

CARTE BLANCHE À... VALÉRIE CHEVALIER

« Quel accès à la culture et pour qui ? »

La carte blanche de ce numéro a été confiée à une artiste qui est aussi directrice d'une institution culturelle, l'Opéra Orchestre national Montpellier-Occitanie, Valérie Chevalier.

Une de mes missions, en tant que directrice générale d'un établissement culturel labellisé national, est de faire de l'Opéra Orchestre que je dirige un lieu de « démocratie culturelle ». Comment faire vivre une démocratie culturelle grâce à un Opéra et un Orchestre fiers de porter deux labels nationaux parce qu'ils respectent un cahier des charges prescrit par le ministère de la Culture ? Des labels conditionnés par une convention pluriannuelle d'objectifs signée par les financeurs publics (État, Région, Métropole, Ville, Département).

Au XXI^e siècle, la notion générale de démocratie culturelle a fait place aux « droits culturels » pour chacun et chacune. Nos établissements artistiques doivent devenir le lieu de toutes les expressions, de tous les habitants, dans leur plus grande diversité.

Les Opéras et les Orchestres ne sauraient être uniquement des lieux de rencontre pour quelques personnes qui ont déjà la chance de connaître et d'accéder aux informations pour rencontrer la musique. À Montpellier, ces publics avaient l'habitude de se retrouver tous les deux mois pour un opéra ou un concert du « grand répertoire » qui absorbait la majorité du budget. Or, on ne peut plus s'adresser seulement aux « connaisseurs ». Il nous appartient d'inciter le spectateur/auditeur à partager ses connaissances et son lieu, à partager ses récits, et à être à l'écoute de l'Autre grâce au théâtre vivant. L'espace est littéralement devenu un lieu « commun », un espace d'expression commune. Nous devons être le lieu du récit des habitants, du « peuple », mot qui retrouve toute sa noblesse pour notre mission.



DR

« Il faut que le public entende ce qui parle de son monde ; il faut qu'on lui raconte son histoire, celle qui le concerne, celle qui lui parle. »

En tant que responsables d'un Opéra, nous sommes bien souvent isolés car nous arrivons dans une région que nous connaissons peu, parfois pas du tout. Il nous faut donc un certain temps pour une acculturation réciproque, pour nous permettre de faire ce travail de compréhension profonde et attentive, pour appréhender les populations de ces grands territoires dans toute leur diversité, et leur faire comprendre ce que nous pouvons leur apporter. Nous travaillons très rarement avec des anthropologues ou des sociologues, parce que ce n'est pas dans nos habitudes de croiser ainsi les champs de la recherche et de la réflexion. Des groupes de travail sont souvent organisés par l'État ou par nos réseaux professionnels, ce qui nous permet de partager les expériences de terrain de nos confrères et consœurs. Indispensables, ces échanges à l'échelle nationale, voire internationale, ne rendent cependant pas compte des différences socio-historico-culturelles. Montpellier ne ressemble pas à Nancy, où j'étais

en poste auparavant. Observer et intégrer dans ma démarche la physionomie du territoire est au cœur de mon projet artistique et culturel, non seulement parce que la Métropole et la Région sont nos financeurs principaux, mais aussi et surtout parce qu'il est légitime que les citoyens y trouvent à satisfaire leur soif culturelle. La programmation s'adresse donc aux habitants.

Comment y réussir ? Comment faire un lieu de la mise en commun, un lieu de rassemblement ? Un sujet récurrent, « la musique classique, c'est trop cher », a été en partie évacué puisque les Opéras et les Orchestres en région mènent des politiques tarifaires abordables, adaptées et ciblées. Une place pour assister à un concert ou un opéra ne coûte pas plus cher aujourd'hui qu'un billet pour aller écouter une star des musiques actuelles. Si le public ne vient pas, ce qui peut le retenir ce n'est pas seulement la question du tarif mais bien la question vive de ce qui est raconté, com-

ment c'est raconté, et le fait que ce public ne s'y retrouve pas. Il ne s'agit pas d'une ignorance, pas seulement d'un défaut d'accès aux informations et à la formation, il s'agit d'un défaut de reconnaissance : le public extérieur, celui des « non-habitués », des « non-connaisseurs », a avant tout le profond sentiment que ce n'est pas pour lui. Souvent, je regarde comment les grandes marques de sneakers ont réussi leur transition : aujourd'hui, quasiment l'ensemble de la population a une paire de baskets dans son placard, parce que chacun a trouvé l'objet qui convient à son goût personnel tout en appartenant au commun, au monde contemporain. Les réseaux sociaux sont aussi un lieu de rencontre transgénérationnelle. L'énorme majorité de la population s'y retrouve, s'y regarde, s'y découvre, s'y observe, s'y comprend, s'y identifie... Il s'agit avant tout d'un vaste mouvement qui concerne l'identité et la reconnaissance de chacun. Voilà donc des raisons pour lesquelles la musique classique peine à rassembler. Il faut trouver un moyen de rompre la distance temporelle avec ce genre. La communication n'est plus un outil suffisant pour le spectateur/auditeur d'aujourd'hui. Comme dans le grand théâtre classique de Molière, il faut que le public entende ce qui parle de son monde ; il faut qu'on lui raconte son histoire, celle qui le concerne, celle qui lui parle. Pas forcément ce qui lui

ressemble, mais ce qui le touche au cœur. Nous devons créer de nouveaux espaces des « droits culturels » afin que s'y exprime la diversité des habitants du territoire. À chacun sa langue, à chacun sa musique, à chacun son théâtre, à chacun sa voix, à chacun son mode d'expression, à chacun son genre. Non pas un particularisme qui couperait le citoyen d'ici du citoyen d'ailleurs, mais des formes de théâtre vivantes et des formes de musique qui parlent un langage audible par tous, car conçues pour tous. L'enjeu est grand car il concerne la disparition du genre : nous devons nous interroger sur le sens de notre existence, sur ce que nous donnons à voir et à entendre aux publics.

Tous les partenaires financiers s'accordent sur l'importance de l'éducation artistique et culturelle. Nous sommes donc bien dans la question robuste de l'éducation tout au long de la vie. Quel qu'il soit, nous devons créer un espace pour que chaque spectateur/auditeur y trouve sa place. Et ce n'est pas un vœu pieux, c'est une réalité qui n'est pas utopique : cela peut se faire. Quels que soient les publics, les récits doivent s'inventer avec ceux à qui ils s'adressent. Nous devons trouver notre *soft power*. Nous sommes dans l'ère du collaboratif et le secteur de la musique classique n'échappe pas à cette réalité. Le spectateur/auditeur veut être associé au récit que nous lui racontons. Et nous devons lui proposer, lui ap-

prendre, l'amener à partager avec d'autres ces moments d'émerveillement.

Nous allons vers une évolution de la prise de parole du public. Par exemple, quand nous développons des projets avec des amateurs comme le chœur « Un air de famille », auxquels des centaines de personnes répondent avec enthousiasme, c'est un signe fort de leur envie d'être associées à l'activité de l'institution. Nous avons renouvelé l'opération avec un atelier violoncelle porté par notre super-soliste et l'ensemble de son pupitre, et à nouveau des dizaines de personnes ont répondu avec empressement. Il faut y voir le souhait des publics d'être entendus, de collaborer, voire de co-construire, de participer. Ce n'est pas simplement pour pratiquer un hobby, mais bien pour être associés au projet d'une institution qui leur est chère et qui symboliquement représente quelque chose de fondamental pour chacun et chacune. Ces projets précis nous permettent de mesurer la soif et le besoin de parole, c'est-à-dire d'expression, des publics.

Ma seule motivation est d'élaborer un projet artistique et culturel d'intérêt général. Lorsque nous nous lançons dans un opéra chansigné en langue des signes, beaucoup accueillent ce projet avec le sourire mais tous sont émus le jour de la première : nous comptons aujourd'hui de nombreux sourds et malentendants parmi notre

public d'opéra. Nous avons également été en mesure, grâce au soutien renforcé de la Drac, d'investir dans des gilets vibrants (SubPac) pour ce nouveau public qui était complètement exclu de l'opéra et de la musique classique. Si cette expérience a été très émotionnelle pour ceux et celles qui venaient dans ce lieu pour la première fois de leur vie, elle l'a été aussi pour le public assis à leurs côtés et pour l'équipe de l'Opéra Orchestre, en particulier pendant les visites du décor à l'entracte des représentations.

Ce qu'il reste à faire ? Il faut maintenant créer un espace supplémentaire d'échange et de travail, de collaboration et de co-construction, où nous puissions véritablement permettre au public de participer à l'élaboration du projet, un lieu où s'écrira notre récit commun. À Montpellier, nous y travaillons.

VALÉRIE CHEVALIER EN QUELQUES DATES

- 1982** : premier prix de chant au Conservatoire régional de Rouen.
- 1986** : lauréate de l'école d'art lyrique de l'Opéra national de Paris.
- 1990** : résidence aux États-Unis.
- 2000** : retour en France et création de l'agence Standing Ovation.
- 2005** : directrice de l'administration artistique à l'Opéra national de Lorraine.
- 2014** : directrice générale de l'Opéra Orchestre national Montpellier-Occitanie.