

POLITIQUE CULTURELLE Mardi 31 mars 2015

Comment Genève veut devenir une capitale culturelle

PAR ALEXANDRE DEMIDOFF

Danse, musiques en tout genre, musées, théâtre: la scène culturelle genevoise est un eldorado. Pour la première fois, la Ville veut faire de cette offre un argument touristique au même titre que le Mur des réformateurs. Mais a-t-elle les moyens de ses ambitions?

La fin d'une aberration. Genève est la ville de Suisse qui dépense le plus pour sa culture, près de 22% de son budget. Mais, bizarrerie calviniste, elle se souciait peu de promouvoir sur le plan touristique les trésors de ses institutions. Le 12 mars, Genève Tourisme et Congrès et la Ville ont signé une convention qui ouvre une nouvelle ère. Désormais, «promotion culturelle» n'est plus une expression vulgaire. Elle est une exigence partagée entre l'Office du tourisme et les directeurs des grandes maisons. Ambition première: mettre en valeur l'offre muséale, vingt musées, mais oui, sur un territoire de 16 kilomètres carrés à peine.

«La Genève culturelle excelle dans les «savoir-faire», mais est médiocre dans le «faire-savoir», déplore Philippe Vignon, le patron de Genève Tourisme. «Cette préoccupation est toute récente, elle date de l'arrivée en 2011 de Sami Kanaan à la tête de la Culture en Ville de Genève, poursuit Véronique Lombard, cheffe du Service de la promotion culturelle. C'est lui qui a voulu ce rapprochement.»

L'enjeu? Attirer ces milliers de cadres, fonctionnaires internationaux, scientifiques qui participent aux multiples congrès que Genève héberge sans jamais s'aventurer dans les musées, tout simplement parce qu'ils ne sont pas informés, note le Français Jean-Yves Marin, directeur des Musées d'art et d'histoire (MAH). Mieux s'affirmer aussi sur la carte européenne du city-break, ces immersions express, un week-end souvent, dans les villes. Sur ce front, la concurrence est sévère.

«Nous avons une scène de musique classique parmi les plus ambitieuses de Suisse, elle devrait faire l'objet d'une offre touristique spécifique, je suis depuis longtemps pour que Genève Tourisme soit impliqué dans le rayonnement de nos institutions, c'est enfin fait» se réjouit la libérale Florence Kratf-Babel, conseillère municipale de la Ville.

Capitale culturelle, Genève? Ses dépenses dans le domaine devraient l'auréoler de ce titre. L'Orchestre de la Suisse romande, qu'elle porte à bout de bras (avec le canton), revient d'une tournée réussie aux Etats-Unis. Ses festivals musicaux – la scène électronique notamment – et théâtraux la distinguent bien au-delà de nos frontières. C'est ce qu'observe le Français Salvador Garcia qui dirige à Annecy le Centre culturel de Bonlieu, un complexe de trois salles. «Genève abrite des artistes de renommée internationale qui innovent; je pense au metteur en scène Omar Porras, au chorégraphe Gilles Jobin, à la performeuse Marie-Caroline Hominal. Le festival de La Bâtie s'est fait un nom dans ce type de création. Il compte aujourd'hui parmi les rendez-vous les plus cotés d'Europe. Genève est plus riche et diversifiée du point de vue de la jeune création que Lyon ou Lausanne.»

Belle richesse, certes, dont les habitants de la région profitent. Mais pour se distinguer sur le damier suisse et européen, il faut frapper fort, notamment dans le domaine des expositions. «Le rayonnement international d'une ville dans le domaine culturel passe d'abord par les musées, note une observatrice. Rarement par les théâtres, sauf quand ils présentent un spectacle d'exception. Le problème, à Genève, c'est que nous sommes incapables de monter une rétrospective d'envergure. Vous faites le déplacement jusqu'à Bâle pour Gauguin, mais qui vient à Genève pour une exposition Courbet en Suisse? Tant que nous ne parviendrons pas à monter de grands événements populaires et de qualité, nous ne serons pas une métropole culturelle.»

Autre faiblesse: si les musées regorgent de trésors, aucun ne paraît justifier à lui seul un voyage, à

l'exception du Musée d'ethnographie (MEG) inauguré en octobre. «Pour promouvoir la richesse culturelle de la ville, j'ai besoin d'une icône, explique Philippe Vignon. Songez à Bilbao et à son Musée Guggenheim. Le MEG à Genève est un bon exemple. Mais il faut davantage. J'ai hâte de pouvoir mettre en avant le Musée d'art et d'histoire agrandi. Bâle a moins d'institutions que nous, mais possède la Fondation Beyeler. Ça fait toute la différence.» D'accord, mais pourquoi Genève est-elle si frileuse à monter une de ces rétrospectives qui tapent dans l'œil du touriste et ravissent l'autochtone?

«Ce n'est pas dans la tradition genevoise», répond le Français Jean-Yves Marin, directeur des Musées d'art et d'histoire depuis 2009. «Une exposition Gauguin grand public coûte entre 4 et 5 millions; nous pourrions envisager ce type d'opération, mais il n'y a pas de demande de la municipalité. Nous avons aussi un problème d'équipement. Nos salles ne garantissent pas les températures qui conviennent aux œuvres. Le Musée d'art et d'histoire agrandi changera tout. Nous pourrions enfin jouer dans la cour des grands, avec 2000 mètres carrés d'espace d'exposition qui permettront de belles opérations. Nous pourrions aussi ressortir notre grande collection horlogère, celle-là même qui s'apprête à s'envoler pour le Capital Museum de Pékin. Notre fréquentation tourne depuis longtemps autour de 300 000 visiteurs par an, dont un tiers de touristes. Nous ne pouvons pas faire mieux avec les moyens actuels, croyez-moi.»

S'il n'y a pas de référendum, les travaux d'agrandissement du Musée d'art et d'histoire commenceront en 2017. L'inauguration est prévue pour 2021, souffle Jean-Yves Marin. Riche d'une Nouvelle Comédie – qu'on espère voir inaugurée en 2019, d'un Grand Théâtre restauré et d'un cube de verre signé Jean Nouvel dans la cour du MAH, Genève aura plus d'un atout. Sami Kanaan s'en réjouit: «Il faut que Genève ait des fleurons pour s'imposer comme une destination culturelle, tout en valorisant sa diversité sur un territoire minuscule en comparaison d'autres destinations culturelles.»

«Nous ne deviendrons pas forcément une capitale culturelle, titre réservé à Londres, New York ou Paris, tempère Philippe Vignon. Mais nous aurons des arguments à faire valoir face à des villes comme Munich, Liverpool ou Stuttgart, qui sont dans la même catégorie que nous. Car il faut savoir que la concurrence est très dure.» «Dans l'immédiat, nous allons définir un public cible, ajoute Véronique Lombard, qui pourrait être les adeptes du city-break. Nous allons aussi favoriser des circuits qui permettront de découvrir la diversité de nos musées, qu'ils soient privés ou publics.»

Pour le moment, le Musée d'ethnographie joue les aguicheuses. Pas seulement parce que son directeur, Boris Wastiau, multiplie les projections, les ateliers, les colloques dans le souci de toucher de nouveaux publics. Mais sa façade joliment énigmatique, son parvis en forme d'oasis frappent jusqu'au New York Times, qui s'enthousiasme ce mois pour le bâtiment et le quartier des Bains qu'il met en valeur. Le journaliste célèbre la naissance d'un petit Soho à Genève. Philippe Vignon appréciera. Dans une plaquette, la comparaison vaut comme label. Comme quoi l'écrin fait la perle.