe pas de livre sur le sujet, rien de transversal qui aide à mieux comprendre l'évolution des images, de ses techniques, de ses supports et de ses significations sociales". Pour combler ce manque tout en captant l'attention du jeune public, la Mission 2004 de Montreuil a imaginé un vecteur original : l'édition des images sous forme de vignettes à coller sur un album. Forte de ces propositions imaginatives, la cité historique du cinéma "espère que les organisateurs seront intéressés, au moins en partie". A suivre... ■

Les entreprises prêtes à participer...

Déjà familiarisées avec les expositions internationales ou universelles (20% des entreprises françaises et 35% des entreprises européennes interrogées* y ont déjà participé) et encore plus avec d'autres événements internationaux, les grandes entreprises se déclarent en majorité prêtes à participer au rendez-vous de 2004. Elles sont même 17% en France et 15% en Europe à envisager "certainement" ou "probablement" une participation. Dans l'ensemble, la porte des discussions reste très ouverte puisque 63% des entreprises françaises et 93% de leurs homologues européennes acceptent d'être recontactées.

*Étude entreprises composée d'une étude quantitative en France (100 interviews par téléphone parmi les 800 premières entreprises françaises ou groupes étrangers implantés en France) et d'une étude quantitative à l'international (6x20 interviews par téléphone en Angleterre, Allemagne, Hollande, Belgique, Espagne et Italie).



% des entreprises interrogées qui envisagent "certainement", "probablement" ou "peut-être" ce type de partenariat.

- La mission d'enquête du BIE attendue les 20, 21 et 22 février comptera neuf représentants. Au menu de la visite : l'étude de la viabilité technique et financière du dossier français et la mesure de la mobilisation politique autour du projet.

- Une équipe de l'association, conduite par son vice-président Patrice Charrié, s'est récemment rendue à Lisbonne pour échanger des vues avec les organisateurs de l'exposition universelle de 1998.

- Une conférence de presse se tiendra, le 23 février, au Cinéma des Cinéastes.

- Le kit d'exposition itinérant d'information sur le projet continue son parcours en Seine-Saint-Denis. Après le Blanc-Mesnil, Noisy-le-Sec, Aubervilliers, Bondy, Stains, Dugny et l'Hôtel du Département, il sera les 24 et 25 février à Drancy et bientôt dans plusieurs centres commerciaux séquanodionysiens.

100% motivés



"Je suis très touché par ce projet d'exposition en Seine-Saint-Denis. Ce territoire a été un des grands lieux de création industrielle dans l'histoire, un des grands lieux de mixité de populations, le cadre d'un brassage permanent de cultures, de savoirs de savoir-faire et je suis content de voir qu'il y a toujours cette extraordinaire dynamique malgré le passage à tabac de l'Histoire. Je trouve ça formidable."

Ils nous soutiennent

• **Le soutien des institutions hexagonales au projet français** ne cesse de s'amplifier. De nombreuses collectivités

territoriales et institutions ont fait part de leur intérêt pour "Images 2004", notamment, dans les régions du Nord-Pas de Calais, du Bas-Rhin, des Landes, de la Loire atlantique, de la Sarthe, de la Vienne, de l'Ain, de l'Eure-et-Loir, de la Côte d'Or, du Val d'Oise et de la Lozère. Le monde des affaires n'est pas en reste puisque Renault, L'Oréal et Motorola se sont récemment associées aux entreprises qui ont déjà manifesté un intérêt auprès de l'association.

Haut-lieu de la création au rayonnement international, la Maison de la Culture de la Seine-Saint-Denis souhaite pour 2004 susciter des liens entre spectacle vivant et création d'image.

PATRICK SOMMIER, DIRECTEUR DE LA MC 93, THÉÂTRE DE BOBIGNY.

Au cours de la saison 1999-2000, la MC 93 a accueilli, en une quinzaine de spectacles, environ 100 000 spectateurs, dont un tiers d'habitants de la Seine-Saint-Denis.

Quelle opportunité représente pour vous la perspective d'une Exposition internationale en Seine-Saint-Denis ?

P.S. : La Seine-Saint-Denis est une terre d'excellence en terme de création vivante. Entre les différents établissements, centres dramatiques, scènes conventionnées, scène nationale, centre national de la danse... il y a un maillage impressionnant. Il est évident que tous ces établissements doivent s'intégrer dans cette exposition et essayer de chercher un point de rencontre avec une proposition qui, a priori, pourrait être un peu à l'opposé d'eux puisque, quelque part, on parle du vivant et du virtuel.

du virtuel. Les deux choses sont capables de se transcender l'une l'autre.

Vous pourriez être présent sur le site de l'exposition ?

P.S. : Tout ce que nous pouvons apporter de notre savoir-faire sur le site, nous l'apporterons. En même temps, je pense qu'il serait dommage de ne pas utiliser un espace comme le nôtre et, de manière générale, de ne pas faire rayonner l'exposition sur l'ensemble du département. ■

En opposant vivant et virtuel, vous opposez la nature même de votre art avec la nature même d'une approche possible de l'exposition ?

P.S. : Au contraire, il est très important que la réflexion sur l'image se fasse à partir du vivant. Beaucoup de productions d'images, aujourd'hui, ne partent pas d'une création. Très souvent, c'est de la récup', de la modif', c'est ce qu'on a appelé en d'autres temps le post-modernisme, le kitsch. Attention, je ne parle pas des techniques qui sont, elles-mêmes, fabuleuses.

Grâce à la technique, vous notez une évolution de la place de l'image dans la mise en scène ?

P.S. : Absolument, ne serait-ce qu'avec un créateur comme Bob Wilson qui a complètement fait entrer l'image dans le théâtre. En 30 ans, le théâtre et la danse ont, par exemple, considérablement développé toutes les techniques concernant la machinerie, le décor, la scénographie, la lumière.

Comment imaginez-vous de participer à l'exposition ?

P.S. : Je crois que la MC 93 doit être le lieu de rencontre des corps et de l'image, du spectacle vivant et

SUR LE CALENDRIER

- **20, 21, 22 février 2001** : visite de la mission d'enquête du BIE en Seine-Saint-Denis.
- **Fin février 2001** : avis de la commission exécutive du BIE et envoi du rapport aux 88 membres.
- **28 mars 2001** : décision définitive du BIE en assemblée générale extraordinaire.

Associez-vous à la dynamique Seine-Saint-Denis, Portes de France.

Bobigny

1, avenue Youri Gagarine
F - 93 016 Bobigny Cedex

Paris

5, rue de Chaillot
F - 75 116 Paris

Tél. : + 33 (0) 1 48 96 20 04

Fax. : + 33 (0) 1 48 96 20 02

e-mail : infos@images-2004.com

web : www.images-2004.com

"Images 2004" est une publication de l'association Seine-Saint-Denis, Portes de France * Directeur de la publication : Robert Clément * Comité éditorial : Christian Billotte, Carlos Cunha, Jean Salvadori, Stéphane Vieuxmaire * Conception: BelleVieille * Réalisation : Kalyste * Crédits photographiques : Ted Paczula * Illustration : Jean-François Binet et François Brosse * Imprimeur : Direct impression / Saint-Thibault-des-Vignes * ISSN : Dépot légal en cours. Imprimé sur MUNKEN LYNX, papier sans bois, ECF.