Zeitschrift: Revue suisse : la revue des Suisses de l'étranger

Herausgeber: Organisation des Suisses de l'étranger

Band: 32 (2005)

Heft: 1

Artikel: Culture : danse, beaux-arts, littérature, autant d'exportations qui marchent!

Autor: Eckert, Heinz

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-911965

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 02.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Danse, beaux-arts, littérature, autant d'exportations qui marchent!

Le monde entier s'intéresse à la culture et aux artistes suisses. La principale agence de promotion en est la fondation culturelle Pro Helvetia, qui entend favoriser ainsi la compréhension entre les cultures.

HEINZ ECKERT

Keystone

Performance et provocation: installation avec acteurs de Thomas Hirschhorn.

EN 2003, LA PRODUCTION suisse dans les domaines musique, littérature, cinéma, arts du spectacle et beaux-arts a occupé 30 000 personnes pour 5,3 milliards de francs. Si l'on y ajoute les secteurs voisin des médias, de l'industrie phonographique et de l'artisanat d'art, on arrive même à 82 000 personnes et 17 milliards, soit tout juste 2 % du marché de l'emploi, comme le révèle l'analyse des statistiques suisses de l'impôt et de l'emploi. Quant aux courbes de croissance, celles de la production culturelle progressent plus rapidement que dans tous les autres secteurs économiques.

«Les affaires culturelles marchent bien», constate Yvette Jaggi, présidente du conseil de fondation de Pro Helvetia dans la préface du dernier rapport d'activité de la fondation, laquelle est aussi responsable de la présentation de la culture suisse à l'étranger. La croissance constante fait partie de l'«économicisation» et de l'internationalisation de la culture, écrit Mme Jaggi, qui constate d'autres parallèles entre la culture et l'économie. Alors que le secteur industriel fond toujours plus au profit des services, la production artistique proprement dite perd aussi en importance, dépassée par des activités de promotion et de diffusion, qui se développent au rythme spectaculaire des nouveaux marchés. Dans tous les arts, note Mme Jaggi, la diffusion et la médiation jouent un rôle qui semble désormais prépondérant. Inversement, la création paraît destinée à devenir un modeste support, simple prétexte, voire véhicule d'intérêts économiques. La présidente de Pro Helvetia va même plus loin et se demande: «Parlera-t-on bientôt de la culture comme d'une branche exportatrice de l'économie suisse?».

suite page 6

La culture est devenue affaire de gros sous et champ de bataille de fournisseurs et producteurs aussi nombreux que variés; c'est désormais un marché régi de plus en plus par la loi de l'offre et de la demande.

A aussi augmenté le besoin du soutien financier des pouvoirs publics. Entre 1972 et 2003, le nombre des demandes annuelles a passé de 215 à 3500. Dans le même temps, les contributions fédérales ont passé de 5,5 à 35 millions de francs par an. Mais alors que le nombre des demandes s'est multiplié par seize, les fonds disponibles n'ont que sextuplé.

Bien que la politique culturelle relève des cantons et n'ait au fond pas de base nationale, la Confédération consacre chaque année quelque 230 millions de francs à la promotion de la culture. Dans l'ensemble, les collectivités publiques (Confédération, cantons et communes) dépensent chaque année 1,8 milliard de francs pour la culture.

A l'échelon fédéral, la promotion de la culture est partagée essentiellement entre l'Office fédéral de la culture (OFC), avec 470 postes à temps partiel, et la fondation de droit public Pro Helvetia, avec 119 collaborateurs et collaboratrices. L'OFC, qui chapeaute aussi le Musée national et la Bibliothèque nationale, soutient entre autres des organisations faîtières comme la Cinémathèque suisse. Il s'engage pour la conservation des monuments et la promotion du cinéma et est chargé de la diffusion de la culture et de l'encouragement à la lecture.

Entre autres missions définies par la loi, la fondation culturelle Pro Helvetia, fondée en 1939 pour la «défense spirituelle du pays», veille aux échanges culturels avec l'étranger.

La Direction du développement et de la coopération (DDC) et «Présence Suisse» sont deux acteurs officiels de plus, quoique plus modestes et avec des objectifs différents. La DDC consacre 12 millions de francs par an à «l'établissement et à la sauvegarde durables de constellations culturelles diversifiées» dans les pays pauvres, tandis que «Présence Suisse» utilise la culture pour entretenir l'image de la Suisse et promouvoir son économie à l'étranger.

Toutes les institutions citées ont un objectif commun, que David Streiff, directeur de l'OFC jusqu'en mars 2005, définit ainsi: «Elles sont censées faire connaître la Suisse culturelle à l'étranger, favoriser le dialogue, promouvoir les échanges d'idées entre les Etats et montrer que la Suisse est un pays créatif et original.»

Y a-t-il de bonnes et de mauvaises exportations culturelles? «Non, répond David Streiff, la question n'est pas de savoir si une idée est bonne ou mauvaise, mais si elle est comprise ou non. Admettons qu'un film suisse montre le sort d'une femme richissime, mais dépressive; elle souffre dans sa villa, au milieu de ses trésors, et finit par se jeter par la fenêtre. Nous ne pourrons pas montrer ce sujet dans des pays dont la majorité des habitants attendront toute leur vie

Pius Knüsel: «Nous promouvons la compréhension entre les cultures»

La Suisse n'exporte pas seulement des montres, du chocolat et du fromage, mais aussi de la culture. A quoi bon et pourquoi? Telle est la question que nous avons posée à Pius Knüsel, directeur de la fondation culturelle Pro Helvetia responsable des échanges culturels internationaux.

«Revue Suisse» *Quel effet peut et doit avoir la promotion de la culture à l'étranger?*

Pius Knüsel: La promotion – je préfère parler de diffusion – de la culture à l'étranger renforce les relations entre la Suisse et d'autres pays, elle noue des liens entre les artistes et améliore la compréhension entre les cultures.

Selon quels critères les ambassadeurs de la culture, ou plutôt les projets culturels destinés à l'étranger, sont-ils choisis?

– 1° La demande: le pays d'accueil – en général un organisateur – doit manifester un intérêt et assumer une partie des risques.
– 2° La qualité: seuls sont soutenus les projets artistiquement convaincants – même si cet étalon doit être révisé sans cesse, voir Paris en décembre 2004!
– 3° Le potentiel de médiation: seules sont soutenues les productions dont nous admettons qu'elles sont compréhensibles dans la culture du pays d'accueil.

Où sont les priorités, géographiquement et matériellement parlant, et pourquoi?

Il n'y a pas de priorité de contenu, puisque nous réagissons à des requêtes. Que certaines disciplines soient plus représentées que d'autres tient au fonctionnement du marché international de la culture et aux forces et faiblesses de la production suisse. En ce moment, l'architecture, les arts visuels et la danse sont très demandés, mais cela peut changer.

Géographiquement parlant, la part du lion va aux pays limitrophes – l'Allemagne, la France et l'Italie – puis au reste de l'Europe; les Etats-Unis suivent à bonne distance, enfin l'Asie, l'Afrique australe et le reste du monde. La pondération est directement fonction de la capacité des marchés respectifs. Les pays bien dotés en moyens culturels, comme ceux d'Europe, génèrent une demande plus élevée de culture en provenance de Suisse et sont des «clients» gratifiants.

Comment définiriez-vous le public cible à l'étranger?

Ce sont les amateurs de culture et les artistes, et en fin de compte les intellectuels et le public bourgeois qui fréquentent les institutions culturelles des pays d'accueil. Nous avons pour principe de ne jamais intervenir nous-mêmes en tant qu'organisateurs, mais de nous appuyer sur la réputation de nos partenaires.

d'avoir l'eau courante. Ce film n'y serait pas compris. Pour qu'un échange culturel soit fructueux, il importe donc énormément de pouvoir collaborer avec les acteurs culturels locaux, qui connaissent la mentalité.»

D'après Streiff, les différentes institutions travaillent de façon coordonnée et sans problème l'une à côté de l'autre, chacune ayant sa mission précise. Pourtant, les critiques à l'encontre de l'OFC et Pro Helvetia ne manquent pas, que ce soit dans les médias ou au parlement. Alors que les caisses publiques sont vides, les subventions à la culture sont toujours une cible de choix pour les économies.

En décembre dernier, une exposition de l'artiste bernois Thomas Hirschhorn au Centre culturel suisse de Paris (Hôtel Poussepin) a fait les grands titres: «Un artiste vedette raille la Suisse», affichait le «Blick» en première page, tandis que la «Neue Zürcher Zeitung» critiquait «l'erreur du Centre culturel suisse de Paris». Pro Helvetia avait dépensé 180 000 francs pour une exposition qui ne visait pas seulement le conseiller fédéral Blocher et tournait la démocratie directe en ridicule, mais comparait encore la Suisse à la sinistre prison irakienne d'Abu Ghraib.

Pro Helvetia a-t-elle mal engagé ses fonds, dans le cas particulier? Les politiciens bourgeois se sont montrés choqués et le président de l'UDC, Ueli Maurer, exige que la fondation remplisse sa mission, à savoir faire la promotion de la Suisse et non le contraire. Tout en se distanciant de l'attaque contre le conseiller fédéral Blocher, Pro Helvetia a aussitôt défendu l'exposition Hirschhorn en invoquant la liberté d'un artiste de réputation internationale d'utiliser à sa guise la plate-forme culturelle d'un Etat démocratique. Elle insiste sur la conquête que constitue pour une société démocratique le fait de soutenir même des artistes qui la mettent en question. Le «ministre de la culture», le conseiller fédéral Pascal Couchepin, réagit lui aussi avec compréhension et juge mesquin de contester le soutien de Pro Helvetia à l'exposition. «Les hommes politiques ne devraient pas surveiller tous les détails comme des commissaires politiques», déclare-t-il – après s'être quand même emporté l'été dernier contre un film subventionné par l'Etat qui brocardait son nom. Mais le Conseil des Etats n'a pas montré la moindre compréhension pour le travail de Hirschhorn et a amputé la subvention de Pro Helvetia d'un million de francs. Le scandale était parfait.

Un autre sujet fréquent de discorde est de savoir dans quels pays la Suisse devrait exporter sa culture. Vaut-il la peine de faire connaître la musique contemporaine suisse au Kazakhstan, demande-t-on? Ne serait-il pas préférable de limiter les activités culturelles extérieures aux pays qui ont un intérêt

suite page 8

Les écoles suisses de l'étranger jouent-elles aussi un rôle?

Non. D'ailleurs les Suisses de l'étranger ne sont pas non plus un public cible de Pro Helvetia, car ces deux groupes de personnes sont trop restreints pour justifier les dépenses. En outre leurs intérêts ne correspondent pas, la plupart du temps, à ceux des institutions partenaires intéressantes des pays d'accueil.

Quelle est l'importance des prestations des ambassades de Suisse pour Pro Helvetia?

Cela dépend. Lors de grands projets, leur concours est indispensable pour la publicité et l'organisation. Dans les projets plus modestes, les ambassades jouent souvent le rôle de relais.

Quel engagement vous paraît illustrer une exportation culturelle réussie et efficace?

Les 17 expositions d'art suisse contemporain autour de la foire artistique ARCO 2003 à Madrid, ou le programme «0406 Swiss Contemporary Arts in Japan» qui, en 2005, fera tourner 25 productions culturelles suisses modernes dans diverses villes du Japon à l'occasion de l'exposition universelle d'Aichi.

Les engagements de Pro Helvetia à l'étranger ne suscitent pas toujours la compréhension des politiciens suisses. L'exposition Hirschhorn à Paris vous a coûté un million de francs de subvention en moins. Allez-vous tirer les conséquences de cet incident unique?

Il est certain que le message politique délivré par cette coupe changera durablement la fondation. Sur le plan opérationnel, nous examinerons comment la décision a vu le jour. Nous devrons aussi communiquer plus soigneusement. La chose étonnante est que le public français réagit positivement à l'exposition Hirschhorn et ne saisit pas pourquoi les esprits se sont pareillement échauffés au parlement suisse.

Les questions étaient posées par Heinz Eckert.

Traduit de l'allemand.

Keystone

Pius Knüsel, directeur de Pro Helvetia: «Mieux communiquer».

...A propos de Hirschhorn... ce genre de *land art* subventionné ne plaît pas non plus à tout le monde.

économique ou touristique pour la Suisse? «Non, répond David Streiff, on ne peut pas voir les choses de façon si simpliste. Le passage d'un artiste suisse au Kazakhstan peut lui valoir parfois plus de public et d'intérêt de la part des médias qu'une apparition à New York, qui est saturée de manifestations. La culture peut ouvrir des portes, même dans les pays économiquement faibles.»

L'automne dernier, Pro Helvetia a fait savoir qu'elle allait changer de stratégie et revoir les principes de son travail à l'étranger. Suite à l'élargissement de l'UE, par exemple, les antennes de Pro Helvetia à Budapest, Bratislava et Prague sont considérées avoir achevé leur tâche. En outre, depuis quel-ques années, l'intérêt des acteurs culturels se tourne de plus en plus vers la Chine, l'Inde, le Brésil et le Mexique, qui se manifestent aussi davantage sur la scène culturelle mondiale. «Il nous faut aussi tenir compte des besoins des artistes, pour qui la Chine, l'Inde et l'Amérique latine ont plus d'importance actuellement que d'autres parties du monde», déclare Thomas Laely, responsable des activités de Pro Helvetia à l'étranger. «Nos nouvelles priorités géographiques n'ont d'ailleurs été critiquées par personne, au contraire, elles ont été unanimement approuvées et comprises.»

La nouvelle stratégie extérieure de Pro Helvetia postule dix grands espaces culturels: Europe, Russie/Asie centrale, monde arabe, Afrique, Chine, Inde, Sud-Est asiatique, Océanie, Amérique du nord, Amérique latine. «La Suisse est bienvenue dans le monde entier, elle jouit toujours d'un grand prestige et nos prestations culturelles sont bien accueillies. Plus les cultures sont différentes, plus il est cependant judicieux d'entretenir un bureau de liaison local, animé par des collaborateurs locaux», martèle Thomas Laely.

Une question récurrente est de savoir s'il faut soutenir les prestations culturelles, lesquelles, et quelle culture exporter à l'étranger. Faut-il que ce soient des grands noms comme les architectes suisses Mario Botta, Herzog & de Meuron, le Béjart Ballet Lausanne, l'Orchestre de la Suisse romande, les artistes Pipilotti Rist et Fischli/Weiss, ou des débutants inconnus doivent-ils pouvoir présenter leur production à l'étranger? «Tant les uns que les autres», estiment David Streiff et Thomas Laely d'une seule voix. Les grands noms ont une excellente réputation dans le monde entier et sont toujours très demandés, mais à part la culture reconnue, les jeunes talents doivent pouvoir avoir eux aussi l'occasion de se produire à l'étranger. «Il n'en résulte pas seulement des contacts précieux avec les collègues étrangers, ce peut aussi être décisif pour l'évolution ultérieure», déclare Thomas Laely. La Suisse a une offre culturelle incroyablement riche et variée, et c'est cette diversité qu'il s'agit de montrer et de promouvoir. «Nous ne voulons pas remplir des vitrines à l'étranger, mais soutenir des tribunes de travail culturel», ajoute-t-il.

Le projet le plus important de 2005 a pour titre «0406 Swiss Contemporary Art in Japan» et coûtera 2 millions de francs. A l'occasion de l'exposition universelle 2005 à Aïchi, Pro Helvetia présente beaux-arts, design, bandes dessinées, netart, cinéma, performances, théâtre, musique et littérature contemporaine de Suisse. La Suisse et le Japon ont toujours connu des échanges culturels nourris dans le registre classique, mais de la production contemporaine suisse, les Japonais ne connaissent pour le moment que les travaux de Herzog & de Meuron, Pipilotti Rist et Fischli/Weiss. Ils ont donc une immense curiosité pour la vaste palette de la création moderne, dit-on. La collaboration avec des organisateurs locaux est censée susciter des partenariats à long terme entre la Suisse et le Japon.

Traduit de l'allemand.