

Coup de pub avant les trois coups

SCÈNES Les théâtres pourraient en retirer quelques milliers d'euros par an

- Dès la rentrée 2017, 17 théâtres privés français diffuseront des publicités sur écran avant leurs spectacles.
- Mais la pub ne semble pas près d'arriver dans les théâtres belges.

On le considérait comme l'unique bastion de l'art pur, un refuge face au matraquage publicitaire. Las ! Le théâtre aussi s'ouvre désormais à la publicité. Quelques nuances : pas tous les théâtres et pas (encore ?) en Belgique. Au total, 17 établissements privés français franchiront le pas à la rentrée. Parmi eux, le Théâtre de l'Apollo ou le Palace d'Avignon. Une vingtaine d'autres théâtres doivent également rejoindre le navire en janvier 2018.

Ce projet est développé par la régie publicitaire française ODW Régie. La projection publicitaire ne devrait pas dépasser

quatre minutes, contre un quart d'heure au cinéma. En ce qui concerne l'infrastructure, le théâtre ne doit rien financer : ODW Régie fournit le matériel et l'installation nécessaires. De plus, pendant ces spots, les théâtres pourront, comme au cinéma, diffuser des bandes annonces de leurs spectacles. Une manière d'assurer leur autopromotion.

La loi de Baumol (ou loi de la fatalité des coûts croissants, d'après le nom du chercheur William Baumol) oblige, le théâtre s'est toujours mal porté financièrement. Pour le théâtre privé (sans subsides), la publicité est vue comme une belle opportunité pour mettre du beurre dans les épinars ou simplement pour survivre en tant que lieu de spectacle vivant. Andréas Georgiou, cofondateur d'ODW Régie, l'affirme : « Cela peut rapporter des dizaines de milliers d'euros par an à un théâtre moyen. »

Mais les détracteurs sont

nombreux. Pour André Helbo, professeur à l'ULB en arts du spectacle, le mariage publicité/théâtre est oxymorique : « *Le théâtre contemporain est souvent une remise en question des codes : ce qui n'est pas le rôle de la publicité.* » Cette intrusion de la publicité serait également une preuve supplémentaire qu'un certain théâtre se rapprocherait du modèle consumériste du cinéma. Ce lien avec le septième art est d'ailleurs explicitement indiqué sur la page d'accueil du site d'ODW Régie : « *ODW Régie décline le format publicitaire utilisé au cinéma dans les théâtres pour vous permettre de toucher une nouvelle audience.* »

Moins de théâtres privés en Belgique

ODW Régie n'exclut pas la possibilité de s'étendre en Belgique. Mais la situation belge semble toutefois moins favorable à son apparition. Comme l'indique André Helbo, le nombre de théâtres privés est

nettement supérieur dans l'Hexagone qu'en Belgique. Les théâtres subventionnés, quant à eux, malgré leurs difficultés financières, sont moins enclins à la publicité.

Des théâtres belges ont vivement marqué leurs réticences

face à cette initiative. Par exemple, le théâtre Le Public est formellement opposé à cette intrusion de la publicité sur les planches. Son codirecteur, Michel Kacelenbogen, pousse toutefois la réflexion : « *Je suis contre la publicité avant un spectacle. Si, un jour, je dois choisir entre un artiste en plus ou un écran publicitaire, ce sera un véritable dilemme. Mais je n'en suis pas encore là. Tout dépendra des pouvoirs publics et de leurs subventions.* »

De toute façon, le dernier mot reviendra comme toujours à l'unique roi des spectacles vivants : le client, le spectateur, le citoyen, comme il vous plaira de l'appeler. ■

ROMAIN MASQUELIER (st.)

FLASH-BACK

Des discussions au XIX^e siècle

Selon Cécile Vanderpelen, professeure à l'ULB en histoire des publics culturels, la question de la publicité au théâtre s'est toujours posée. Dans l'histoire du théâtre français, la forme la plus marquante a sans doute été le rideau de scène peint servant à faire la promotion de tel ou tel commerce. Selon Cécile Vanderpelen, la situation du rideau peint a été quelque peu particulière dans nos régions : « *Au XIX^e siècle, il y a eu une discussion à ce sujet-là en Belgique*

concernant le théâtre public. Les autorités communales ont finalement refusé la publicité sur le rideau. Mais il y a eu de la publicité sur les rideaux dans les théâtres privés. » Toujours au XIX^e, de grandes maisons de couture se servaient aussi du théâtre pour assurer leur publicité en fournissant des décors et des costumes. L'occasion de transformer la scène en vitrine de boutique.

R. M. (ST)