

**Floriane GABER**  
**FRANCE**

## **LES PUBLICS DES ARTS DE LA RUE**

Sans doute plus que dans aucun autre type de festival, le public des arts de la rue est difficile à identifier, à capter. A l'été 2004, neuf festivals, réunis au sein du réseau Eunetstar, ont mené une enquête pour connaître leurs spectateurs. Dans une première partie, cette présentation s'inspirera de cette enquête. On verra ensuite quelles stratégies ces festivals ont mises en place pour fidéliser leur public.

### **Neuf festivals aux publics divers**

Les neuf festivals en question sont situés dans huit pays européens. Il s'agit de l'International Straat Theatre Festival de Gent (Belgique, Communauté flamande), Namur en mai (Belgique, Communauté française), du festival Oerol à Terschelling (Pays-Bas), de Coup de chauffe à Cognac (France), du festival Malta à Poznan (Pologne), du festival de théâtre de Sibiu (Roumanie), du festival Ana Desetica de Ljubljana (Slovénie), de l'International Riverside Festival de Stockton (Grande-Bretagne) et du festival de Galway (Irlande).

La principale information sortie de cette enquête est que les spectateurs interrogés sont assez jeunes (57% ont moins de 35 ans) et qu'ils ont un fort niveau d'éducation et de pratique culturelle. A la lecture de ces résultats, la surprise est de taille: les arts de la rue, en effet, ont la réputation de drainer les populations, toutes catégories confondues. C'est en quelque sorte, leur marque de distinction, qui justifie bien des subventions au nom de l'intégration sociale et de la lutte contre l'exclusion culturelle. Pourtant, il faut bien l'admettre, s'il est vrai que tous peuvent être «touchés» par les arts de la rue, du fait même qu'ils se produisent au sein du quotidien et qu'au même titre qu'un accident de voiture ou que le passage d'une voiture de pompier (fait exceptionnel ou bruyant), ils peuvent retenir l'attention du badaud, ce badaud n'en devient pas pour autant un spectateur. Entendons par là celui qui fait la démarche de s'intéresser à un spectacle, d'interrompre ses activités pour y assister, voire de se rendre au lieu où il va se dérouler. Cette démarche, connue et pratiquée par ceux qui ont l'habitude de sortir au théâtre, au cinéma, au concert ... est loin d'être intégrée par l'ensemble des populations. D'où, dans l'enquête, un bon nombre de réponses du type «Je suis là pour l'ambiance de fête mais je n'ai pas encore vu de spectacle et je n'ai pas vraiment l'intention d'en voir». Les festivals d'arts de la rue, en effet, plus encore que les autres peut-être, du fait de la gratuité assez généralisée, ont une allure festive, très attractive – c'est d'ailleurs ce qui,

malgré la qualité des spectacles présentés, leur vaut encore une connotation relativement péjorative au regard de la «culture cultivée» présentée dans les institutions traditionnelles.

Certains festivals où s'est déroulée l'enquête ont manifestement su fidéliser leur public puisque, en moyenne, 58% des personnes interrogées déclarent être déjà venues au festival. Le public le plus fidèle est celui de Gent (Belgique): 77% des personnes interrogées sont déjà venues au festival, 64% l'année précédente, 59% l'année d'avant, et 42% se disent des habituées de la manifestation. Vient ensuite Oerol (Pays-Bas), où 70% des personnes interrogées sont déjà venues au festival et 48% se disent des habituées. A l'opposé, on trouve le festival de Galway avec 30% de personnes déjà venues et 18% se déclarant des habituées, et le festival de Ljubljana avec 31% de personnes étant déjà venues et 23% se disant des habituées.

Comment interpréter ces chiffres ? Le faible score de Galway peut s'expliquer par la nouveauté des arts de la rue au sein de cette manifestation pluridisciplinaire, alors que 52% (soit l'un des scores les plus élevés) déclarent fréquenter d'autres festivals de rue. On peut donc supposer qu'il s'agit de publics nouvellement gagnés par le festival. Il serait intéressant de voir si Galway a su profiter de cette diversification de sa programmation pour élargir ces nouveaux publics, fans d'arts de la rue, à s'intéresser au reste de son programme et à fréquenter plus régulièrement le festival.

Pour Gent, on pourrait dire qu'il s'agit de la situation inverse. Le festival de rue a lieu pendant un très gros festival de musique et ce qui s'appelle Les Fêtes de Gand, qui envahissent littéralement la ville, au point que, ces dernières années, les artistes de rue ont dû quitter le centre ville et sont majoritairement regroupés dans un quartier, sur une placette, où ont lieu des spectacles fixes, de relativement petit format. Le festival, qui fête cette année ses vingt ans, a sans doute gagné ses galons par son côté pionnier (c'est l'un des premiers à avoir présenté des arts de la rue dans la Communauté flamande), mais aussi par la qualité de sa programmation. Ces effets conjoints de nouveauté et de qualité ont permis le développement d'un public appréciant cette forme artistique: 50% fréquentent d'autres festivals de rue et 66% déclarent avoir vu des spectacles de rue au cours de l'année écoulée.

Face à cela, le score de Oerol (Pays-Bas) peut paraître paradoxal: 70% de personnes interrogées déjà venues au festival, 55% ayant vu des spectacles de rue au cours de l'année écoulée, mais seulement 17% déclarant fréquenter d'autres festivals de rue. Le taux de satisfaction par rapport à la qualité de la programmation est très élevé (41% des personnes interrogées estiment qu'il y a trop de choses intéressantes à voir). Mais la clé véritable de ces chiffres réside dans la situation géographique de la manifestation. Terschelling est une île; pour atteindre le festival, il faut prendre

le bateau et une fois sur place, les déplacements se font en bicyclette. Il faut donc avoir une démarche volontariste pour se rendre là-bas, mais une fois qu'on y est venu, on tombe manifestement sous le charme. Cependant, si les spectateurs semblent apprécier les spectacles de rue (ou plutôt «in situ») qui leur sont proposés, au point d'en revoir pendant l'année, la démarche des spectateurs ne se reporte pas sur d'autres festivals de rue, qui offrent sans doute moins une impression d'«**aventure**» que l'île battue par les vents.

Le dernier exemple, celui de Ljubljana, peut lui aussi sembler paradoxal. Seules 31% des personnes interrogées disent être déjà venues au festival, et 23% se disent des habituées, or 63% ont vu des spectacles de rue au cours de l'année écoulée et 51% fréquentent d'autres festivals de rue. Le turn over élevé peut s'expliquer par la période à laquelle se déroule le festival, tout début juillet, juste au début de la période estivale. La ville, qui compte plusieurs facultés universitaires, fournit le festival en nombreux étudiants, dont la population n'est pas stable. Retour dans les villes d'origine, déménagement pour occuper un emploi, départ en vacances sont autant d'explications plausibles de cette volatilité. L'intérêt pour les arts de la rue, néanmoins, est réel chez ceux qui sont fidèles au festival. Cet intérêt pouvant aussi s'expliquer par le nombre de **jeunes artistes** qui se produisent et sont tutorés par le festival. Nombre des étudiants restés à Ljubljana aiment à venir supporter leurs amis et découvrent ainsi une forme artistique non conventionnelle. L'espace public et l'expression artistique qui peut s'y développer sont totalement à construire dans ce pays de l'ex-Yougoslavie. C'est en misant sur les jeunes que le festival de Ljubljana, s'il voit malheureusement son public peu constant, peut néanmoins viser à l'épanouissement de cette forme de spectacles dans laquelle il fait figure de pionnier.

### **Des stratégies de développement**

C'est néanmoins sur un autre plan que le festival Ana Monro à Ljubljana (Slovénie) s'illustre. Depuis sa création, le festival invite des artistes présentant des déficiences et des **handicaps** à se produire au sein même de la programmation. Cette partie de la manifestation, en plein air comme le reste, permet d'affirmer aux yeux de tous la différence, physique et mentale, et d'en mettre en valeur les créations artistiques. Le festival organise, en partenariat avec les relais *ad hoc*, la venue de spectateurs atteints des mêmes déficiences, et les spectacles, concerts, etc se déroulent au coeur de la cité, en pleine journée, au sein du quotidien. Personne ne peut y échapper et les publics les plus différents s'agglutinent autour des podiums. Une volonté d'insertion aussi affichée, pour une manifestation non spécialisée, est extrêmement rare et mérite d'être soulignée. Comme pour les jeunes artistes, le festival Ana Desetnica a une démarche de soutien et de développement de l'expression artistique des personnes handicapées et déficientes, et de leurs publics.

D'autres festivals de rue déploient des stratégies similaires, vis-à-vis des **enfants**. Sans aller jusqu'à faire jouer des petits, ils présentent des spectacles de compagnies professionnelles pouvant être vus dès le plus jeune âge, de préférence dans des endroits identifiés. Une pastille dans le programme, indiquant que les enfants peuvent assister au spectacle, suffit souvent à attirer un public familial. Chalon dans la rue (France) va plus loin. L'espace de la ville de Chalon-sur-Saône est parsemé de cours où les organisateurs rassemblent des compagnies de même type, visant des publics spécifiques, ou présentant des activités similaires. Il y a ainsi la «cour des kids», la «cour des contes», l'espace chapiteau, des endroits pour les formations musicales, etc.

Chalon a été, avec le festival d'Aurillac, l'un des premiers en France à proposer ce genre de service à destination du public familial. L'enquête menée par EUNETSTAR (dont ni Chalon ni Aurillac ne font partie) a montré que 56% des personnes interrogées sont venues au festival avec les amis, pour seulement 9% en famille et 11% avec les enfants. En proposant des programmations spécifiques et des espaces identifiés, le festival de Chalon a su développer, d'année en année, un service dont profitent fortement les spectateurs. La cour des kids est systématiquement pleine et il n'est pas rare que des compagnies refusent du monde.

Une telle organisation, par «zonage», a cependant un revers: alors que les espaces identifiés battent le plein, le centre ville est vide d'artistes et laissé aux gonfleurs de ballons et autres marionnettistes amateurs, non programmés, qui représentent dès lors, pour beaucoup de badauds, une image peu représentative des «arts de la rue». On comprend, dans ce cas extrême, que ceux-ci ne jouissent pas d'une réputation artistique d'excellence.

Le festival de Gent, on l'a vu, a préféré ces dernières années, se réfugier dans un quartier plus tranquille que le centre ville envahi par les podiums et les tentes à bière des Fêtes de Gand. L'une des principales conséquences de cet exil choisi, est la quasi disparition du programme des spectacles déambulatoires. L'autre conséquence est, par le choix d'un lieu unique présentant deux espaces relativement exigus, de proposer une programmation quasi non stop sur des placettes assez isolées du quotidien. A Stockton, le Riverside Festival va plus loin, en installant carrément une scène et des gradins sur la place centrale, en camouflant la visibilité par des parois opaques, et en jugeant l'accès par comptage électronique. Pour les malheureux n'ayant pas eu la patience de faire la queue suffisamment longtemps, des écrans géants transmettent l'image des spectacles qui n'ont plus de «rue» que le nom et l'identité des compagnies qui les interprètent.

On voit donc là que de bonnes idées en matière de développement de publics ou de lieux spécifiques peuvent présenter des **désavantages** et, dans le pire des cas, dénaturer la teneur de la proposition artistique.

Le festival de Chalon, néanmoins, développe, depuis quelques années, une démarche qui dépasse le temps et les lieux du festival. S'appuyant sur le lieu de création spécifique aux arts de la rue, dont le directeur est aussi celui du festival, l'équipe propose aux artistes en résidence qui le souhaitent de travailler dans les **quartiers** excentrés de la ville, en contact avec les populations. L'idée première est de permettre le développement de ces quartiers, de rendre la culture plus accessible à ces populations en se rendant sur place (le festival multiplie d'ailleurs les tentatives d'exportation de spectacles dans ces zones), mais aussi, à terme, d'attirer en centre ville ces populations auprès desquelles les artistes ont pu développer leurs créations et ainsi de diversifier le public du festival. Les premières expériences, assez récentes il est vrai, ne se sont pas avérées très concluantes. Difficile, pour des personnes qui ne sortent jamais de leur périmètre, de «descendre en ville», fût-ce pour se voir en photo, dans un spectacle s'inspirant de leurs vies et de leurs témoignages ... C'est là l'un des écueils récurrents de la politique culturelle française, la «démocratisation» culturelle se casse assez systématiquement les dents sur les données économiques, sociales et autres, sur lesquelles elle n'a pas prise. Il n'en reste pas moins que l'impact sur ces populations est réel, et n'est-ce pas là aussi le rôle d'une institution culturelle, fût-elle un festival, de faire un pas vers les publics, sans forcément vouloir les capturer et les attirer dans des pratiques de spectateurs traditionnels dont ils n'ont pas la moindre idée?

Ce sera sans doute la prospective que j'aimerais souligner ici: le développement et la fidélisation des publics des festivals et des institutions culturelles doit-elle forcément passer par le rassemblement et par des images préconçues d'une «consommation ensemble», forcément inspirées des pratiques de la classe cultivée? Le dialogue interculturel, intersocial, intergénérationnel ne passe-t-il pas d'abord par des pratiques en commun? Et n'est-ce pas trop demander à la seule culture que de vouloir réduire toutes les fractures de la société? Ce n'est sans doute qu'en révisant la position des institutions et des artistes au sein de la société civile, et leur dialogue avec toutes ses composantes, qu'un impact réel pourra être envisageable. Mais, malgré les discours répandus actuellement, est-ce vraiment une volonté partagée ?

### **Floriane Gaber**

Après des études au Conservatoire Royal d'art dramatique en Belgique, et un diplôme d'animation, Floriane Gaber obtient une maîtrise de théâtre à l'Institut d'Etudes Théâtrales et une thèse de Lettres à Paris III, où elle enseigne et crée le CRAR (Centre de Recherches sur les Arts de la Rue, 1992-1998). Elle collabore, depuis plus de 20 ans, à diverses publications où elle écrit régulièrement, sur la rue (L'Avant-Scène Théâtre, Rue de la folie, Scènes urbaines, Stradda, [www.fluctuat.net](http://www.fluctuat.net) <<http://www.fluctuat.net>> S), le cirque, le théâtre, la danse contemporaine et les expressions artistiques non occidentales. Elle est également l'auteur de deux études à échelle européenne, portant sur les publics des arts de la rue et sur l'accompagnement des coproductions transnationales. Sa collaboration à divers réseaux européens et sa connaissance du contexte international lui permettent de porter un regard nuancé sur l'expérience française.