

POITIERS

Le CDN l'année prochaine

L'État et les collectivités confirment la nouvelle annoncée dans la plaquette de saison du centre dramatique régional Poitou-Charentes (CDPC) : tous les moyens seront mis en œuvre pour labelliser l'établissement centre dramatique national (CDN) au premier janvier 2012. L'hiver dernier, à peine annoncée la nomination d'Yves Beaunesne à la direction du CDR, les critiques fusaient de la Région Poitou-Charentes et de la Ville de Poitiers qui redoutaient un projet mettant moins l'accent sur les actions de diffusion et de médiation. La labellisation CDN était envisagée par les collectivités comme une solution de sortie de crise. Premier à saluer l'accord trouvé entre l'État et les collectivités, Yves Beaunesne souligne que le CDPC conservera une dimension territoriale forte tout en ayant plus de visibilité sur Poitiers (86) : «*L'appui de l'État correspond à environ 43% du budget. La hausse devrait être progressive pour arriver à 50 % en 2014*», précise-t-il. Par la suite, le CDPC compte sur un renforcement des crédits des tutelles, mais dans l'immédiat se pose la question d'un lieu, les activités du centre dramatique étant hébergées par plusieurs structures dont le TAP, scène nationale de Poitiers. La Ville souhaite la signature d'une convention entre le Centre socio-culturel de Beaulieu et le futur CDN pour un partage de la salle du quartier Beaulieu. ● T. L. R.

VAUCLUSE

Qui va gérer l'Auditorium du Thor ?

Le Théâtre de Cavaillon, scène nationale, est candidat à la gestion de l'Auditorium Jean Moulin, au Thor, répondant à l'appel à projets lancé par le département du Vaucluse au début de l'été. Autres noms circulants de candidats : l'association Arts vivants en Vaucluse et le centre culturel itinérant Éclats de scènes. Directeur de l'auditorium depuis 27 ans, Raymond Duffaut est amer : «*Nous avons pris connaissance de l'appel à projets après sa publication. À aucun moment le conseil d'administration, ni les salariés n'en ont été informés par le Département.*» La scène départementale proposait une programmation basée sur de nombreuses productions privées, ce qui ne correspond plus au schéma culturel départemental voté en début d'année. Pour l'auditorium, la collectivité souhaite une diffusion plus conséquente d'artistes locaux et une limitation du nombre de spectacles commerciaux, avec une baisse des tarifs. La scène nationale de Cavaillon avait été critiquée par les associations de musiques actuelles en 2010, alors qu'elle récupérait une partie des moyens attribués à l'ancienne SMAC le Grenier à sons pour élargir sa programmation musicale. «*Le théâtre fait partie des scènes nationales très surveillées par le ministère de la Culture. Pour nous, c'est une occasion fantastique d'envisager un autre développement budgétaire, afin d'assumer les missions de base d'une scène nationale*», défend Jean-Michel Gremillet, directeur du Théâtre de Cavaillon. Il assure une reprise des onze salariés de l'association actuellement gestionnaire de l'auditorium. L'annonce du projet retenu devrait avoir lieu fin octobre. «*Les choses sont ficelées d'avance*», lâche Raymond Duffaut, considérant qu'Arts vivants en Vaucluse et le Théâtre de Cavaillon partent favoris. L'hypothèse d'une gestion par ces deux structures pourrait être envisagée. «*Je pense que nous pourrions être des partenaires très complémentaires, Arts vivants en Vaucluse étant plus axé sur la médiation que sur la diffusion*», considère Jean-Michel Gremillet. ● T. L. R.

MUSIQUE

Comment le Barcelonais Sónar franchise son festival

Le festival barcelonais de musiques électroniques décline sa marque à l'international. Explications avec Georgia Taglietti, responsable des relations publiques.

Dans quelles conditions Sónar revient-il au Brésil en 2012 ?

La première édition de Sónar à São Paulo, en 2004, avait réuni 24 000 personnes. Nous en attendons 50 000 pour cette seconde édition, du 11 au 13 mai 2012. Ce sera notre plus gros événement après Sónar Barcelone (80 000 spectateurs). Nous coproduisons ce festival avec Dream Factory qui organise Rock in Rio, avec l'aide de l'Institut catalan des industries culturelles.

Pourquoi développer Sónar à l'international ?

Dans les années 2000, des promoteurs étrangers, des clubs ou des institutions trouvaient très novateur d'organiser un festival comme Sónar dans un centre d'art contemporain, en plein Barcelone. Le premier événement international était Sónar-Sound London au Royal Albert Hall, en 2002, la même année Sónar était à Lisbonne, Tokyo, Hambourg, puis New York, ou Chicago l'an passé. Depuis 2010, nous organisons un autre festival Sónar, en Galice, mais l'édition 2012 n'est pas encore en cours de négociation. Les Britanniques sont notre premier public à Barcelone, après les Espagnols. Nous n'avons pas d'autre projet.



Le Sónar, à Tokyo

Quels sont les termes de ces partenariats ?

Pour chaque festival, nous lançons une étude du marché et des espaces disponibles. Nous avons des indicateurs de tendances, grâce aux 2 000 professionnels qui viennent au SónarPro de Barcelone. Nous ne lançons jamais seuls un événement à l'étranger. Jusqu'à présent, nous n'étions pas coproducteurs, nous assurions seulement la direction artistique, les relations publiques et nous gérons l'image et l'aménagement des lieux. Mais nous avons trouvé un partenaire japonais, Beatink, pour le quatrième SónarSound Tokyo, et un partenaire pour Sónar au Brésil. La programmation se fait avec le promoteur local, elle nous permet de repérer des artistes régionaux qui seront présentés à Barcelone et de proposer des artistes catalans. C'est le promoteur local qui paye les artistes, il reverse à Advanced Music des royalties, non pas sur la billetterie, mais sur la valeur de la marque Sónar et du marché local. ●

PROPOS RECUEILLIS PAR NICOLAS DAMBRE

Live Nation avec Universal

Universal Music Group et Live Nation Entertainment créent une *joint venture* pour le management d'artistes, dont Live Nation détiendra 51% des parts. Cette entité réunira les sociétés d'Universal (Trinifold, Sanctuary, 5B, Twenty First Artists) et Front Line Management, propriété de Live Nation Entertainment. Chaque société gardera son nom et son indépendance. Cette opération facilitera des campagnes mondiales de marketing. Live Nation devrait ainsi plus facilement lier la vente de musique à celle de billets de concerts, en offrant des contenus exclusifs aux spectateurs ou des places en prévente aux acheteurs de musique. ●