

Culture

Les managers culturels à l'assaut de la crise et de la civilisation du zapping



LES MANAGERS CULTURELS

Cette semaine, jusqu'à samedi inclus, nous partons à la rencontre de six gestionnaires d'institutions culturelles. Face à la crise, ils anticipent la réorganisation du secteur.

XAVIER FLAMENT

La situation de la culture subventionnée n'est certes pas aussi dramatique qu'aux Pays-Bas et l'on n'entend pas parler chez nous de faillites spectaculaires d'opéras ou d'orchestres symphoniques comme aux Etats-Unis. Il n'empêche, la contraction des moyens se fait sentir partout, aussi bien sur le versant des subventions, au mieux gelées, que de celui du sponsoring, en berne. Mais on aurait tort de croire qu'il suffirait de faire le gros dos en attendant le retour de la croissance. Cette crise économique est aussi révélatrice d'un changement profond de société qui touche aux valeurs définissant notre rapport à la culture et aux modes de consommation culturelle. Tous les managers culturels que nous avons rencontrés affirment: «Nous sommes à la croisée des chemins».

Nous avons mis la main sur l'étude universitaire en cours, commanditée par l'Observatoire des politiques culturelles, qui analyse les «pratiques et consommation culturelles de la population en Fédération Wallonie-Bruxelles». Elle révèle déjà une montée des différences entre les générations, avec une généralisation de la culture d'écran chez les plus jeunes et le développement des pratiques culturelles à domicile. Elle enregistre aussi un déclin relatif de l'institution au profit de rendez-vous éphémères comme les festivals et l'événementiel. Le zapping rend particulièrement compliquée la fidélisation des publics avec, notamment, la chute des abonnements et la mise en concurrence des opérateurs culturels entre eux. Enfin, le spectacle ne serait plus une fin en soi mais l'une des composantes d'une sortie qui répond d'abord à des attentes de sociabilité.

Certains paramètres par contre ne changent guère: le facteur socio-économique reste déterminant dans le type de culture consommée et ils seraient toujours 25% de «désengagés culturels» à n'avoir aucun contact avec la



Le facteur socio-économique est déterminant dans le type de culture consommée. © BELGA

Les plus jeunes générations privilégient désormais une culture d'écran.

culture. Pour Jean-Louis Genard, directeur du Groupe de recherche sur l'Action publique à l'ULB, ceci traduit l'échec de la démocratisation de la culture et l'accès, par la culture, à une citoyenneté plus riche, ouverte et engagée – la démocratie culturelle chère à Malraux. «Il y a une crise de l'institution au sens large, que ce soit l'école ou la maison de la culture», déclarait-il le 5 décembre dernier aux «Jeudis du Parlement bruxellois». «On est passé du capitalisme industriel des années '60 à un capitalisme culturel du copyright avec Disney, Time Warner, etc. Les acteurs culturels et les décideurs qui avaient un quasi-monopole doivent désormais composer avec des concurrents plus puissants.»

L'État est ainsi passé d'une politique monopolistique à la régulation des acteurs, d'un volontarisme idéologique à une rationalisation des subsides et au formatage des activités culturelles. «Mais on demeure très attaché à ces objets de démocratisation et de démocratie que sont les institutions culturelles», poursuit Jean-Louis Genard. «Il faut donc être très inventif et créatif pour les pérenniser. Inventer d'autres référentiels à travers lesquels elles peuvent redéfinir notre rapport à la culture.»

La ville au cœur des enjeux

Sur cette base, nous avons été au-devant d'institutions qui représentent chacune l'un de ces nouveaux référentiels. L'infrastructure flamboyante neuve du Théâtre de Liège, par exemple, s'inscrit pleinement dans le branding urbain, l'image de marque de la «ville créative». Inaugurée par le Guggenheim de Bilbao, celle-ci atteste du glissement de l'Etatnation vers la ville. La culture devient ici un levier de développement économique et l'image de marque de cités en plein redéploiement et en concurrence entre elles à l'échelon européen, comme on le voit avec les capitales européennes de la culture et les stratégies du Nord de la France (Louvre-Lens, Centre Pompidou-Metz), de Liverpool, Ams-

terdam, Berlin... ou de Bruxelles avec ses musées Magritte et Fin-de-siècle, et son grand projet de musée d'art contemporain. D'autres, comme Jan Goossens, au Koninklijke Vlaamse Schouwburg (KVS), préfèrent aller sous la surface et parier sur une «ville hospitalière» plus conforme, selon eux, à sa réalité multiple. En investissant les quartiers de Bruxelles, la culture devient ainsi un ferment de cohésion sociale, de lien collectif, transformant la hantise du multiculturalisme et du cosmopolitisme en ressource dynamique. Il y a encore la «ville créative, participative et durable», identifiée par le chercheur de l'ULB, et que défend la Tricoterie (lire ci-dessous). Cette toute jeune coopérative de Saint-Gilles surfe sur la vague des «indignés». Un projet qui s'invente en dehors de l'institution et cherche à créer du lien en proposant à ses publics locaux de s'approprier son projet culturel. «Il ne s'agit plus seulement de la grandeur, de l'identité, de la fierté d'une ville, mais de l'identité des habitants eux-mêmes: une vision extensive des droits culturels venant d'en bas», poursuit Jean-Louis Genard. Autant de droits d'accès à la confiance en soi, à l'estime de soi et à la construction de sa personnalité.»

Et enfin, il y a les créatifs purs qui ont balayé toutes les préventions idéologiques pour sauver leur activité, quitte à l'ouvrir aux industries culturelles. Donné pour mort il y a dix ans, le Brussels Philharmonic de Gunther Broucke (ex-Vlaams Radio Orkest) est aujourd'hui l'orchestre belge le plus demandé à l'étranger depuis qu'il a obtenu au cinéma un Golden globe pour la bande-son de *The Aviator* de Scorsese, puis un Oscar pour celle de *The Artist*. Quant à Gilles Ledure, à Flagey, il tire tous azimuts sans sacrifier la qualité. Et ça plaît: Flagey est en passe de devenir, à Bruxelles, the place-to-be de la «ville décloisonnée».

Quatre arrêts sur image dans un paysage culturel en pleine mutation.

Tricotez-vous un avenir solidaire et durable

Dans le quartier populaire du bas de Saint-Gilles, il faut passer une porte cochère pour découvrir la Tricoterie. Cet espace aménagé de 700 mètres carrés comporte un bar, un espace de bureaux, une cour munie d'un four à pain et une salle polyvalente qui était auparavant l'atelier d'une fabrique de meubles. «Depuis huit mois, c'est une 'fabrique de liens', sourient Joëlle Yana et Xavier Campion, deux jeunes entrepreneurs de 35 ans. Nous avons cherché à y développer ce qui n'existait pas dans le paysage culturel.»

La Tricoterie s'est ainsi structurée en coopérative: 8 membres fondateurs et 30 coopérateurs ont chacun pris une part dans le

ses participants de s'approprier le projet. Et de combler un manque dans une époque ultra-individualiste dont les enjeux et les leviers semblent avoir échappé au citoyen et à l'action publique. «Les gens y trouvent du sens, reprend Xavier Campion. Ça ne vient pas d'en haut. En devenant coopérant, on n'est plus seulement consommateur. Il y a une éthique, un lien, un partage des compétences de chacun.» On n'est pas loin de l'idée du phalanstère, inventé par Charles Fourier au XIX^e siècle. Mais sans la lourdeur idéologique: «On veut que ce soit durable», dit-il. Le défi, pour la Tricoterie, c'est de ne pas devenir l'antre des «bobos». C'est au contraire de générer une dynamique dans ce quartier défavorisé à forte densité d'immigrés. «On nous a dit: - Pour qui vous vous prenez... Mais on croit à la gratuité de la poésie!», martèle Joëlle Yana. Ainsi, organisent-ils avec le CPAS des ateliers pour les femmes du quartier, une «télé citoyenne» pour les jeunes du réseau associatif, et veulent utiliser leur four à pain comme dénominateur commun du lien social. Les subsides ici ne sont pas superflus, répète Xavier Campion, prudent: «On n'est pas contre l'institution. On ne veut plus critiquer mais agir!» X.F.

Infos: www.tricoterie.be ou 486/882.996.

«Construire un modèle alternatif qui se rapproche de l'autosuffisance. Mais en toute humilité...»

projet immobilier. «Un investissement» pour Xavier Campion. Cette SCRL tire ses ressources de l'horeca pour un tiers, de services et de l'organisation d'événements. Elle injecte ensuite ses bénéfices dans une ASBL qui organise des spectacles et des activités à caractère social et culturel. Entre altruisme et pragmatisme, Campion et Yana revendiquent ce décloisonnement. «On avait envie de construire un modèle alternatif qui se rapproche de l'autosuffisance. Mais en toute humilité, car on sait que, structurellement, la culture est déficitaire. Notre contexte économique nous oblige à être très rationnels», poursuit-il. «Mais le cœur de notre projet, c'est la rencontre entre les publics, les disciplines, les générations, enchaîne Joëlle Yana. Et la culture est un très bon vecteur pour l'organiser.»

Ce principe de coopérative permet à tous

NOTRE SÉRIE

LES MANAGERS CULTURELS

Jeudi 26/12
Serge Rangoni, du Théâtre de Liège.

Vendredi 27/12
Jan Goossens, du KVS, à Bruxelles.

Samedi 28/12
Gunther Broucke (Brussels Philharmonic), Gilles Ledure (Flagey) et la culture décloisonnée.



Xavier Campion et Joëlle Yana: «Notre projet, c'est la rencontre entre les publics, les disciplines, les générations». © DEBBY TERMONIA