

# RHÔNE-ALPES ÉCONOMIE



Photo F. Ardito

Le théâtre, du sol au plafond : c'est le champ d'action de l'entreprise Teviloj, basée à Vienne et dirigée par Jérôme Blanc. (Lire p. 52.)

## Les festivals font le jeu de l'économie !

**Ils font les belles nuits de Rhône-Alpes. Les festivals et les événements culturels sont le théâtre d'enjeux économiques où entreprises, collectivités locales et grand public s'y retrouvent aux premières loges.**

**F**ruits de la décentralisation accélérée dans les années 1980, les festivals dominent un peu plus chaque année l'actualité culturelle française. En Rhône-Alpes, la réalité festivalière est marquée par son extrême diversité : diversité des registres, des tailles, des lieux aussi, en lien étroit avec la richesse patrimoniale de la région. D'après

France Festivals, les retombées économiques directes s'établissaient en 2006 à 122 000 euros en moyenne. Un chiffre à manipuler avec précaution, du fait des grandes disparités d'un événement à l'autre. Ces retombées concernent, par ordre décroissant d'importance, l'hébergement, la communication, la technique et le transport. Corinne Berneman, ●●●

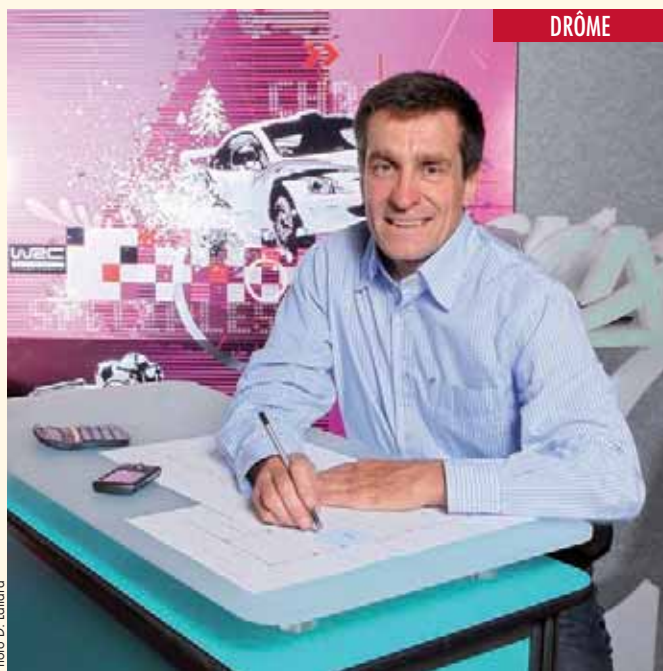


Photo D. Lathard

## Ami Loisirs a une idée par jour

“Une idée par jour, un événement par semaine” : avec un tel slogan, on ne s’ennuie pas chez Ami Loisirs ! Créée en 1981 à Valence comme distributeur-grossiste d’articles de fête, l’entreprise a ensuite racheté un détaillant puis élargi son activité à l’organisation d’événements festifs en 1990. “Tout événement impliquant l’accueil de public peut potentiellement nous intéresser”, commente Michel Comboroure, président d’Ami Loisirs. Du spectacle vivant (festival de musiques populaires Fest’Route, à Tournon, en Ardèche) aux musées (musée de la Miniature de Montélimar et musée du Protestantisme dauphinois au Poët-Laval, dans la Drôme) en passant par la foire de Valence, les huit salariés de la société sont préparés à répondre à la plupart des demandes. “Nous avons 400 stands en stock dans nos locaux de 1 000 m<sup>2</sup> à Valence et nous sommes en mesure d’amener une réponse spécifique à chacun : location de 5 000 chaises pour un spectacle, montage et démontage d’une scène, d’une vitrine avec éclairage pour une exposition ou de loges pour les artistes”, poursuit le dirigeant. Grâce à cette polyvalence et à la complémentarité avec le magasin, la société affiche une croissance régulière (CA 2007 : 610 k€) et cherche maintenant à investir dans de nouveaux locaux. ■

M. Massip

●●● enseignante chercheur à l’école supérieure de commerce de Saint-Étienne, a analysé les impacts socio-économiques des événements culturels. “On sait qu’un festival, par sa durée et son étalement géographique, génère des retombées indirectes sur les cafés-hôtels-restaurants et les commerçants, explique-t-elle. Il a également un impact social, en offrant des missions et des CDD aux intermittents du spectacle. Il ne faut pas non plus oublier le bénévolat, facteur d’insertion indispensable, qui concerne plus de la moitié des personnes impliquées.” De tels événements proposés de façon répétée offrent des spectacles à un public qui n’en a pas forcément

l’habitude. La mixité des publics est d’autant plus grande que les spectacles des festivals sont en général proposés à des tarifs inférieurs à ceux des salles. L’ambiance festive qui s’en dégage, surtout, crée des effets d’entraînement positifs sur la consommation locale.

### Petite musique d’été

La musique concentre à elle seule près de 45 % des festivals en France, une proportion que l’on retrouve en Rhône-Alpes. Célèbre à travers le monde, Jazz à Vienne prépare sa vingt-huitième édition, qui se tiendra du 27 juin au 11 juillet prochains. Le plus gros festival de jazz en France est aussi la plus importante

manifestation culturelle en Rhône-Alpes, avec 85 000 spectateurs pendant la quinzaine du festival au théâtre antique, et un total estimé à 150 000 personnes toutes scènes confondues. Organisé par l’association Vienne Action Culturelle, son budget, qui s’élève à 3,3 millions d’euros, est autofinancé à 80 %. Une vraie prouesse. Les retombées économiques de Jazz à Vienne sont d’autant plus fortes que la propension à consommer de ce public est supérieure à celle des amateurs de rock ou de classique. “L’événement attire à Vienne une population susceptible d’y consommer, même si une grande partie du public provient de Rhône-Alpes”, estime Dominique Abadie, responsable des relations entreprises et partenariats.

À Grenoble, de nombreux festivals musicaux adaptés à tous les publics ponctuent régulièrement la saison culturelle. Le plus important d’entre eux est Rocktambule, qui convoque pendant trois semaines groupes locaux et artistes d’envergure nationale sur l’ensemble des scènes de l’agglomération. Avec près de 15 000 spectateurs en 2007, la treizième édition de Rocktambule a confirmé la deuxième position du festival parmi les événements culturels isérois, évidemment très loin de Jazz à Vienne, mais déjà devant des manifestations plus anciennes telles que le Grenoble Jazz Festival et le festival Berlioz de La Côte-Saint-André. Il existe un public pour le pop-rock, festif et engagé à Grenoble, plus consensuel à Aix-les-Bains, en

## NORD-ISÈRE

### Teviloj équipe les théâtres du sol au plafond

Le théâtre, du sol au plafond : c’est le champ d’action de Teviloj. “La société a d’abord commencé par créer des décors en bois puis a acquis une machine à coudre les rideaux de scène, et propose aujourd’hui tapis, poulies, drisses, écrans et tapisseries scéniques”, explique Jérôme Blanc, gérant de Teviloj (CA 2007 : 1 M€, 9 personnes). La société viennoise s’oriente donc de plus en plus vers la prestation intégrale, le projet d’équipement complet de scènes, secteur où elle rencontre peu de concurrence dans la région. “Notre outillage nous permet également d’aborder d’autres domaines : un cinéma, une salle polyvalente ou l’équipement ponctuel d’une salle pour un seul spectacle”, poursuit le gérant. Si Teviloj est intervenue aussi loin qu’à Athènes, Varsovie ou Tenerife, elle compte aussi quelques belles références régionales : la halle Tony-Garnier et l’opéra à Lyon, la Biennale du design de Saint-Étienne, celle de la danse à Lyon et, en voisin, elle fournit le festival Jazz à Vienne. “Dans notre domaine d’activité, de plus en plus technique, les contraintes sont doubles, précise Jérôme Blanc. Nous devons respecter des consignes artistiques, mais surtout, et de plus en plus, nous avons obligation d’appliquer des normes de sécurité très strictes, notamment en ce qui concerne la résistance au feu.” ■ M. Massip

## Clochemerle fait son festival

Quand la gastronomie s'allie à la culture dans le village qui a inspiré à l'écrivain Gabriel Chevallier son *Clochemerle*, cela pourrait être une suite au roman rabelaisien de l'auteur lyonnais. Mais cette fois, ce n'est pas de la fiction ! L'Auberge de Clochemerle, à Vaux-en-Beaujolais, parrainera bel et bien la Biennale de l'art figuratif, qui aura lieu du 27 au 29 juin dans la commune du Rhône. "Plus qu'un surcroît d'activité, nous attendons de cet événement un accroissement de la notoriété du village et de l'Auberge", confie Delphine Crétin, cogérante de l'hôtel-restaurant. Lors de la Biennale, cinq chambres seront réservées pour des artistes invités et une terrasse sera installée dans la rue Chevallier, rendue piétonne pour l'occasion. Avec environ 10 000 visiteurs l'an dernier, un catalogue édité à plusieurs milliers d'exemplaires et plus de 40 artistes professionnels venus du monde entier, l'événement s'est fait une place parmi les événements culturels beaujolais depuis sa première édition, en 2002. Pour Delphine Crétin, ce sera une première, puisqu'elle a repris le restaurant avec le chef cuisinier Romain Barthe en avril 2007. "C'est aussi pour nous une manière de lancer définitivement le restaurant, avec un événement festif qui va résonner bien au-delà du village et de la région", poursuit la jeune femme. Et ce n'est qu'un début, puisque seulement onze mois après leur arrivée, les nouveaux occupants de l'Auberge de Clochemerle ont déjà décroché deux fourchettes dans un célèbre guide de couleur rouge... ■

M. Massip

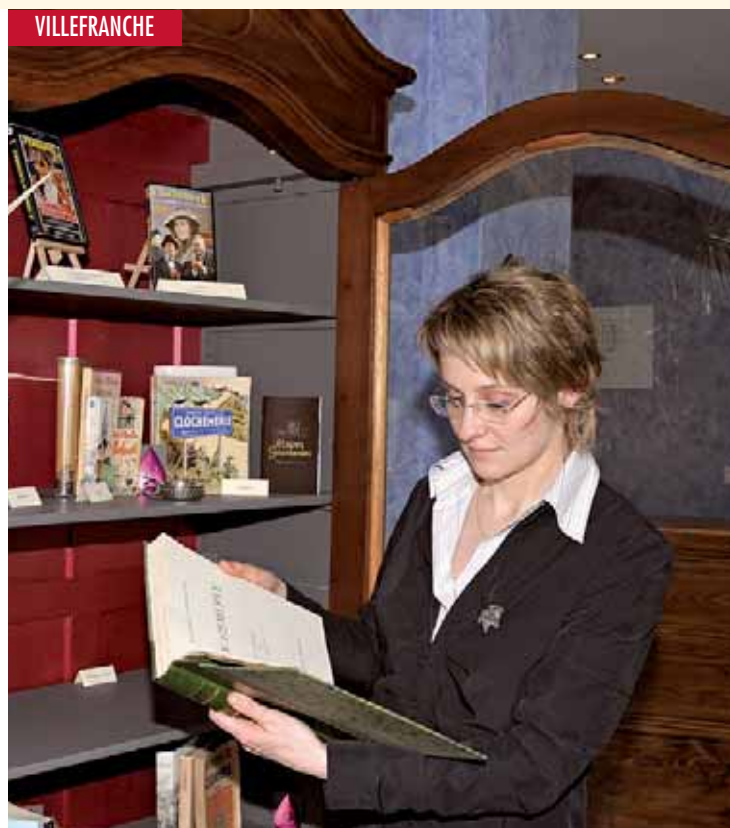


Photo: Y. Gout

Savoie, où est né le festival Musilac. Avec des têtes d'affiche telles que la star planétaire Mika, Vanessa Paradis et la légendaire Patti Smith, la septième édition de Musilac pourrait battre des records d'affluence en juillet prochain. Plus de 10 000 places étaient déjà vendues une semaine après l'ouverture de la billetterie. Imaginé en 2002 pour compléter l'activité thermale et rajouter l'image d'Aix-les-Bains, le festival rassemblait à l'époque 15 000 spectateurs. Musilac, qui a pour partenaire officiel le Crédit

Agricole des Savoie et compte parmi ses mécènes *Le Dauphiné libéré*, les magasins Fnac et Virgin, a attiré plus de 60 000 personnes l'an passé et pourrait bientôt tutoyer Le Printemps de Bourges (70 000 spectateurs en 2007), sur des affiches d'ailleurs assez similaires.

### Petite musique d'automne

Si l'été reste la saison principale des festivals, un tiers d'entre eux est désormais organisé en dehors de la période touristique, avec l'avantage de prolonger celle-ci. Dans la région d'Annecy, Attention les feuilles ! enchante le cœur de l'automne depuis 2001. Soutenu par la Communauté

d'agglomération d'Annecy, le Conseil général de Haute-Savoie et la Région Rhône-Alpes, l'événement s'est bâti sur l'émergence et la découverte de nouvelles voix françaises, tout en ouvrant un espace de choix aux gardiens d'une chanson dite "à texte", un peu délaissée par les médias. "Nous nous efforçons d'inviter des artistes accessibles, parfois en amont de belles carrières. Nous avons

## Un tiers des festivals est désormais organisé en dehors de la période touristique.

ainsi pu dénicher Cali, Renan Luce ou Anaïs, juste avant qu'ils n'entrent dans le circuit commercial", raconte Laurent Boissery, créateur de l'événement. Organisée sur douze communes, la huitième édition d'Attention les feuilles ! s'étire cette année jusqu'à Chambéry. Avec une trentaine de spectacles dans pas moins de vingt-trois lieux en deux semaines, le festival a du souffle ! Il a aussi atteint un seuil critique en matière d'organisation et de financement. "Si nous voulons développer encore le festival, il nous faudra financer un poste supplémentaire et jouer différemment avec les salles", explique Laurent Boissery. L'objectif principal est de réussir à fidéliser un public grâce à des affiches qualitatives. Devenir un label, en somme, une référence

durable pour un public exigeant.

Le festival d'Ambronay, dans l'Ain, a lui aussi choisi l'automne pour célébrer la musique. Et pas n'importe laquelle : ancienne, ethnique et surtout baroque, elle se joue ici dans le site grandiose de l'abbaye bénédictine Notre-Dame-d'Ambronay, sur des thématiques rigoureusement explorées. Inscrit parmi les plus prestigieux en Europe, le festival a accueilli l'an passé le maître de la viole de gambe, Jordi Savall. "Un excellent cru qui a vu la fréquentation augmenter de 13 %, avec plus de 15 000 entrées au total", rappelle Alain Brunet, directeur du festival d'Ambronay. La vingt-neuvième édition, qui se tiendra du 18 septembre au 12 octobre prochains, a choisi d'interroger la place des femmes dans la musique et la chanson.

### Un festival de casseroles

L'abbaye d'Ambronay, le théâtre antique de Vienne, les lacs d'Annecy et du Bourget : à chaque festival son décor, qu'il soit naturel, patrimonial ou gastronomique. À Roanne, qui abrite quelques-unes des meilleures tables du monde, dont la maison Troisgros, ce sont donc les fourneaux que l'on a choisi de désigner comme écrins. Depuis cinq ans, le festival Roanne Table ouverte associe restaurateurs, artistes et grand public. ●●●



AIN

Photo D. Gillet

## Le grand écart de Concept-Son

De l'animation de soirées dansantes à la prestation de services dans le spectacle et la culture, Concept-Son, à Péronnas, dans l'Ain, a fait le grand écart en une douzaine d'années. Avec cinq permanents et une trentaine d'intermittents du spectacle intervenant régulièrement pour elle dans de multiples événements, l'agence spécialisée dans le son, l'image et les structures techniques est désormais incontournable dans la région de Bourg-en-Bresse. Sollicitée par ses clients, Concept-Son (CA 2007 : 1 M€) est même devenue agence artistique, avec 800 artistes référencés, capable de proposer un spectacle de A à Z, de la technique au contenu. "On ne peut pas se permettre de n'avoir qu'une corde à son arc, car les clients recherchent de plus en plus un interlocuteur unique pour organiser leur événement. Mais notre cœur de métier reste la prestation de services", argumente David Reydellet, gérant de Concept-Son. Parmi les 500 événements sur lesquels elle intervient chaque année, on compte la vente et l'installation d'écrans plasma au musée de la Bresse (Saint-Cyr-sur-Menthon), l'éclairage du spectacle médiéval organisé au monastère royal de Brou (Bourg-en-Bresse), etc. "La demande en événements culturels et en spectacles continue de croître, notamment auprès des entreprises. C'est une manière de faire plaisir aux clients, en leur offrant un événement dont ils se souviendront quand ils passeront commande. C'est devenu une forme de communication très rentable", observe David Reydellet. ■ M. Massip

●●● Mélant dîners-spectacles, soirées de dégustation et ateliers de cuisine, le festival s'est déjà taillé une solide réputation à travers la France. Sa notoriété repose sur un savoureux cocktail qui rassemble des artistes de théâtre, du cinéma et de la musique tout en mobilisant les meilleurs boulangers, pâtisseries, traiteurs et autres métiers de bouche. Pas moins de 170 dîners-spectacles dans une soixantaine de restaurants ont été organisés en octobre 2007. Tous ont affiché complet, tout comme les quelque 80 ateliers gastronomiques, déroulés dans les cuisines des grands chefs et les laboratoires des grandes pâtisseries, qui ont attiré plus de 3 000 personnes. Il faut dire que l'office du tourisme met la main à la

pâte. Il appuie la promotion à l'échelle nationale et propose, avec l'association Escapades en Roannais, des séjours tout compris. "L'impact auprès des restaurateurs est tout simplement excellent", observe Pierre Farge, président de l'Amicale des restaurateurs du Roannais. "C'est un festival qui profite au rayonnement de notre territoire et consacre Roanne comme l'une des capitales de la gastronomie française", martèle-t-il. Sans compter qu'un tel programme, qui

joue sur plusieurs leviers, favorise les échanges entre différents partenaires, qu'ils soient artistes, designers, industriels, artisans ou encore distributeurs.

### Tout le monde au château

De son côté, la Drôme joue avec l'histoire de ses sites, en particulier de ses châteaux. S'il est le plus célèbre des trois, le château de Grignan est indissociable, dans sa gestion, des châteaux de la Garde-Adhémar, très marqué "art contemporain", et de Suze-la-Rousse, rattaché aux expositions photographiques. "À eux trois, ils ont attiré 170 000 visiteurs en 2007", se félicite Laurent Grémaud, responsable de l'administration et de la communication des châteaux.

Grignan, réputé pour avoir accueilli M<sup>me</sup> de Sévigné, est la locomotive : il se visite toute l'année et voit son programme d'animations se renouveler et s'étoffer chaque saison. En tête, les Fêtes nocturnes de Grignan font les belles soirées du château. La vingt et unième édition proposera cet été une pièce de Labiche, *La Cagnotte*, mise en scène par Adel Hakim, celui-là même qui avait contribué au succès de *Mesure pour mesure*, d'après Shakespeare, en 2007. "De très

bonnes retombées presse au niveau national font rayonner le festival depuis plusieurs années : *Le Figaro*, *La Croix*, *Les Échos*, *Le Monde* et les chaînes de télévision assurent un écho positif. Nous sommes même labellisés par *Télérama*. Nous avons peut-être trouvé un équilibre entre l'événement populaire et le spectacle exigeant. C'est un travail à très long terme que de réussir à faire venir les gens et à les faire revenir", explique Laurent Grémaud, qui reconnaît la fragilité de la situation. Pour l'heure, tout va bien. Une fréquentation de 28 000 à 30 000 personnes l'été engendre d'importantes retombées économiques pour la région, permettant à de nombreux commerces, artisans et restaurateurs de réaliser près de la moitié de leur chiffre d'affaires annuel en un peu plus de deux mois. Par ailleurs, les trois châteaux emploient au total 43 personnes, un chiffre qui grimpe l'été avec le renfort de l'accueil. Surtout, Grignan se mobilise pour héberger les comédiens et l'équipe technique du spectacle en semaine, et leur famille le week-end : "À eux seuls, ils occupent une dizaine de gîtes. Et puis ce sont des gens qui font du VTT, du cheval, font faire du poney à leurs enfants, achètent des produits artisanaux et de l'huile d'olive", détaille Laurent Grémaud. Fort de ce constat économique, le Conseil général de la Drôme s'efforce depuis quelques

Une fréquentation de 28 000 à 30 000 personnes l'été engendre d'importantes retombées économiques pour la région.

ROANNE



Photo T. Béguin

L'esprit festif de GBP Production

Mettre les étoiles à la portée de ses clients, institutionnels ou entreprises, c'est devenu le métier de GBP Production. Créée en 1985 à Saint-Just-la-Pendue (Loire) par Alain Garmier, la société a longtemps œuvré dans le monde de la nuit et des discothèques, avant d'élargir son champ d'action. "Notre licence d'entreprise de spectacle nous permet désormais de faire intervenir des artistes dans des salons, des soirées d'entreprise ou des colloques", explique le gérant. Avec plus de 500 artistes dans ses fichiers – dont une trentaine qui interviennent de manière récurrente –, GBP (CA 2007 : 600 k€, 3 personnes) s'est fait une spécialité des soirées magie ou cabaret pour des clients locaux (les Vitrines de Roanne, la foire de Saint-Étienne, etc.) ou nationaux (toutes les enseignes de la grande distribution, France Télécom, Citroën, etc.). "Nous pouvons même faire venir des têtes d'affiche, comme l'humoriste Yves Lecoq, qui s'est produit dernièrement dans une de nos soirées", raconte Alain Garmier. La société développe actuellement son offre à destination des enseignes de distribution de matériaux de construction, qui mettent en contact leurs clients et leurs fournisseurs lors de salons privés organisés autour d'événements festifs. ■

M. Massip

années de compléter le programme d'événements sur l'année entière.

À chaque ville son événement

Du coup, tout le monde s'y met. Des villes d'importance moyenne s'emparent des nouveaux modes artistiques. Ainsi la ville de Romans-sur-Isère, dans la Drôme, a-t-elle organisé ce printemps la deuxième édition du Festival de l'expression sur Internet. Une manifestation qui veut surfer sur la mode des blogs et autres espaces virtuels, en récompensant les plus créatifs d'entre eux à travers un jury

de professionnels nationaux. Romans assure vouloir faire de son festival l'équivalent d'Angoulême pour les blogs. Ni plus ni moins. Le rendez-vous ne se déroule que sur deux jours et demi pour l'instant, mais il draine déjà des mordus de l'Internet de toute la France et même des pays francophones voisins. Il mobilise une dizaine de lieux regroupés dans le centre historique, où se concentrent aussi restaurateurs et cafetiers. À Chambéry, le vingt et unième Festival du roman s'est tenu en mai dernier, accompagnant ainsi les débuts littéraires d'auteurs venus

d'horizons différents. Des communes plus petites réussissent aussi à imposer leur image. Le village de Vaux-en-Beaujolais, au cœur du vignoble, compte à peine mille habitants mais participe à l'animation de son territoire. Il organise en effet la Biennale de l'art figuratif, imaginée par Allain Renoux, un artiste peintre d'origine stéphanoise. Cette année, du 27 au 29 juin, vingt-cinq artistes peintres, photographes et sculpteurs de toute la France, mais aussi de Belgique et d'Italie, proposeront une vingtaine de leurs œuvres, installées le long des 250 mètres ●●●

HAUTE-SAOVIE

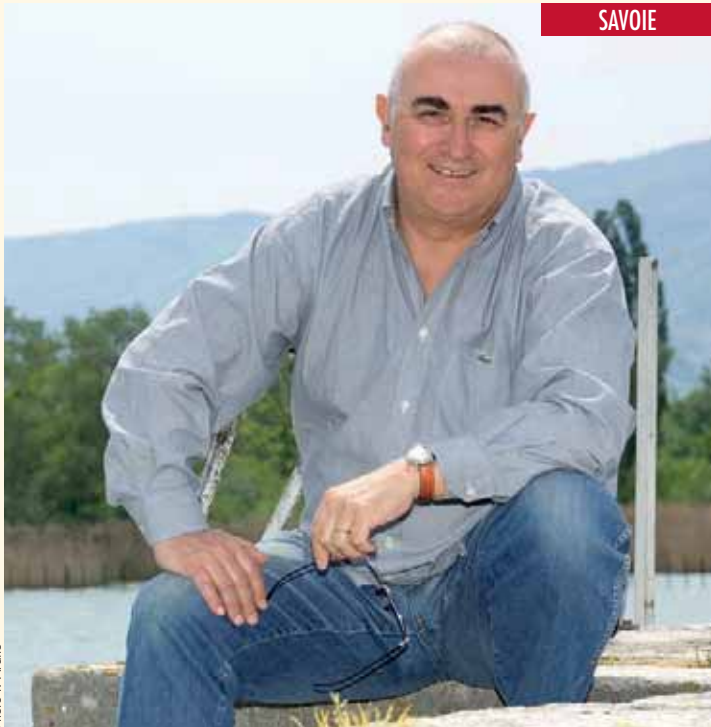


Photo F. Ardillo

Halogène : que le son et la lumière soient

Les Haut-savoyards amateurs de spectacle vivant ne sont pas les seuls à languir : Halogène Son et Lumière attend aussi avec impatience les ouvertures du Zénith de Chambéry et du parc des expositions d'Annecy, prévues pour 2009. C'est que pour le prestataire de services, deux salles de spectacle de cette importance dans sa zone de chalandise, ça change la vie ! "Notre parc d'équipements nous permet de répondre à l'intégralité de la fiche technique de nos clients. Nous avons fortement investi ces dernières années pour pallier le manque d'équipements dans la région. Ces nouvelles salles nous permettront de voir plus loin", explique Bernard Vainer, gérant d'Halogène Son et Lumière (CA 2007 : 1 M€, 5 personnes). Spécialisée dans l'accueil de spectacles, la société prépare actuellement activement la saison des festivals régionaux : les Noctibules à Annecy, puis l'Annecy Reggae Festival, le festival de jazz du château de Clermont-en-Genevois... Et elle s'est fait une place dans une niche apparue il y a une dizaine d'années : la mise en œuvre de solutions pour les comédies musicales sans musiciens. "C'est une prestation très spécifique, en plein développement", commente le gérant, qui observe avec satisfaction la Haute-Savoie devenir un territoire de plus en plus notable en termes d'événements culturels. ■

M. Massip



SAVOIE

## JLSO fait son show depuis 25 ans

**E**x-Monsieur Météo de France 2 et animateur d'une émission de variétés au début des années 1990, Jean-Louis Sevez a gardé de ses années télé un bagou cathodique et un carnet d'adresses épais comme un Bottin mondain. Utile quand on mène en parallèle la vie un peu moins glamour, mais peut-être plus viable à long terme, de dirigeant d'une entreprise spécialisée dans l'événementiel. "L'opportunité de travailler pour la télé ne m'a pas fait abandonner Jean-Louis Sevez Organisation (JLSO). À une époque, je menais une double vie entre Paris – quatre jours par semaine – et Viviers-du-Lac. Mais je ne me suis jamais laissé bercer de rêves", raconte le Savoyard. Aujourd'hui, JLSO a une vitrine : les Femmes en or, événement récompensant depuis 1993 les femmes qui se sont distinguées dans l'année, de Marie-José Pérec à Christine Ockrent ou Mimie Mathy. "Mais nous sommes des tailleurs sur mesure, avec des budgets allant de 5 000 à 150 000 euros", assure Jean-Louis Sevez, qui cite le Festival des métiers de la montagne d'Anney comme un exemple d'événement local organisé par JLSO (CA 2007 : 1,6 M€, 5 personnes). "Après vingt-cinq ans sur la place, nous sommes maintenant des brontosures de l'événementiel en Savoie. Ma grande joie désormais est, à mon tour, de mettre en contact de jeunes talents avec les décideurs du monde du spectacle", conclut-il. ■

M. Massip

●●● de la rue principale. L'événement prend de l'ampleur : "Nous sommes à l'écart des grands axes, mais notre village a des choses à montrer. Un nombre croissant de visiteurs revient d'une édition à l'autre, séduit non seulement par la qualité des œuvres présentées mais aussi par l'atmosphère chaleureuse et le cadre", explique Allain Renoux. Conscientes de l'enjeu de notoriété et d'image, près de trente entreprises

soutiennent le projet, appuyé également par les collectivités territoriales et la Chambre de commerce et d'industrie du Beaujolais. "C'est bon pour l'art, c'est bon pour le tourisme aussi", se réjouit Allain Renoux, qui constate un rapprochement avec les villages voisins. Pour lui, la Biennale est un facteur de cohésion économique du territoire. L'union interprofessionnelle des vins du Beaujolais ne s'y est d'ailleurs pas trompée en parti-

cipant au financement. Autre fait notable, les habitants eux-mêmes jouent le jeu de l'accueil en hébergeant les artistes, permettant ainsi aux hôtels et aux gîtes de concentrer leurs efforts sur les touristes. La gratuité de l'entrée, grâce à la prise en charge par les partenaires, et l'arrivée de groupes de musique devraient encore accroître l'attractivité de l'événement, qui attend 7 000 visiteurs cette année.

## Xtreme Prod rebondit avec le basket acrobatique

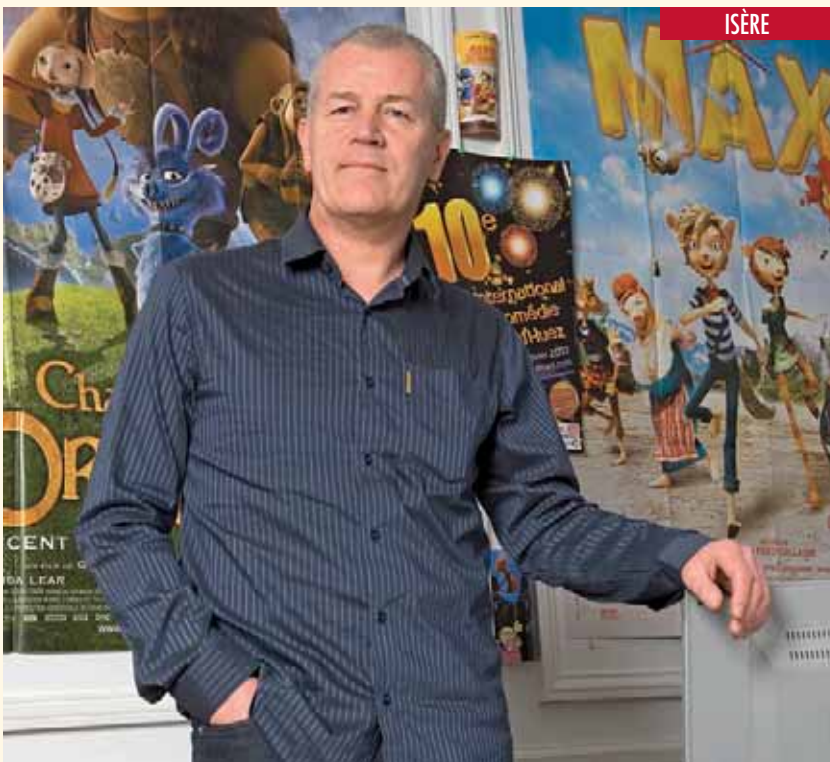
**E**n août prochain et pour la deuxième fois après Athènes en 2004, les Crazy Dunkers animeront les rencontres du tournoi olympique de basket-ball. C'est pour pérenniser l'existence de la troupe de basket acrobatique originaire de Feurs (Loire) qu'a été créée Xtreme Prod en 2005 (CA 2007 : 510 k€, 2 salariés). "Nous avons un savoir-faire différenciateur sur le créneau du sport spectacle, avec des compétences dans les domaines de l'organisation et de la logistique. Il nous fallait trouver d'autres prestations à proposer aux collectivités et entreprises", résume Grégory Trottet, responsable commercial d'Xtreme Prod. Surfant sur la vague Crazy Dunkers, référencés depuis 2003 par la National Basketball Association (NBA), l'organisateur du championnat nord-américain, Xtreme Prod, qui emploie aujourd'hui 9 intermittents, propose un catalogue d'une cinquantaine de performances sportives, du vélo tout-terrain freestyle au contorsionniste. "Nous sommes des pionniers dans notre domaine. Notre but est de travailler dans la durée avec nos clients, en renouvelant sans cesse les spectacles proposés, en évoluant très vite par rapport aux modes", poursuit-il. Qui aurait cru au grand retour de la corde à sauter sous la forme relookée et extrêmement tendance du double dutch (corde à sauter avec deux cordes) ? ■

M. Massip

SAINT-ÉTIENNE



Photo P. Romy



ISÈRE

## MC4, la passion du cinéma

Quel acteur culturel régional peut se targuer de générer 2,5 millions d'entrées chaque année ? C'est pourtant le score réalisé par le Grenoblois MC4, grâce à la magie du cinéma et à ses activités de programmateur, de distributeur et d'organisateur de festivals (Festival du film de comédie de L'Alpe-d'Huez, Cinestival d'Aix-les-Bains, Rencontres internationales du cinéma de Beaurepaire, etc.). "Notre modèle économique est bâti sur la complémentarité des trois activités, commente Pierre de Gardebosc, gérant de MC4. Les contacts liés avec les acteurs lors des festivals nous permettent ensuite de les faire venir plus facilement pour des avant-premières dans les 120 salles que nous programmons. Et les festivals sont, en même temps, une vitrine pour ces films." Un modèle qui n'est pas figé puisque, dans ses nombreux cartons, MC4 a notamment un projet de complexe de cinéma d'art et d'essai de cinq salles classées, à Grenoble. "Le développement des multiplexes a déséquilibré l'offre en vidant les centres-villes de leurs salles, mais la demande existe toujours. L'important est de proposer de belles salles avec un accueil et un confort dignes des spectacles proposés." Souhaitant également s'impliquer dans l'édition musicale, MC4 (CA 2007 : 450 k€, 4 salariés) devient un interlocuteur culturel incontournable dans la région. ■

M. Massip

Photo F. Ardito

### Des événements au service des entreprises

Si l'enveloppe des aides de l'État reste constante en valeur, le nombre de festivals aidés est en diminution depuis le début des années 2000. A contrario, le mécénat occupe une plus large part dans le budget des festivals. Car les entreprises ont compris la promotion qu'elles pouvaient tirer d'une telle implication. Pour elles, Jazz à Vienne développe des produits leur permettant de bénéficier d'une visibilité

grâce au plan média de l'événement. Le dépliant-programme fait désormais figurer les logos de ces entreprises. "Le festival a également développé des prestations de relations publiques pour des entreprises qui ne sont pas nécessairement à la recherche d'une visibilité sur l'événement mais qui souhaitent s'appuyer sur le festival pour inviter des clients", explique Dominique Abadie. Jazz à Vienne s'impose ainsi comme un outil dans la stratégie commerciale des entreprises. Celles-ci peuvent bénéficier de trois types de services. Le club Jazz Entreprises, une prestation créée en 1999, fédère les entreprises locales autour d'un forfait à la quinzaine. Elles partagent un lieu propice à l'échange et bénéficient de supports de communi-

tion spécifiques. Objectif : montrer aux clients et aux salariés leur soutien au festival, et donc leur ancrage local. Les Jardins du jazz, une prestation événementielle à la soirée avec cocktail de préconcert et emplacement réservé, et, enfin, Jazz en vignes, qui offre des dégustations de vins locaux, attire également les entreprises. Elles étaient

### Le mécénat occupe une large part dans le budget des festivals.

150 l'an passé, de toutes tailles et issues de l'ensemble du territoire rhônalpin, à avoir invité quelque 7 000 personnes dans l'espace réservé du théâtre antique. Plusieurs opérations sont aussi menées conjointement avec la Communauté d'agglomération du Pays viennois, la Chambre de commerce et d'industrie du Nord-Isère et les cafés-hôtels-restaurants pour dynamiser la ville à l'occasion de la quinzaine.

### Pérenniser les festivals

Tant qu'un festival existe sur un territoire donné, il continue à lui procurer un avantage économique certain. Reste à pérenniser ces initiatives pour mailler durablement le territoire : c'est tout l'enjeu auquel s'attachent les collectivités locales et territoriales, premiers soutiens des festivals, de plus en plus épaulées par les entreprises. Sachant

que la longévité d'un festival dépendra d'abord de sa capacité à rassembler des profils de visiteurs variés. C'est ce que pense Laurent Grémaud, du château de Grignan. Pour drainer du monde, il faut éviter l'élitisme à tout prix, ce qui ne signifie pas renoncer à la qualité : "Le but des Fêtes nocturnes de Grignan est d'attirer un public très mélangé, visiteurs et gens du coin, habitués des planches et spectateurs très occasionnels", assure-t-il. Corinne Berneman a constaté de son côté qu'il existe un cycle de vie pour les festivals, calqué sur le même modèle que celui des produits : "Avec une naissance, une croissance, une maturité et un déclin", confirme-t-elle, citant l'exemple du festival pluridisciplinaire Est-Ouest de Die, dans la Drôme, qui a retrouvé une seconde jeunesse en se transformant en biennale. ■

R. Gonzalez

Ce dossier, réalisé pour la Chambre régionale de commerce et d'industrie, est diffusé par les magazines :

Présences, Grenoble (34 000 ex.),  
Info CCI, Haute-Savoie (30 000 ex.),  
Partenaires Savoie (25 500 ex.),  
Informations économiques, Saint-Étienne-Montbrison (20 000 ex.),  
Grand Angle 01, Ain (19 000 ex.),  
L'Économie drômoise (18 500 ex.),  
Nord-Isère économie (14 400 ex.),  
Roanne éco (10 000 ex.),  
Entreprendre en Beaujolais (6 000 ex.).

Photos : F. Ardito (Nord-Isère, Isère, Savoie, Haute-Savoie), T. Béguin (Roanne), D. Gillet (Ain), V. Gout (Villefranche), D. Lattard (Drôme), P. Ronny (Saint-Étienne). Tous droits réservés.  
Contact : Magazine Présences. Tél. : 04 76 28 28 66.

les Chambres de Commerce  
et d'Industrie **Rhône-Alpes**

Vous souhaitez  
**céder ou reprendre**  
**une entreprise,**  
les CCI de Rhône-Alpes

vous invitent  
les 18 et 19 juin 2008 :

vous proposent  
tout au long de l'année :

au **Salon des  
Entrepreneurs**



Palais des Congrès de Lyon, inscription  
gratuite sur [www.rhone-alpes.cci.fr](http://www.rhone-alpes.cci.fr)

**L'accompagnement personnalisé  
et l'expertise de leurs conseillers.**

Pour les rencontrer :

[www.rhone-alpes.cci.fr](http://www.rhone-alpes.cci.fr)

Rubrique : *entrer en contact avec les  
experts des CCI*

Une **base d'opportunités** avec  
plus de 850 offres de cession et  
reprise.

[www.ccible.fr](http://www.ccible.fr)

**Cible**  
Base d'annonces  
des CCI Rhône-Alpes

Partenariat - Cession - Reprise

Les CCI de Rhône-Alpes,  
**1<sup>ère</sup> porte d'entrée** des créateurs,  
cédants et repreneurs d'entreprise.

**CRCI**  
Rhône Alpes