



AFP

Théâtre Dans sa nouvelle pièce, Milo Rau excelle à modifier le réel 39

Cinéma Céline Sallette raconte Niki de Saint Phalle 41



Getty Images

Jardin Des tomates de toutes les couleurs! 43



Shutterstock

Cultura



La Suisse a brillé à New York

SOFT POWER Deux festivals vaudois, Images Vevey et le Montreux Jazz, ont saisi l'opportunité de s'exposer sur Times Square. Parce qu'être vu à New York, ça aide à être vu partout. Même en Suisse.

YANN ZITOUNI

Lorsqu'il répond à notre appel, Stefano Stoll est à bord d'un taxi qui se faufile à travers Londres. Le directeur et fondateur du festival Images Vevey a rendez-vous avec une artiste dont il présentera

le travail en septembre prochain, dans le cadre de cette biennale consacrée aux arts visuels. Il se dirige vers Hyde Park et ses pensées sont sans doute tournées vers les préparatifs qui se déroulent à Vevey, mais il nous avoue qu'un peu de son esprit voyageur flotte encore à →

En attendant d'être exposées à Vevey, les photos du Britannique Paul Graham ont orné les façades de Times Square, lieu névralgique de la ville où déambulent quelque 400'000 personnes chaque jour.
Paul Graham

Publicité

Partenaire média

Le Matin Dimanche

DIABOLO FESTIVAL POUR ENFANTS



22-23 JUIN 2024 BEAUSOBRE MORGES

Musique - Théâtre - Cirque Contes - Ateliers - Jeux
DIABOLOFESTIVAL.CH

Retraites Populaires

coop

MBC

LOTIERIE ROMANDE

Contrôle qualité



→ New York: du 13 au 19 mai dernier, Images Vevey s'est affiché à Times Square, sur les écrans lumineux les plus célèbres du monde. Au croisement de Broadway et de la 46^e Rue, on compte en moyenne 400'000 passants chaque jour. C'est vingt fois la population de Vevey. On ne le voit pas mais on l'entend distinctement: Stefano Stoll a les yeux qui brillent.

«C'est venu d'une proposition de Suisse Tourisme et de Montreux Vevey Tourisme, qui ont eu accès à ces espaces publicitaires et ont choisi d'en faire profiter Images Vevey.» Pour compléter ses propos, il faut ajouter que le Montreux Jazz Festival a, lui aussi, bénéficié de la même proposition, comme nous l'a précisé son directeur de la communication, Kevin Donnet: «Nous avons choisi d'utiliser cet espace pour montrer un clip d'une quinzaine de secondes dans lequel on voit le lac, les montagnes enviro- nantes et la clientèle des terrasses de Montreux. On n'a fait aucune référence à la programmation du festival.»

Communiquer sur la marque

Avec une histoire qui remonte à 1967 et grâce à des artistes qui en sont devenus les ambassadeurs (Deep Purple, Carlos Santana, Quincy Jones...), le Montreux Jazz est aujourd'hui la plus connue des manifestations culturelles suisses. On le comprend, il eut été inutile et hors de propos d'annoncer au public new-yorkais que Lenny Kravitz sera en juillet sur la Scène du lac. «Pour nous, c'est du pur branding, de la communication de marque qui intéressera avant tout nos partenaires.»

«C'est du pur branding, de la communication de marque qui intéressera avant tout nos partenaires.»

Kevin Donnet, directeur de la communication du Montreux Jazz Festival

Pour Images Vevey, Stefano Stoll a choisi une tout autre façon de s'exposer à New York. Pour en comprendre la portée, il faut rappeler ce qui caractérise ce festival.

Tous les deux ans, en septembre, des images s'affichent en ville de Vevey. On les découvre dans l'espace public, dans un entrepôt désaffecté, dans une église, elles occupent la façade d'un immeuble ou la carcasse d'une boutique abandonnée. Dans tous les cas, il s'agit d'une rencontre entre les histoires qu'elles racontent et l'histoire du lieu où elles sont exposées, voire celle de la région. Des souvenirs et des exemples, Stefano Stoll en a plein: «Dans une précédente édition, on a installé dans le lac des photographies de flammes prises par le Français Philippe Durand. Elles étaient réalisées selon un procédé qui donnait l'impression, lorsqu'on se promenait au bord de l'eau, que ces flammes bougeaient. Dans le prolongement de ces images, on apercevait Montreux. C'était notre manière de rendre hommage à «Smoke on the Water», l'hymne du Montreux Jazz.»

Photos gigantesques

Cette réflexion sur le lien entre les images et les lieux est devenue centrale dans la construction des expositions que propose Images Vevey. En s'appuyant sur la même envie de créer des correspondances, son directeur a fait appel à Paul Graham. Ce photographe anglais vit à New York et, il y a vingt ans, a photographié de nombreuses personnes qui marchaient sur la 42^e Rue, à quelques dizaines de mètres de Times Square. Pour Images Vevey, dont il sera l'un des invités principaux en septembre, il a accepté que ces portraits particulièrement troublants s'affichent dans des dimensions gigantesques et une lumière tapageuse, et cela à quelques pas de l'endroit où ils ont été créés. Au téléphone, Stefano Stoll est fier de son choix. «Nous pouvions faire de la pub mais, au lieu de ça, nous avons proposé une création artistique. Nous avons imaginé une installation qui crée du sens, qui renferme à la fois une histoire et une contemporanéité.»



Les écrans gigantesques affichés à New York montrent une série photographique que Paul Graham avait faite il y a vingt ans à quelques pas de Times Square. Paul Graham / Jeanette Spicer



Odile Meylan

«Nous pouvions faire de la pub mais, au lieu de ça, nous avons proposé une création artistique.»

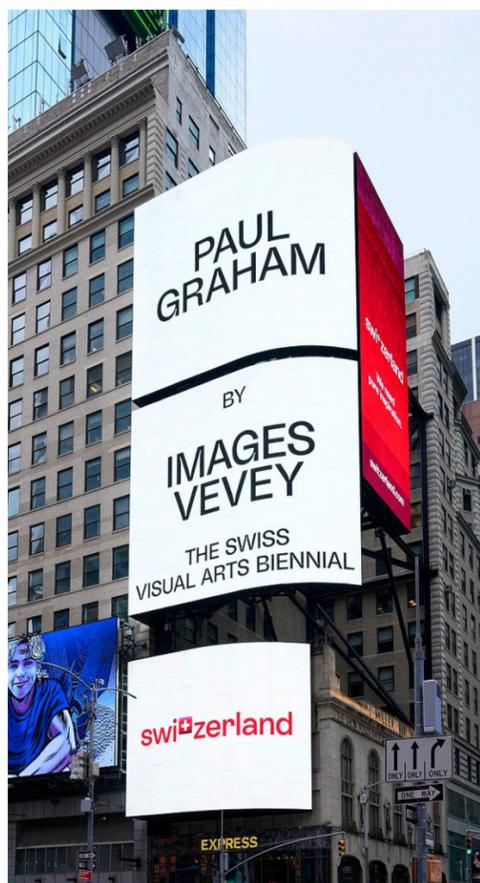
Stefano Stoll, fondateur du festival Images Vevey

Christoph Sturny dirige Montreux Vevey Tourisme, l'organisme de promotion du tourisme sur la Riviera vaudoise. Après avoir obtenu ces deux tickets pour Times Square, il a dû les attribuer. «Pour ce genre d'opération, on choisit d'abord une icône. Nous en avons quatre: le Montreux Jazz, le château de Chillon, Lavaux et le Léman. Ça revient à choisir une locomotive à laquelle on peut accrocher les wagons. Il nous a paru évident que nous devions offrir cette opportunité au Montreux Jazz et à Images Vevey.»

Exporter un savoir-faire

Cette fois, il salue en particulier l'option artistique choisie par Stefano Stoll qui exporte ainsi le savoir-faire d'Images Vevey. D'ailleurs, tout ceci est une affaire de compétences complémentaires et d'alliances entre des métiers différents. Christoph Sturny a le sens du slogan: «C'est comme les vigneron. Vous pouvez être le meilleur vigneron du monde mais si vous ne savez pas vendre, vous ne pourrez pas survivre.»

Cette collaboration avec les milieux économiques, le directeur d'Images Vevey fait plus que l'assumer, il s'en félicite au point de parler de lui à la troisième personne: «On n'est pas intelligent individuellement. On est intelligent quand



Stoll imagine les contenus, quand Sturny dit «c'est bon pour la promo», quand les gens du secteur économique donnent à leur tour leur feu vert.»

Il nous raconte ses débuts à la tête d'Images Vevey, lorsqu'il annonçait vouloir incruster des photographies dans le béton et le métal du tissu urbain. On lui promettait alors de grosses difficultés étant donné que les artistes veulent maîtriser les conditions dans lesquelles leurs images sont exposées. «Les premiers à avoir vraiment cru à cette utopie, il y a une quinzaine d'années, ce sont les responsables du développement économique et touristique du canton de Vaud. Des gens qui, normalement, ne s'occupent pas de culture. Le directeur de l'Hôtel des Trois Couronnes a été, lui aussi, parmi les premiers à me soutenir.

Il m'a fait cette sortie remarquable: «Je ne comprends rien à ce que tu fais, mais je sais que c'est essentiel pour le développement touristique de la région.» Ça m'a permis de loger des représentants des médias étrangers. Comme cette journaliste du «New York Times» que je suis allé chercher à l'aéroport et à qui j'ai demandé ce qui l'avait décidée à venir voir ce festival plutôt inconnu à l'époque. Elle m'a dit qu'elle avait cliqué sur le site de l'hôtel et que ça l'avait tout

de suite convaincue. Ce n'est pas moi qui l'ai attirée au départ, c'est la région et son potentiel touristique. Et je n'ai rien inventé, puisque Claude Nobs a réussi bien avant moi à créer un contenu de grande qualité dans une région bluffante.»

À son tour, Christoph Sturny confirme l'importance, en termes de communication institutionnelle, qu'il y a à s'exposer sur Times Square quand on est un festival vaudois. «Il y aura peut-être deux personnes qui, en voyant ça, décideront de traverser l'Atlantique pour venir à Vevey ou Montreux, mais pas plus de deux. En revanche, il nous arrive d'être cités dans le «New York Times» et à chaque fois, on nous en parle en Suisse, dans les assemblées générales et les Conseils d'États.»

Réussir à New York pour être reconnu ici

Quand on a conquis New York, même pour quelques jours, on est peut-être plus à même de convaincre Springsteen, McCartney ou Taylor Swift de venir jouer à Montreux. Mais ce qui est encore plus intéressant, c'est ce que sous-entend Christoph Sturny: si on réussit à New York, on est mieux reconnu en Suisse. Ça va même plus loin: en Suisse, on a beau faire du beau travail, on ne sera pas vraiment acclamé tant qu'on n'aura pas été célébré à l'étranger.

«Ça, c'est une habitude suisse. Ça fait partie de la mentalité d'ici. Pour nous, à Montreux Vevey Tourisme, ce n'est pas vraiment un problème. Mais quand on est musicien, acteur, quand on mène une activité culturelle ou artistique, j'imagine que ça peut être blessant.» De son côté, sans se dire blessé, le directeur d'Images Vevey raconte les félicitations que son aventure new-yorkaise lui a valu de la part d'interlocuteurs américains ou britanniques alors que, selon lui, les comptes suisses de réseaux sociaux sont restés quasi muets.

L'art de Paul Graham

Cette vitrine vaudoise sur Times Square, c'est aussi l'affaire d'un artiste. À bientôt 68 ans, Paul Graham appartient autant au monde de la photographie qu'à celui de l'art contemporain, et il n'y aurait pas assez de place dans ces pages pour dérouler son CV. Les images qu'il a montrées il y a quelques jours à New York seront donc visibles en septembre à Vevey, mais il reconnaît que cette expérience new-yorkaise l'a particulièrement interpellé. Si on accepte l'idée qu'une photographie n'est pas terminée tant qu'elle n'a pas été montrée au public, alors cet affichage monumental et électrique relève presque de la réécriture - consentie - de son travail.

Avec son accent hybride d'«Englishman in New York», il nous parle de sa surprise de voir ces versions gigantesques de photographies que, jusque-là, il avait toujours exposées en petits formats. Se pose aussi la question, éternelle, de la proximité entre art et publicité. «Ces images n'étaient pas affichées en permanence. C'était une sorte de diaporama de quinze secondes placé entre une agence de voyages et un soda. Mes photos constituaient une sorte d'interlude entre deux pubs», raconte-t-il.

Il faut aussi remarquer que cet accrochage, qui n'en est pas un, a permis de faire se rencontrer deux générations de personnes qui ont en commun de promener leur solitude dans une ville gigantesque, qui ont arpenté les mêmes trottoirs à vingt ans d'intervalle. Certaines choses ne changent jamais. «Lorsque j'étais enfant, j'ai perdu la vue pendant plusieurs mois. Bien plus tard, en triant ces photos, je me suis aperçu que je préférais garder celles où les gens ont les yeux fermés, celles prises au mauvais moment et qui, normalement, auraient dû finir à la poubelle. Toutes ces personnes sont saisies au moment où elles ne voient rien. Ce n'était pas mon intention initiale. C'est une évidence qui s'est imposée. Je pense que, quand on est photographe, cinéaste ou auteur de romans, on doit pouvoir laisser vivre son œuvre, la laisser décider où elle veut aller.»

RENDEZ-VOUS
Montreux Jazz Festival,
du 5 au 20 juillet, Montreuxjazzfestival.com; Images Vevey,
du 7 au 29 septembre, Images.ch