

N°108

Culture

La culture romande
sous tous les angles

Enjeu

DANS L'OMBRE DES PLATEFORMES

Agenda



Derrière chaque création audiovisuelle il y a des femmes et des hommes. Nous protégeons leurs droits d'auteur.

Nous favorisons la diffusion de vos œuvres
et assurons une rémunération équitable.



ssa société
suisse des
auteurs

Gestion de droits d'auteur
pour la scène et l'audiovisuel
Lausanne | 021 313 44 55
info@ssa.ch
www.ssa.ch

suïssimage

Coopérative suisse pour les droits
d'auteurs d'œuvres audiovisuelles
Berne | 031 313 36 36
Lausanne | 021 323 59 44
mail@suissimage.ch
www.suissimage.ch

Sommaire

Les brèves de la culture
> p. 3

Dossier:
Dans l'ombre des plateformes

Focus:
Inéluctable doit-il rimer
avec inéquitable?
> p. 4

La playlist
> p. 6

Interview:
« Sommes-nous capables de
produire un contenu suisse
à vocation internationale? »
> p. 7

Tribune libre:
Vers un avenir
fictionnel radieux
> p. 10

Témoignages:
« Les plateformes n'ont
pas tué le marché du
disque, il était déjà mort »
> p. 12

Portrait:
Tout l'art de captiver
en une minute
> p. 14

Vitrine associative:
La culture en jeu
> p. 16

Éclairage:
Quand la ville orchestre
la culture
> p. 18

Compte rendu:
« Le journalisme culturel est la
chambre d'écho de la création »
> p. 21

www.cultureenjeu.ch

ÉDITO

Promenons-nous dans les bois pendant que la plateforme n'y est pas

Katia Meylan, rédactrice en chef de L'Agenda

Patricia Michaud, rédactrice en chef de CultureEnJeu

Vous ne visionnez jamais de séries ou de films sur Netflix? Désormais, vous appartenez à la minorité de la population suisse. Selon des sondages récents, plus d'une personne sur deux aurait recours aux services de la célèbre plateforme audiovisuelle dans notre pays. Ses concurrentes directes, Amazon Prime et Disney+ en tête, ne sont pas en reste. Côté musique aussi, les géantes du streaming, portées par leur figure de proue Spotify, font exploser les audiences helvétiques. Et les artistes, dans tout ça? Comment la marche aussi fulgurante qu'inéluctable de ces streamers impacte-t-elle les créateur·rice·s de contenus? Est-ce que les projets et initiatives locaux nés en marge de l'invasion des grandes plateformes – notamment la Lex Netflix ou Play Suisse – constituent un rempart contre les inégalités qu'elles entraînent souvent?

Quatre ans après avoir publié un dossier intitulé «La guerre des plateformes a commencé», CultureEnJeu remet le couvert. Forte du constat que les habitudes de consommation des amateur·rice·s de musique, de films et de séries – mais aussi de théâtre ou de bande dessinée – ont été bouleversées en l'espace de quelques années, la revue fait le point sur

l'ampleur du phénomène de plateforme de la culture. Tout en explorant ses conséquences.

L'Agenda met pour sa part le cap sur le Nord vaudois et jette l'ancre à Yverdon-les-Bains. Très complète dans la diversité d'arts qu'elle couvre, la ville a dévoilé, il y a deux ans, un ambitieux Plan directeur de la culture 2030. Celui-ci se penche sur des restructurations touchant au financement et à la professionnalisation de la culture, mais aussi à la façon dont ses développements peuvent créer des synergies avec les domaines du tourisme ou de la technologie, et contribuer aux questions d'environnement, de formation ou encore de dialogue pluriculturel. La rédaction a frappé aux portes de l'art contemporain, de la musique et du théâtre pour rencontrer leurs acteur·rice·s et découvrir ce qu'il·elle·s ont prévu de présenter au public durant les mois à venir.

La colocation entre les titres CultureEnJeu et L'Agenda a pour but de s'inspirer mutuellement et d'aborder des thèmes communs sous différents angles. Vous trouverez donc, chère lectrice, cher lecteur, une petite pastille indicative lorsqu'un article traite d'un sujet similaire de l'autre côté de la revue. Bonne lecture tête-bêche! ♡

Des milliers d'histoires qui nous rassemblent.



Regardez gratuitement
**le meilleur des séries, docs
et films suisses**, où et quand
vous le voulez.

incl. dans la redevance radio et tv

une idée SRG SSR

➔+ | playsuisse.ch

La Valais Film Commission tout sourire

Une année après avoir démarré ses activités, la Valais Film Commission a dressé un premier bilan. L'engagement « est déjà intégralement rentabilisé », selon un communiqué de presse. Tandis qu'une grosse cinquantaine de projets ont profité des services de facilitation, **sept projets** ont bénéficié du Fond d'Incitation aux Tournages. Pour le canton, la plus-value économique est évaluée à **plus de 2 millions de francs**.

Téléchargez gratuitement les éditions
précédentes de CultureEnJeu :
cultureenjeu.ch

L'actualité culturelle en bref

Selon une étude menée par le **CREA**, la culture lausannoise subventionnée génère une valeur ajoutée annuelle de **101 millions de francs** dans le canton de Vaud.

En coordination avec Visarte Suisse, Visarte.Genève a lancé la plateforme www.travaildesartistes.ch, qui oriente les artistes et structures vers une rémunération recommandée.

La Fédération Genevoise des Musiques de Création a publié sur son site www.musiquesdecreation-ge.ch des recommandations et grilles tarifaires visant une rémunération plus juste dans la branche.

CULTURE
Vous êtes la Loterie Romande

LOTERIE ROMANDE

JOUER, C'EST AUSSI SOUTENIR.
**GRÂCE À VOUS, EN 2023, LA LOTERIE ROMANDE DISTRIBUE 243,4 MILLIONS DE FRANCS
À L'ACTION SOCIALE, AU SPORT, À LA CULTURE ET À L'ENVIRONNEMENT.**

Retrouvez tous les bénéficiaires

Inéluctable doit-il rimer avec inéquitable?

Les grandes plateformes actives dans le streaming audiovisuel et musical comptent désormais des millions d'utilisateur·rice·s en Suisse. Un succès inéluctable dont ne profitent pas équitablement les artistes. La loi Netflix et les plateformes locales peuvent-elles y remédier ?

Focus : **Allan Kevin Brunj**, rédacteur

Avec l'arrivée de Netflix en 2014, et de toutes les autres plateformes de vidéo ou de musique à la demande qui ont suivi, un changement radical dans la manière de consommer la culture s'est opéré. Selon des sondages effectués par moneyland.ch en 2023, plus d'une personne sur deux se divertit désormais sur Netflix en Suisse. Malgré une augmentation des tarifs d'abonnements mensuels par ce géant du streaming audiovisuel, la clientèle continue de croître; ce notamment en raison de la nouvelle politique de l'entreprise, qui ne permet plus de partager son mot de passe avec autrui.

Pour Spotify, c'est le même scénario: la plateforme de streaming musical compte pas moins de 2,5 millions d'adeptes helvétiques, dont 1,4 million d'utilisateur·rice·s régulier·ère·s, selon l'étude IGEM-Digimonitor 2022. Ce en dépit d'une hausse des prix des abonnements mensuels atteignant jusqu'à 12%. Le règne est complété par Amazon Prime, Disney+ ou encore YouTube, qui eux aussi aident à faire exploser les compteurs du streaming de masse. Et la recette

semble porter ses fruits: Netflix et ses concurrentes empocheraient près de 300 millions de francs par année en Suisse. Et Spotify ne s'en sort pas moins bien, puisque neuf utilisateur·rice·s sur dix détiennent un abonnement payant.

Dons et prix libre

Ultra-visibles et médiatisées, ces géantes ne sont pas les seules plateformes de streaming disponibles sur le marché helvétique. Pour les films et les séries, c'est à Play Suisse qu'on pensera en premier. Et pour cause, la plateforme faisait état, dans son rapport de gestion 2022, de 639'333 comptes. Financée par les redevances Serafe, l'offre proposée par la SSR SRG est complètement gratuite. Parallèlement, d'autres plateformes plus petites font de l'œil aux amateur·rice·s de culture et de divertissement. Filmingo - qui se définit comme la plateforme de streaming de cinéma d'auteur -, artfilm.ch - qui met en avant les films suisses -, ou encore KAVEA, qui offre un abonnement gratuit tout en proposant de soutenir la création suisse. Pour cela,

les utilisateur·rice·s peuvent financer un projet audiovisuel leur tenant à cœur. À noter que cette plateforme serait en train de développer une sorte de rémunération au chapeau des contenus à disposition.

Les autres secteurs artistiques ne sont pas en reste. On peut citer le théâtre et les arts performatifs qui, depuis 2020, peuvent compter sur Spectyou. Sur cette plateforme germanophone, il est possible d'avoir accès à des pièces de théâtre, des performances, ainsi que des spectacles de danse. Un système de dons est mis en avant, tout comme une politique de prix libre pour le visionnement des contenus.

Les grands mieux rémunérés que les petits

Dans le premier épisode de Ca\$h Musique, une série consacrée au fonctionnement des plateformes de streaming musical (voir aussi en page 12), Télérama se penche sur le modèle de rémunération des « grandes », à savoir Spotify, Apple Music, Deezer ou Tidal. On y apprend que c'est par un système de prorata que les ar-

tistes perçoivent un revenu. Grosso modo, les recettes faites sur les abonnements et sur la publicité sont ensuite reversées à hauteur du nombre d'écoutes. Donc plus un titre est écouté, plus la rémunération sera importante. Cependant, ce système est problématique: les artistes les plus écouté·e·s touchent une part proportionnellement plus importante des recettes générées par ces plateformes que les musicien·ne·s moins populaires. Selon la même source, neuf artistes sur dix toucheraient moins de 1000 euros par an sur les plateformes de streaming musical.

Les métiers de la musique, tout comme ceux de l'audiovisuel d'ailleurs (voir aussi en page 7) sont donc soumis à de fréquentes injustices financières malgré l'infatigable demande. En comparaison aux géantes internationales, les plateformes de streaming helvétiques visent à soutenir l'économie culturelle de notre pays en essayant d'instaurer des systèmes de traitement plus justes et éthiques. Dans quelle mesure la Lex Netflix apportera-t-elle une contribution à cet effort? Réponse dès janvier 2024! ♡

Les 4% arrachés aux géants

La loi dite Lex Netflix a été acceptée par la population suisse le 15 mai 2022 avec 58,4% de oui. Dès le 1^{er} janvier 2024, 4% des recettes générées par les plateformes de streaming dans notre pays seront reversées à la production audiovisuelle helvétique dans le but de s'aligner avec les canaux de diffusion locaux, qui eux y contribuaient déjà largement. Grâce à cela, pas moins de 18 millions de francs devraient être réinjectés dans la production nationale, ce qui permettra, à terme, de soutenir et financer une multitude de projets qui peinent aujourd'hui à

trouver les fonds nécessaires à leur réalisation. De plus, à l'image de ce qui se fait en France et en Italie - qui imposent respectivement des quotas de 26% et 20% -, la nouvelle loi demande qu'au minimum 30% de séries et de films européens soient disponibles sur les plateformes de streaming. De surcroît, pour les chaînes de télévision, ce quota s'élève à 50% du contenu total. À noter qu'une taxe pourra être perçue par la Confédération si ces mesures ne sont pas respectées.

La playlist

Connaissez-vous le groupe britannique-zurichois Kerala Dust ? Leur chanson "Nevada" culmine à 20 millions d'écoutes sur Spotify, grâce à sa présence dans de nombreuses playlists de... yoga. Un univers multiple des playlists où le duo fribourgeois BARON-E tire aussi son épingle du jeu. Mais si le chiffre impressionne, il reste loin derrière "Oh Yeah" de Yello et ses 34 millions d'écoutes sur la plateforme. Un succès qui ne date pas d'hier et qui doit beaucoup à une présence dans le film "La folle journée de Ferris Bueller", sorti en 1986. Et si les stats de la rappeuse KT Gorique et de l'accordéoniste Mario Batkovic sont plus modestes, leur musique a pourtant été entendue par des millions de personnes, grâce à la série Netflix "Nouvelle école" pour la première et le jeu vidéo "Red Dead Redemption II" pour le second. Ou

encore le Reverend Beat-Man entendu dans une série HBO, Larytta et Priya Ragu chez Netflix et même les Young Gods en leur temps, dans "Sliver" avec Sharon Stone. Petit tour d'horizon de celles et ceux qui ont su trouver leur place dans un monde transversal, du cinéma aux plateformes de streaming, des playlists du moment aux hits du gaming.

Par **Christophe Schenk**, journaliste à la RTS

1. **Kerala Dust**
Nevada (2017)
2. **Yello**
Oh Yeah (1985)
3. **KT Gorique**
NO VASELINE (2022)
4. **Reverend Beat-Man & Izobel Garcia**
Black Metal (2018)

5. **Mario Batkovic & Woody Jackson**
Revenge Is A Dish Best Eaten (2019)
6. **Priya Ragu**
Good Love 2.0 (2021)
7. **Larytta**
Something Good (2015)
8. **BARON-E**
Jeunesse dorée (2020)
9. **The Young Gods**
Skinflowers (1992)

ÉCOUTEZ LA PLAYLIST ICI :



MIGROS-POUR-CENT-CULTUREL-CLASSICS



FILARMÓNICA JOVEN DE COLOMBIA

ME 15*11*2023 À 19H30
VICTORIA HALL GENÈVE

ANDRÉS OROZCO-ESTRADA direction
HILARY HAHN violon

FELIX MENDELSSOHN
Concerto pour violon, en mi mineur, op. 64

DMITRI CHOSTAKOVITCH
Symphonie N° 5, en ré mineur, op. 47



INFORMATIONS
migras-kulturprozent-classics.ch/fr
SERVICE CULTUREL MIGROS GENÈVE
058 568 29 00 - scmbilletterie@migrasgeneve.ch

BILLETS EN VENTE
sur migraslabilletterie.ch et à nos 3 points de vente:
Change Migros MParc La Praille, Change Migros Rive,
Stand Info Boalexert



migras **classics**
pour-cent culturel

« Sommes-nous capables de produire un contenu suisse à vocation internationale ? »

Denis Rabaglia est devenu le président de la Société suisse des auteurs (SSA) en 2012, alors que les plateformes de streaming n'avaient pas encore déployé leurs offres sur la Suisse. Il est donc bien placé pour analyser les conséquences et les perspectives du changement induit dans la production audiovisuelle helvétique.

Interview : **Sophie Roulin**, journaliste

Les plateformes de streaming ont investi les salons helvétiques il y a une dizaine d'années. Leurs offres ont profondément modifié la façon de consommer films, séries et documentaires. Mais elles ont aussi bousculé le domaine de la production audiovisuelle. En Suisse comme ailleurs. Scénariste et réalisateur (« Azzurro », « Marcello Marcello », « Un ennemi qui te veut du bien »), Denis Rabaglia vit ces évolutions au quotidien. En tant que président de la Société suisse des auteurs depuis 2012, il observe également les conséquences à plus large échelle.

En 2014, Netflix déboulait dans nos quotidiens, suivi par d'autres plateformes de streaming. Qu'est-ce que cela a changé pour le milieu de la production audiovisuelle suisse ?

Jusqu'à l'arrivée de ces streamers, la production suisse avait surtout une existence limitée aux salles de cinéma et aux chaînes de télévision suisses. Une présence dans d'autres pays était relativement marginale et ne concernait que cinq ou six pays voisins. Jamais il n'avait été question de présence à l'échelle mondiale depuis les années 1970, période faste du cinéma suisse. Par ailleurs, les streamers

ont remis au goût du jour le format épisodique. Alors que jusque-là les séries étaient plutôt un genre mineur, elles ont désormais pris le pas sur les films au format unique d'une heure trente. De plus, les séries s'inscrivent dans la durée, avec plusieurs saisons. Soit une perspective de moyen à long terme, pour les spectateur·rice·s comme pour les producteur·rice·s.

Un bilan plutôt positif...

De ce point de vue, oui, mais l'arrivée des streamers a aussi participé, avec la pandémie de Covid-19, à une baisse de la fréquentation des salles de cinéma. Cela a fortement touché la production américaine et aussi, proportionnellement, la production suisse. Et le contexte a changé.

C'est-à-dire ?

D'abord, on produit de plus en plus de films, parce que le numérique et les nouvelles technologies ont permis d'abaisser les coûts de production. Ensuite, parce que des moyens supplémentaires ont été alloués par le renforcement des fondations romande (Cinéforum) et zurichoise pour le cinéma. À cela s'ajoutent encore des petits fonds canton-

naux qui ont émergé. C'est dans ce contexte qu'arrivent les streamers, avec une potentielle visibilité mondiale. Une expérience pour nous, producteur·rice·s suisses, qui est totalement nouvelle et incroyable.

Dans ce paysage, la plateforme de streaming de la SSR Play Suisse est-elle pertinente ?

Elle offre gratuitement - traduit ou sous-titré dans les autres langues nationales - le contenu produit grâce à la redevance Serafe. Donc, du point de vue de la cohésion nationale, cette offre est pertinente. Elle constitue une extension du service public et c'est une manière intelligente de donner une deuxième vie à nos productions.

Que va changer l'entrée en vigueur de la loi dite Lex Netflix au début 2024 ?

Pour l'instant, le nombre de films suisses disponibles sur Netflix tient encore sur les doigts de la main. Mais ça va changer puisque la loi acceptée par le peuple suisse en mai 2022 rend obligatoire l'investissement de 4% du chiffre d'affaires réalisé en Suisse dans des productions locales (voir page 5). ➤

› Ce mécanisme donnera une visibilité planétaire à nos productions et créera une concurrence à la SSR puisqu'on aura d'autres portes auxquelles frapper lors de la recherche des financements.

Cette loi va-t-elle compliquer les démarches pour trouver des coproductions avec les pays voisins ?

Difficile à dire sans avoir de recul. Il y aura sans doute deux cas de figure. Celui où le streamer prendra tous les droits pour tous les pays, en étant producteur unique. Dans ce cas, il sera clairement en concurrence avec la SSR. Ou alors, le streamer deviendra coproducteur, avec des droits accordés et discutés par contrat pour certains pays, en fonction des autres coproducteur-riche-s. On sera alors dans une logique de complémentarité.

Les attentes liées à l'entrée en vigueur de cette loi sont-elles importantes ?

Oui, parce que les montants en jeu sont importants. Durant la campagne qui a précédé la votation fédérale, le chiffre de 18 millions de francs par an a été articulé. Ce qui n'est pas négligeable. Reste qu'il existe un souci particulier pour les Romands et les Tessinois. Si la loi stipule l'obligation de réinvestir 4% du chiffre d'affaires dans des productions suisses, elle ne mentionne pas de préférences linguistiques. La crainte des minorités, c'est que les streamers internationaux ne s'intéressent qu'au marché le plus important en Suisse et qu'ils privilégient les productions alémaniques. La coproduction SSR/Netflix de Winter Palace, une série romande tournée en français et en anglais,

a apaisé un peu les milieux concernés, mais il n'y a aucune certitude pour l'avenir.

Coproduits par Netflix ou d'autres plateformes, les films et les séries helvétiques vont-ils pouvoir garder leur « suissitude » ? Ou la perspective mondiale va-t-elle lisser les particularités helvétiques ?

C'est très nouveau que du capital américain, parce que c'est bien de cela qu'il s'agit, soit investi dans des productions locales étrangères, en Inde, en Corée comme en Suisse. Les plateformes en sont au début de leurs démarches et sont curieuses de ce qu'elles peuvent trouver. Certaines thématiques typiquement helvétiques, comme le milieu bancaire ou la tradition hôtelière, exercent une certaine fascination. Mais, au-delà de ces thématiques, sommes-nous capables de produire un contenu suisse à vocation internationale ? C'est la question que nous devons nous poser.

L'activité des streamers n'est pas perçue aussi négativement par le milieu audiovisuel qu'elle l'est par le milieu musical. Pourquoi ?

Parce que le modèle de financement de l'audiovisuel n'est pas le même que celui de la musique. Dans le milieu de la musique, on gagne sa vie à l'exploitation, grâce aux cachets et aux droits d'auteur. Et là, l'opacité qui règne sur les revenus des plateformes de streaming rend complexe la rémunération des artistes. Dans l'audiovisuel, les droits d'auteur sont plutôt faibles. Si je schématise : le salaire se gagne durant la production et les droits de diffusion offrent une prime ou un treizième salaire.

Ce qui n'est pas le cas pour les scénaristes et les acteur-riche-s américain-e-s, dont la grève a fait couler beaucoup d'encre...

Non, effectivement. À Hollywood, une part importante de la rémunération est liée aux « residuals ». Ce sont en quelque sorte des droits d'auteur ou des royalties liés aux revenus d'exploitation que les entreprises de production traditionnelles américaines payaient jusque-là sur la base du succès en salle et sur d'autres modes de diffusion. Or, les problèmes liés à l'opacité des résultats fournis par les streamers mettent en jeu ces pratiques et rendent difficile la rémunération des scénaristes et des acteurs.

La grève à Hollywood aura-t-elle des répercussions de ce côté-ci de l'Atlantique ?

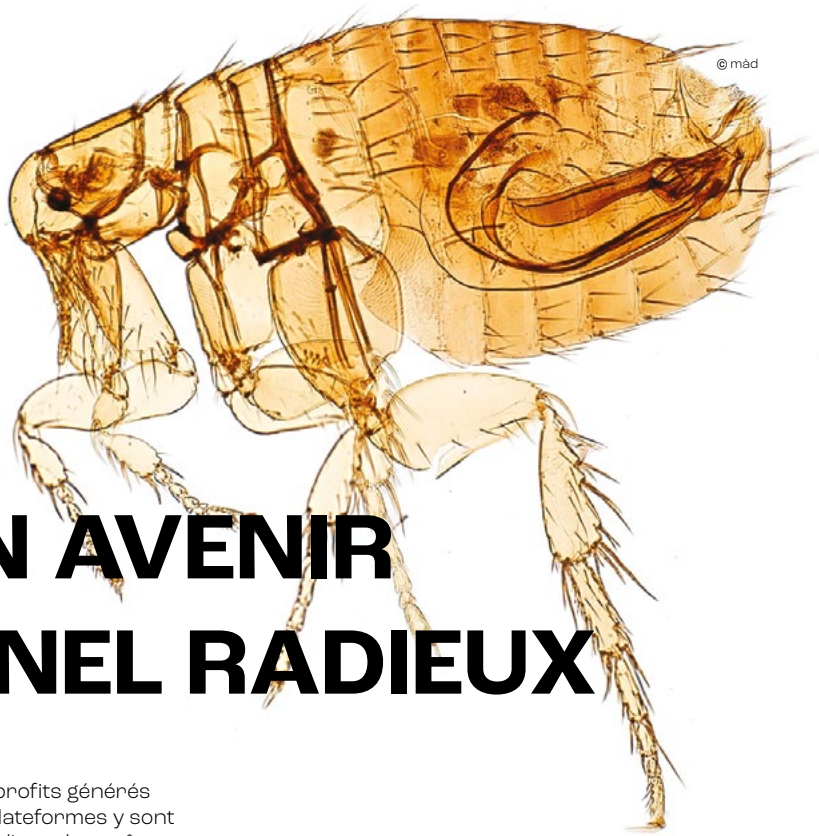
Pour l'heure, les conséquences sont très marginales. Elles peuvent même représenter des opportunités pour les productions européennes de placer leurs offres puisque la demande de nouveautés demeure et que rien n'est sorti des studios hollywoodiens pendant une longue période. Ce qui n'empêche pas les milieux européens d'être attentifs à ce qui se passe aux Etats-Unis : de ces négociations pourront émerger des principes qui seront vraisemblablement implémentés dans nos pays, par analogie. C'est bien pour ça que les streamers résistent. ♦

Lire aussi
en pages
16-17



« Pour l'instant, le nombre de films suisses disponibles sur Netflix tient encore sur les doigts de la main. Mais ça va changer(...) »

Denis Rabaglia



VERS UN AVENIR FICTIONNEL RADIEUX

Actuellement sources des plus gros profits générés par les narrations grand public, les plateformes y sont parvenues en simplifiant et en rationalisant les coûts. On peut prédire qu'elles seront bientôt remplacées à leur tour par des composés de récits beaucoup moins chers.

Tribune libre: **Joël Aguet**, historien du théâtre

Art historiquement pionnier dans la représentation des relations humaines, le théâtre met en jeu des personnes vivantes – comédiens et comédiennes – devant d'autres individus qui composent un public assemblé pour assister à leur prestation. Après les mécènes de l'antiquité, et le passage aléatoire du chapeau devant les tréteaux dressés sur les places médiévales, les troupes de professionnel-le-s du jeu en public ont préféré, dès la Renaissance, disposer de leurs propres lieux de représentation: d'une part la scène pouvait être aménagée avec toute une machinerie ou des décors amplifiant la fiction et d'autre part il fallait s'acquitter d'une entrée pour se rendre dans la salle et assister au spectacle. Il en alla bientôt de même pour des formes similaires comme l'opéra ou la danse.

Bien évidemment, les constructions de lieux spécifiques attribués à ces arts, leur entretien et les salaires dus à tou-te-s les professionnel-le-s des multiples métiers impliqués par chacune de ces activités coûtaient fort cher. Pourtant jusqu'au début du XX^e siècle, il était possible de rentabiliser de telles exploitations avec les seuls apports payés par les spectateur-ri-ce-s. Puis, en raison de la concurrence de nouvelles sortes de spectacles (surtout du cinéma), il fallut devenir de plus en plus exigeant en termes d'inventivité, de nouveauté et d'affirmation. Le surcroît de recherche joint à l'augmentation des prix et des salaires finit, autour des années 1930, par ne plus pouvoir être compensé par l'augmentation équivalente du prix des entrées, qui seraient devenues trop chères pour l'essentiel du public.

Cette réalité a rendu la production théâtrale de qualité impossible à rentabiliser. Mais comme le théâtre dramatique tient une place importante de porteur de grands récits ou d'idées neuves, et qu'il constitue un secteur économique favorable à l'ensemble de la société, les communautés politiques l'ont soutenu publiquement et régulièrement dès la seconde partie du XX^e siècle. Elles le faisaient d'ailleurs déjà depuis longtemps dans le domaine lyrique.

Directement chez les gens

Innovation décisive, la capture du jeu par le film a permis au cinéma de révolutionner l'économie de la diffusion fictionnelle. Réalisé une fois pour toute, le montage des meilleures scènes jouées peut alors être présenté en même temps,

en de nombreux lieux, plusieurs fois par jour dans un grand nombre de salles de projection à travers tous les pays de même langue (le doublage ou le sous-titrage permettant même de franchir cette barrière). Le cinéma pouvait ainsi payer des cachets exorbitants aux acteur·rice·s, ouvrant la voie à un « star system » sans commune mesure avec ce que le théâtre avait pu connaître avec ses « monstres sacrés ».

S'il figure d'abord parmi les attractions foraines ou de music-hall où il acquiert déjà un immense public, le cinéma s'autonomise et, devenu « parlant » dès la fin des années 1920, se développe au point de faire douter que les anciennes formes de spectacle puissent subsister longtemps. Elles se sont dès lors affirmées comme « arts vivants », érigeant en avantage ce qui était un indépassable frein aux gains de productivité offerts par le cinéma : la présence des artistes en scène devant les spectateurs, réagissant et ouvrant à une relation vive.

La projection cinématographique impliquait un grand nombre de salles, dont la rentabilité est longtemps restée importante, avant que l'augmentation des loyers fonciers dans les principales villes et la concurrence du nouveau média télévisuel ne compliquent les choses. Car la télévision permettait la présentation de films et autres contenus informatifs ou divertissants directement chez les gens. L'industrie du cinéma, d'abord en lutte contre le « petit écran » alors qu'elle en proposait de grands, finit par collaborer avec le nouveau média en se ménageant des avantages en ce qui concernait la durée d'exploitation réservée aux cinémas pour les nouveautés. Elle en vint à coproduire plus souvent avec les grands organismes de diffusion nationaux, retrouvant vaille que vaille un certain équilibre et une poursuite de gros gains sur de grandes opérations promotionnelles dites « blockbusters », tout en accordant parfois une modeste place aux cinémas nationaux, aux productions généralement soutenues par des organismes publics, voire par d'intéressants systèmes de pourcentages rétrocédés sur les entrées.

WonderfulLife©®

Puis sont arrivées les plateformes. Par la grâce de la diffusion numérique et fortes de leurs collections de fictions existantes rachetées au prix fort, elles ont convaincu des dizaines ou centaines de millions de personnes de s'abonner, générant des profits réinvestis dans de nouvelles productions de fictions leur appartenant d'emblée. Elles ont ainsi supplanté en peu d'années les plus grosses « majors » du cinéma en s'arrogeant les avantages de notoriété des réalisations cinématographiques. Ce sans dépendre de lieux de diffusion, car accessible en « streaming » pour les abonné·e·s sur toute les sortes d'écrans devant lesquels l'humain du XXI^e siècle passe désormais l'essentiel de sa vie. On nota

Cet âge d'or arrivera lorsqu'on pourra greffer la puce lectrice des rêves de chacun·e.

tera que le cinéma, devant cette nouvelle concurrence, tente de convaincre que dans ses salles le public est vivant et forme une communauté éphémère, contrairement à l'isolement des récepteurs des contenus des plateformes.

Qu'en sera-t-il demain ? Ce temps sera bien sûr merveilleusement heureux grâce au média de divertissement ultime qui fera encore plus d'argent avec un maximum de contributeur·rice·s, de moins en moins de personnel à payer, générant des profits enfin vraiment fabuleux. Cet âge d'or arrivera lorsqu'on pourra greffer la puce lectrice des rêves de chacun·e, grâce à laquelle chaque être humain connecté fournira automatiquement ses propres fragments à WonderfulLife©®, lequel organisme bienfaiteur nourrira le monde entier de toutes les fictions possibles et imaginables, recomposées par la grâce de l'intelligence artificielle et d'algorithmes inspirés de Borges.

Plus de grèves de scénaristes ou d'acteur·rice·s à redouter, plus de pharaoniques coûts de production, mais la rétrocession généreusement calculée par WonderfulLife©® pour les fragments utilisés des rêves captés par la puce, défalquée des sommes dues par chaque rêveur·euse pour sa propre consommation de fictions. Ainsi devenues obsolètes, les plateformes sauront-elle susciter quelque nostalgie incitant les instances internationales à les soutenir ? ♦

« LES PLATEFORMES N'ONT PAS TUÉ LE MARCHÉ DU DISQUE, IL ÉTAIT DÉJÀ MORT »

L'arrivée en terre helvétique du streamer suédois Spotify a chamboulé la manière de consommer de la musique. Mais aussi de la vendre. Les artistes romands Lakna, Jonathan Nido et Laure Bétris témoignent.

Eclairage : **Marie Butty**, rédactrice

« Notre objectif est d'aider les artistes qui font de la musique leur profession à gagner leur vie. C'est au cœur de notre mission. Et bien que tout le monde sur Spotify ne rencontre pas le même succès, nous nous efforçons de créer des opportunités pour qu'un nombre sans cesse croissant d'artistes parviennent à toucher encore plus de fans. » Cette phrase accrocheuse, que l'on peut lire sur site internet de Spotify, fait rêver bon nombre d'artistes confirmé·e·s ou en devenir. La promesse semble en effet séduisante.

C'est en 2011 que la plateforme suédoise de streaming est venue bouleverser l'industrie musicale helvétique. Spotify a réalisé ce que personne n'était parvenu à faire jusque-là : rendre accessible – sans passer par le téléchargement – une grande quantité de musique sur une seule plateforme. Cela répondait au besoin d'une société où tout est disponible instantanément et à moindre coût pour les consommateur·rice·s. Mais avec quel impact sur le domaine musical, notamment en Suisse romande ?

Spotify : comment ça marche ?

Pour qu'un morceau atterrisse sur Spotify, il ne suffit pas au·à la musicien·ne d'ouvrir l'application et d'y télécharger sa chanson. L'artiste doit passer par ce qu'on appelle un agrégateur ; il s'agit d'un intermédiaire qui met le morceau en ligne. Cette démarche est relativement facile, explique la chanteuse et guitariste fri-bourgeoise Laure Bétris, qui vient de sortir un nouvel album, « Colline de pierre ». Certains agrégateurs font payer un forfait tandis que d'autres prennent un pourcentage sur le nombre d'écoutes. Néanmoins, la rémunération générée est moindre : les artistes touchent quelques fractions de centimes par écoute, ce qui ne suffit pas pour vivre. « De l'argent de poche ! », commente l'artiste de RnB et d'afropop Lakna, qui est basée à Lausanne.

Comment vivre de sa musique ?

Le peu de revenus générés par les écoutes est une problématique qui se répercute sur le montant des cachets. Les artistes doivent pouvoir vivre de leur travail d'une manière ou d'une autre ; c'est pour cette raison que les sommes versées pour une représentation augmentent sans cesse. Les artistes dépendent aujourd'hui en grande partie des festivals et des clubs puisque l'argent se fait désormais sur les concerts. Cela implique que de plus en plus de festivals ont de la peine à être rentables et se rabattent sur des artistes moins chers, explique Lakna. Néanmoins, la hausse des cachets est surtout importante chez les artistes déjà reconnus.

Directeur du label Hummus Records et guitariste du groupe Coilguns, Jonathan Nido apporte néanmoins une nuance : « Il y a quinze ans, les disques ne se vendaient déjà plus ; les plateformes de streaming n'ont pas tué le marché du disque, il était déjà mort avant leur arrivée, notamment à cause des téléchargements illégaux. » Cependant, vivre de sa musique aujourd'hui ne



se résume plus à la création, il faut être manager, comptable, professionnel de la communication pour pouvoir faire la différence, poursuit le Neuchâtelois. Il ajoute que le métier d'artiste est toujours précaire, mais qu'il y en a probablement plus qu'avant qui vivent de leur musique, ce grâce à la facilitation de la mise en ligne. On peut en quelque sorte parler de « classe ouvrière de la musique ».

C'était mieux avant!?

Les trois artistes romands s'accordent sur le fait que ce n'était pas nécessairement mieux avant, mais simplement différent. Bien que les gros deviennent toujours plus gros et les petits toujours plus petits, souligne Laure Bétris. « Si tu choisis de ne pas jouer le jeu des plateformes, tu te coupes d'une grande partie de la population. » Dans le même sens, Jonathan Nido relève que « c'est simplement là, cela fait partie des outils en 2023 et il faut faire avec ». La clé n'est ni de se battre contre ni de militer pour, « il faut juste s'adapter et trouver des moyens de survivre là-dedans ».

Ces chamboulements n'ont pas pour autant été sans conséquences sur la manière de produire de la musique. Un titre de sept minutes rapportant le même nombre d'écoutes (donc la même somme) qu'un titre de deux, il est plus avantageux de préférer la quantité à la longueur. De même que, pour apparaître dans les algorithmes, il faut produire un maximum de contenu. Certain-e-s artistes vont donc se mettre la pression pour produire du contenu, relève le guitariste et producteur.



Lakna @mäd



Laure Bétris © Annabelle Zermatten

« Si tu choisis de ne pas jouer le jeu des plateformes, tu te coupes d'une grande partie de la population. »
Laure Bétris

Jonathan Nido précise que les plateformes n'ont pas que des désavantages: les gens n'ont jamais écouté autant de styles musicaux différents et ils ont désormais le choix entre une variété de musiques impressionnante. Il met également en avant le fait qu'aujourd'hui, les artistes ont davantage de contrôle sur ce qu'ils publient sur Internet. Par ailleurs, bien que l'environnement soit devenu très concurrentiel, il-elle-s ont accès au marché mondial des consommateur-riche-s de musique.

Des alternatives plus justes pour les artistes

Dans cette jungle des plateformes où Spotify domine largement, il en existe tout de même certaines qui rémunèrent plus justement les artistes. C'est notamment le cas de Tidal ou encore Qobuz. De l'avis de Laure Bétris et Jonathan Nido, la meilleure option reste Bandcamp. Il s'agit d'une plateforme un peu différente puisqu'elle se présente comme un réseau social. La musique peut y être mise en ligne directement par l'artiste, qui choisit le montant de vente. Bandcamp offre également la possibilité de proposer d'autres articles de merchandising. Pour ce qui est de la rémunération de l'artiste, tout est simplifié puisqu'il n'y a pas d'intermédiaire, la plateforme prenant un certain pourcentage sur chaque vente. « Il y a beaucoup d'artistes émergent-e-s sur cette plateforme et énormément de potentiel de découverte », affirme Jonathan Nido.

Lakna, elle, ne jure que par Spotify, les autres plateformes étant trop peu démocratisées à son goût. Car comme toujours, le dernier mot revient aux consommateur-riche-s. En espérant qu'il-elle-s réalisent qu'un morceau de musique vaut en réalité (beaucoup) plus que quelques fractions de centimes. ♦

TOUT L'ART DE CAPTIVER EN UNE MINUTE

Le marché de la bande dessinée n'est pas épargné par l'invasion des plateformes. Selon le bédéiste vaudois Damien Cho, actif sur Webtoon, le digital change la façon de concevoir et de produire le neuvième art.

Portrait : **Thibaud Nicole**, rédacteur

Les évolutions technologiques ne transforment pas seulement la consommation d'œuvres d'art mais aussi la création artistique. La bande dessinée n'échappe pas à la règle et investit progressivement les nouveaux espaces de publication de contenus culturels offerts par les réseaux sociaux et les plateformes numériques. Les canaux de diffusion de comics, manga et manhwa en ligne se multiplient. De nombreuses plateformes hébergent désormais des séries qui exploitent les codes de la bande dessinée tout en les adaptant aux écrans et à leurs contraintes.

La bande dessinée en ligne adopte généralement les principes du « vertical scrolling », incitant les lecteur·rice·s à faire défiler les planches de haut en bas sur leur écran. Le public ne tourne plus les pages, mais « scrolle » comme sur les réseaux sociaux. La grammaire de la bande dessinée traditionnelle est alors redéfinie par le numérique, qui demande un agencement vertical des cases. Le format digital permet également d'ajouter de la musique dans les chapitres, ou encore d'en animer certains passages. Les codes du numérique, ainsi intégrés à ceux de la bande dessinée traditionnelle, créent une culture visuelle inédite.

Narration communautaire

L'artiste vaudois de 24 ans Damien Cho, alias Unfins, s'est lancé en 2018 dans la bande dessinée en ligne sur la plateforme Webtoon, qui compte 85 millions d'utilisateur·rice·s dans le monde. Sa série humoristique à succès, « Love Advice from the Great Duke of Hell », est suivie chaque semaine par des centaines de milliers de personnes. L'auteur y adopte une esthétique à mi-chemin

entre le dessin académique et l'identité visuelle du manhwa, prédominante sur Webtoon. Dans sa première série, Unfins dépeint la relation entre Astaroth, un démon des enfers aux pouvoirs infinis, et Paul, un jeune homme à la recherche de conseils en matière d'amour.

L'humour absurde d'Unfins est d'abord né de la nécessité d'écrire en anglais : « J'étais limité par le langage, donc je me suis focalisé sur des situations qui utilisent le moins de texte possible ; cette contrainte a développé le genre d'humour que j'aime faire. » Damien Cho s'inspire également de certaines particularités du médium numérique comme l'espace commentaires. Les avis de lecteur·rice·s lui permettent ainsi de réajuster ses idées au fil des épisodes, afin de s'adapter aux attentes du public tout en conservant sa liberté de création. « Les commentaires donnent une idée de la direction à emprunter ; c'est utile pour jauger et recalibrer l'histoire, mais il y a aussi des auteur·rice·s qui ne les lisent plus parce que c'est stressant et que les gens se plaignent beaucoup. » Tout comme le style graphique est redéfini par le numérique, la narration est donc elle aussi influencée par les particularités du médium et son aspect social, voire communautaire.

Bombarder le lectorat

Outre le format du « vertical scrolling », la numérisation impose également aux auteur·rice·s des contraintes liées à la capacité d'attention du public. La bande dessinée, visionnable sur l'écran des smartphones, est de plus en plus accessible ; mais elle s'y trouve en concurrence directe avec une infinité de distractions. S'il concède qu'il est dommage de trop simplifier son

histoire, Damien Cho s'adapte à la nécessité de produire un contenu palpitant, capable de tenir en haleine les internautes. « Toutes les trois images, il faut captiver les lecteur·rice·s, sinon il·elle·s vont errer sur TikTok ou Instagram; il faut les bombarder de trucs! » Dès la première scène, « on doit savoir ce que le personnage veut, qui il est et quels sont ses obstacles ». Le tout en une minute de lecture. Pour Damien Cho, les bédéistes digitaux·ales doivent trouver un juste milieu entre le rythme effréné exigé par les plateformes et le besoin de développer une histoire suffisamment complexe pour maintenir l'intérêt du public.

Le numérique contribue ainsi à la création d'un genre nouveau, adapté à l'immédiateté des réseaux sociaux. Nées de l'usage d'internet, les habitudes d'instantanéité et de proximité exercent une influence sur la création artistique. La bande dessinée et son avatar numérique n'échappent donc pas à une logique d'accélération des modes de consommation qui fait évoluer les styles et transforme en profondeur l'offre culturelle.

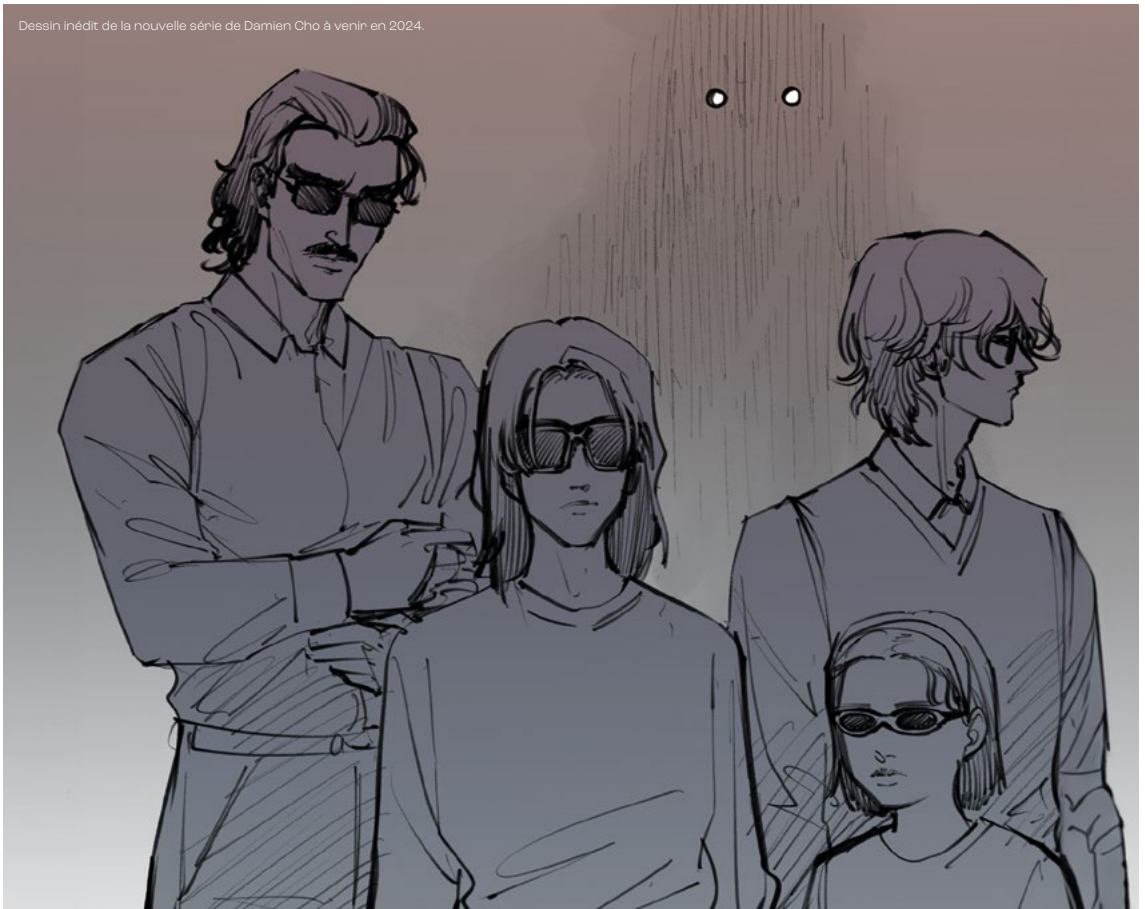
De l'écran au papier

Si Damien Cho ne ferme pas la porte à la création d'un roman graphique sur papier qui lui permettrait de s'éloigner un temps de la frénésie

du digital, l'auteur semble pour le moment s'épanouir sur Webtoon. « Le format n'est pas parfait, il y a beaucoup de contraintes; mais Webtoon me garantit une grande exposition et me laisse la possibilité de faire imprimer mes créations par la suite. » Et de résumer: « Entre le numérique et le traditionnel, j'ai le meilleur de deux mondes! » Une adaptation en format papier de « Love Advice from the Great Duke of Hell » est ainsi en préparation et la nouvelle série d'Unfins, sur une famille de vampires, devrait voir le jour l'année prochaine. ♦

Retrouvez l'auteur sur Webtoon: [webtoons.com/en/creator/unfins](https://www.webtoons.com/en/creator/unfins)

Dessin inédit de la nouvelle série de Damien Cho à venir en 2024.



DEUX FOIS PLUS DE CULTURE

Unir les forces pour mieux servir la culture romande: désormais, les deux associations CultureEnJeu et L'Agenda n'en forment plus qu'une, qui porte le nom CultureEnJeu. Le 8 septembre dernier s'est tenue à Lausanne la première assemblée générale de la structure. L'occasion pour le nouveau comité et pour l'équipe de la revue CultureEnJeu/L'Agenda, portée par l'association, d'évoquer les thématiques qui font l'actualité des milieux culturels. Invité pour l'occasion, le président de la Société suisse des auteurs (SSA), Denis Rabaglia (voir aussi en page 7), est revenu sur la grève des scénaristes et des acteur·rice·s, qui a paralysé Hollywood durant des mois cette année.

« Pour comprendre la grève, il faut comprendre le système hollywoodien. » Dès l'entre-deux-guerres, « les guildes américaines ont créé le modèle qui prévaut toujours », et qu'elles tentent d'ailleurs de faire perdurer à l'ère des grandes plateformes numériques. « Elles ont fait un pacte avec les majors du cinéma, prévoyant de leur donner tous les droits économiques et moraux; en échange, les guildes redistribuent des bénéfices, garantissent à leurs membres une assurance maladie et contribuent à leur retraite. » Aux États-Unis, l'objectif de toute personne active dans les milieux de l'audiovisuel, « c'est de gagner sa place dans une guilde ». Pour mémoire, Hollywood en compte trois: la Screen Actors Guild, la Directors Guild et la Writers Guild.

Royalties et intelligence artificielle

« Les guildes fixent des catégories de rémunérations, y compris pour les figurant·e·s. » C'est sur cette base que sont calculés les royalties que touche un·e acteur·rice ou un·e scénariste durant toute sa vie. « En Europe, nous avons consommé des films et séries américains de façon hégémonique durant 80 ans; nous avons donc nous aussi alimenté ce système. » Les streamers tels que Netflix, eux, « ne veulent pas entrer dans ce jeu, ils veulent verser un montant fixe et basta ». C'est donc tout le fonctionnement d'une ma-

chine bien huilée qui est remis en question par les streamers. « Les plateformes demandent: pourquoi payerait-on des droits d'auteur aux Américain·e·s alors qu'on ne verse rien aux Coréen·ne·s et aux Indien·ne·s? » Car les streamers globaux font ce que les majors américaines historiques n'ont jamais fait. « Ils produisent du non-américain; ce qui, par ricochet, met en péril l'hégémonie des guildes sur le volume de production mondial. »

Autre pomme de discorde à Hollywood, la question de l'intelligence artificielle. « Comme les acteur·rice·s abandonnent tous leurs droits aux plateformes, on pourrait reproduire leur image et leur voix et l'utiliser dans un autre film. » Même si peu après l'AG de CultureEnJeu, un accord semblait se dessiner du côté de Hollywood, le bilan des grèves demeurerait inchangé. « De nombreuses séries ont été arrêtées durant plusieurs mois; or, le problème est un peu le même que durant la crise Covid-19, à savoir que certaines personnes quittent carrément le métier. » Au niveau helvétique, quel impact pour la production audiovisuelle indigène de ces grèves à Hollywood? « Franchement, il devrait avoisiner zéro. » Selon Denis Rabaglia, mieux vaut donc se concentrer sur les « vrais problèmes » de la branche, « ceux qui sont urgents, avec en tête la question de la redevance à 200 francs ».

Défendre les minorités

Président de l'association CultureEnJeu et lui aussi cinéaste, Frédéric Gonseth abonde dans le même sens. Lors de l'AG, il a rappelé que l'initiative populaire « 200 francs, ça suffit! » fait suite à « No Billag »; cette précédente initiative, « émanant des mêmes cercles » et demandant de réduire à zéro la redevance, avait été rejetée en 2018 par près de 72% des votant·e·s. L'initiative « 200 francs, ça suffit! » est prise beaucoup plus au sérieux, « donc est en ce sens plus dangereuse ». À l'époque de « No Billag », « le texte n'avait pas fait l'objet d'un contre-projet, ce qui était favorable à ses détracteurs; cette fois-ci, nous n'aurons très probablement pas cette chance. »

Mais au fond, que veulent les initié·e·s ? « Il·elle·s veulent détruire la SSR et le service public ! » En effet, « si on oblige la SSR à se rabougrir, elle ne peut plus réalistement être calibrée aux besoins de chacun·e. » Pour mémoire, grâce à l'apport de la redevance, il est possible de maintenir une clé de répartition des contenus produits en faveur des minorités linguistiques. « En votant oui, les Romand·e·s se tinteraient une balle dans le pied ; car actuellement, il·elle·s obtiennent plus que ce à quoi il·elle·s ont droit proportionnellement, ce qui ne serait plus possible avec une redevance à 200 francs. »

La grande invasion

Frédéric Gonseth s'étonne qu'on entende si peu les milieux culturels sur cette thématique. « À croire qu'ils attendent que ça leur tombe dessus. » Il regrette au passage qu'une fois de plus, les divers secteurs artistiques peinent « à s'unir et à faire front commun ». La culture, « c'est un maillage, les interdépendances sont extrêmement fortes ; si le public s'isole dans son salon et ne consomme plus que du divertissement offert par Netflix, la culture va s'assécher, car plus rien ne circulera ».

Que vient faire Netflix dans cette histoire ? « Le fait qu'en Suisse, on ait un abonnement obligatoire - c'est-à-dire la redevance -, c'est le moyen qu'on a trouvé pour résister à l'invasion des plateformes », analyse Frédéric Gonseth. « Car c'est bien d'une invasion qu'il s'agit : désormais, des millions de personnes paient pour des contenus essentiellement non-helvétiques, sauf les 4% liés à la loi Netflix » (voir aussi en page 5). On nage donc « en plein débat sur l'identité suisse ». Le problème de cet abonnement obligatoire, « c'est qu'il est asocial car les pauvres paient autant que les riches ». Une solution serait certes de passer par l'impôt. Mais dans notre pays, est-il réaliste d'introduire un nouvel impôt ? « Seulement si on a l'ensemble des milieux culturels et médiatiques derrière, avec la volonté de créer une vraie riposte du type Fondation suisse des médias, qui aurait pour tâche de soutenir un service public culturel et médiatique. » ♦

Acteur·rice·s culturel·le·s
ou fans de la culture,
arrivant·e·s ou ancien·ne·s,
joignez-vous à nous :
info@cultureenjeu.ch



L'assemblée générale de l'association CultureEnJeu s'est déroulée le 8 septembre à Lausanne. © Elise Gaud de Buck



Quand la ville orchestre la culture

Que l'on habite dans le Gros-de-Vaud, la périphérie genevoise ou les vallées valaisannes, plus besoin d'aller à la culture, c'est la culture qui vient à soi. De plus en plus de communes dédient une part de leur budget, voire un service entier, à la culture. Dans la foulée, les saisons culturelles se multiplient.

Eclairage : **Katia Meylan**, journaliste culturelle

Il y a les « grandes », ces villes qui non seulement abritent et financent de nombreuses institutions culturelles mais chapeautent également en interne musées, théâtres ou bibliothèques. Selon les statistiques 2020 de l'Office fédéral de la culture, Genève est la commune suisse à investir le plus d'argent dans la culture annuellement, avec 296 millions de francs (soit 1453 francs par habitant·e), largement en tête d'un « top 10 » dont la moyenne tourne plutôt autour de 400 francs par habitant·e. Les deux autres Romandes à faire partie du tableau sont Lausanne (507 francs) et Bienne (217 francs).

Que le montant soit généreux ou timide, grandes et petites communes sont de plus en plus enclines à accorder une part de leur budget à la culture et, pour le gérer, à développer un service dédié. Celui-ci sera chargé notamment de coordonner les initiatives des différent·e·s acteur·rice·s du domaine, de professionnaliser et pérenniser l'offre culturelle, de la communiquer de façon lisible et d'en définir la direction sur le long terme. Il arrive aussi que ledit service monte une saison culturelle, soit une programmation de spectacles sur l'année comportant une ligne éditoriale.

Une véritable marque

Les saisons culturelles gérées par un service public s'élèvent généralement sur ce qui préexiste. Dans le canton de Vaud, c'est le cas de la toute jeune Saison culturelle de Dailens. Sous ses belles couleurs pastel, cette dernière a réuni en 2023 les concerts organisés par l'association de l'église de Dailens et l'association Trad'Monde, sans oublier de rajouter une touche personnelle : l'accueil de spectacles musicaux dans la salle Jean Villard Gilles. Une démarche qui est proche de celle de Gland en 2013, ou d'Yverdon-les-Bains en 2012. « Tout centraliser a permis de faire un vaste état des lieux et des besoins, et de là sont apparues les priorités pour déterminer une stratégie d'évolution adaptée », se remémore Raphaël Kummer, chef de service à Yverdon. « Nous avons donné à la culture une direction, dans tous les sens du terme », formule son homologue de Gland, Sandrine Faure.

Certaines saisons sont nées d'un autre souhait, celui de se défaire d'une réputation de cité-dortoir : Epalinges a sauté le pas en 2022 et Onex il y a 36 ans de cela. En 1987, celle-ci fut la première commune genevoise à décentraliser la culture, jusqu'alors concen-

trée en ville de Genève. La création d'une saison fut confiée à Cyrille Schnyder-Masmejan, alors chargée de production à la TSR. En 32 saisons, elle a façonné à elle seule la « marque » Spectacles Onésiens, que son successeur Jérémie Decroux fait désormais perdurer en équipe, dans une programmation élaborée par ses collègues du service et lui-même.

À Meyrin, dont la réputation culturelle s'est bâtie dès 1995 autour de son Théâtre Forum Meyrin (TFM), une transition est en cours. On redistribue les cartes, dans le but de faire dialoguer non seulement les initiatives culturelles mais également sociales, qu'elles soient liées à la formation, à la migration, ou encore au handicap. « L'activité du théâtre continue, mais sans prédominer sur les autres, et s'incorpore à une vision d'ensemble, focalisée sur les problématiques de territoire », formule Tatiana Lista Auderset, responsable du Service de la culture.

L'envie de plaire

Une tendance qui s'observe dans les saisons communales est l'envie de plaire au plus grand nombre, formulée sous le terme d'éclectisme. Partout, la mission principale est d'encourager une participation culturelle maximale. « Mon enjeu concret est de remplir une salle de 650 places ; dans une certaine me-

sure, c'est la salle, plus que le programmateur, qui fait la programmation! », sourit Lorenzo Malaguerria, chef du service culture de Monthey et directeur du Théâtre du Crochetan. D'où le fait que certains théâtres, tels que le Crochetan mais aussi Beausobre (Morges), l'Octogone (Pully) et d'autres, s'inscrivent dans le réseau des tournées nationales et internationales, accueillant majoritairement des têtes d'affiche. Le tarif des billets est à la hauteur, allant parfois jusqu'à une septantaine de francs. « Les salaires sont pris en charge par la commune, mais les cachets des artistes sont assurés à deux tiers par la billetterie », explique Lorenzo Malaguerria.

À Epalinges, jusqu'à la mise en place d'une saison officielle, on proposait ponctuellement des concerts classiques ou des spectacles d'humour de qualité, toujours gratuits, devant une salle peu remplie, faute peut-être de communication. « Nous professionnaliser est passé par le fait d'assumer que la culture a un prix », relate Marie Gaud, responsable de l'Office des affaires culturelles et manifestations. Les tarifs sont alors fixés à 25 francs, avec certaines têtes d'affiches à 45 francs faisant plusieurs fois salle comble et entrant ainsi dans un cercle vertueux où à la fois la commune et le public s'engagent pour la culture. « Ce qui manque, c'est Thomas Wiesel, c'est Paul Belmondo, pour l'instant un peu moins les collaborations que l'on a pu faire avec »

Trois questions à **Sandrine Faure**, cheffe du service de la culture de Gland et programmatrice du Théâtre de Grand-Champ.

À quoi est consacré votre temps au quotidien ?

En partie à la programmation de Grand-Champ et aux manifestations comme la Fête de la Danse en mai ou le Cinéma Open Air en été. Je m'occupe également de l'autre volet culturel, soit le soutien à la formation artistique, les subventions accordées aux projets de création ou encore les concours pour des interventions dans l'espace public.

Quelles sont vos fiertés depuis la création du service en 2013 ?

À titre personnel, d'avoir pu former une équipe avec qui j'ai un plaisir fou à travailler tous les jours. C'est toujours aussi passionnant, et ça a beaucoup de sens pour moi d'être à la fois dans les prises de décisions et sur le terrain, ça permet de concrétiser des actions qui découlent de politiques culturelles.

Pouvez-vous évoquer une action en particulier ?

Je pense par exemple à un projet né de la crise Covid-19. En 2021, les théâtres yverdonnois Benno Besson et l'Echandole, ainsi que Beausobre, Pré-aux-Moines (Cossonay) et Grand-Champ, ont lancé le concept Scènes Communes, qui a permis à quatre créations locales de se produire en tournée, à l'extérieur, pendant l'été. L'année suivante, on a recalibré le projet sur une seule création, un spectacle interactif et déambulatoire intitulé « Visite du futur imparfait », qui questionne les manières de voir la crise climatique. Là aussi, le spectacle a voyagé d'un lieu à l'autre, à la rencontre de la population. Je trouve que c'est un bon exemple de concrétisation d'une politique de théâtre public. De plus, dans cette optique, les autres scènes ne sont pas des concurrentes mais des complices artistiques.



Sandrine Faure, lors de l'ouverture de saison avec un spectacle itinérant du programme Été en ville.

› le Théâtre de Vidy ou l'Opéra de Lausanne», constate Marie Gaud. Elle relativise toutefois: «Selon moi, ce n'est pas encore évocateur; on est une jeune saison, c'est en réitérant ces expériences que les gens vont associer ce type de spectacles à Epalinges.»

Culture et politique, un bon ménage?

La plupart des communes affirment tenir à ce que leur théâtre garde toute sa liberté de choix artistique, tout en sachant qu'une politique donne forcément une direction à la culture. «Lorsque le service culturel a exposé le souhait de développer les propositions pour le jeune public et les activités de médiation, les institutions yverdonnoises ont compris que la consolidation de leur financement passerait par une priorisation de ce champ-là», admet Raphaël Kummer. À Gland, Sandrine Faure soulève un point similaire: «Nous avons souhaité que durant la scolarité obligatoire, chaque enfant vienne voir au moins un film et un spectacle par an; c'est là que réside la force du service culturel, dans le fait de pouvoir concrétiser une telle action en dédiant une partie du budget à disposition des écoles à ce but précis.»

À Meyrin, la politique prend part à certains choix d'activités. «Une partie du programme se co-construit afin de résonner avec les questions sociales et politiques d'un temps T, c'est tout le travail de la médiation», affirme Tatiana Lista Auderset. «Admettons qu'on identifie sur le territoire une problématique liée à la sécurité; bien sûr, ce sont les services compétents qui vont y répondre en premier lieu, mais la culture peut se positionner pour soutenir certaines initiatives.»

Développer la création

Si les saisons communales sont majoritairement composées d'accueils, le soutien à la création est devenu un axe valorisé. Dans les mois à venir, plusieurs projets se verront concrétisés sur scène: le concert #AMOUR du Chœur FM'AIR, coproduit par la Saison Culturelle de Montreux (novembre 2023); L'Ours, coproduit par Le Crochetan mobile (décembre 2023); Cyrano, coproduit par la commune de Plan-les-Ouates (janvier 2024); ou encore Sêma de la Cie Linga, compagnie de danse en résidence à l'Octogone de Pully (janvier 2024).

Et lorsque les contraintes d'espace, de temps ou de budget ne se prêtent pas à cela, d'autres idées émergent, par exemple le fait de confier à un artiste la création des affiches de saison, comme l'a fait Onex avec Eric Buche, auteur de BD local. C'est sans doute en suivant cette double piste, à la fois de création et de collaboration dans la diffusion, que la véritable identité de la culture à l'échelle municipale, cantonale ou romande, fleurira. ◊



Fête de la Danse à Meyrin, Place des Cinq Continents. © Laurent Barlier

« Le journalisme culturel est la chambre d'écho de la création »

Souffrotant, le journalisme culturel suisse mérite-t-il qu'on vole à son secours ? Les participant·e·s à une table ronde organisée à Morges dans le cadre du Livre sur les quais en sont convaincu·e·s : le journalisme représente un aspect fondamental de la culture.

Compte rendu : **Marie Butty**, rédactrice

Le journalisme culturel suisse est en crise. Plusieurs études relèvent la disparition progressive de la discussion critique de la culture et la tendance des médias traditionnels à renoncer peu à peu à leurs pages culturelles ou à les faire glisser dans les rédactions société, voire people. Cette constatation inquiétante interroge sur la nécessité et le besoin de ces pages. Le monde culturel peut-il vivre sans journalisme culturel ? Cette question figurait au centre de la table ronde « Editeurs et journalistes culturels : Quelles relations ? Quels défis ? Quels combats ? » organisée dans le cadre de la manifestation Le Livre sur les quais à Morges.

Tou·te·s les participant·e·s semblaient d'accord sur l'aspect fondamental du journalisme culturel. Carine Bachmann, directrice de l'Office fédéral de la culture (OFC) et invitée à la table ronde, a indiqué que c'est une conviction de la Confédération et de l'OFC : « Pour que la culture puisse être vécue pleine-

ment et pour pouvoir bénéficier d'une scène culturelle vivante, la discussion de la culture est essentielle ; elle doit être l'objet d'échanges et de débats publics. ». Ainsi, la création a besoin du journalisme culturel pour exister dans la société. Il s'agit d'une relation d'interdépendance, l'une étant indissociable de l'autre pour continuer à perdurer.

Appel au soutien de l'OFC

Mais alors comment faire face à la situation actuelle ? La directrice de l'OFC a rappelé qu'en 2022, la population a rejeté le paquet d'aides aux médias proposé par le Conseil fédéral. Les citoyen·ne·s suisses ne sont donc pas prêt·e·s pour ce type de démarche. Il faut explorer d'autres pistes pour sortir de l'impasse. L'association ch-intercultur, active dans la critique culturelle et les informations sur la création et la vie culturelle, appelle à la cohésion nationale au-delà des frontières linguistiques concernant cette problématique, à une époque où les quatre régions culturelles du pays

semblent de plus en plus s'éloigner. Elle a lancé un manifeste afin que le journalisme culturel soit soutenu par l'OFC. Plus précisément, il devrait faire partie du prochain message culture au même titre que la création artistique elle-même, selon Marco Baschera, membre du comité de l'association et lui aussi présent à la table ronde.

Il est essentiel de mobiliser et de rassembler les acteur·rice·s culturel·le·s afin de trouver des solutions ensemble et d'envoyer une invitation au dialogue à destination de l'OFC. Marco Baschera estime qu'un art qui ne fait pas l'objet d'une réflexion journalistique indépendante et qui n'est plus transmis au sein de la société perd de son importance dans les domaines politiques et sociaux. Le journalisme culturel est ainsi la chambre d'écho de la création culturelle. Il représente donc un aspect fondamental de la culture et de son encouragement. ◊