

Chapitre 14 De l'événement culturel à la destination touristique : le cas de Lille

Programmer un grand événement permet d'améliorer la notoriété d'un lieu et de susciter des mobilités touristiques. Or, l'événement est, par définition, ponctuel. Quelle stratégie a été retenue par Lille ?

La désignation de la ville pour être capitale européenne de la culture en 2004 a marqué un nouvel élan à une dynamique déjà lancée lors de la candidature malheureuse de Lille aux JO en 1998. L'événement culturel a consisté, tout au long de l'année 2004 en un ensemble de fêtes populaires : bal gigantesque sur la place principale de la ville, expositions et créations culturelles avec pour parti pris la diffusion de l'art contemporain combinée à la transformation de l'espace urbain. La rue Faidherbe, qui mène de la place principale à la gare, a fait l'objet d'une transformation éphémère en rue de Shanghai. Le succès a été immense pour les 2 500 manifestations réparties dans 193 villes partenaires dont 8 belges.

Avec le soutien du monde économique et de la municipalité, l'association Lille Horizon 2004 est née. En 2006, l'opération est renouvelée selon les mêmes principes et devient Lille 3 000. L'édition « Bombaysers de Lille » consacrée à l'Inde est marquée par plus de trois mois de fêtes. La même rue Faidherbe est transformée en rue de la métropole indienne avec une haie d'éléphants. En 2009, c'est au tour de l'opération Europe XXL de renouer avec le succès avec pour thème l'Europe orientale.

La réussite lilloise est liée à plusieurs raisons : fait de renouveler les événements tous les deux ans et de créer l'idée d'un rendez-vous régulier d'octobre à janvier, et fait de faire travailler ensemble les acteurs de la culture et du tourisme. Ainsi, la participation de l'office du tourisme de Lille a permis la mise en oeuvre par des tour-opérateurs européens de produits alliant nuitées à l'hôtel et entrées dans les lieux de spectacles, accord avec la SNCF proposant un TGV spécial permettant le retour à Paris avant minuit.

Les succès tiennent à l'adhésion des habitants mais également à la qualité des lieux. Celle-ci s'apprécie de l'intérieur avec le contenu de la visite mais également de l'extérieur ce qui renvoie à l'importance de la localisation du lieu. À Lille, la position de carrefour européen, de ville frontalière et ouverte sur l'Europe crée un atout indéniable.

D'après J. R. Morice, « De l'événementiel culturel à la destination touristique : les cas de Lille et Nantes », *Bulletin de l'Association des géographes français*, sept. 2009.

1. Sur un axe chronologique, récapitulez les événements culturels à Lille.

2. Dans quels territoires ces événements s'inscrivent-ils ?

.....

.....

3. Quels acteurs sont impliqués dans ces événements ?

.....

.....

4. D'après cet exemple, expliquez comment un événement culturel peut être transformé en levier de développement économique.

.....

.....

.....