

Culturespaces investit dans un centre d'art à Aix-en-Provence

CULTURE

La filiale de GDF Suez ouvrira en mai le Centre d'art de l'Hôtel de Caumont.

Martine Robert
mrobert@lesechos.fr

Le 6 mai prochain, Culturespaces inaugurera le Centre d'Art de l'hôtel de Caumont. Cet opérateur, qui gère déjà douze sites culturels loués ou exploités dans le cadre d'une délégation de service public (le Théâtre antique d'Orange, les Cités de l'Automobile et du Train de Mulhouse, les Arènes de Nîmes...), acquiert pour la première fois un lieu. L'entreprise a déboursé 10 millions pour mettre la main sur cet

hôtel particulier du XVIII^e siècle cédé par la ville d'Aix. « A terme, nous pouvons espérer 400.000 visiteurs par an », souligne Bruno Monnier, président de Culturespaces.

Pour cela, il a engagé 13 autres millions dans la rénovation et l'aménagement de ce joyau de 2.500 mètres carrés, agrémenté de deux jardins. Outre 1,5 million de subventions publiques et 1 million de mécénat de son actionnaire, GDF Suez, l'essentiel du financement provient d'un emprunt amorti sur 15 ans.

Deux expositions seront organisées chaque année, dédiées aux grands noms de l'art ancien à l'art contemporain. Canaletto ouvrira le bal, avec des prêts de la National Gallery de Londres, du Metropolitan de New York, ou de la Galerie des Offices de Florence. L'hôtel de Caumont, qui dispose d'un audito-

rium d'une centaine de places, pourra proposer des concerts, spectacles de danse, conférences...

Scénographie du futur

A Caumont, Bruno Monnier va mettre en œuvre toutes les compétences acquises par Culturespaces depuis vingt ans : son savoir-faire dans les scénographies ludiques, avec effets d'immersion, musique, vidéo, comme aux Carrières de Lumières aux Baux-de-Provence (480.000 visiteurs par an) ; sa capacité à programmer des événements reconnus et à organiser des réceptions de prestige comme au musée Jacquemart-André à Paris ; son art des jardins expérimenté à la Villa Ephrussi de Saint-Jean-Cap-Ferrat...

L'entreprise, qui a réalisé l'an passé 23 millions de chiffre d'affaires (350.000 euros de résultat), et reçu 2,5 millions de visiteurs, a éla-

boré un modèle économique basé sur la mutualisation des coûts et la multiplication des services annexes : restauration, boutique, réceptions... représentent 30 à 40 % du chiffre d'affaires de chacun de ses sites.

Et Culturespaces a déjà d'autres projets : elle a breveté sa technologie Art & Music Immersive Experience utilisée aux Baux-de-Provence (100 vidéoprojecteurs pilotés par informatique), et cherche à la diffuser. Ce sera le cas fin 2016 à Paris dans une ancienne usine de 2.000 mètres carrés, qui sera transformée en Atelier des Lumières. « Nous allons réinvestir 4 millions d'euros dans l'aménagement et l'équipement de ce site. Pour nous, c'est le modèle d'exposition du XXI^e siècle et nous espérons l'exporter à São Paulo, New York, et au Japon », affirme Bruno Monnier. ■