



LA MANUFACTURE

GALERIE - CINÉMA - AMPHITHÉÂTRE

• AIX-EN-PROVENCE •

• DOSSIER DE PRESSE •



LA MANUFACTURE

Histoire et mémoire

L'histoire de La Manufacture, c'est l'histoire d'un lieu d'accueil, ouvert aux projets à vocation artistique et culturelle, à la connaissance et au savoir. Mais cette histoire révèle aussi l'empreinte industrielle et urbaine inscrite dans la pierre et le métal d'une ville en mouvement. La Manufacture s'inscrit dans l'histoire urbaine de la ville d'Aix sur un peu plus d'un siècle. Précisément de la fin du XIXe siècle jusqu'au déménagement de la bibliothèque municipale dans l'ancienne manufacture d'allumettes de la SEITA réhabilitée puis de la Cité du Livre qui prend place dans le vaste chantier Sextius Mirabeau.

La manufacture d'allumettes de la SEITA - Aix 1904

De la manufacture de la SEITA à la bibliothèque Méjanes (1892-1989)

En 1892, l'Etat construit une nouvelle manufacture à Aix-en-Provence, un peu à l'écart de l'agglomération pour des raisons de sécurité et tout près de la gare du chemin de fer. Une ligne dédiée entre même directement dans la manufacture dont le fonctionnement nécessite un approvisionnement nourri en bois et en charbon.

C'est en 1895 que débute la production des allumettes. En 1906, la manufacture s'agrandit avec la construction des Nouvelles Allumettes. L'ensemble s'étend sur 14 500 m². L'activité se poursuit jusqu'en 1972, mais l'urbanisation du quartier rendant dangereuse la présence de la manufacture et la baisse de consommation des allumettes entraînent la décision de fermeture. Désaffectée, la manufacture demeure longtemps à l'état de friche industrielle.

En 1980, les installations industrielles de la SEITA passent près de la destruction avant d'être finalement inscrites à l'Inventaire l'année suivante.

Profitant de cette opportunité, la Ville d'Aix décide de réhabiliter le site pour y installer La bibliothèque Méjanes en 1989. Celle-ci se trouvait en effet un peu à l'étroit à l'Hôtel de Ville, lieu de dépôt du fonds légué par testament en date du 26 mai 1786 par le marquis de Méjanes aux Etats de Provence depuis son inauguration le 16 novembre 1810. La bibliothèque prend place dans le corps de bâtiment appelé Grandes Allumettes.

Sortie de la manufacture de la SEITA au début du siècle



Boite d'allumettes soufrées de la SEITA





La bibliothèque à l'Hôtel de Ville dans les années 80

De la bibliothèque à la Cité du Livre (1989-1993)

Entre 1989 et 1993, les Petites Allumettes, alors en friche, seront occupées à l'occasion de quelques manifestations culturelles dont *Danse à Aix*. Le 3 décembre 1993 naît la Cité du Livre qui réunit Petites et Grandes Allumettes. L'ancienne manufacture des allumettes, totalement réhabilitée autour de la fonction culturelle et de l'univers du livre, pose les premiers jalons du chantier Sextius Mirabeau puis de la création d'un grand pôle culturel à Aix-en-Provence.

Couvrant désormais toute la surface autrefois occupée par la SEITA, la Cité du Livre rassemble la bibliothèque municipale classée d'Aix-en-Provence, avec ses salles de lecture et ses magasins, des partenaires institutionnels et associatifs ainsi que des espaces utilisés par ceux-ci qui comportent des salles de cours attribuées à l'IUT Métiers du livre, une salle d'exposition (la Galerie Zola) de 350 m², un amphithéâtre modulable de 270 places à 700 places (l'Amphithéâtre de la Verrière), une salle de conférence, (la Salle Armand Lunel qui est aussi labellisée salle de cinéma Art et Essai, répertoire, jeune public) de 156 places, un auditorium de 40 places et une cour intérieure arborée.



Construction de l'Amphithéâtre en 1991



Aménagement de la Galerie en 1991



LA MANUFACTURE
Histoire et mémoire

Le Forum Culturel

De la Cité du Livre au Forum Culturel dans le quartier Sextius-Mirabeau (1993-2014)

La désindustrialisation du site de la Manufacture d'allumettes qui comprenait la manufacture des allumettes, l'usine Coq, l'usine de sirop Lieutard, l'usine de lampes, l'usine à gaz, la gare de petite vitesse et la rotonde des machines, va opérer une vaste coupure entre le centre-ville historique et le développement urbain à l'ouest vers le quartier du Jas de Bouffan. En effet, l'absence de maîtrise du foncier sur cette zone avait conduit la Ville vers un développement périurbain au moment de sa forte expansion démographique des années 60 et 70. C'est cette fracture que va réparer le projet Sextius Mirabeau. Entamée à partir de la fin des années 80, accélérée au milieu des années 90, cette opération de renouvellement urbain comprenant des logements, des bureaux et services, des lieux culturels, des commerces - avec en particulier les Allées Provençales - s'achève avec l'inauguration du Mur d'eau enjambant l'avenue Max Juvénal en juillet 2014.



Quartier Sextius - Mirabeau en 1995

En route pour La Manufacture !

Dès le mois d'avril 2014, la Ville décide d'installer la Direction de la Culture dans une partie de la Galerie Vauvenargues - soit l'aile droite du bâtiment des Petites Allumettes. Une réflexion débute alors sur une stratégie de communication qui concerne les espaces de programmation de la Cité du Livre désormais détachés de la bibliothèque et confiés à la Direction de la Culture.

Cette réflexion aboutira finalement à offrir à ses espaces, accueillant essentiellement la programmation des partenaires associatifs culturels, une identité nominative et visuelle singulière et pourvue de ses propres outils de communication. Ce travail sur l'identité a permis de se réinterroger sur les objectifs et enjeux de ce lieu. Ce sera la Manufacture qui réunira les espaces de l'amphithéâtre, de la galerie d'exposition et du cinéma.

Pour conclure le volet historique et mémoriel

La Manufacture garde la trace de son histoire industrielle et prend part aujourd'hui à un vaste ensemble architectural qui regroupe des lieux culturels imaginés et construits par des architectes prestigieux : le Centre des Archives Départementales de Jean-Michel Battesti ouvert en 2004, le Centre Chorégraphique National qui abrite le Ballet Preljocaj, réalisé par Rudy Ricciotti en 2006, le Grand Théâtre de Provence réalisé par Vittorio Gregotti ouvert en 2008 et enfin le Conservatoire de Musique, de Danse et d'Art dramatique Darius Milhaud réalisé par Kengo Kuma, ouvert en 2013. L'histoire de La Manufacture, c'est finalement l'histoire d'un territoire qui se réinvente, se métamorphose, c'est l'avènement d'un trait d'union culturel situé entre quartiers populaires et centre-ville historique. C'est aussi une volonté qui trace la voie pour de nouvelles perspectives de développement économique et dresse une architecture de vie au-delà de la seule gestion de la question urbanistique, logistique et architecturale de l'organisation sociale de l'espace de la ville.

En effet il s'agit de confier à la valeur culturelle une part importante du traitement des problématiques liées à l'attractivité et au rayonnement du territoire mais aussi à la qualité de vie, à l'urbanité comme au vivre-ensemble.





LA MANUFACTURE

Un cadre de mission en héritage

À partir de 2012, la bibliothèque Méjanès - sous l'impulsion de l'ancienne équipe de direction - se recentre sur ses missions de lecture publique, et de gestion et valorisation des collections. La mission de faire vivre l'amphithéâtre de la Verrière, la galerie Zola et la salle Armand Lunel est confiée à la Direction de la Culture de la Ville.

La pluridisciplinarité valorisée

Avec ce changement de cap le cadre de mission évolue en apportant un accompagnement à tous les acteurs culturels mais aussi en faisant rayonner toute la diversité de l'offre artistique et culturelle sur le territoire.

Embrassant par ses missions l'ensemble des champs artistiques, la Direction de la Culture a vocation à offrir aux acteurs culturels la possibilité de proposer leurs projets dans les trois espaces de la Manufacture.

Et c'est effectivement ce qu'elle a mis en œuvre dès 2013, à savoir dédier ces trois espaces que sont l'amphithéâtre, la galerie et le cinéma à la diffusion du spectacle vivant, au cinéma, à la rencontre littéraire, aux arts visuels mais aussi à la conférence et la prise de parole citoyenne autour de la connaissance et des savoirs. Ce sont ainsi toutes les disciplines artistiques et culturelles qui sont représentées.

Ces espaces sont devenus pluridisciplinaires et ont aujourd'hui l'objectif prioritaire de valoriser et accompagner les projets artistiques et culturels des partenaires qu'ils soient résidents, ou qu'ils soient invités.

Quelques chiffres de 2019 :

- 1/ **50 000** spectateurs-visiteurs sur les trois espaces
- 2/ **430** jours d'occupation sur les trois espaces (montage- exploitation-démontage)
- 3/ **80** partenaires différents accueillis



LA MANUFACTURE

Une logique d'investissement

Depuis 2013, un vaste programme pluriannuel a été mis en œuvre pour améliorer la qualité d'accueil des publics et des partenaires. Les investissements consentis se sont concentrés sur plusieurs points.



L'entrée rénovée, 2021.

La remise à niveau technique des espaces

Entre 2014 et 2021 l'intégralité du matériel son (console numérique et système de diffusion Nexo) et lumière (projecteurs) de l'amphithéâtre a été remplacée. En 2017, un écran motorisé de 6x4 mètres et un vidéoprojecteur Christie de 10.000 lumens permettant une diffusion vidéo de qualité ont été installés.

En 2019, le système d'accroche et le matériel lumière ont été changés dans leur intégralité dans la galerie (avec des projecteurs led moins énergivores).

L'amélioration de la qualité d'accueil des artistes

En 2016, les loges de l'amphithéâtre ont complètement été réhabilitées, les peintures, les sols ont été refaits. Du mobilier et de la décoration y ont été installés.

Les améliorations esthétiques

En 2015, les murs de l'amphithéâtre ont été repeints, ainsi que les frontons de l'amphithéâtre et du Bistrot en décembre 2021.

L'amélioration de la qualité d'accueil des publics

Entre 2019 et 2020 des travaux d'ampleur ont été réalisés à l'extérieur du site, ainsi l'intégralité des sols a été reprise, le portail, le mur d'enceinte ainsi que les trottoirs ont été supprimés. En 2021, des fauteuils ont été installés dans l'amphithéâtre en lieu et place des bancs en bois. En janvier 2022, une signalétique est mise en place sur les différents espaces de programmation ainsi qu'un plan d'ensemble pour orienter les publics.

Mise aux normes handicaps

L'amphithéâtre et le cinéma étaient déjà équipés d'une boucle magnétique, dans le premier semestre 2022 une bande de guidage depuis l'entrée de l'amphithéâtre jusqu'au gradin sera mise en place, une main courante sera installée, et les barrières de protection seront modifiées en partie avec la mise en place de plexiglass pour favoriser la visibilité des personnes à mobilité réduite.



L'Amphithéâtre de la Manufacture - septembre 2021



LA MANUFACTURE

Une identité retrouvée

Ce qui est identifiable est reconnaissable, ce que l'on ne nomme pas n'existe pas.



LA MANUFACTURE

LA MANUFACTURE

Partant de ce principe et du constat du défaut de visibilité des trois espaces de programmation, il était nécessaire de les regrouper autour d'une même identité nominative et visuelle.

Mais laquelle ?

Suite à un appel d'offre en 2021, le cabinet de conseil en communication *Better Call John* nous a accompagnés dans cette démarche de recherche. Une réflexion en profondeur a été portée sur les valeurs du projet, ses fondamentaux.

Deux outils méthodologiques ont été utilisés.

D'une part un benchmarking a été mené en interne, afin de sonder les options qui avaient été retenues sur d'autres territoires quant à la requalification d'anciens sites industriels en projets culturels, et d'autre part la recherche de positionnement pour la création d'une marque.

Il s'agissait de réfléchir sur la singularité et l'affirmation de la raison d'être concise du projet global. L'objectif était de décoder l'ADN du lieu et d'aligner les éléments nominatifs, graphiques et visuels sur les fondamentaux à partir de la méthode de *Simon Sinek*, le Golden Circle ou l'équation personnelle : le why, le how et le what.

Le « why » : Tisser des liens, en rassemblant, en diffusant, toujours au plus grand nombre. Améliorer et enrichir la vie. Mettre notre apport au service de tous. Prendre soin des autres, ressentir le besoin de les faire progresser. S'occuper des personnes en favorisant l'échange, les rencontres en mettant à disposition les espaces aux partenaires et au public.

Le « how » : Organiser, faire converger. Trouver ce qui est important, puis le révéler. Proposer une vision d'avenir avec une méthode, de la raison et de l'équilibre. Mettre en place les structures qui permettront de donner accès à la culture. Faciliter et favoriser la prise de parole et la création. Mettre en œuvre l'attractivité des espaces et de leur rayonnement.

Le « what » : Apporter du progrès concret au quotidien auquel ils donnent un nouvel élan. Faire changer les choses en donnant accès. Démocratiser la culture, organiser la rencontre entre un public un peu intimidé ou laissé pour compte, et l'univers culturel au sens large. Réparer une fracture urbaine et créer du lien social. Rendre la vie meilleure. Offrir cette opportunité de 3ème lieu entre domicile et travail.

Cette démarche méthodologique a abouti à un pitch : les objectifs de la Manufacture sont de rassembler autour d'un projet culturel, donner accès à des contenus et des échanges enrichissants, améliorer le quotidien en créant du lien social, en participant de l'innovation sociale.



LA MANUFACTURE
Une identité retrouvée

“

Le choix s'est porté sur un logo qui revisite le passé industriel, tel un poinçon pour indiquer l'origine, marqué dans le métal de la structure du bâtiment. Il a été pensé comme un lien entre le passé et l'avenir et associe crédibilité et longévité.



LA MANUFACTURE

GALERIE - CINÉMA - AMPHITHÉÂTRE

• AIX-EN-PROVENCE •



Signalétique - Janvier 2022

Pourquoi La Manufacture ?

Plusieurs pistes ont été empruntées mais le nom de Manufacture s'est imposé naturellement. La référence historique à la manufacture d'allumettes de la SEITA, évidente, légitime et pleine de sens rend hommage à l'histoire de la ville d'Aix, à la mémoire ouvrière du lieu, à son architecture.

Ce nom offre également la possibilité de le réinventer en lui donnant une seconde vie dotée d'un qualificatif culturel déclinable : La manufacture des idées, La manufacture des savoirs etc... La Manufacture garde sa fonction de « fabrique », mais réoriente sa mission pour donner accès, diffuser, rendre possible la rencontre entre la culture et le public.

Il s'agit aussi de « fabriquer » du lien social, valeur incontournable d'une mission de service public.

Par ailleurs La Manufacture conserve le côté « fait main » via des offres « sur mesure » et parfois « à la demande » marquant la plasticité, l'adaptabilité du lieu par rapport à la demande.

Le logo

Un logo est essentiellement une image, symbolisant une idée, un concept, une expérience. Il permet l'identification d'une entreprise, d'un projet dans sa forme la plus simple grâce à l'utilisation d'un symbole ou d'une icône. Il est l'acte fondateur de la marque et doit correspondre à son ADN.

Le choix s'est porté sur un logo qui revisite le passé industriel, tel un poinçon pour indiquer l'origine, marqué dans le métal de la structure du bâtiment. Il a été pensé comme un lien entre le passé et l'avenir et associe crédibilité et longévité.

La question du code couleur et de la signalétique

Pour ce qui est du choix dominant du gris ardoise, il s'agissait de donner du sens à la réflexion qui a été portée à partir de la nouvelle dénomination jusqu'au choix du logo.

L'esthétique industrielle est affirmée par ce choix de couleur en façade et nourrit une continuité historique entre le passé du lieu et son présent. Il annonce aussi l'ambiance générale de la couleur dominante à l'intérieur du lieu et des trois espaces. Pensé en cohérence avec l'appréhension physique (*in situ*) et virtuelle du lieu (web et réseaux sociaux), le code couleur joue la carte de l'élégance et de la sobriété, renforce l'impact du logo en façade et celui de la signalétique.

En revanche, si la création d'un nom et d'une identité facilite les repères et l'identification, cela implique de communiquer sur celui-ci.

Se pose alors la question des moyens, des supports et de la stratégie de communication pour lancer cette nouvelle identité !





LA MANUFACTURE

De nouveaux outils de communication

L'identité nominative et visuelle de La Manufacture étant définie, il convenait d'établir une stratégie de marketing culturel et de communication avec les outils dédiés et leurs types de contenus.

Stratégie, outils de communication et contenus

Il était important d'envisager la démarche stratégique en fonction des spécificités de la Manufacture, en particulier sur sa capacité à accueillir une grande diversité de partenaires, certains déjà très équipés dans le secteur de la communication et d'autres en attente de soutien.

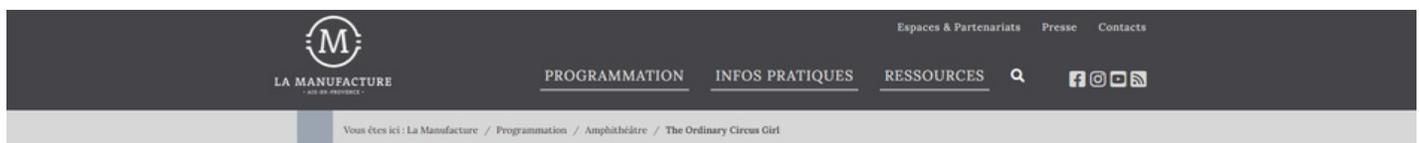
Mais pour être efficace, le marketing doit être adapté à la culture. Car en effet, la caractéristique du monde culturel est que l'offre précède la demande. C'est ce qui fait la particularité de ce secteur. Il s'agit donc d'inviter à la découverte, d'initier à la rencontre d'un univers sensible en touchant le public potentiel et en le faisant réfléchir sur les bénéfices que la proposition culturelle apporte.

Les outils actuels de communication de la Ville (agenda culturel, affichage, présence dans Le Mag), seront largement utilisés. Les nouveaux outils mis en place pour La Manufacture seront principalement digitaux et favoriseront une expérience du lieu hybride, à la fois physique et virtuelle, selon le principe de la construction d'un écosystème cohérent et complémentaire.

Cette stratégie de communication fera appel à l'émotion, à la curiosité comme au désir d'apprendre pour envisager le lieu comme un lieu d'échanges et de vie : une Manufacture du lien social en somme !

Si on illustre cela concrètement et synthétiquement : nous expliquerons pourquoi venir voir tel artiste ou telle exposition est intéressant (en montrant les coulisses, en proposant des contenus didactiques), plutôt que juste dire qu'elle est intéressante. En ce qui concerne les différents outils, la pierre angulaire d'une stratégie digitale est bien évidemment la mise en place d'un site internet. Le site valorisera des contenus complémentaires à l'expérience physique et sensorielle du spectacle. Nous souhaitons mettre en place par exemple des séries de portraits sous forme d'interviews qui permettront à nos partenaires de mieux se faire connaître du public.

Une porte d'accès professionnelle a été pensée afin d'installer un lien direct avec les acteurs culturels en recherche de résidence, souhaitant proposer un projet (des documents de saisie seront disponibles en ligne) ou encore avec des professionnels de la communication. L'autre volet de l'axe digital portera sur les réseaux sociaux. La Manufacture investira trois plateformes : Facebook, Instagram et YouTube.



The Ordinary Circus Girl

Cie Fheel Concepts





“

En 2022, la communication d'un lieu culturel, c'est définir une stratégie relationnelle. Favoriser le partage, la mise à disposition de contenus qualitatifs qui font découvrir les propositions en combinant l'expérience physique à l'utilisation de l'ensemble des outils digitaux.



Quels types de contenus et pour quels supports ?

Voici quelques pistes que nous tacherons d'explorer en ce qui concerne la nature des contenus chargés d'alimenter la communication de la Manufacture sur les différents supports :

La vidéo : la captation d'événements (en particulier de la conférence), le petit reportage, l'interview, ou encore le teasing adapté à l'événementiel seront des formats privilégiés. Une présence sur Facebook, Instagram mais surtout sur YouTube permettra le croisement vertueux des référencements dans l'idée de bâtir un écosystème cohérent. C'est le cœur de notre stratégie.

Le texte : il permet d'alimenter les outils de pertinence de requête de Google à partir de certains mots clés (sortir, spectacle, conférence, que faire à Aix, etc...). L'idée est d'aller bien au-delà d'un public déjà acquis à la Manufacture et d'élargir le champs de la découverte du lieu. Le texte est aussi dans sa valeur informative le domaine de Facebook.

La photo : Elle devra être qualitative et restituer des ambiances de salle, faire vivre l'expérience au public avec un regard singulier comme une signature du lieu. C'est le domaine de Facebook mais surtout d'Instagram.

L'audio (podcast) : c'est le boum un peu inattendu du moment, sans doute lié au fait qu'on veut se reposer de la pollution visuelle dans l'espace public comme dans l'univers des médias. On se recentre alors sur le verbe et la voix en profitant d'un contenu. YouTube pourra héberger ce format audio.

Enfin le digital devra permettre un échange direct avec le public. Il s'agira de développer plus généralement une culture de l'écoute active auprès des partenaires comme du public de la part de l'équipe de La Manufacture.



LA MANUFACTURE

L'avenir

La réflexion portée sur les problématiques de communication conduisent à envisager La Manufacture comme porteuse de nouveaux usages.



Quelle est la vocation d'un lieu culturel en 2022 ? Imaginons plusieurs pistes...

La Manufacture dispose d'atouts importants. En premier lieu son réseau d'acteurs culturels, aux compétences spécifiques reconnues, diverses et complémentaires, qui permettent la programmation d'un nombre important d'événements chaque année. Tous comprennent et partagent la conviction qu'il est essentiel de créer des synergies afin de contribuer à la singularité de ce qui devient à présent un nouveau lieu culturel aixois. Car le caractère pluridisciplinaire de la Manufacture en fait un lieu unique sur le territoire. Lieu déjà facilitateur de projets dans le domaine des arts, de la culture et des savoirs, la Manufacture peut à l'avenir renforcer un certain nombre de secteurs répondant à plusieurs enjeux.

Un enjeu de politique publique avec des marqueurs d'innovation sociale

Le premier de ses enjeux est celui qui concerne la capacité de La Manufacture à développer deux secteurs concomitants liés à la géographie du lieu : celui de l'innovation sociale, et de l'ancrage territorial de proximité pour relever le challenge du croisement des publics entre la gare routière, les quartiers résidentiels proches de l'hypercentre et les quartiers populaires vers l'ouest de la ville. Mieux s'inscrire dans le quartier est une première évidence, et travailler davantage en transversalité interne et externe dans une approche ascendante (ou « bottom-up »). Sonder, rencontrer, discuter, comprendre afin de générer du lien social et de la mixité représente un vrai et un beau défi. Il s'agit d'imaginer la création d'un flux de public renouvelé se croisant, se rencontrant, et qui envisage le site au-delà de la seule zone de transit qu'il est bien souvent, pour devenir un véritable lieu intégré à son quotidien et capable de répondre aux besoins de chacun.

Une réflexion se poursuit avec la libération prochaine des espaces de l'IUT des Métiers du Livre à partir d'octobre 2022.

L'idée est de porter la représentation de la culture dans La Manufacture, bien au-delà de son champs d'expression purement artistique, afin de l'envisager au sens large, c'est à dire du point de vue des modes de vie, de la création de commun mais aussi de la transmission des savoirs, des savoirs-faire et des savoirs-être (master classes, conférences, ateliers de cuisine, de bricolage, rencontres, ludothèque) permettant la diversification des publics grâce à une offre augmentée sur la base de services ancrés dans le quotidien.

Il paraît incontournable aujourd'hui de développer des propositions susceptibles de générer d'autres flux, d'autres échanges et types de rencontres incluant pourquoi pas de la consommation de biens en envisageant une forme d'accompagnement à des usages éco-responsables.

Ainsi pourrions-nous ouvrir la porte à des activités « économiques » pour satisfaire les besoins et compléter nos publics. Quelques exemples : un espace de co-working pour les actifs nomades, un marché bio avec la valorisation des principes de l'économie circulaire, une recyclerie, des journées friperie ou vide dressing, une bourse aux disques vinyles etc.).

N'ayons pas peur d'infuser dans la Manufacture des marqueurs de Tiers-Lieu et croisons les compétences, les envies, les usages, les services et les publics !



“

L'idée est de porter la culture au-delà de son seul champs d'expression artistique afin de l'envisager du point de vue des modes de vie, de la création de commun mais aussi de la transmission des savoir-faire et des savoir-être.



Un enjeu de renforcement artistique

Les enjeux de direction artistique de la Manufacture visent essentiellement au renforcement de l'offre existante en terme de soutien à la programmation.

D'une part, avec la création de la nouvelle identité de La Manufacture et les outils de communication afférents qui ont pour objectif d'apporter une plus grande visibilité à leurs événements auprès du public.

D'autre part, il est prévu de renforcer le secteur de la programmation de La Manufacture en l'accompagnant d'actions culturelles variées (médiation, ateliers, groupe de sensibilisation, rencontres avec les artistes...).

Pour répondre à cet enjeu, un chargé des relations publiques et de la médiation culturelle rejoindra la Direction de la Culture au cours du premier semestre 2022.

Enfin, s'intégrant et venant en complément d'un environnement riche d'équipements culturels, La Manufacture souhaite se fixer comme cap la possibilité de développer des partenariats, et la mise en réseau avec d'autres acteurs culturels ou dispositifs publics.

La Manufacture a vocation d'être un lieu de vie, un lieu d'accueil, de rencontres, de découvertes et d'expérimentations.

L'ambition majeure de La Manufacture demeure de porter à la connaissance du plus grand nombre, grâce des tarifs adaptés ainsi que de la gratuité, une programmation éclectique et exigeante capable de refléter le dynamisme de la vie associative dans la diversité de son expression artistique et culturelle.

La Manufacture veut être aussi le lieu idoine pour l'accueil de nouveaux projets. Il s'agit ainsi pour la Manufacture d'endosser le rôle d'un lieu «tremplin» pour l'émergence artistique des talents du territoire puisque grâce à ses outils de communication, ses équipements scéniques renouvelés et la compétence de son équipe technique, La Manufacture a la volonté de jouer plus que jamais son rôle de facilitateur dans l'accompagnement de projets en proposant son écoute, son expertise pour pratiquer du «sur mesure» avec le soin propre du «fait à la main».

C'est l'esprit de La Manufacture.

Direction de la Culture

Ville d'Aix-en-Provence

Janvier 2022

CONTACT PRESSE

Philippe BERNE

Chargé de communication

Direction de la Culture

04 88 71 83 12

07 68 70 27 43

bernep@mairie-aixenprovence.fr

LA MANUFACTURE

8/10 rue des Allumettes
13100 Aix-en-Provence



lamanufacture-aix.fr



LA MANUFACTURE