

Belges d'Avignon : un territoire d'art

**NON
PEUT-ÊTRE?**

DU CIE À AVIGNON
AVEC LES ARTISTES
DE WALLONIE-BRUXELLES

D.R.

Répertoire

Réalisée par Alternatives théâtrales et Wallonie Bruxelles T/D, cette brochure au titre évocateur de belgitude présente les spectacles de 27 compagnies de la CFWB au programme du In et du Off au Festival d'Avignon 2017.

■ Subjectifs et minutieux, les choix du Théâtre des Doms font mouche cette année plus que jamais.

■ Avec Alain Cofino Gomez, retour sur le festival en cours, les émotions qu'il mobilise, ses mécaniques et ses surprises.

■ La RTBF, quant à elle, a pris rang parmi les partenaires du In et livre une capsule quotidienne.

Alain Cofino Gomez: "Le bouche-à-oreille est plus fort que tout"

Rencontre Marie Baudet
Évoquée spéciale à Avignon

Qui dit succès – et c'est indéniablement le cas aux Doms pour l'édition 2017 du Festival d'Avignon –, ne dit pas forcément recette. Pas même cohérence dans le cas du "pôle sud de la création en Belgique francophone", vu la diversité des spectacles qu'il propose. Mais une constance : la subjectivité assumée de son directeur et programmeur. Et son pari : l'émotion. *"Quels que soient la thématique, l'esthétique, le genre, je voulais que l'émotion soit au centre, que ce qui résonne d'abord, ce soit le cœur. Et j'ai l'impression que cela a été reçu comme je l'avais imaginé : tous les spectateurs sortent en ayant vécu une aventure émotionnelle"*, se réjouit Alain Cofino Gomez, à la tête des Doms pour la deuxième année. *"La vérité, c'est celle du spectateur, donc aussi la mienne quand je vois ce que je pourrais programmer. Je ne veux pas qu'on sorte de la salle en étant mitigé, mais que survienne une émotion suffisamment forte pour nous transformer, pour déplacer quelque chose en nous."*

Le déplacement est aussi affaire d'espace et de temps, de l'ici et maintenant qui parle sur scène et dont parlent les artistes. De territoire en somme : une notion que cultivent les Doms depuis leur fondation en 2003, à l'origine sur le mode culturel, avec des accents exotico-humoristiques. *"A présent, on pose l'idée de la Fédération Wallonie Bruxelles comme un territoire d'innovation artistique même si ce n'est qu'un regard possible qui rassemble ces spectacles : c'est*

artificiel, mais ça raconte quelque chose de nous, je crois, comment on peut former ensemble cette petite communauté, à un moment donné."

Le public ne s'y trompe pas, qui arrive dans un territoire balisé, une sorte de cadre, dans lequel sa curiosité va trouver à s'assouvir. Une histoire de confiance, voire de fidélité, et d'ouverture à la surprise, aux singularités.

Parmi celles-ci, un point commun traverse les projets du Corridor (le "Thinker's Corner" avec le propos de penseurs restitué en live), de la C^e What's Up ("Is there life on Mars?" et ses témoignages et points de vue sur le monde de l'autisme) et du collectif Wow ("Piletta Remix" ou la dramatique radio comme outil scénique à destination du jeune public). Ou comment le travail sur le son revivifie le théâtre dans notre monde obsédé par les écrans et les images. Dans le cas de "Piletta Remix" – et dans la foulée de "Mange tes ronces" programmé aux Doms en 2016 –, la fabrication est visible en même temps que l'œuvre; *"il y a une jouissance à voir le secret dévoilé"*.

Des choix et des lieux

Dans tout festival, le choix est un mot-clef. A Avignon et dans le Off en particulier, quand il s'agit de se frayer un parcours parmi les innombrables possibilités. *"Chaque spectateur vient avec son histoire personnelle, ses espoirs, ses douleurs, son passé, son passif; il voit une affiche ou un titre ou une thématique qui le touche, il va vers ça. Et puis –*

et c'est ce sur quoi nous misons – il y a des lieux dont la force est de proposer une sélection. C'est notre cas, comme pour d'autres représentations régionales ou de territoire, comme la Suisse, même si là les choix sont posés par l'administration alors que les Doms, bien qu'entièrement subventionnés par Wallonie Bruxelles International (WBI), signent librement leur programmation", explique Alain Cofino Gomez.

D'autres lieux, sans se cacher de vendre des créneaux horaires (moyennant une participation aux frais ou une sorte de loyer), posent également des choix parmi la forte demande des compagnies souhaitant se produire dans le Off. "Après quelques années, on sait que, à tel endroit [la Manufacture, le Chêne noir, le tout récent Eldorado, pour en citer qui programment entre autres des artistes belges, NdLR], on va retrouver tel type de programmation, une subjectivité qui s'exprime. On peut cheminer en toute ignorance dans le tout-venant du festival et aller de déception en déception. C'est tout à fait imaginable avec 1500 spectacles... On peut l'éviter en allant vers des présélections."

Ainsi, pour le directeur des Doms, le public du Off fonctionne plus au lieu qu'au projet. Avec confiance, fidélité, et discernement. "Cette fidélité, c'est notre base. On la cultive toute l'année, non seulement dans le festival mais au fil de la saison, en s'inscrivant dans les réseaux belges et français. On existe vis-à-vis d'autres festivals, de nos partenaires. Il y a un label, reconnu. Et puis il y a notre rapport avec la ville. Quand on fait une générale, on l'offre principalement aux gens d'Avignon, avant l'arrivée des festivaliers. C'était le cas pour "Tabula Rasa". J'ai vu l'engouement : les gens étaient habités par ce qu'ils venaient de vivre, à un point tel que ce sont eux qui ont lancé le bouche-à-oreille. Dès le début le spectacle a fait le plein, et ça n'a pas arrêté."

Le bouche-à-oreille, ce média du Off, reste pour Alain Cofino Gomez "plus fort que tout", avant la pressé. Et

les réseaux sociaux ? Assurément utilisés par les festivaliers, ils demeurent au rang des relais secondaires. Cependant le directeur des Doms a pris le parti, cette année, d'assurer la publicité de sa programmation par une page Facebook. Les résultats doivent encore être analysés. "Je crois en cet outil. Evidemment il importe que les gens viennent au festival, il faut aussi

que l'aura des Doms existe." La visibilité demeure cruciale, et une programmation, aussi excellente soit-elle, n'est rien sans une communication efficace.

Et elle l'est, manifestement. "Cela me passionne et m'intéresse : comment on va accompagner une œuvre, y donner accès à un public qui ne l'aurait pas forcément rencontrée. Qui plus est, ici, quand on prend en charge une œuvre, on s'efforce de lui faire traverser les frontières, qu'elle existe dans un mécanisme économique."

L'accompagnement à la diffusion, encadré par Hervé d'Otreppe, est l'une des missions clés du Théâtre des Doms qui, idéalement situé au pied du palais des papes, devient pendant le festival le QG non seulement des compagnies qui s'y produisent mais de nombreux directeurs de théâtres et autres chevilles ouvrières de l'art vivant.

→ Le Festival d'Avignon Off au Théâtre des Doms, jusqu'au 26 juillet. Infos : www.lesdoms.eu

"Dans la brochure commune, les spectacles des Doms figurent parmi tous les autres. C'est, je trouve, une juste et vraie idée."

Alain Cofino Gomez
Directeur du Théâtre des Doms.

La RTBF d'humeur avignonnaise

Depuis le début du 71^e Festival d'Avignon, la Trois diffuse un petit journal quotidien, relayé en ligne via la plate-forme Auvio et TV5 Monde: "In the mood for Avignon". Un format court (de 3 à 4 minutes), un épisode par jour, un parcours dans le Festival dont la RTBF est devenue partenaire, dans la foulée notamment de la première saison de son magazine mensuel "Jour de relâche" consacré aux arts de la scène.

Longtemps délaissé par le service public, ce domaine y retrouve de l'espace et de l'écho. Carine Bratzlavsky, qui pilote ce secteur pour les antennes de la RTBF depuis janvier 2016 et la fin des accords Arte Belgique, poursuit sur la lancée du festival 2016, où la RTBF s'était concentrée sur les Belges (avec la captation des spectacles de Doms et de "Rumeur et petits jours" dans le In, ainsi qu'un documentaire sur les

Belges à Avignon). "On avait logiquement commencé par des sujets proches. Les accords noués avec le Festival d'Avignon via son directeur délégué Paul Rondin nous ont permis d'élargir le propos, en conservant l'idée que le festival cherche à faire rayonner les questionnements du monde."

Soucieuse toujours de familiariser le public avec cet art qui "rencontre encore des inhibitions", Carine Bratzlavsky a imaginé ces capsules brèves compatibles avec les médias mobiles, et réuni pour les réaliser une équipe concentrée, à laquelle le Festival ouvrait ses générales et donnait accès aux artistes. Un réalisateur, François Declercq, deux reporters, Sylvia Botella (critique indépendante) et Dominique Bela (jadis journaliste au Cameroun, devenu comédien dans le spectacle du Nimis Groupe "Ceux que j'ai rencontrés ne m'ont peut-être pas vu"), une stagiaire pour organiser

les rendez-vous avec les artistes, un autre pour dérusher les prises de vue. Et à Bruxelles Julien Bechara, producteur, monteur, mixeur – grand ordonnateur en somme – de ces épisodes à la matière profuse.

"In the mood for Avignon" s'est, logiquement, concentré davantage sur le In cette année, tout en s'autorisant des incursions dans le Off, voire des excursions à Aix ou Arles.

Outre cette aventure – "très artisanale, très belge", sourit Carine Bratzlavsky – à suivre jusqu'au bout du festival (et même au-delà sur le web), la RTBF a orchestré dans le In une table ronde consacrée à la culture dans les médias. L'occasion de mettre en lumière, sinon toujours du concret, du moins des envies, des possibles. Et de projeter de potentielles prolongations à ce modèle qui s'est révélé viable et déclinable.

M.Ba., à Avignon