

Exposition Regards publics, Cannes vue par les municipaux**L'idée innovante**

L'organisation d'une exposition d'œuvres artistiques réalisée par les agents municipaux et proposée au grand public, sur un thème défini « Cannes », constitue une opération originale de communication interne.

Trop souvent, ce type d'opérations a un caractère exclusivement ludique, n'impliquant pas une démarche personnelle et individuelle des agents. Là, il s'agissait de leur demander de proposer des œuvres portant sur la ville pour laquelle ils se dévouent tout au long de l'année.

L'objectif recherché

Les objectifs recherchés sont multiples :

- . valoriser les agents sur le plan humain en mettant en exergue leur talent personnel (et non professionnel comme à l'accoutumée);
- . leur faire partager une passion commune, l'art dans sa diversité (peinture, gravure, céramique, photographie...);
- . donner la possibilité au personnel municipal de livrer le regard qu'il porte sur sa ville au travers d'œuvres artistiques;
- . faire connaître au grand public les talents des employés municipaux et par la même, les valoriser, contribuant ainsi à donner une image positive de la collectivité locale, aussi bien aux administrés qu'aux touristes d'affaires et de loisirs.

La démarche mise en œuvre (programmation, partenariats)

L'organisation de cette exposition est constituée de quatre phases :

Phase préparatoire : réunions de travail entre la Direction des actions de promotion et des relations publiques et la Direction des affaires culturelles pour définir une thématique, sensibiliser et accompagner les artistes, et élaborer la stratégie de communication ;

Phase opérationnelle : mise en place des outils de communication, encadrement des œuvres, scénographie et préparation du vernissage : spectacle, cocktail, interventions des élus... ;

Phase inaugurale : soirée de vernissage en présence des agents et de leurs proches, des responsables de service, du Député maire, du Directeur général des services et de nombreux Cannois ;

Phase de bilan : fréquentation de l'exposition, débriefing et définition des perspectives de la manifestation.

Le contenu de la réalisation

31 agents municipaux de 22 services de la Ville ont exposé 76 œuvres artistiques (peinture, gravure, céramique, photographie...) conçues pour l'occasion, sur le thème « Cannes ».

Cette exposition ouverte au public s'est tenue pendant un mois et demi, dans un lieu culturel emblématique de la ville situé sur la Croisette.

Le soir de l'inauguration, cinq agents ont offert au cinq cent personnes présentes, un spectacle éclectique de qualité.

Les moyens humains et financiers

En interne

Les directions organisatrices sont la Direction des actions de promotion et des relations publiques et la Direction des affaires culturelles de la Ville de Cannes qui ont travaillé en étroite collaboration pendant plusieurs mois.

La première avait en charge la communication interne et externe de l'événement et l'organisation protocolaire du vernissage : cartons d'invitation, cocktail, sonorisation... La seconde a plus particulièrement géré les relations avec les artistes et l'aspect opérationnel et logistique : scénographie, déroulé de la soirée...
A noter également la participation des services des Espaces verts et du Secrétariat général.

En externe

La Ville de Cannes a également fait appel à des prestataires extérieurs : traiteur, imprimeur, photographe d'art pour la réalisation du catalogue, encadreur...

Budget de la manifestation

Coût total : 12 380€, comprenant matériel d'exposition, outils de communication, cocktail, photographies, catalogues d'exposition (300 exemplaires), assurance.

Le bilan de la réalisation (évaluation, suivi, projet d'évolution)

La soirée du vernissage a rassemblé plus de 500 personnes qui ont passé un agréable moment de culture, de détente et de rencontres. Par la suite, pendant un mois et demi, la fréquentation de l'exposition par les Cannois et les touristes a été particulièrement importante: 2 296 visiteurs.

Suite au franc succès de cet événement, la Ville de Cannes a décidé de le pérenniser.

Néanmoins, afin d'éviter un éventuel essoufflement, un questionnaire a été transmis aux agents afin de recueillir leurs avis et suggestions, notamment sur la fréquence souhaitée, les thématiques originales qui pourraient être définies et l'organisation éventuelle d'une remise de prix. L'analyse de cette enquête aura lieu début juillet 2007.