MARSEILLE PROVENCE 2013

PERLE 2014 : Le monde économique en ordre de marche « Pour Ne Pas En Rester Là En 2014 » !

Think tank porté par la CCI Marseille Provence, PERLE 2014 (Pour ne pas En Rester Là En 2014) réfléchit aux conditions nécessaires d'un « après 2013 » capitalisant sur les succès et les valeurs de l'Année Capitale.

Marseille Provence 2013 a marqué le territoire métropolitain comme événement festif et fédérateur mêlant performances artistiques, manifestations grand public et ouverture de nouveaux lieux culturels emblématiques. Son bilan est incontestablement positif et il nous faut imaginer dès à présent les moyens de capitaliser et d'amplifier ce succès : c'est le nouveau défi à relever dès cette année. PERLE 2014, laboratoire d'idées porté par Jacques Pfister, est l'outil au service d'un *« projet culturel à l'échelle métropolitaine, incluant l'adhésion populaire et le rayonnement international »*. Toutes les entreprises sont les bienvenues dans ce projet.

Imaginer l'après 2013

Dans un document intitulé « *Bâtir l'après 2013* » Jacques Pfister, Président de la CCI Marseille Provence et Président de l'association Marseille Provence 2013, identifie les forces et faiblesses de l'Année Capitale et propose plusieurs pistes pour capitaliser et répondre au mieux à l'ambition d'une suite.

Mobiliser les acteurs sur un événement de 2014

La mise en œuvre de ces propositions ne portera ses fruits qu'en 2015. Or dès cette année, un événement populaire et fédérateur pourrait être prévu afin de ne pas laisser s'essouffler l'effet MP 2013.

Définir une structure et une gouvernance fonctionnelle

Tirant la leçon des limites du statut associatif choisi pour MP 2013, la forme de Groupement d'Intérêt Public est envisagée, structure qui a l'avantage d'associer les entreprises partenaires et le monde économique à la gouvernance tout en maintenant clairement l'objectif d'intérêt public.

'' Développer un projet culturel métropolitain incluant adhésion populaire et rayonnement international ''

J. Pfister

Trouver une marque pour succéder à « MP 2013 »

« MP 2013 » est devenue une marque forte et symbolique du territoire. Un des enjeux majeurs est de déterminer une identité unique pour ce projet de « l'après 2013 », c'est-à-dire une marque forte et puissante, au service d'un marketing territorial tout comme « Lille 3000 » après « Lille 2004 ». Le groupe PERLE 2014 réunit les acteurs culturels, économiques et universitaires du territoire Marseille Provence. Il s'est, à ce jour, réuni deux fois, et s'est fixé comme objectif la production de premières propositions dès le mois d'avril.

Pour participer à PERLE 2014 ou obtenir plus d'infos : Laurent Carenzo
laurent.carenzo@ccimp.com