

Le théâtre comme lieu d'intégration

CULTURE Qui peut monter sur scène? La réponse de Georges Grbic, patron de Benno Besson, est claire : tout le monde !

TEXTES : MASSIMO GRECO
PHOTO : MICHEL DUPERREX

Comment intégrer une population qui peut être effrayée par le théâtre et avoir l'impression de ne pas y être à sa place? «Il faut montrer à ces personnes que le théâtre parle aussi d'elles, qu'elles se sentent impliquées dans la vie du théâtre, développe le directeur. Par exemple, *Les Italiens* (ndlr: un spectacle à l'affiche du TBB les 10 et 11 décembre) parle de trois immigrants venus d'Italie dans les années 1960. Mais plutôt que d'engager des acteurs, ce sont les trois immigrants qui ont inspirés la pièce qui jouent leur propre rôle. Il faut montrer que le théâtre ne parle pas seulement de gens extraordinaires.»

Autre exemple avec le spectacle de Thiago Rodrigues, un artiste portugais qui s'est produit à Yverdon-les-Bains l'année passée. «Après la séance, j'ai eu des retours de personnes originaires du Portugal qui étaient heureuses que l'on montre aussi la créativité qui existe dans ce pays», se souvient Georges Grbic. La culture comme bouclier contre les préjugés, voilà peut-être la clé pour attirer un public plus diversifié dans les théâtres.

«On doit montrer que le théâtre est un espace public, indique Georges Grbic. Il s'agit d'un art vivant, éminemment social et qui accueille tout le monde. Les bords plateaux (ndlr: pratique qui consiste à rencontrer l'artiste après le spectacle) sont destinés à tous. Mais on doit être conscients que pour aller au théâtre, certains doivent



Georges Grbic, directeur du théâtre Benno Besson, et Noémie Pétremand, responsable communication et médiation, souhaitent faire découvrir les arts de la scène à un public plus large qu'aujourd'hui.

combattre une peur, notamment liée aux nombreux codes qui existent dans une salle.»

Pour aider cette belle philosophie à se développer, il faut des moyens, bien sûr. Financiers et humains. Ainsi, dans le budget 2021 présenté par la Ville il y a deux semaines, l'on apprenait qu'environ 40 000 francs supplémentaires seraient dévolus à un poste de chargé de médiation et de communication.

La mission de ce médiateur: transmettre sa passion au public. Lui apprendre, dans le sens pédagogique du terme, à apprécier la culture, qu'elle que

soit sa forme: théâtrale, cinématographique, littéraire. Son rôle est souvent décrit par les professionnels du milieu comme clé, pour attirer des personnes de tous les horizons dans les lieux de culture. Et pourtant, il est souvent traité comme le parent pauvre de la communication. Une sorte d'à-côté pour le responsable du domaine.

La raison de cette situation est principalement financière. «Même si elle remplit les salles, il est difficile de prouver que la médiation ramène de l'argent», résume Georges Grbic, directeur du Théâtre Benno Besson (TBB). Si les sous restent le nerf de la guerre et que les résultats d'une campagne publicitaire sont plus

directs, la médiation peut aussi être perçue comme un investissement sur le long terme, fidélisant les clients de demain dans les écoles et ouvrant le lieu culturel à un public qui n'y aurait pas mis les pieds sans un coup de pouce.

«On peut aussi imaginer diverses façons de faire découvrir notre univers, par exemple avec la visite du théâtre par le directeur, sourit Noémie Pétremand», responsable communication du TBB, en lançant un regard à Georges Grbic. L'idée, avec la pérennisation du poste de médiateur, c'est de pouvoir développer ces activités.» Et de ramener le peuple sur scène.

« Il faut montrer que le théâtre ne parle pas seulement de gens extraordinaires. »

Georges Grbic, directeur du TBB

« On doit montrer que le théâtre est un espace public. »

Georges Grbic, directeur du TBB



« La médiation est un facteur de rayonnement »

Consciente des difficultés auxquelles font face les acteurs culturels pour justifier des postes de médiateurs, Carmen Tanner, municipale chargée de la culture, ne nie pas le problème. « Financièrement, c'est vrai que la médiation est un peu la dernière roue du carrosse. C'est même encore plus difficile pour les institutions qui ne sont pas publiques. Ces dernières reçoivent des subventions qui sont principalement utilisées pour payer le personnel. Pour certaines d'entre-elles, elles n'ont généralement pas assez d'argent pour mettre sur pied un vrai poste de médiateur. »

Un rôle pourtant jugé primordial par la municipale Verte. « C'est un facteur de rayonnement pour les institutions. Développer la médiation est un véritable enjeu tant pour elles que pour la Ville. En effet, pour une collectivité publique, il est très important de chercher à toucher tout le monde. »

Justement, la gauche yverdonnoise s'est fendue, la semaine dernière, d'un communiqué très critique envers le bud-



« Les institutions sont en concurrence avec les géants du numérique, comme Netflix »

Carmen Tanner,
municipale chargée de la culture

get 2021 de la Commune, qui estimait notamment que rien n'était prévu pour la culture. L'édile se sent-elle attaquée par son propre camp? « Non, c'est le jeu des partis minoritaires, rien de nouveau. De mon côté j'ai l'esprit tranquille, celui d'avoir défendu comme je pouvais, et avec les moyens que j'ai, une vision de relance économique et culturelle. »

Outre ces problèmes financiers, les lieux de culture font face à de sérieux rivaux. « Avec cette épidémie, les institutions sont plus que jamais en concurrence avec les géants du numérique, comme Netflix par exemple », conclut l'édile.

Les 40 000 francs déduits ailleurs

La somme de 40 000 francs est contrebalancée dans le budget par 40 000 autres francs qui ont été déduits d'un autre poste.

Alors cela signifie-t-il que rien ne va changer pour le théâtre? « Non, répond Georges Grbic. En allouant cette somme à un poste fixe plutôt qu'à des tiers comme cela se fait actuellement, nous pouvons mieux maîtriser ce domaine et le développer selon nos envies. En plus, en tant que théâtre communal, il me semble important de proposer un emploi fixe. » Concrètement, Noémie Pétremand, actuelle responsable communication et médiation à 60%, passera à 80%. De quoi libérer un peu plus de temps à la médiation. « Aujourd'hui, je dédie 50% de mon temps à la com et 10% à

la médiation, précise-t-elle. L'idéal serait d'avoir un 120% au total, se partageant entre la communication à 80% et la médiation à 40%... Mais cette augmentation est déjà positive. De plus, les outils changent, notamment avec les réseaux sociaux et l'avènement de la vidéo. Si on veut du travail de qualité, cela demande du temps. »

Des mesures sont déjà en place. « On organise des rencontres entre artistes et élèves. Après la représentation, cela s'appelle un bord plateau. Parfois la visite peut aussi avoir lieu avant, dans les classes, mais c'est difficile puisque le TBB est un théâtre qui accueille de nombreux spectacles et que la disponibilité des artistes est parfois réduite. »

Une collaboration primordiale

Pour développer son offre de médiation culturelle, la Ville peut compter sur Pierre Pittet, médiateur culturel de la Bibliothèque publique et scolaire d'Yverdon-les-Bains depuis une dizaine d'années. Selon lui, la collaboration est la clé pour une politique de médiation réussie. « On travaille avec les autres institutions, mais aussi avec des associations qui n'ont pas un lien direct avec la culture. Cela permet de renforcer les liens entre la bibliothèque et la Cité. » Ce qui renverse le rôle de l'institution: « Avec cette stratégie, on n'est plus le palais du savoir, mais vraiment une place vivante au cœur de la ville. »

Afin de se coordonner, les différents médiateurs de la Cité thermique se réunissent trois fois par année. « Cela nous aide à passer par-dessus la barrière

de la discipline. Yverdon-les-Bains est une ville idéale de ce point de vue là. Assez grande pour développer des projets, mais suffisamment petite pour ne pas avoir un effet de bulle. »

Pour Pierre Pittet, le rôle fondamental du médiateur est de démocratiser la culture, de la rendre plus inclusive pour toutes les catégories de la population. « Nous ouvrons des espaces de rencontre entre des propositions culturelles et un public. Cela peut prendre diverses formes: des activités, comme le Biblio-Club ou un service comme le mini-cinéma itinérant. »

Mais le secret du médiateur pour faire mouche reste l'intégration du public, directement impliqué dans la conception d'un projet. Les « consommateurs » de culture deviennent ainsi véritablement acteurs de la vie culturelle de leur ville.