

Dossier de presse
Août 2007

10^{ème} anniversaire du Guggenheim de Bilbao

Le musée de la renaissance basque



Contact presse
Xavière Bourbonnaud
Tél 01 45 80 28 10 / 06 67 05 75 79
bxaviere@wanadoo.fr

L'Institut France-Euskadi (IFE)

Créé à Paris en 1997 et signataire d'une convention avec la Communauté Autonome du Pays Basque, l'Institut France-Euskadi (IFE) est une association dont l'objectif est de faire connaître le Pays Basque et de favoriser la coopération économique entre le Pays Basque espagnol et la France.

L'Institut France-Euskadi est présidé par Jean-Philippe Larramendy.



16 avenue de Friedland 75008 Paris
www.france-euskadi.org – Tél : 01.53.77.20.44
ife@france-euskadi.org

Guggenheim : le musée de la renaissance basque

Introduction (p. 4)

I – Un pari audacieux (p. 5)

A) Une ville en quête de renaissance (p. 5)

1. 1991 : le Pays Basque est laminé par la crise
2. Bilbao ou la ville noire

B) Une institution prestigieuse à la recherche d'une implantation (p. 6)

1. La Fondation Guggenheim, référence mondiale de l'art contemporain
2. Un projet convoité par les plus grandes capitales culturelles européennes

C) Une rencontre improbable (p. 7)

1. La culture comme moteur de l'économie
2. Les premiers contacts avec la Fondation Guggenheim

II – Un choix contesté (p. 10)

A) La contestation politique (p. 10)

1. Les dissensions au sein de la coalition au pouvoir
2. La mobilisation des adversaires

B) La contestation sociale (p. 11)

1. Le rejet du monde culturel et intellectuel
2. Le scepticisme de l'opinion publique

C) La gestion modèle du projet par le Gouvernement Basque (p. 12)

1. La « méthode basque » : rapidité, discrétion, autonomie de décision
2. Une communication soutenue
3. Un savoir-faire technologique

III – Une réussite spectaculaire (p.15)

A) L' « effet Gehry » (p. 15)

1. Le Pays Basque conquis par l'architecture
2. Une réalisation saluée par le monde entier

B) Le musée de tous les records (p. 16)

1. Une fréquentation qui dépasse les objectifs
2. Une création de richesse considérable

C) Le symbole de la renaissance basque (p. 17)

1. La métamorphose de Bilbao
2. Le « miracle économique basque »

Introduction

D'un côté, une institution américaine prestigieuse, dont le nom symbolise l'avant-gardisme et l'excellence. De l'autre, une ville industrielle moribonde, triste emblème d'une région en plein déclin économique.

En 1990, personne n'aurait pu imaginer un quelconque rapprochement entre la célèbre Fondation Guggenheim de New York et la morne ville de Bilbao. Et pourtant, le 17 octobre 1997, le monde entier découvre au Pays Basque espagnol un musée futuriste spectaculaire.

En 2007, à l'heure où le musée Guggenheim de Bilbao fête son dixième anniversaire et son formidable succès, il faut revenir sur l'extraordinaire histoire de conviction, de chance et de courage qui a permis l'aboutissement d'un pari jugé à l'époque insensé.

La conviction, c'est celle de quelques hommes au Pays Basque espagnol (Euskadi), persuadés que la culture pouvait être un véritable moteur du développement économique.

La chance, c'est le concours de circonstances qui a conduit la Fondation Guggenheim sur le chemin de Bilbao et qui a provoqué la rencontre d'intérêts a priori éloignés.

Le courage, c'est celui des responsables du projet et des pouvoirs publics basques qui ont su croire jusqu'au bout, envers et contre tous, à une idée iconoclaste : l'utilité de construire un musée d'art contemporain dans une ville industrielle en crise.

Aujourd'hui, le musée Guggenheim de Bilbao est une incontestable réussite qui attire chaque année plus d'un million de visiteurs. Mais surtout, il est devenu le symbole d'une double renaissance.

Celle de la ville : le musée a constitué le fer de lance d'un vaste plan de développement urbain qui a réussi à faire de Bilbao un pôle économique de premier plan.

Et celle du Pays Basque espagnol : le Guggenheim est devenu l'élément le plus visible de la politique économique et industrielle menée à partir de 1990 par les pouvoirs publics basques, grâce à laquelle Euskadi est aujourd'hui la deuxième région la plus riche d'Espagne.

Retour sur cette extraordinaire *success story*.

I – UN PARI AUDACIEUX

A) Une ville en quête de renaissance

1. 1991 : le Pays Basque est laminé par la crise

Les années 80 sont des années noires pour le Pays Basque espagnol (ou Euskadi). Confrontée brusquement à la concurrence internationale à la mort de Franco en 1975, cette région, dont toute l'économie est fondée sur l'industrie du fer, subit en outre de plein fouet la crise énergétique et sidérurgique mondiale.

Les faillites en cascade illustrent le démantèlement de la sidérurgie et de l'industrie navale basque. Entre 1975 et 1986, 150 000 postes sont supprimés dans le seul secteur de l'industrie, ce qui représenterait l'équivalent en France de 4,5 millions d'emplois en dix ans.

Dans certaines villes basques, le taux de chômage atteint 35%

Pendant cette décennie, le taux de croissance du PIB est nul, voire négatif. Le taux de chômage oscille autour de 20%, atteignant 35% dans certaines villes. Le Pays Basque, cette région traditionnellement prospère, assiste impuissante à l'effondrement de son système économique et social. Avec le sentiment chez la population d'un déclin irréversible.

2. Bilbao ou la ville noire

Emblème du Pays Basque espagnol, la capitale de la Biscaye dont l'agglomération compte un million d'habitants, soit la moitié de la population basque, cristallise dans les années 80 le marasme économique dans lequel la région semble s'enfoncer inexorablement.

Les usines vétustes de sidérurgie et de chimie côtoient des chantiers navals moribonds. La ville est grise, bruyante, polluée. La *ría*, qui constituait jadis son artère principale, regorge de résidus industriels. On ne compte pas le moindre touriste à Bilbao dans ces années-là, mis à part quelques voyageurs en déplacement professionnel.

En 1990, sur les rives, en plein cœur de Bilbao, se trouve une zone abandonnée : une usine de planches désaffectée, des entrepôts en déshérence... il y a même des poules qui errent entre les hangars habités par des squatters. Qui aurait pu prédire que c'est ce site en friche, au sein d'un paysage désolé, que choisira l'architecte californien Franck Gehry un an plus tard pour construire le musée le plus futuriste du monde ?

Pour l'heure, à la fin de l'année 1990, la prise de conscience de l'ampleur de la crise et de la nécessité absolue de reconvertir le tissu économique existe bel et bien au Pays Basque espagnol (Euskadi). Pour accompagner la politique industrielle très difficile qui va consister à moderniser l'ensemble de l'industrie, les pouvoirs publics cherchent un projet phare, qui va symboliser la nouvelle ambition économique donnée à la région, une opportunité qui enclenchera le changement et, surtout, qui restaurera la confiance.

B) Une institution prestigieuse à la recherche d'une implantation

1. La Fondation Guggenheim, référence mondiale de l'art contemporain

A priori, rien ne permet d'imaginer une rencontre entre la ville basque en friches et la prestigieuse Fondation américaine Solomon R. Guggenheim.

Créée en 1937 par un millionnaire américain passionné d'art moderne, cette fondation a pour vocation de promouvoir l'art abstrait auprès du grand public. Son premier musée, ouvert à New York en 1959 est déjà mondialement réputé, tant pour sa programmation avant-gardiste que pour son architecture audacieuse en forme de spirale, conçue par Frank Lloyd Wright.

Depuis 1988, la Fondation est dirigée par Thomas Krens. Personnalité atypique dans le milieu artistique américain, cet expert en histoire de l'art titulaire d'un MBA en management de l'université de Yale est, selon le futur directeur du musée de Bilbao, « un *ambassadeur de la culture qui sait parler d'argent* ».

Depuis son arrivée à la tête de la Fondation, Krens mène une stratégie d'expansion inédite dans le monde de la culture. Le premier objectif s'inscrit dans la mission de la Fondation : il s'agit de favoriser la mondialisation de la culture. Le second objectif est

Une idée révolutionnaire : créer un système de franchises pour un musée

financier : le musée doit lever des fonds pour construire une tour attenante de 20 000 m² à l'édifice de New York et implanter une nouvelle antenne dans le quartier de Soho.

Face à ces nouveaux défis, Thomas Krens lance une idée aussi ambitieuse qu'innovante : créer un système de franchises avec des gouvernements étrangers pour installer des satellites auxquels l'institution new-yorkaise prêtera par roulement sa prestigieuse collection.

2. Un projet convoité par les plus grandes capitales culturelles européennes

La Fondation veut commencer sa stratégie d'expansion par le Vieux Continent. Etant donné le prestige de la « marque » Guggenheim, les candidats ne manquent pas. La plupart des capitales culturelles d'Europe sont sur les rangs.

En 1990, le dossier le plus avancé est sans doute celui de Salzbourg et de son projet de musée troglodyte. Problème : la municipalité, le gouvernement régional et les autorités fédérales ne sont pas du même bord politique et ne cessent de s'affronter. Les discussions s'enlisent... sans compter l'approche du bicentenaire de la mort de Mozart en 1991 qui mobilise l'essentiel des financements disponibles.

La Fondation est également en pourparlers avec Venise qui accueille déjà la collection privée de la nièce de Solomon, Peggy Guggenheim. Le Palazzo Grassi – qui abrite aujourd'hui la Fondation Pinault pour l'art contemporain – est alors convoité pour implanter le musée. Mais là encore, la politique s'en mêle. Le gouvernement italien, propriétaire du palais y est favorable ; le gouvernement régional, qui en a l'usage, s'y oppose. Là aussi, le projet est bloqué.

A Salzbourg et à Venise, les désaccords politiques bloquent le projet

En Espagne, on pense à Madrid, à Barcelone ou à Séville pour accueillir un projet de l'envergure du Guggenheim. Mais le timing n'est pas bon. Chacune doit déjà assumer l'organisation d'événements majeurs en 1992 : capitale culturelle européenne, jeux olympiques, exposition universelle... Le projet d'expansion de la Fondation Guggenheim n'aboutit pas aussi facilement que son directeur l'aurait espéré.

C) Une rencontre improbable

1. La culture comme moteur de l'économie

En Euskadi (Pays Basque espagnol), vers 1990, quelques hommes au sein du Gouvernement Basque et au sein de la *diputacion* (Conseil général) de Biscaye, la province de Bilbao, partagent l'intuition que la culture pourrait constituer l'une des voies pour sortir la capitale basque et, plus largement, la région de l'ornière.

Parmi eux : Joseba Arregi, le ministre chargé de la culture au Gouvernement basque, Juan Luis Laskurain et Juan Ignacio Vidarte, respectivement vice-président chargé des finances et

directeur de la politique fiscale et financière de la province de Biscaye. Comme beaucoup de responsables basques, ils sont rompus au benchmark et savent s'inspirer de ce qui marche ailleurs. Ils ont chacun pu observer comment des villes comme New York ou Francfort conçoivent la culture non pas comme une dépense mais comme un investissement. Et comment ces villes ont réussi à faire de la culture un véritable moteur de leur développement économique.

Pour eux, il s'agit de raisonner à moyen/long terme en recherchant l'effet multiplicateur : un équipement culturel destiné au grand public permettrait de donner une visibilité à Bilbao et donc de renforcer son attractivité pour les investisseurs. L'idée d'un musée d'art contemporain est déjà présente mais rien de concret n'est envisagé.

Jusqu'à ce que le hasard mette le Guggenheim sur le chemin du Pays Basque. Comme l'exprime Juan Luis Laskurain, qui deviendra le pilote du projet : *« L'idée nous paraissait insensée parce que nous étions réalistes. Mais nous avons tout de même décidé de tenter notre chance »*.

2. Les premiers contacts avec la Fondation Guggenheim

A l'intuition de quelques hommes s'est ajouté un extraordinaire concours de circonstances. Le 20 janvier 1991, les deux responsables de la politique fiscale et financière de Biscaye, Juan Luis Laskurain et Juan Ignacio Vidarte, déjeunent avec leur amie Carmen Jimenez, collaboratrice du Guggenheim de New York et ancienne directrice des expositions du gouvernement espagnol. Celle-ci évoque la démarche de la fondation en Europe et les difficultés qu'elle rencontre à Venise et à Salzbourg. Pour la première fois, l'idée de proposer la candidature de Bilbao émerge, de façon spontanée, lors de la discussion.

Deux mois après avoir été invité, Thomas Krens se rend incognito en Euskadi

Quelques semaines plus tard, Juan Luis Laskurain envoie une lettre à Thomas Krens, le directeur du musée Guggenheim de New York, dans laquelle il évoque l'intérêt d'Euskadi pour le projet et invite Krens à venir découvrir Bilbao. Krens arrive en avril dans la plus grande discrétion. La visite est soigneusement orchestrée : un survol en hélicoptère permet d'apprécier la beauté des paysages, les vallées verdoyantes et les côtes escarpées du Pays Basque. On garde Bilbao et ses usines vétustes pour la fin...

Pourquoi Thomas Krens choisira Bilbao ? C'est un pari, certes, mais loin d'être incongru pour ce « business man » de l'art. En découvrant la ville, Krens verra tout de suite

l'opportunité pour la Fondation Guggenheim. A Paris, à Madrid ou même à Salzbourg, passé l'effet d'annonce, le musée n'aurait constitué in fine qu'un site culturel parmi tant d'autres. Dans une ville comme Bilbao, il peut être beaucoup plus : le moteur de la métamorphose d'une ville ; voire le symbole de la renaissance d'une région. Une mission à la hauteur de l'ambition de la Fondation Guggenheim.

Les réunions entre les représentants des pouvoirs publics basques et de la Fondation se multiplient, un peu partout dans le monde : à Los Angeles, Francfort, Rome, New York... Un concours international d'architecture est organisé dans les plus brefs délais. Dix architectes sont pressentis ; trois propositions sont sélectionnées : celle du japonais Arata Isozaki, du cabinet autrichien Coop Himmelblau et de l'américano-canadien Frank Gehry, finalement choisi.

Cinq mois à peine après la visite de Thomas Krens, en septembre 1991, les instigateurs du projet se retrouvent dans une *bodega* en plein vignoble de la Rioja et signent dans le plus grand secret un protocole d'accord.

Reste maintenant à faire adopter le projet par la voie démocratique.

II - UN CHOIX CONTESTE

A) La contestation politique

1. Les dissensions au sein de la coalition au pouvoir

En 1991, au Pays Basque espagnol (Euskadi), c'est une coalition entre le Parti Nationaliste Basque (PNV) et le Parti socialiste (PSOE) qui gouverne.

Le PNV, dont sont proches les instigateurs du projet et notamment le ministre de la culture Joseba Arregi, se laisse convaincre mais accueille le projet avec beaucoup de prudence. Il faut dire que le pari est risqué. L'investissement est colossal – 150 millions d'euros. Pour l'amortir, les objectifs sont très ambitieux : de 250 000 à 500 000 visiteurs par an avec une entrée payante, alors que le musée des Beaux-Arts de Bilbao n'en accueille que 100 000 malgré l'entrée gratuite. Et le PNV est seul contre tous.

Les socialistes membres de la coalition sont opposés à un projet qu'ils jugent démesuré. Après d'âpres négociations, ils donnent leur accord à une condition : la surface du musée devra être réduite d'un tiers, de 33 000 à 24 000 m². En fait, le gain de place se fera en sous-sol, en diminuant le parking.

2. La mobilisation des adversaires

Au Parti populaire, chef de file de l'opposition parlementaire, c'est le tollé. L'investissement concentre les critiques les plus virulentes. Dans une région laminée par la crise, qui compte près de 20% de chômeurs et où les usines ferment les unes après les autres, mobiliser 150 millions d'euros pour un musée est irresponsable, dénonce l'opposition. D'autant que le gouvernement basque est bien décidé à autofinancer le projet. L'argument de Juan Ignacio Vidarte, futur directeur du musée, selon lequel 150 millions d'euros représentent l'équivalent de quelques kilomètres d'autoroute, fait long feu.

« 150 millions €, c'est l'équivalent de quelques kilomètres d'autoroute », répond le directeur du musée à ses adversaires

D'autres critiques s'élèvent : pourquoi faire appel à un architecte américain et non basque ? Pourquoi Bilbao bénéficie-t-elle d'un tel effort plutôt que Saint-Sébastien, traditionnel pôle touristique d'Euskadi ?

Chez les partis de la gauche radicale, les critiques ne sont pas moins violentes mais d'un autre ordre. Ce qui est critiqué, c'est la menace d'« américanisation » du Pays Basque : un architecte américain, une Fondation américaine, des œuvres américaines... Pour cette mouvance politique, un musée à Bilbao ne peut être que dédié à l'identité basque, à sa culture et à son art. En dépit de cette forte opposition, le projet est finalement adopté au Parlement basque le 21 février 1992.

Quant au groupe terroriste ETA, alors dans ses pires années de violence, il attendra la fin des travaux pour frapper. Le 13 octobre 1997, quatre jours avant l'inauguration officielle du musée en présence du roi d'Espagne Juan Carlos, un attentat à la grenade est déjoué ; un policier est tué pendant l'opération.

B) La contestation sociale

1. Le rejet du monde culturel et intellectuel

Paradoxalement, la communauté culturelle basque voit d'un très mauvais œil le projet de construire un musée d'art contemporain d'une telle envergure à Bilbao.

Dès l'annonce officielle en 1992, les artistes, les galeristes et les associations culturelles se mobilisent pour constituer des groupes de pression particulièrement virulents. Ils dénoncent notamment la future « main mise » de la Fondation Guggenheim sur la programmation du musée qui, disent-ils, ne laissera aucune place à l'expression de la culture basque. Ils contestent également ce qu'ils perçoivent comme une débauche de moyens sur un seul projet culturel, dont ils se sentent exclus.

**Le monde culturel
s'élève contre
« l'impérialisme
américain »**

Certaines voix prestigieuses s'élèvent et occupent un temps le terrain médiatique, comme celle de Jorge Oteiza et, dans les premiers temps, d'Eduardo Chillida, les deux plus célèbres sculpteurs basques. A l'origine d'une pétition adressée au président du gouvernement basque, Oteiza dénoncera un musée contraire à la culture basque, impulsé par « l'impérialisme américain ».

2. Le scepticisme de l'opinion publique

Dans la population, les réticences sont également nombreuses. Le débat politique et culturel, largement relayé par les médias, entretient chez les habitants l'angoisse d'une perte

d'identité face à ce qui reste perçu comme un projet américain. Mais c'est surtout l'incompréhension et la perplexité qui dominent face à un investissement d'une telle ampleur au service de l'art contemporain, une discipline alors peu connue au Pays Basque et considérée comme élitiste. Quant aux dirigeants économiques, ils dénoncent un « projet pharaonique » et la « facture énorme » pour le Pays Basque.

En octobre 1993, la pose de la première pierre est donc accueillie avec le plus grand scepticisme.

Le basculement aura lieu en août 1995, au moment où le « squelette » du bâtiment est dévoilé. L'effet est immédiat. La structure de l'édifice est tellement spectaculaire que les polémiques commencent à s'éteindre, les unes après les autres. Bingen Zupiria, directeur d'ETB, la principale chaîne de télévision basque, se souvient : « *Soudainement, tout le monde s'est rendu compte que quelque chose d'incroyablement important était en train de s'accomplir* ».

Mais si le débat s'apaise à partir de 1995, l'opinion est loin d'être conquise, comme le montrent les sondages d'opinions réalisés la veille de l'inauguration, en octobre 1997. 70% de la population basque estime alors que l'investissement public réalisé pour le musée n'est pas justifié et que les fonds auraient du être employés autrement. Et pour près de 55% d'entre eux, le projet le plus emblématique de Bilbao est... le métro, dessiné par l'architecte Norman Foster et inauguré deux ans avant.

La veille de l'inauguration, 70% des Basques contestent encore l'investissement

C) La gestion modèle du projet par le Gouvernement Basque

1. La « méthode basque » : rapidité, discrétion, autonomie de décision

En dépit de la complexité du projet et de l'ampleur des critiques, le musée verra le jour. Mieux, les travaux seront achevés à la date prévue et pour le budget prévu. Comment expliquer un tel exploit ?

Le premier élément de la « méthode basque », c'est la rapidité. Entre le premier coup de téléphone passé au directeur de la Fondation Guggenheim et la signature du protocole d'accord dans une cave de la Rioja, il s'est écoulé à peine huit mois. Cette rapidité

Entre le premier contact et la signature : 8 mois seulement se sont écoulés

va incontestablement contribuer à séduire la Fondation américaine, lasse des attermolements de Salzbourg et de Venise et pressée de voir aboutir son projet européen.

Le second élément de la réussite, c'est la discrétion tenue par les instigateurs du projet pendant toute la période de négociation. Anticipant les critiques et les obstacles qui n'allaient pas manquer de survenir, le pilote du projet Juan Luis Laskurain ne veut pas compromettre les discussions. Des visites de Thomas Krens et de l'architecte Frank Gehry à la signature du protocole d'accord, tout se déroule dans le plus grand secret. Ce qui n'empêchera pas, une fois les négociations abouties, de suivre le processus institutionnel et démocratique.

Troisième clé du succès, et non des moindres : la capacité de décision. Si les projets de Salzbourg et de Venise ont été bloqués, c'est à cause de l'incapacité institutionnelle des exécutifs locaux à décider seuls. Or, depuis la signature de son statut d'autonomie en 1979, le Pays Basque espagnol dispose d'une compétence propre dans le domaine de la culture. Mais surtout, il dispose d'une autonomie financière totale : c'est la région qui fixe l'impôt, qui le lève et qui le gère seule. Comme le Gouvernement Basque a décidé d'autofinancer le projet, il n'a besoin d'aucun feu vert, il ne doit attendre aucune subvention : ni de Madrid, ni de l'Union européenne.

Aucune subvention n'est demandée à l'Espagne ou à l'Europe

Effectivement, le financement sera « 100% basque ». Sur les 150 millions d'euros, le Gouvernement Basque et la *diputacion* (Conseil général) de Biscaye contribuent chacun pour une moitié. La ville de Bilbao, quant à elle, mettra les terrains à disposition.

Un financement « 100% basque »

Coût total du projet : 150 millions €, dont 30 millions consacrés au lancement d'une collection propre et 10 millions pour utiliser la marque « Guggenheim ».

Origine des fonds : 50% issus du budget du Gouvernement basque ; 50% issus du budget de la province de Biscaye ; terrains mis à disposition par la municipalité de Bilbao.

Apports de la Fondation Guggenheim : prêt d'œuvres (expositions par roulement), gestion et organisation des expositions, cogestion du musée, conseil pour l'acquisition d'œuvres.

2. Une communication soutenue

Devant la contestation qui fait rage au début des travaux, le Gouvernement Basque prend conscience de l'importance de susciter l'adhésion du public autour du projet.

Maria Carmen Garmendia, nommée Ministre de la Culture en 1994, va mettre en œuvre un vaste plan de communication destiné principalement aux leaders d'opinion. Pendant toute la période des travaux, des visites de chantier vont accueillir des journalistes, les membres du Parlement basque, les artistes, les associations... Les guides sont prestigieux : la ministre et Frank Gehry lui-même présentent souvent la maquette, le site, l'avancement des travaux. Presque à chaque fois, l'effet est immédiat : les visiteurs sortent sinon conquis, au moins très impressionnés.

Au Parlement basque, l'objectif du gouvernement est d'anticiper les critiques. Régulièrement, pendant les quatre années de travaux, la ministre de la Culture fera un point précis sur l'avancement des travaux et l'utilisation du budget.

Petit à petit, cette stratégie portera ses fruits : les critiques se désamorcent et la polémique s'atténue.

3. Un savoir-faire technologique

Si l'architecte et la Fondation viennent des Etats-Unis, les entreprises chargées de l'exécution des travaux sont toutes basques, sans exception. Menées par la société d'ingénierie locale IDOM, elles font preuve de véritables prouesses technologiques pour réaliser le complexe vaisseau de titane dessiné par Gehry. Il faut dire que le projet est, du point de vue de la technologie de la construction, particulièrement innovant. Il faudra toute la créativité et le savoir-faire du maître d'œuvre et des sous-traitants, issus de la tradition industrielle et métallurgique du Pays Basque, pour élaborer les programmes informatiques et les machines adaptées à ces exigences inédites.

**Un logiciel
aéronautique est
utilisé pour réaliser
l'édifice**

Illustration de cette capacité d'innovation : pour la première fois, un logiciel d'aéronautique aux puissantes capacités mathématiques nommé Catia, conçu par l'avionneur Dassault, sera utilisé à des fins architecturales.

III - UNE REUSSITE SPECTACULAIRE

A) L' « effet Gehry »

1. Le Pays Basque conquis par l'architecture

Le 18 octobre 1997, le Guggenheim ouvre ses portes au public. Le panneau dressé dans le hall affiche un grand « Gu » (« nous » en basque), suivi en plus petit de « ...ggenheim » : une affirmation sous forme de jeu de mots qui met en évidence le lien que le musée souhaite créer avec le peuple basque.

Un pari largement gagné. Perplexes au moment de l'annonce du projet, impressionnés pendant les travaux par l'ampleur du chantier, les bilbotarrak (habitants de Bilbao) vont vite céder à l'enthousiasme et à la fierté en découvrant le vaisseau de titane futuriste qui se dresse sur les rives du fleuve Nervion.

Signe de l'appropriation du musée par la population, les habitants le surnomment affectueusement « Guggy ». Véritable attraction au moment de son inauguration, le musée a depuis conquis une place à part entière dans la ville. Son esplanade, tout comme les rives réhabilitées qui longent le fleuve sont désormais les lieux de promenade habituels des bilbotarrak. Loin de l'image élitiste de l'art contemporain, les structures monumentales qui entourent le musée, comme « Puppy », l'immense chien fleuri de Jeff Koons, ou comme l'araignée géante de Louise Bourgeois, constituent les nouveaux repères quotidiens d'une ville métamorphosée.

2. Une réalisation saluée par le monde entier

« *Le bruit court que les miracles arrivent encore et que celui qui est en train de se produire à Bilbao en est un de taille* » : c'est la phrase qui figure sur la couverture du numéro du New York Times Magazine du 7 septembre 1997 consacrée au musée Guggenheim de Bilbao. L'article

La presse internationale célèbre le « miracle de Bilbao »

poursuit : « *Dans les milieux de l'architecture, la question frise l'obsession : "Êtes-vous allé à Bilbao ? Avez-vous vu la lumière ? Avez-vous vu le futur ?"* ». Autant dire que la presse américaine est émerveillée. De USA Today au New York Times, les médias américains n'ont jamais consacré autant d'articles à un événement espagnol depuis les Jeux Olympiques de

Barcelone. Tous évoquent « *le miracle de Bilbao* » avec un musée devenu « *aussi fascinant pour l'œil que la Tour Eiffel* ».

La presse du monde entier est unanime devant « *l'apparition* », « *la merveille* », « *la pointe de diamant* » que représente à ses yeux l'édifice de Frank Gehry. En France, le Monde salue « *un chef d'œuvre éblouissant* », le magazine Beaux Arts « *un pur chef d'œuvre, un envahisseur géant et sublime* », l'Express « *un monument audacieux, sans doute le plus fascinant de la décennie, l'empreinte essentielle de notre siècle* » qui impose Bilbao « *à toute vitesse au rang des capitales européennes de la culture* ».

Derrière cet enthousiasme non feint, nombreux sont les médias qui s'interrogent toutefois sur la viabilité du musée et notamment sur sa capacité à attirer, comme le prédisent les pouvoirs publics basques, 500 000 visiteurs par an.

B) Le musée de tous les records

1. Une fréquentation qui dépasse les objectifs

Les premiers mois qui suivent l'inauguration du musée, en octobre 1997, montrent que l'objectif de 500 000 visiteurs par an pour la première année sera largement dépassé. Trois mois après, en janvier, on compte déjà 300 000 visiteurs et le Guggenheim a déjà battu à trois reprises le record d'affluence quotidienne pour un musée espagnol. A la fin de la première année, le bilan est sans appel : 1 300 000 visiteurs.

Ceux qui dénoncent alors l'effet « feu de paille » du Guggenheim en seront pour leurs frais. L'affluence se maintiendra dans la durée puisque le musée continue d'accueillir depuis 1997 en moyenne un million de visiteurs par an.

L'investissement de départ est récupéré dès la sixième année d'exploitation
--

A ce rythme, le modèle économique fait rapidement ses preuves. Dès la sixième année, l'investissement de départ de 150 millions d'euros déboursé par les pouvoirs publics basques est entièrement récupéré par les impôts supplémentaires générés par le musée. Depuis son inauguration, on estime à 260 millions d'euros ce montant d'impôts, sans compter la valeur inestimable acquise par la collection et le bâtiment lui-même.

2. Une création de richesse considérable

Au-delà du succès du musée lui-même, le plus spectaculaire est l'effet catalyseur sur l'activité économique de Bilbao et, plus largement, du Pays Basque espagnol (Euskadi).

Globalement, on estime à 1,57 milliard d'euros le PIB généré par le musée depuis son inauguration. Le musée a par ailleurs entraîné la création de 4500 emplois.

Il faut dire que le Guggenheim a pratiquement créé ex nihilo un secteur économique à Bilbao : le tourisme. Bingen Zupiria, le directeur de la chaîne de télévision basque ETB, se souvient encore de ce jour de décembre 1997, deux mois après l'ouverture du musée, où il aperçut deux touristes japonais se promener sur la *Gran Via*, une vision inimaginable quelques mois auparavant qui symbolise la naissance d'un tourisme international à Bilbao.

Depuis 10 ans, le musée a généré 1,57 milliard € et créé 4 500 emplois

Parmi les 9 millions de personnes qui ont visité le Guggenheim, 60% viennent de l'étranger, principalement d'Europe et d'Amérique du nord ; 31% du reste de l'Espagne et 9% du Pays Basque. Conséquence immédiate : entre 1992 et 2002, le nombre de nuitées passées à Bilbao a doublé, permettant de créer 6 000 places hôtelières. Pour la première fois en 2004, l'affluence touristique à Bilbao dépasse celle de la très prisée ville balnéaire de Saint-Sébastien.

L'« effet Guggenheim » ne se limite évidemment pas au tourisme. Ses conséquences sur l'image de ville et d'Euskadi en général sont considérables, même si plus difficiles à mesurer. Le directeur du musée Juan Ignacio Vidarte estime qu'une campagne de communication susceptible de générer les mêmes retombées dans les médias du monde entier aurait coûté environ 100 millions d'euros. On comprend donc l'engouement suscité par l'expérience basque. Aujourd'hui, 200 villes sont candidates pour accueillir un satellite de la Fondation Guggenheim.

C) Le symbole de la renaissance basque

1. La métamorphose de Bilbao

Loin d'être un îlot isolé au sein de la ville, le musée Guggenheim va servir de fer de lance au vaste plan de revitalisation urbaine lancé en 1990. L'objectif assigné à « Bilbao Ria 2000 », une société anonyme qui compte pour actionnaires l'Etat espagnol, le Gouvernement

Basque, la province et les municipalités concernées, est de faire de Bilbao « une ville de services avancés dans une région industrielle moderne et concurrentielle ». L'effort financier est à la hauteur de cette ambition : 735 millions d'euros.

La société, toujours en exercice, fonctionne de manière originale : elle vend les terrains à des promoteurs puis réinvestit les fonds dans des infrastructures et des bâtiments. Le recours à l'emprunt reste ainsi très limité. Pour chaque opération, les décisions prises rapidement en conseil d'administration évitent la lourdeur des circuits publics. L'efficacité du modèle apparaît très vite : au moment de l'inauguration du musée Guggenheim, soit huit ans seulement après le lancement du programme, la métamorphose de la ville est déjà évidente.

L'excellence architecturale se situe au cœur de la métamorphose de Bilbao. Tous les lauréats du Pritzker, le Nobel de l'architecture, et autres signatures prestigieuses venues du monde entier ont apporté leur patte. Il y a le métro de Norman Foster, l'aéroport et le pont de Santiago Calatrava, la bibliothèque de Rafael Moneo, le Palais des Congrès et de la Musique de Federico Soriano, les tours Uribitarte du japonais Arata Isozaki, la future tour Iberdrola de Cesar Pelli ...

Indépendamment de ses effets sur le tourisme et l'économie, il faut souligner l'impact environnemental de cette politique de reconversion urbaine. Les usines vétustes ont été supprimées ou rénovées et des zones d'activité ont été aménagées pour accueillir les entreprises.

Foster, Calatrava, Zaha Hadid... les plus grands noms de l'architecture mondiale se retrouvent à Bilbao

Sur les bords de la *ría*, les activités portuaires et industrielles, déplacées à dix kilomètres en aval, libèrent enfin les berges du centre-ville. Un consortium de communes placées le long du fleuve, créé en 1993, s'attachera à épurer les eaux contaminées par les résidus industriels en élargissant le port, en construisant des stations d'épuration et un réseau de canalisations. Symbole de cet assainissement : quarante espèces de poissons évoluent désormais dans les eaux du Nervion. Autre signe de la réappropriation de la *ría* par la ville : le plan d'aménagement des friches industrielles de l'île de Zorrozaurre, élaboré par l'architecte anglo-irannienne Zaha Hadid, qui prévoit la construction de plus de 5000 logements et plusieurs ponts et passerelles.

Le succès de la politique d'urbanisme menée à Bilbao est reconnu et salué au niveau international. La ville est couronnée par les plus prestigieux prix d'urbanisme : meilleur projet

urbain du monde en 2004 à la biennale de Venise, Prix Pfizer de la ville espagnole la plus saine, présidence de l'association internationale des villes et ports...

A tel point que « l'effet Bilbao » intéresse de nombreuses villes à la recherche d'une nouvelle image et d'un nouveau dynamisme. Y compris en France : en octobre 2006, le Conseil régional du Nord-Pas-de-Calais a affrété un avion spécial pour que 120 élus et décideurs économiques de la région puissent observer le chemin parcouru et en tirer les enseignements pour l'implantation du futur Louvre à Lens.

2. Le « miracle économique basque »

Si le musée Guggenheim symbolise la métamorphose de Bilbao, il incarne aussi la renaissance d'Euskadi, ce fameux « miracle économique basque » qui décrit le redressement spectaculaire de l'économie de la région en à peine 15 ans.

Parallèlement à la construction du musée, le Gouvernement Basque a mené tout au long des années 1990 une politique de reconversion industrielle extrêmement volontariste fondée sur le partenariat avec les entreprises et les syndicats, à travers notamment la mise en place de clusters (ou pôles de compétitivité). La sidérurgie, avec ses hauts-fourneaux moribonds, est le premier secteur concerné en 1990. Avec un succès spectaculaire puisque l'industrie de l'acier figure aujourd'hui parmi les fleurons de l'économie basque. Elle représente 40% de la production espagnole et 90 % pour les aciers spéciaux.

Parallèlement à cette reconversion des industries traditionnelles, les autorités basques lancent une diversification du tissu industriel. Là encore, la réussite est étonnante comme le montre la part de la production basque dans de nombreux secteurs de l'industrie espagnole : un tiers de la production de composants automobile, 40% de l'électronique professionnel, 20% de l'aéronautique ou encore 40% de l'électroménager.

Sur le plan du développement économique, les résultats de cette politique sont sans appel. Quinze ans seulement après une crise industrielle et sociale sans précédent, Euskadi a conquis sa place parmi les dix régions industrielles les plus dynamiques d'Europe, avec des performances économiques comparables à celles de la Bavière ou de la Lombardie.

Avec un taux de chômage de 4,1%, Euskadi est la deuxième région la plus riche d'Espagne

Depuis 1995 où il s'élevait encore à 23%, le taux de chômage connaît une baisse constante qui situe le Pays Basque trois à quatre points en deçà de la moyenne espagnole. Fin 2006, il atteint 4,1% (3,4% au deuxième trimestre 2007). Quant à la croissance du PIB, elle se poursuit au rythme de 4,2% par an.

Aujourd'hui, Euskadi est la deuxième région la plus riche d'Espagne juste derrière la région capitale, la Communauté autonome de Madrid. Le PIB par habitant y est 25% supérieur à la moyenne de l'Union européenne et 17% à la moyenne française.

Annexes

La communauté autonome du Pays Basque espagnol (Euskadi)

Le Pays Basque espagnol (ou Euskadi) est l'une des 17 régions ou « Communautés autonomes » de l'Etat espagnol.

Situé au nord de l'Espagne, sur le versant ouest des Pyrénées et le long du Golfe de Gascogne, ce territoire regroupe **2,1 millions d'habitants** au sein de trois territoires historiques : la Biscaye, l'Alava et la Guipuzcoa. La capitale administrative d'Euskadi est Vitoria ; la principale agglomération est celle de **Bilbao** (1 million d'habitants).

Depuis 1979, le système institutionnel dit « d'autogouvernement » du Pays Basque espagnol s'organise autour d'organes communs (un parlement et un gouvernement) et d'organes propres à chacune des trois provinces.

Par rapport aux autres Communautés autonomes espagnoles, les compétences propres du Pays Basque sont particulièrement larges en matière de politique économique. Elles lui permettent de légiférer dans des domaines aussi étendus que l'industrie, le commerce, les transports, les équipements publics, le tourisme...

Pour exercer ces compétences, Euskadi détermine, perçoit et gère librement la totalité des impôts auxquels sont assujettis les Basques espagnols et les sociétés implantées sur son territoire.

Cette **autonomie financière** est issue de l'Accord Economique (Concierto Económico) signé avec l'Espagne en 1981 qui scelle des relations fiscales d'ordre quasi-confédéral entre le Pays Basque espagnol et le gouvernement central.

Seule obligation en contrepartie : le Pays Basque est tenu de financer sa quote-part des charges générales de l'Etat espagnol (pour l'essentiel : la défense et la représentation diplomatique). Aujourd'hui, cette contribution représente environ 8 % des ressources financières de la région.

Joseba Arregi

Au moment de la genèse du projet en Euskadi, en 1991, Joseba Arregi est ministre de la culture et porte-parole du gouvernement basque depuis 1987. Ce docteur en théologie et en sociologie va jouer un rôle clé dans la réussite du musée. C'est lui qui va mener en toute confidentialité les négociations avec la Fondation Guggenheim. Il défendra ensuite le projet devant son parti (le PNV – Parti nationaliste basque) puis devant le Parlement basque.

Maria Carmen Garmendia

Successeur de Joseba Arregi, elle est nommée ministre de la culture et porte-parole du gouvernement basque après les élections de 1994. Responsable de la mise en œuvre du projet, c'est elle qui recherchera les financements publics nécessaires et qui rendra compte devant le Parlement basque de l'avancement du chantier, tant d'un point de vue matériel que financier. Chargée notamment des relations – difficiles – avec le milieu culturel basque à l'époque, elle pilotera l'ensemble de la communication autour du musée. Maria Carmen Garmendia est titulaire d'une maîtrise de philologie romaine (Université de Deusto en Euskadi) et d'un doctorat de psychologie (Université de Strasbourg).

Frank Gehry

Frank Gehry est diplômé en architecture de l'Université de Californie du Sud et de l'école de design de Harvard. Après avoir remporté le concours organisé par la fondation Guggenheim, il devient le concepteur-designer du musée de Bilbao. Le critique en architecture du *New Yorker* Paul Goldberger qualifie les œuvres de Gehry de « puissants essais faits de géométrie et de matériaux primaires qui, d'un point de vue esthétique sont parmi les plus brillants et profonds travaux d'architecture de notre époque ». Il obtient le prix Pritzker, « nobel » de l'architecture en 1989. Paris lui doit sa cinémathèque française et son centre américain. Le Pays Basque espagnol compte une autre œuvre de Frank Gehry, implantée au milieu des vignes de la Rioja : l'hôtel et les caves Marques de Riscal, inaugurés en octobre 2006.

Carmen Jimenez

Carmen Jimenez a joué un rôle décisif dans la mise en relation des autorités basques avec les décideurs du Guggenheim. Ancienne directrice des expositions nationales du gouvernement espagnol, Carmen Jimenez est en 1991, au moment de l'émergence du projet basque, conservatrice du département « art du XXème siècle » du musée Guggenheim de New York. Pendant six mois, elle organise pour le compte de Thomas Krens, le directeur de la Fondation, de nombreuses rencontres à travers toute l'Europe afin de présenter la stratégie internationale du musée. C'est elle qui émettra l'idée de Bilbao pour la première fois, en janvier 1991.

Thomas Krens

Président de la Fondation Guggenheim depuis 1988, Thomas Krens dirige l'ensemble des musées Guggenheim dans le monde. Titulaire d'une double formation, à la fois artistique et managériale – ancien professeur d'histoire de l'art, il est aussi titulaire d'un MBA à Yale - Thomas Krens s'est imposé comme un véritable « business man » de la culture. Partant du constat que 5% seulement de la collection Guggenheim est exposé à New York, il lance une stratégie d'expansion inédite. L'idée : créer des franchises à l'étranger auxquelles l'institution prête ses œuvres par roulement. Parallèlement, le musée fournit un service de conseil afin d'aider les nouveaux établissements à constituer et à gérer leur propre collection. Le musée

de Bilbao est le premier aboutissement de cette stratégie. Depuis, la Fondation a ouvert un établissement à Berlin (1997) et à Las Vegas (2001). L'ouverture d'un musée à Abu Dhabi est prévue en 2012.

Juan Luis Laskurain

Vice-président chargé des finances à la *diputacion* (équivalent de Conseil général) de la province de Biscaye, Juan Luis Laskurain décèle immédiatement le formidable potentiel du projet Guggenheim pour renforcer l'activité économique de la région. A l'origine du contact avec la Fondation via Carmen Jimenez, il met en évidence les opportunités du projet pour les deux parties. Président de la Cour des Comptes du Pays Basque de 1992 à 1998, il pilote le projet aux côtés du directeur du musée, Juan Ignacio Vidarte. Depuis 1998, il est directeur général de la Chambre de commerce de Bilbao.

Juan Ignacio Vidarte

Diplômé du Massachusetts Institute of Technology, rien ne semblait destiner Juan Ignacio Vidarte à devenir le directeur du musée Guggenheim de Bilbao. En 1992, alors qu'il est directeur de la politique fiscale et financière de la province de Biscaye, il est nommé responsable du projet. Il fera office d'interface entre les institutions du Pays Basque et la Fondation Guggenheim. Depuis 1996, Juan Ignacio Vidarte est directeur du musée Guggenheim de Bilbao. En janvier dernier, il a dévoilé les excellents résultats de l'année 2006 : une augmentation du nombre de visiteurs pour la quatrième année consécutive et une hausse de 14% de la richesse créée par le musée dans la région.