

En rase campagne

C'était l'été. Les vacances... J'avais oublié à quel point cela fait du bien de voir du paysage, de quitter ses habitudes en dormant sous le soleil les pieds dans l'eau ; combien le temps passe vite à ne rien faire ; combien aussi le choc du retour peut être violent...

Je débarquais gare du Midi, aussitôt confronté à une foule de gens stressés, pauvreté, trafic, pollution, terrains vagues et bureaux. Il me fallut à peine quelques minutes pour perdre le bénéfice de plusieurs semaines passées au grand air de la campagne. La ville prend vite le dessus. D'autant qu'ici, une autre campagne battait son plein. Dans un pays où le compromis est le maître mot dans la formation des gouvernements, les élections communales constituent le climax de notre vie démocratique. Air bien connu. C'est le moment où les candidats sont partout, en rue, sur les terrasses, les marchés, serrant des mains, à l'écoute des citoyens.

Des centaines d'affiches s'épalaient ainsi dans l'espace public. Rien de neuf à première vue, une sorte de concours géant de poses ratées et de sourires faussement spontanés. Certaines têtes me semblaient tellement familières que je compris avoir déjà vu ces mêmes photos : il est des candidats immuables, j'en soupçonne même certains de rajeunir tous les 6 ans.

En traversant plusieurs quartiers, je voyais ces noms et ces visages défiler et parfois changer d'une rue à l'autre, signe que je venais de franchir la frontière entre deux communes ou de traverser un quartier immigré dans lequel les partis misaient sur un vote ethnique en poussant des candidats issus de telle ou telle communauté, qui avaient hérité le plus souvent d'une place non éligible. Parmi les centaines de commerces qui avaient accepté d'exhiber des affiches à leur vitrine, combien l'avaient fait par conviction ou pour éviter de se faire mal voir par les élus ou futurs élus locaux ?

J'étais frappé par l'absence quasi totale de contenu politique. Il est vrai qu'enjeux, programmes, idées et propositions ont rarement une place prépondérante dans ce type de campagne. Cette fois pourtant, même les slogans avaient quasiment disparus, remplacés tantôt par un mauvais jeu de mots, une phrase vide de sens ou par le néant absolu. « *Je pousse la liste* », annonçait ainsi une candidate non sans une certaine fierté. « *Je ne suis pas un politique, je suis comme vous* », précisait un de ses collègues tandis que d'autres évoquaient propreté, engagement, vision, confiance ou avenir, sans donner plus de précisions sur ces professions de foi qui n'engagent pas à grand chose et sur lesquelles nous n'aurons de toute façon plus aucun contrôle une fois le vote passé.

Rentrant chez moi, je découvrais une pile de prospectus électoraux débordant de ma boîte-aux-lettres. En mon absence, aucun parti n'avait respecté mon refus clairement indiqué d'y recevoir de la publicité. Peut-être ne s'étaient-ils pas sentis concernés par la consigne. Leurs brochures tenaient pourtant plus du marketing que de messages d'intérêt général ou de programmes politiques. En grimant l'escalier, je me fit la réflexion que les intitulés des partis demeuraient les derniers véritables signes distinctifs en politique. Je me ravisais aussi vite : au fond, en quoi est-il contradictoire d'être démocrate et socialiste, réformateur et écolo, francophone et humaniste, etc...? Que recouvrent encore de tels étandards ?

Songeant que si le débat politique n'existait pas dans l'espace public il devait bien se nicher dans les médias, je décidais de prendre la température de la campagne sur internet. Je découvrais dans ma boîte mail le lien vers une émission télé sur Walking Madou, un tronçon de la chaussée de Louvain devenu provisoirement piéton. Dans le sujet,

une ministre bruxelloise s'extasiait sur un urbaniste « *tellement créatif* » qu'il avait eu l'idée de repeindre la rue en jaune. Le présentateur, passant son bras sur l'épaule du prodige, lui demanda pourquoi ce choix... puis se reprit, affirmant connaître la réponse : « *c'est la seule couleur qui n'est pas prise par un parti politique* ». Je vis dans cette phrase le signe d'un refus bien ancré dans les médias francophones de donner du crédit à ce qui s'écarte des piliers de la politique belge. Car si le jaune n'est effectivement associé à aucun des partis traditionnels, il est par contre largement utilisé par des partis nationalistes flamands, parmi lesquels le principal faiseur de voix du pays. Mais pour certains, des couleurs il n'y en a que quatre, ce sont celles des totems que la SNCB plante à l'entrée des grandes gares du pays. Le reste n'existe pas. Or si le plus grand parti du pays n'est dans l'esprit des éditorialistes qu'un accident ou une parenthèse de l'histoire, comment de petites formations se présentant aux élections locales pourraient-elles prétendre bénéficier de meilleur traitement ? Lorsqu'un peu d'espace médiatique leur est consacré, c'est pour se faire traiter de farfelues et voir leur programme moqué. Et lorsqu'elles émanent de communautés immigrées, grands partis et grands médias s'accordent pour leur jeter le discrédit, tant elles correspondent peu à ce qui est attendu d'elles.

Quelques jours plus tard, j'achetais le journal... Le grand quotidien qui se lève, titrait : « *A Bruxelles, plus d'un bourgmestre sur deux sera réélu* ». Je me demandais à quoi bon aller voter s'il connaissait déjà les résultats, mais je reconnaissais la réalité des baronnies. Certains bourgmestres ont même pu conserver leur poste jusqu'à leur mort. L'exercice du pouvoir est une profession réservée à ceux qui veulent y faire carrière. Dans un tel système, certaines pratiques exercées pour obtenir des voix, accéder ou se maintenir au pouvoir sont forcément peu vertueuses. La presse bruxelloise, si prompte à donner des leçons de morale et à dénoncer les dérives de la démocratie représentative en Wallonie ou ailleurs, semblait pourtant ne pas voir les pratiques ayant cours sous ses yeux.

Bruxelles est sans doute une exception... La preuve ? Au lendemain des élections, contre toute attente, plusieurs barons sont tombés. Sous le coup d'une opposition féroce ou d'un grand débat d'idées ? Non. Plus prosaïquement, leurs alliés d'hier, avec lesquels ils avaient parfois conclu des accords secrets, se sont retournés avec d'autres... avec qui ils avaient parfois passé d'autres accords. Ces renversements inattendus n'ont pas uniquement démontré l'obsession des candidats à se hisser au pouvoir : ils n'avaient souvent aucun rapport avec la mise en place d'alliances politiques cohérentes, voire relevaient de stratégies ou de vengeance extra-locales. Rageant du parachutage raté d'une des leurs dans telle commune, les uns le faisaient payer aux autres dans telle autre coalition, avant d'être renversés en retour dans telle autre circonscription, etc. A ce petit jeu, même les partis se revendiquant d'une éthique politique ont montré leur capacité à être aussi vicieux que les autres. Quant aux médias, tout affairés à traquer les invectives et les coups bas, ils en ont presque occulté des sujets sur lesquels il aurait peut-être été utile de méditer, comme le taux d'abstention : 17 % à Bruxelles...

Seul sujet de réjouissement : la campagne est finie. C'est déjà ça. Jusqu'au bout, elle aura un moment de dépolitisation généralisée, vidant de sa substance l'idée même du mandat et de la délégation de pouvoir. Elle a au moins eu le mérite de rappeler que faire de la politique ce n'est pas voter sur de vagues promesses. C'est se mobiliser, résister, proposer, créer, inventer d'autres modes de délibération, de concertation et de décision...

Mais nous voilà avec de nouveaux élus qui vont nous représenter pour 6 ans, grâce à la relation de confiance qu'ils ont nouée avec nous. Le modèle représentatif a une nouvelle fois montré son efficacité. Habitants, collectifs, associations, militants : les urnes ont parlé ! Nous pourrions désormais participer dans les espaces prévus à cet effet. Au-

delà de cette limite, nos actions et nos revendications seront toujours confrontées à l'argument suprême de la légitimité du suffrage universel. Jusqu'à la prochaine campagne...

- Gwenaël Breës

Article paru dans le n°4 de « [Kairos](#), journal antiproductiviste pour une société décente ».

Multiplex, lies & video games

Dans **l'éditorial** de son précédent programme, le Nova manifestait son soutien au Cinéma Arenberg face à la menace de son éviction. Aujourd'hui, malgré une pétition qui a recueilli plus de 36.000 signataires, l'Arenberg devra vraisemblablement fermer d'ici la fin de l'année. Même si les jeux semblent faits, il paraît important de revenir sur cette saga.

A quoi avons-nous assisté ces derniers mois ? Non pas à la naissance d'un projet de cinéma cherchant une complémentarité avec les salles bruxelloises existantes. Mais à une sorte d'OPA hostile orchestrée par un consortium privé, créé de toutes pièces pour l'occasion et dont l'ambition a été dès le départ de mettre fin à l'Arenberg. Leur enjeu ? « Moderniser » ce cinéma, en éjecter l'équipe... tout en tentant de capturer certains pans de sa programmation, son public et ses subsides !

Les actionnaires de ce projet franco-belge intitulé « Galeries » (et dont fait partie la société propriétaire de la salle) ont exprimé publiquement leur « gratitude » à l'Arenberg pour la qualité de la programmation menée depuis près de 25 ans. En pratique, ils ont pourtant tout fait pour que l'équipe évincée n'ait aucune possibilité de retomber sur ses pieds. Leur seul mérite est d'avoir fait preuve d'une habileté juridique manifeste, de certaines relations politiques et d'une incontestable capacité à communiquer. Les efforts déployés pour justifier l'éviction de l'Arenberg ont ainsi joué sur une argumentation fluctuante mais toujours en véhiculant un discours qui, si on n'y prend garde, pourrait créer de dangereux précédents.

La fin des salles de cinéma ?

Ainsi, les attaques sur le « manque de vision » de l'Arenberg ont porté l'idée qu'en dehors d'une ouverture aux « arts numériques », il n'y aurait point de salut pour les salles de cinéma. Nos experts en marketing se sont toutefois bien gardé de préciser où se situe la frontière entre « cultures » et « produits culturels » dans leur vision de la nébuleuse digitale.

Par ailleurs, c'est la baisse de fréquentation de l'Arenberg qui a été ciblée. Démagogiquement. Car comment ignorer l'érosion généralisée du public face à la diversification des moyens de diffusion (films à la demande, télévision, DVD, téléchargement en ligne...) ? Une situation à laquelle sont confrontés tous les cinémas d'art et essai, et qui rend leur survie encore plus improbable sans un soutien accru des pouvoirs publics.

Il fut un temps pas si lointain où le cinéma était exclusivement considéré comme un

secteur marchand devant générer sa propre rentabilité. En Belgique, c'est assez récemment qu'ont été initiées des politiques de soutien aux salles d'art et essai. Mais elles restent largement sous-financées et sans réelles cohérences. Or, si l'on considère important de maintenir l'existence des salles obscures - parce qu'elles permettent à l'art cinématographique de rester une expérience collective qui se partage sur grand écran -, un soutien significatif et très rapide des pouvoirs publics est indispensable. Surtout pour les salles dont l'économie est aujourd'hui la plus précaire, celles qui privilégient une approche non industrielle et la découverte d'une diversité de films parfois artisanaux, fragiles et non soumis au formatage marchand... Mais pour ce faire, il faut absolument remettre en question la hiérarchie entre disciplines instaurée et bien ancrée dans les politiques culturelles en Belgique : celle qui permet de reprocher à un cinéma de n'être pas suffisamment rentable, alors que la même exigence ne serait jamais adressée à un théâtre ou à une compagnie de danse.

En ce sens, le silence des politiques sur les mésaventures de l'Arenberg et leur position ambiguë envers le projet « Galeries » sont des signaux inquiétants. Ils s'inscrivent dans une tendance plus large des pouvoirs publics à se défaire de leurs missions de base, se distanciant de la philosophie des associations sans but lucratif pour lui préférer un modèle économique qui favorise l'implication du secteur privé, c'est-à-dire de capitaux dont l'objectif premier est d'engranger des dividendes. Et c'est bien de cela dont il s'agit ici, les principaux actionnaires de « Galeries » étant des sociétés françaises expertes en « culture stratégique », en « business development » et en jeux vidéo. Après avoir fait main basse sur l'Arenberg, ces entrepreneurs ont pour objectif d'y transplanter leur modèle économique : celui de « l'ingénierie culturelle » et du partenariat public-privé.

De l'art du copié-collé...

Au Nova, on pense que la fin ne justifie pas les moyens. On ne peut donc que réprover les procédés utilisés par les « Galeries ». On se permet également d'être sceptiques sur les réelles intentions de ce projet. Etre vigilants, c'est jouer notre rôle élémentaire d'éducation permanente. On préfère ainsi juger le futur « pôle cinéma et arts numériques » sur pièces, lorsqu'il ne sera plus seulement un objet de communication.

Cette affaire est en effet symptomatique d'une époque dominée par les techniques de communication de masse, où les slogans et concepts creux l'emportent souvent sur l'analyse des faits. Les agences de communications mobilisées par « Galeries » ont parfaitement su « ringardiser » leur adversaire et vendre leur projet, tantôt à la sauce de la culture populaire et de l'éducation permanente, tantôt sous l'angle de la culture d'élite et du marketing urbain. L'aisance avec laquelle ces grands manitous de la comm' ont annoncé une surenchère d'activités en tous genres (matinées scolaires au « créative store », « terrain de jeux », cafés pédagogiques, application wi-fi, « film + lunch », master classes, bar de nuit, cinéma belge, nouvelles technologies, édition d'un magazine, ateliers enfants, événements, débats, films d'art, festivals, avant-premières, séances nocturnes, films de genres, cycles thématiques, rétrospectives, expos, résidences, etc.) n'a d'égal que l'absence d'interrogations dans le chef de la presse et des pouvoirs publics. Dans une belle unanimité, ceux-ci ne semblent pas se poser de questions sur le sens de ce grand copié-collé, ni sur la faisabilité d'un tel patchwork de promesses, ni même sur ce qui va réellement en rester à l'usage.

Au contraire, la presse n'a fait preuve d'aucun esprit critique et n'a pas joué son rôle de mise en contexte et d'investigation. Elle s'est contentée de relayer sans réflexion le message artificiel de professionnels du merchandising. La conférence de presse de lancement de « Galeries » était très éloquente à cet égard : pas un journaliste n'y a posé une seule question...

L'Arenberg menacé par la «culture 2.0»

Étrange paradoxe. Au moment même où le Nova fêtera ses 15 ans d'existence, le Cinéma Arenberg devra définitivement fermer ses portes. C'est du moins la menace très précise qui pèse sur lui.

On se souvient que ce cinéma avait repris à la fin des années 70 la salle du n°3 rue d'Arenberg, vouée depuis longtemps déjà à l'art et essai. En 1987, la KredietBank l'en avait chassé pour agrandir ses bureaux... ce qu'elle ne fit d'ailleurs jamais, préférant finalement construire une sorte de château fort des temps modernes le long du canal, près de la place Saintelette. En 1997, après 10 années passées à servir d'entrepôt de vieux meubles, le n°3 de la rue d'Arenberg retrouvait heureusement la lumière des projecteurs, avec l'ouverture d'un nouveau cinéma : le Nova était né. Mais ça, c'est une autre histoire...

Le Cinéma Arenberg, lui, avait entretemps trouvé refuge dans les Galeries de la Reine. Depuis lors, il continue coûte que coûte à y programmer des films d'auteurs et à défendre une vision culturelle du cinéma. Une programmation à laquelle on peut parfois reprocher un certain manque d'audace mais qui est aujourd'hui unique à Bruxelles. Depuis plusieurs années, son équipe alerte les pouvoirs publics sur les difficultés qu'elle rencontre. Les réalités de la distribution cinématographique en Belgique étant ce qu'elles sont, l'Arenberg n'a vu qu'une seule issue pour maintenir son activité : augmenter le nombre de ses salles, afin de pouvoir programmer davantage de films et d'en maintenir certains plus longtemps à l'affiche. Après moult rebondissements, un premier projet d'agrandissement du cinéma tomba à l'eau. Aujourd'hui, l'équipe de l'Arenberg espère voir aboutir la construction d'un complexe sur le site des anciennes brasseries Wielemans-Ceuppens à Forest. Mais ce projet est encore hypothétique et n'enlève rien à l'intérêt de garder un tel cinéma dans le centre-ville.

Or voilà que la Société des Galeries Royales Saint-Hubert, propriétaire de la salle, a récemment annoncé qu'elle ne renouvelerait pas son bail. Pour quelle raison ? L'Arenberg est en retard de paiement de loyers. Mais surtout, c'est « son manque de vision pour le futur » qui lui est reproché. Il paraît que l'arrivée de Finasucre (groupe appartenant à la famille Lippens, l'une des plus riches de Belgique, active notamment dans la finance, l'immobilier, le sucre et la politique) dans l'actionariat de la Société des Galeries ne serait pas étrangère à cette décision. L'idée est de « redynamiser » l'Arenberg. Pour ce faire, un curieux consortium entre un producteur spécialisé dans les films d'exploration du monde, l'ancien échevin de la culture de Bruxelles-Ville Henri Simons, deux petits capitaines d'entreprises français et un yuppie des jeux vidéos, a été réuni pour lancer un projet « plus moderne » dans l'Arenberg et d'autres espaces des Galeries. Cette fine équipe, aidée de communicants habitués à servir des grands capitaux et des pouvoirs publics français, veut nous convaincre que l'Arenberg serait devenu résolument ringard, alors que leur « projet culturel 2.0 » serait porteur d'une vision plus « jeune », « attractive » et tournée vers l'avenir. Leur plan comm' annonce la continuation du travail culturel et pédagogique mené actuellement (en piquant au passage certaines activités de l'Arenberg, peut-être son nom, si possible son public, et surtout ses subsides publics), tout en « l'augmentant » pour en faire un « pôle » mélangeant cinéma, arts numériques, 3D, films à la demande, jeux vidéo et wi-fi, le tout flanqué d'un « concept store »...

Alors, bientôt à Bruxelles un endroit où l'on pourra voir un Dardenne en 3D, un Kaurismäki en cinéma virtuel transmis par wi-fi, tout en twittant ou en achetant la dernière Play Station, avant d'aller se faire une petite partie de Wii ? C'est étrange, on a du mal à croire une seule seconde dans les promesses culturelles et cinématographiques de ce projet. Quant à sa dimension économique, on imagine bien que ces experts en marketing et dans l'air du temps ont quelques capitaux en réserve. Mais si on était mauvaise langue on rappellerait l'aventure pour le moins furtive du « Cyber Théâtre Avenue », dont le projet de théâtre numérique dura à peine quelques mois. L'une des principales différences entre ces deux projets n'est pas des moindres, elle est éthique : le Cyber Théâtre voulait faire revivre une ancienne salle de cinéma à l'abandon... il ne menaçait pas l'existence d'un cinéma en activité.

Au Nova, il nous est arrivé d'être critiques par rapport à la programmation ou à la gestion de l'Arenberg. Par ailleurs, nous nous souviendrons toujours qu'à nos débuts nous avons pu compter sur un soutien important de la Société des Galeries Saint-Hubert et d'Henri Simons, qui était alors Échevin de la culture. Mais à nos yeux, aujourd'hui, il n'y a pas photo : le projet qu'ils défendent est hasardeux et favorise l'uniformisation et la marchandisation culturelle. L'Arenberg doit être soutenu et non exclu. Lui reprocher un prétendu « manque de vision pour le futur » est un bien mauvais argument. Revendiquer la transformation d'un cinéma au motif qu'il ne diffuse « que » des films, cela revient à vouloir fermer tous les cinémas de la ville. S'il existe vraiment à Bruxelles un besoin de nouveaux lieux s'intéressant plus spécifiquement aux arts numériques, il n'y a aucune raison de le faire aux dépens d'une salle dédiée au cinéma, d'une équipe qui a fait ses preuves, d'un patrimoine et d'une histoire de plus de 30 ans.

- Éditorial du programme n°126 du [Cinéma Nova](#)

Le CSA confisqué

Ce n'est pas le genre de nouvelle sur laquelle s'étend le journal télévisé : alors que la majorité PS-CDH négocie en ce moment le renouvellement du Bureau du Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), sa présidente, Evelyne Lentzen, est en passe d'être « débarquée ». Le Gouvernement, et à travers lui le Parti Socialiste, lui reprocherait une attitude « trop indépendante » ! La tentation de « mettre au pas » l'organe de régulation de l'audiovisuel est manifestement très forte...

C'est le Gouvernement de la Communauté française qui est chargé de nommer, tous les 5 ans, les membres du Bureau : un président et trois vice-présidents, sans l'aval desquels rien ne se décide au CSA. Ces postes sont « étiquetés » politiquement et distribués entre partis en fonction du résultat sorti des urnes.

Et aujourd'hui, les principes que le CSA est censé faire respecter dans l'univers de l'audiovisuel – à savoir la diversité, l'éthique, l'indépendance, ou encore la pluralité des tendances idéologiques et philosophiques – semblent moins que jamais prioritaires lorsqu'il s'agit de composer ses propres instances dirigeantes.

Il est vrai que le CSA, ces derniers mois, s'est illustré par des décisions fort peu agréables pour certains grands opérateurs. En tête de ceux-ci : la RTBF, qui n'a pas apprécié l'intervention du régulateur dans la négociation de son contrat de gestion particulièrement pro-publicitaire. Et RTL-TVi, en conflit ouvert avec le CSA depuis sa

« délocalisation » au Luxembourg (RTL-TVi s'est notamment vu infliger une amende record de 500.000 euros dans ce cadre, toujours impayée actuellement).

En quelque sorte, même si son bilan n'est pas parfait, la direction du CSA paie le prix de son bon travail : avoir "simplement" privilégié l'indépendance de son institution, à l'inverse d'une logique partitocratique.

Trop indépendant, donc, le CSA... mais de quoi parle-t-on, au juste ?

Le CSA est, comme la Loi l'indique, une autorité administrative indépendante, c'est-à-dire un organe administratif qui ne dépend pas de la Ministre de l'audiovisuel, au contraire du reste de l'administration.

Partout en Europe, on installe de tels organes indépendants pour réguler divers secteurs sensibles (télécoms, médias, mais aussi énergie), afin d'éviter autant que possible les conflits d'intérêts et garantir le fonctionnement démocratique des institutions.

Le cas de l'audiovisuel est particulier en ce sens qu'il est le lieu de combats politiques féroces : on sait l'importance cruciale qu'a prise « la com' » dans nos démocraties. Les élus, avides d'accès aux grands médias pour entretenir leur notoriété, sont tentés de faire montre de complaisance pour gagner ou garder les faveurs de tel ou tel organe médiatique. En témoignent, par exemple, les récentes adaptations à la Loi en vue d'assouplir les règles relatives aux pratiques publicitaires en télévision, notamment le plafond des recettes publicitaires de la RTBF que la majorité a fait sauter, en totale contradiction avec les promesses pré-électorales des deux partis qui la composent.

C'est pour cette raison que la mission de contrôler les radios et les télévisions est confiée à un régulateur autonome, sorte « d'empêcheur de tourner en rond » conçu pour faire respecter le droit de l'audiovisuel, et pas aux décideurs politiques qui sont par définition susceptibles d'entrer en conflit d'intérêts.

L'indépendance de l'organe de contrôle est donc une condition absolument nécessaire pour protéger l'intérêt général. Téléguidé par des élus ou des partis, il serait incapable d'assurer la défense des usagers et de garantir la diversité du paysage audiovisuel face aux appétits sans scrupules et aux délires mégalomanes de l'industrie médiatico-publicitaire.

Il s'agit là d'enjeux démocratiques très concrets et bien réels, au coeur desquels le principe d'indépendance constitue un garde-fou essentiel.

La reprise en main annoncée du CSA est donc une mauvaise nouvelle pour ceux que cette institution a la mission de défendre : le public, les opérateurs audiovisuels de moindre taille, dont les radios d'expression, les télévisions locales, mais aussi les journalistes, les producteurs indépendants, les auteurs, les artistes belges, le monde culturel, le jeune public, les sourds et malentendants...

Du côté de l'industrie des médias, on se frotte les mains.

Pour les grands opérateurs qui dominent le secteur, le CSA est un obstacle. Il leur est en effet plus simple de négocier directement avec les partis au pouvoir, trop heureux de voir les médias venir leur manger dans la main. Un jeu de donnant-donnant dans lequel, s'il venait à être « bétonné », le CSA sera réduit à jouer les « presse-boutons » du PS et du CDH et à user de beaucoup de créativité pour faire entrer dans le cadre légal les petits arrangements de la majorité, mais aussi à fournir un alibi « d'indépendance »

derrière lequel les politiques pourraient toujours se retrancher. Inutile de souligner qu'il s'agirait là d'une confiscation intolérable aux yeux de tout démocrate qui se respecte.

Certains l'ont bien compris, et une proposition de modification de la procédure de désignation du Bureau du CSA est d'ores et déjà sur la table du Parlement. Il est encore temps d'organiser cette nomination sur des bases transparentes et objectives, afin de renforcer l'indépendance du CSA voulue par le législateur... et par la Ministre Laanan elle-même, si l'on en croit la déclaration qu'elle vient de faire au Parlement.

• Carte blanche parue dans « Le Soir » du 17 octobre 2007. **Signataires** : Philippe Andrienne (Ligue des Familles), Atelier de Création Sonore Radiophonique (ACSR), Hervé Brindel (GSARA), Cinéma Nova (Bruxelles), Jean-Marie Coen (Attac Wallonie-Bruxelles), Michel Clarembeaux (directeur du Centre Audiovisuel Liège), Michel Collon (écrivain et journaliste), Christine Declercq (Radio Libellule, Comines-Warneton), Jean-Marie Dermagne (bâtonnier du Barreau de Dinant, directeur du service de recherche en droit de l'enseignement-UCL), Irvic D'Olivier (Silenceradio.org), Jean Flinker (enseignant, membre d'Attac-Bruxelles), Nadia Geerts (auteur), Roland Gossens (scénariste et dessinateur, « Le Scrameustache »), Grappe (Groupe de réflexion et d'Action Pour une Politique Ecologique), Théo Hachez (membre du Collège d'avis du CSA), William Henne (Zorobabel – La 5e Couche), Bernard Hennebert (Consofoisirs.be), Nico Hirtt (Appel pour une école démocratique), Kanar (dessinateur de presse), Bernard Legros (enseignant et essayiste), Jacques Liesenborghs (ancien vice-président de la RTBF), Frédéric Linsmeau (Secrétaire de l'Ecole Provinciale de Sciences administratives – Région liègeoise), Jean-Michel Loré (membre du Collège d'avis du CSA), Philippe Moins (directeur artistique Anima), Henriette Michaux (enseignante à l'institut supérieur d'Architecture Lambert Lombard à Liège), Catherine Montondo (cinéaste), Catherine Morenville (journaliste), Marc Moulin (compositeur – auteur), Jacques Paradoms (écrivain et chroniqueur littéraire), Radio 48FM (Liège), Radio Air Libre (Bruxelles), Radio Campus (Bruxelles), Radio OSR (Soignies), Radio Panik (Bruxelles), Radio qui chifel (Mouscron), Radio UMH (Mons), Respire (groupe de réflexion et d'action pour libérer l'espace public de la publicité commerciale), Pierre-Paul Renders (cinéaste, vice-président de l'ARRF, Association des Réalisateurs et Réalisatrices de Films), Jean-Yves Saliez (Inter-Environnement Wallonie, fédération des associations environnementales), François Schreuer (journaliste), Edgar Szoc (journaliste), Olivier Taymans (journaliste), Clément Triboulet (clown, chargé de cours dans les Ecoles Supérieures d'Art Dramatique de Sevilla), Alain Thonon (responsable service d'aide aux jeunes), Georges Trussart (ancien Sénateur), Joelle van den Berg (Réseau IDée, Information et Diffusion en éducation à l'environnement), Dan Van Raemdonck (professeur à l'ULB), Marie-Noëlle Vroonen (La Meute), Paul Wattecamps (concepteur de Télévision du Monde), Michel Wautot (Hommes et Patrimoine)

Le CSA fête ses 10 ans, loin des usagers et des médias associatifs

Pour fêter ses 10 années d'existence, le *Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA)* de la *Communauté française de Belgique* organisait le 21 septembre dernier un colloque sur « *Les nouvelles frontières de la radiodiffusion* ». Un terme un peu dépassé pour un concept qui intègre bien plus que la radio ou la télévision, et pose des questions sur les nouveaux et futurs modes de diffusion de contenus audiovisuels, via le numérique, l'internet ou encore la téléphonie. Le colloque du CSA voulait questionner « les

innovations technologiques, l'évolution du marché, les nouvelles habitudes de consommation et le repositionnement des acteurs » qui ont « *profondément bouleversé le paysage audiovisuel* » ces 10 dernières années. Un questionnement d'autant plus actuel que la *Communauté française* est appelée à transposer en droit interne, d'ici fin 2009, une nouvelle directive européenne sur les services de médias audiovisuels [1]. Il était donc assez intéressant que l'organe de régulation de la *Communauté française* profite de l'occasion pour mettre ces questions en débat. Alors, « *régulation* », « *co-régulation* » ou « *auto-régulation* » ? À en croire le cynisme ambiant et les perspectives européennes, les marchands de « *temps de cerveau humain disponible* » [2] ont de beaux jours devant eux...

En pénétrant dans l'ambiance feutrée de l'ancienne *Bibliothèque Solvay*, devenue un lieu de réceptions et de séminaires huppés apprécié des lobbyies (notamment pour sa proximité immédiate avec le Parlement européen) et des compagnies multinationales, on est tout de suite frappé par l'homogénéité du public. Le colloque, accessible sur invitation et qui affiche complet depuis plusieurs jours, a attiré un public composé essentiellement de professionnels, représentants de médias privés, juristes, cabinets de consultance, auxquels se mélangent quelques observateurs extérieurs. Il est remarquable de constater que les travailleurs du service public sont absents. Et qu'à l'exception de quelques (ex) cabinettards, aucun politique ne s'est déplacé : ni la Ministre de l'Audiovisuel, ni un seul parlementaire. Il en va de même pour le monde socio-culturel, les associations d'usagers, dont on peut douter qu'ils aient été invités.

Ce n'est pas la tonalité dominante des discours tenus tout au long du colloque, ni la composition des trois panels proposés, qui permettront de démentir cette impression de confinement. Nous sommes à l'intérieur d'un monde fermé, dans un dispositif plus propice au corporatisme qu'à un réel débat public. Ici, on ne parle pas de citoyens, ni même de spectateurs, on dit : « *consommateurs* ». « *Le marché* » est au coeur des débats, la notion d'espace public n'est jamais évoquée.

L'intervention de la Commissaire européenne Viviane Reding, s'affichant comme garante du libre marché, du libre marché et encore du libre marché, ne dénote pas dans ce contexte. Vantant les mérites de sa nouvelle directive – dont l'adoption définitive est prévue en novembre et qui assouplit sensiblement le cadre réglementaire notamment en termes de publicité – Mme Reding plaide pour que les Etats membres la transposent en droit national avec une « *light hand* » (« main légère »). « *Je demande aux Etats membres de ne pas surcharger la barque réglementaire* », tient-elle à préciser.

Quelle place pour les médias « du troisième type » ?

Le CSA m'avait demandé de prendre part à un débat intitulé : « *Quelle réglementation pour les services linéaires et non linéaires ?* » Le sous-titre, étayé par une note de préparation de 20 pages, spécifiait les questions qui seraient abordées : « *autorisation, transparence et pluralisme, diversité culturelle...* ». J'étais invité à la fois en tant que membre de *Radio Panik* [3], l'une des radios d'expression que compte encore la Communauté française, et pour mon expérience au sein du *Cinéma Nova* [4], où nous nous intéressons depuis des années à l'essor de télévisions « citoyennes », « communautaires », « locales » (mais pas sur le modèle qu'on connaît en Belgique), « de quartiers », aux quatre coins du monde. Un phénomène qui s'avère quasi inexistant en Belgique, essentiellement pour des raisons législatives et non technologiques.

J'avais donc l'intention d'extrapoler l'exemple des radios associatives (et, dans une moindre mesure, celui des ateliers de production qui existent dans le champ de la création sonore et du cinéma) aux domaines de la télévision, de l'internet et du

numérique. L'exercice est intéressant pour défendre l'idée d'un « tiers secteur audiovisuel » [5], associatif et non marchand, qui soit soumis à des critères et à des dispositifs distincts de ceux prévus pour les médias publics et commerciaux. Un raisonnement d'une grande simplicité, puisqu'il se résume à étendre à l'audiovisuel le principe, si cher aux yeux de la *Communauté française*, de la « démocratie culturelle ». Mais une logique qui n'est pas dans l'air du temps, car elle invite à réfléchir sous l'angle de l'espace public et affirme la prépondérance du politique – absent du colloque – sur le marché et sur les questions technologiques.

Permettre l'émergence et soutenir l'existence de médias dits « du troisième type », non régis par le marché ni dépendants du politique, serait un acte cohérent avec les politiques culturelles de la Communauté française : démocratie culturelle, démocratie participative, démocratisation de la culture, éducation permanente... Face aux phénomènes de concentration de l'industrie des médias, du divertissement et de la communication, et alors que le service public s'est converti à la concurrence de marché et ne compte même plus remplir ses missions premières, il s'agit de préserver et de créer des espaces de liberté, d'expérimentation, de créativité ; des médias qui réinvestissent l'aspect local, échappent au formatage du langage et des formats audiovisuels, refusent la publicité, permettent une appropriation « citoyenne » et une éducation critique des médias, privilégient l'expression de catégories de la population qui en sont habituellement privées...

Ce ne sont pas de nouvelles technologies qui rendront possibles l'avènement de tels médias, c'est la volonté politique [6] : adaptations décrétales et mise en place de dispositifs de soutiens, par exemple en faisant contribuer techniquement ou financièrement les éditeurs, diffuseurs et opérateurs commerciaux. Notons d'ailleurs que certaines évolutions technologiques, si elles ne sont pas encadrées judicieusement, vont désavantager et menacer les médias associatifs existants – à cause des coûts d'équipement ou de la nécessité de passer par l'intermédiaire d'opérateurs privés pour la diffusion. À moins, bien sûr, que la réglementation ne prenne en compte cette dimension... Or les réglementations européennes ignorent la possibilité que de tels éditeurs de service soient habilités à produire et à diffuser des contenus, nécessitant donc un traitement législatif adapté. Est-ce par incompatibilité avec la vision européenne de la libre concurrence ? Si c'est réellement le cas, on dira adieu à terme à une série de spécificités des politiques culturelle ou audiovisuelle de la Communauté française : les ateliers de production et de création, les aides à la production, le subventionnement des cinémas d'art et essai ou encore celui, tant promis et toujours pas existant, des radios associatives...

Le Martien de service

Tout en écoutant le premier panel, animé par un membre d'un cabinet international spécialisé en droit de la concurrence ; en assistant aux circonvolutions de Jean-Paul Philippot (administrateur-général de la *RTBF*) demandant « du pragmatisme » et « un peu d'humilité dans le chef de la Communauté française » ; ou encore à la déclaration de François Le Hodey (administrateur délégué d'*IPM* qui édite notamment *La Libre Belgique* et *La Dernière Heure*), expliquant que son principal métier c'est désormais l'internet... la raison de ma présence devenait claire. Il s'agissait d'offrir au second panel ce que le représentant des télévisions communautaires (*RTC-Télé Liège*) offrait à celui-ci : un appareil de pluralisme, un improbable rôle de figurant. Le Martien de service...

Le CSA a aussi choisi de confier la modération du second panel à un représentant du monde juridique. C'est Agnès Maqua, membre de *Koan* [7], un cabinet spécialisé dans les stratégies légales et travaillant pour le compte de grands groupes de communication, médias généralistes et agences de publicité. La mise en contexte est néanmoins confiée à

un membre du CSA, qui pose certaines questions notamment sur les dangers de la concentration médiatique (par exemple, le groupe RTL, qui appartient à Bertelsmann – premier groupe européen de communication et le quatrième au niveau mondial –, possède lui-même deux réseaux radio en *Communauté française* : BelRTL et Radio Contact, sans compter Mint et Fun Radio) et de l'apparition de positions dominantes chez les opérateurs (Belgacom est à la fois éditeur, diffuseur et opérateur technique). Des questions qui ne trouveront aucun écho dans la discussion.

Le tour de table se focalise sur les stratégies des pointures qui ont fait l'honneur de leur présence : Jérôme de Béthune, qui remplace l'administrateur délégué de TVi Philippe Delusinne ; Jean-Charles De Keyser, vice-président de Belgacom TV et patron de Skynet, venu remplacer Didier Bellens ; et dans une moindre mesure Jean-Louis Blanchard, remplaçant pour sa part le Secrétaire général de la *Communauté française* Henry Ingberg.

D'emblée, « Agnès » est à tu et à toi avec « Jean-Charles » et « Jérôme ». Je remarque que ce dernier, assis à mes côtés, lit des réponses pré-écrites. Il a bénéficié d'un petit traitement de faveur : les questions posées par Agnès Maqua lui ont été communiquées à l'avance. Entre amis, quoi de plus normal ? Mais le secrétaire général de RTL-TVl occupe une position plus qu'ambiguë dans ce colloque, sa chaîne ayant officiellement déménagé au Luxembourg pour ne plus être sujette au droit de la Communauté française et échapper aux prérogatives du CSA [8]. Il évite d'être provocateur et souligne surtout l'intérêt de son groupe pour le secteur de la web TV, qui se confirme avec le lancement de *You Make TV*, le futur « *You Tube à la belge* ».

Jean-Charles De Keyser, quant à lui, n'a pas besoin de suivre le texte qu'une collaboratrice lui a préparé. Outre son habituel bagout, il dispose de deux assistantes assises au premier rang lui communiquant de petites notes au gré de la discussion. L'ancien enfant sacré de RTL aime parler, il laisse même entrevoir sa vision de la « *co-régulation* ». Les chaînes pour lesquelles il a travaillé, explique-t-il, ont toujours été « *en avance sur le droit* » ; par exemple lorsqu'elles diffusaient de la publicité en dépit d'une interdiction légale. Mettez-vous un instant dans sa position : comment ne pas être séduit par cette « *co-régulation* » où le privé s'impose au politique par des faits accomplis ? En échange, il est vrai, d'une contribution financière à l'un ou l'autre pot commun – plus spécifiquement le *Centre du Cinéma* cher aux yeux du Ministère de l'Audiovisuel.

Pour terminer sur une touche de cet humour potache dont certains grands patrons ont le secret, voilà que De Keyser félicite son ancien employeur pour sa « *participation volontaire* » à la caisse du *Centre du Cinéma*, alors que son nouveau statut luxembourgeois ne l'y oblige plus. Ce clin d'oeil amusé à RTL, ainsi qu'au Ministère, fait allusion à ce « *geste* » de la télévision luxembourgeoise qui est considéré comme le fruit d'un accord à l'amiable avec la *Communauté française*. L'intervention de Jean-Louis Blanchard va d'ailleurs le confirmer : celle-ci jure avant tout par le financement du *Centre du Cinéma*...

Et voilà que vient mon tour. Je ne m'offusque pas quand la modératrice se moque gentiment de moi, du nom de la radio que je représente, et n'évoque ni le Nova ni les télévisions associatives. Mais lorsqu'elle me donne la parole, en fin de tour de table, c'est uniquement pour répondre à « *une petite question* » sur la diffusion radio non linéaire. Un domaine d'activités dans lequel, actuellement, les radios du troisième type ne peuvent pas même envisager développer des projets. Je fais cette précision... En l'absence de statut les distinguant des autres radios « *privées* » [9], les radios d'expression sont soumises par la Communauté française et le CSA à des critères qui ne leur correspondent pas, elles sont taxées par la SABAM et la *Rémunération équitable* au même régime que les radios commerciales et se débrouillent avec des budgets ridiculement

bas (en moyenne, 10.000 euros par an). Par contre, depuis 10 ans, les radios commerciales qui accumulent des bénéfices publicitaires plantureux refusent de contribuer au fonds d'aide à la création radiophonique. Elles arguent de l'absence de *plan de fréquences FM* [10] pour éviter de s'acquitter de cette obligation imposée par le décret sur l'Audiovisuel. Pendant ce temps, la publicité coule à flots chaque jour sur leurs ondes et la *Communauté française* retarde, encore et encore, la mise en place d'un subventionnement des radios associatives.

Mais faire ce rappel préalable, parler de diversité culturelle par ce biais, c'est manifestement tenir un discours d'une autre planète (ou d'un autre âge) dans le colloque du CSA. Décalé. Hors propos. La modératrice semble tout ignorer de l'histoire et de la réalité des médias associatifs – situées il est vrai à cent mille lieues des enjeux de ses clients habituels –, et cela ne semble pas l'intéresser. D'ailleurs, elle décrète mon temps de parole déjà écoulé. Rideau. Pause déjeuner. Je n'ai pas le courage d'attendre le troisième panel, dans lequel le *CRIOC* [11] tiendra à son tour le rôle de représentation symbolique dévolu aux médias associatifs et aux associations d'utilisateurs. Certes, il ne faut sans doute pas espérer du CSA qu'il organise des débats différents de ceux auxquels la télévision nous a habitués. Mais la différence c'est que pour la télévision, au moins, il existe une instance de régulation... qui veille au grain, « *garantit la pluralité des opinions* », « *stimule la diversité culturelle* » et fait « *respecter les temps de parole* » !

Plus grave, le dispositif voulu par le CSA en dit long sur l'état des forces actuelles dans le secteur audiovisuel. Trusté par les groupes privés, le colloque reflétait-il l'état des réflexions au sein de l'instance de régulation ? Et quid de la position de la *Communauté française*, qu'on n'a pas entendue ? Alors que le Gouvernement va renouveler dans quelques semaines le Bureau du CSA et reproche à sa Présidente actuelle, détestée par Delusinne et Philippot, « *d'être trop indépendante du pouvoir politique* » [12] ; alors que la récente formation du nouveau Collège d'Avis a déjà donné lieu à une sur-représentation des producteurs, distributeurs de services audiovisuels et autres régies publicitaires [13] ; et à l'heure où l'adoption de la nouvelle directive européenne sur les services de médias audiovisuels et sa transposition en droit national sont imminentes... il est plus que temps de s'en inquiéter.

• Gwenaël Breës

Article paru en novembre 2007 sur les sites de [ConsoLoisirs](#), [Radio Panik](#) et [Acrimed](#).

Notes

[1] Lire : « [Commission européenne : Projet de directive sur les services de médias audiovisuels](#) », Observatoire européen de l'audiovisuel. Lire aussi : « [Parlement européen : Première lecture de la Directive sur les services de médias audiovisuels](#) », Institut du droit de l'information (IViR), Université d'Amsterdam.

[2] Selon l'expression du patron de TF1, Patrick Le Lay, cité dans « *Les dirigeants français et le changement* », collectif d'auteurs, éditions Huitième Jour, juin 2004.

[3] Site de Radio Panik : www.radiopanik.org.

[4] Site du Cinéma Nova : www.nova-cinema.org.

[5] À propos de l'historique du tiers secteur audiovisuel en France, [plusieurs articles sont proposés sur le site d'Acrimed](#) (Observatoire des médias).

[6] À ce sujet, lire : « *Le tiers secteur, premier entrepreneur de l'audiovisuel local* », Christian Pradié, Les Dossiers de l'audiovisuel n°95, janvier-février 2001.

[7] Cabinet Koan : www.koan.be.

[8] Lire : « *Pour le CSA, RTL-TVI est bien Belge* », Pierre-François Lovens, La Libre Belgique, 1er décembre 2006.

[9] Lire : « *Revendications des radios encore libres* ».

[10] Lire : « *Plan de fréquences : quand diversité rime avec parts de marché* », carte blanche des radios associatives.

[11] Centre de recherche et d'information des organisations de consommateurs.

[12] Lire : « *Evelyne Lentzen bientôt « débarquée » du CSA* », Pierre-François Lovens, La Libre Belgique, 26 septembre 2007.

[13] Lire : « *Nominations contestables au Collège d'Avis du CSA : Vive les publicitaires ! Vive Delusinne !* », Bernard Hennebert, « Le Journal du Mardi », 26 juin 2007.

Plan de fréquences : quand diversité rime avec parts de marché

Au terme de sept années de déboires juridico-politiques [1], le gouvernement de la Communauté française a approuvé, le 31 mars dernier, la liste des fréquences FM attribuables aux radios privées francophones : 200 fréquences partagées entre 6 réseaux, 80 fréquences pour des radios indépendantes et 31 pour des radios d'école. Il s'agit en fait de la première étape d'une procédure qui devrait aboutir, d'ici six mois, à la finalisation d'un plan de fréquence. En établissant celui-ci, la Communauté française assume enfin son rôle de gestionnaire d'une ressource rare : l'espace public radiophonique. L'accès aux ondes étant limité par des contraintes techniques, le rôle de l'Etat est en effet de le répartir entre une multitude de candidats les plus divers, en fonction de critères censés être objectifs et garantir la pluralité de l'offre radiophonique. Au terme de cette première étape, le Gouvernement devait donc se contenter d'établir une « coquille vide », constituée de lots de fréquences faisant ensuite l'objet d'un appel d'offre public. Mais, à y regarder de plus près, il apparaît que la coquille n'est vide qu'en apparence...

En effet, les principaux candidats aux fréquences [2] ne doutent plus aujourd'hui des lots qu'ils se verront attribuer au terme d'une procédure qui, pourtant, débute à peine ! Bénéficiant de relais politiques privilégiés, ceux-ci ont joué un rôle prépondérant dans l'élaboration de « leur » futur plan ; obtenant par exemple la reconduction de fréquences utilisées illégalement depuis des années, voire même des fréquences à bon confort d'écoute retirées à certaines radios « *indépendantes* ».

Pour l'essentiel, tout porte donc à croire que les jeux sont déjà faits. À travers une procédure caricaturale qui s'est résumée à un intense lobbying, le Gouvernement semble avoir taillé un plan sur mesures pour les multinationales de l'audiovisuel. Ce n'est pas

la lecture de la presse de ces dernières semaines qui nous démentira. On a pu y lire très explicitement comment le MR a défendu les intérêts de Bel RTL et de Radio Contact, le PS ceux du réseau Ciel FM de Guy Mathot et Daniel Weekers (Déficom, ex-directeur de Canal + Belgique)...

Malgré tout, certains réseaux trouvent encore matière à s'indigner et mènent aujourd'hui campagne contre « *l'extrême gourmandise* » de la RTBF en matière de fréquences. Que leurs inquiétudes soient fondées ou non, venant des principaux groupes qui ont élaboré le plan en sous main, on hésite à qualifier cette démarche de pathétique ou d'indécente. D'autant plus que le déséquilibre qu'ils dénoncent entre secteur public et réseaux privés semble bien futile au regard de l'inégalité créée dans le plan entre réseaux et radios indépendantes...

Les miettes pour les radios indépendantes

En effet, le nouveau plan constitue un très net recul pour les radios indépendantes, dont la situation actuelle est pourtant déjà loin d'être enviable. Alors que certains émetteurs de réseaux sont prévus pour atteindre des puissances dépassant les 10.000 watts, la plupart des fréquences prévues pour les « *indépendantes* » plafonnent à 100 watts ! Ce sont bien elles, déjà reléguées à des fréquences où le nombre d'émetteurs est plus important et la puissance plus faible, qui feront les frais des marchandages politico-financiers qui ont émaillé la conception du plan de fréquence. Ce sont encore elles qui devront se partager les miettes d'un festin déjà consommé, où d'aucuns ont encore la velléité de s'approprier les rares bonnes fréquences qui leur sont attribuées pour, au mieux, les « échanger » contre de moins bonnes.

Mais, au fait, qu'entend-on par « radios indépendantes » ? Cette catégorie « fourre-tout », consacrée par le décret audiovisuel de 1997, rassemble un conglomérat de radios aux réalités difficilement assimilables : radios commerciales locales, radios associatives, universitaires, etc.... La seule chose qu'elles ont en commun est la restriction à un seul émetteur !

Radios du 3^e type : « *privées* »... de statut !

Aux premières loges des fréquences menacées, se trouvent les radios du troisième type, dites aussi « associatives », « socio-culturelles » ou « citoyennes ». Radios d'expression libre, de création, universitaires, voix des communautés étrangères et autres, elles ont en commun l'audace, la liberté de ton et un mode de fonctionnement participatif. Loin du conformisme induit par la pression des annonceurs et des régies publicitaires... Pourtant, aucun statut ne différencie ces radios du reste des « *indépendantes* ». Pas de « discrimination positive » pour elles, puisqu'aucun texte légal ne leur reconnaît une quelconque spécificité [3] ! Cette absence de reconnaissance pèse lourd pour les radios du troisième type. Par exemple, c'est au même titre que n'importe quelle radio commerciale qu'elles sont redevables de droits d'auteurs et d'interprètes toujours plus conséquents [4]. De même, elles n'émergent à aucun dispositif de subventionnement dans le champ de l'Audiovisuel. Et ne peuvent pas prétendre à l'aide d'un autre secteur de la Communauté française, puisqu'avant d'être « *non-marchandes* » ou « *d'éducation permanente* », elles sont avant tout considérées comme des « *radios* », « *privées* » comme toutes les autres...

Ni subventions, ni recettes publicitaires, ni tarifs préférentiels... Et pourtant, elles existent !

Les radios du troisième type continuent leur travail de défrichage, de médiation, d'expérimentation et de formation. Ouvertes à l'expression de catégories de la

population qui ne sont pas ou peu représentées dans les médias traditionnels, elles se substituent à la mission du service public quant à son obligation de diversité.

Une vision entrepreneuriale

À l'instar de la politique culturelle, on dit souvent qu'il n'y a pas de politique de l'audiovisuel en Communauté française. En réalité, il semble bien qu'il en existe une. En déroulant le tapis rouge aux grands groupes médiatiques, en négligeant les radios indépendantes et en niant la spécificité des radios du troisième type, la Communauté française dessine une vision entrepreneuriale du paysage radiophonique où seuls prévalent les critères économiques : rentabilité, professionnalisation, parts de marché. Ainsi s'annonce la procédure d'appel d'offre. C'est désormais au Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA), une instance chargée de garantir une « *diversité du paysage radiophonique et un équilibre entre les différents types de radios, au travers de l'offre musicale, culturelle et d'information* », qu'il revient d'examiner les offres déposées par les radios puis de procéder, enfin, à l'attribution des fréquences. Le CSA réussira-t-il à s'affranchir des préférences gouvernementales pour tracer les contours d'un plan de fréquence réellement équilibré par le biais d'une procédure transparente ? Quant à la prochaine majorité gouvernementale, aura-t-elle la clairvoyance de réintégrer la dimension culturelle dans le paysage des radios privées en sortant les radios du troisième type de la précarité ?

C'est aussi un peu à nous tous d'en décider...

- Carte blanche publiée en avril 2005 dans « Le Soir » et « C4 ». Signataires : OSR (Soignies), Radio Air Libre (Bruxelles), Radio Campus (Bruxelles), Radio Hellena (Louvain-la-Neuve), Radio Panik (Bruxelles), Radio Universitaire Namuroise (Namur), Tam Tam Radio (Eghezée) Radio UMH (Mons), Radioswap.net (réseau d'échanges de programmes).

|1| « *Plan de fréquences : les radios associatives tirent la sonnette d'alarme* », carte blanche parue dans « Le Soir » du 17 avril 1999.

|2| Les 6 grands réseaux sont destinés, par ordre décroissant, à Bel RTL, Contact, Ciel FM, Nostalgie, NRJ et Fun.

|3| En 1997, le décret prévoyait bien une vague priorité dans l'attribution des fréquences à des radios « indépendantes à vocation culturelle », ce qui constituait pour les optimistes un semblant de début de reconnaissance. Mais même cette allusion a disparu, en 2003, suite à une réforme du Ministre Richard Miller.

|4| De plus, la répartition des droits facturés aux radios associatives par les sociétés d'auteurs et d'interprètes ne tient pas compte de la spécificité de la programmation des radios associatives. Au final, les artistes dont elles diffusent les œuvres ne sont pas ceux qui en bénéficient puisqu'il s'agit essentiellement d'artistes encore peu connus.

AlterEcows

Une balade radiophonique en deux épisodes dans le grand parc à thèmes bruxellois et dans l'univers du "city marketing".

Une production de [Radio Campus](#) | Avec la participation de Gwenaël Breës, Axel Claes, Nicolas Torres Correia, Irvic D'Olivier, Bendy Glu, Bernard Mulliez, Mercedes Suyapa, Olivier Taymans, Emmanuel Tête, Nicolas Willems... | 2 x 60 minutes | 2003

Elles sont 187 à avoir envahi les trottoirs bruxellois, investi les médias et l'esprit des journalistes, distrait les hommes politiques et les services de sécurité, nourri financièrement les boîtes de communication et les promoteurs immobilier... Comme d'autres villes de la planète, Bruxelles a été victime de hordes de vaches en polyester.

Deux émissions spéciales d'[AlterEcho](#) consacrées à l'opération "Art, Fun and Charity". Au travers de concepts immobiliers comme les "business-parks", de nouvelles formes "d'art" et de "mécénat d'entreprise", une balade radiophonique en deux épisodes dans le grand parc à thèmes bruxellois et dans l'univers du "city marketing".

Episode #1

[AltereCows #1](#) posté par [meuuh](#)

Episode #2

[AltereCows #2](#) posté par [meuuuh](#)

La Grande Parade médiatique

Précédée par un troupeau de journalistes qui l'a annoncée pendant des mois comme l'événement bruxellois de l'été, l'exposition Art on Cows a bénéficié d'un marketing savamment orchestré. Cette « Cow Parade » bruxelloise a ainsi entraîné les médias dans un élan d'enthousiasme infantile et quasi-unanime. Jusqu'au ridicule...

Les vaches sont funs, chouettes, sympas ou vachement belles, c'est selon les articles. Elles animent l'espace public. Les Bruxellois les aiment. En plus, elles sont « sociales » et « bienfaitantes ». C'est donc une belle idée, rafraîchissante, drôle et utile, commente par exemple « Télémoustique ». Et puisque tout le monde semble y trouver son compte, à quoi bon entrer dans d'inutiles polémiques sur la privatisation de l'espace public ou encore sur la place du marketing dans la vie artistique...? Au sujet d'Art on Cows, quasiment aucun journaliste n'a donc soulevé la moindre question sur la réelle nature artistique, caritative ou sociale de l'événement. Au contraire: le langage médiati-cow a transformé sans vergogne les sponsors (patrons, selon les plaquettes apposées aux pieds des vaches) en mécènes, et a utilisé les artistes comme des faire-valoir, à peu près jamais sollicités pour s'exprimer sur ce qui était pourtant présenté comme leurs oeuvres. Dans la ferveur médiatique et la torpeur de l'été, même les journaux spécialisés ne se sont pas attardés à chercher des poux dans le pelage bovin. Dans l'abondante lecture que nous avons avalé pour vous, seul un petit encart de l'hebdo « Zone 02 » s'interrogeait sur la dimension prétendument artistique du projet, comparant la vache-à-peindre-pour-artiste à un croquis-à-colorier-pour-enfant. Quant aux critiques, elles ont été présentées dès le début comme marginales et émanant de quelques intellectuels sans doute trop sérieux pour être sensibles à la fraîcheur de cette initiative qui montre que l'on a de l'humour en Belgique. La couverture médiatique fut donc à la hauteur des attentes de ses organisateurs. Maximale. Les rédactions s'emparèrent du sujet comme un seul homme: il fut question des vaches dans les rubriques culturelles comme régionales, de société comme de mode... Seuls la météo et les mots-croisés furent épargnés.

Comme subjuguée, la presse réserva ce traitement élogieux dès les balbutiements du projet. Mais il y eut ensuite sa concrétisation, la confection des vaches, l'inauguration de la plus grande exposition à ciel ouvert d'Europe et on ne dénombre plus les articles sur la vache de tel sponsor, l'audace de tel artiste, l'originalité de tel produit de merchandising dérivé, etc... Sur le site d'Art on Cows, une revue de presse sélective répertorie ainsi plusieurs dizaines d'articles parus avant même qu'une seule vache ait posé ses pattes en rue! Tout ça n'est pas trop étonnant, quand on sait que les organisateurs viennent du monde de la communication et de « boîtes d'événements » qui ont de nombreux médias pour clients. Et le fait que certains de ces médias aient financé leur propre vache n'a évidemment rien gâté; ceux-ci dédiant au projet un retentissement phénoménal, à travers leurs différentes rubriques et suppléments.

« Tout le monde aime les vaches »...

Bref, tout le monde semblait content...Les médias tout d'abord, qui se demandaient jusque-là quel sujet allait bien pouvoir les occuper, à part les traditionnels châteaux de sable de la Côte ou la Foire du Midi. Certains d'entre eux trouvant même l'occasion de se faire un petit coup de pub, comme « La Libre Belgique » ou encore « Le Soir » dont la vache dénommée « Victorine » (en référence au titre de son supplément pseudo-insolite et à son fondateur, Victor Rossel) signe une chronique hebdomadaire. Les organisateurs ensuite, qui avaient démarré leur carrière en vendant aux Communes des plaques de rues sponsorisées, pouvaient à présent savourer la réussite d'une nouvelle opération, bien plus prestigieuse et juteuse. La Ville de Bruxelles, qui bénéficie d'une animation gratuite pendant trois mois, apprécie elle aussi. A tel point qu'elle aurait déjà demandé aux organisateurs de plancher sur une nouvelle idée, pour l'an prochain. Enfin, ce sont bien sûr les sponsors et les publicitaires qui jubilent. Ils assurent non seulement leur visibilité, à moindres frais, dans une partie de l'espace public qu'ils n'avaient pas encore su atteindre. Mais surtout, grâce à la complicité de la Ville de Bruxelles, ils ont ainsi réussi à créer ce précédent qu'ils ne manqueront pas de réitérer. Dans « La Libre Belgique », la banque Fortis confirme quant à elle que sa participation représente un intérêt commercial tout en lui permettant de prendre part à un projet culturel. Même enthousiasme dans un magasin de jouets de la très chic avenue Louise, pour qui l'action semble porter ses fruits: la vache se trouve à proximité du magasin et depuis lors, les clients se font plus nombreux. Quant au parrain principal, il est aux anges. Intimement liée à Cofinimo (qui joue dans la cour des grands du marché immobilier bruxellois), la société Robelco explique son parrainage de l'opération par sa sensibilité à l'intégration harmonieuse du bâti dans son environnement et par le fait que le concept bovin correspond totalement à ses valeurs et à son objectif, qui est de rendre Bruxelles vachement plus belle, plus esthétique, plus ludique, plus dynamique et plus citoyenne... De vrais altruistes, ces promoteurs immobiliers!

La citoyenneté étant un thème porteur, les organisateurs ne se sont en effet pas privés de l'utiliser. Leur dossier de presse présente par exemple Art on Cows comme un événement de mobilisation citoyenne, les habitants de la ville étant mu par le même enthousiasme de montrer leur ville sous un jour sympathique, bariolé et bien vivant. « La Libre Belgique » acquiesce: L'exposition connaît un vaste courant de sympathie auprès des Bruxellois et des touristes. Mais c'était sans compter sur le fait que tous les habitants ne partagent pas ce point de vue...

Mais les « artistes frustrés » et les « vandales » gâchent la fête !

Moins d'un mois après l'arrivée des 187 vaches sur le territoire de Bruxelles-Ville, les organisateurs déchantent. L'expo suscite certaines jalousies, se lamentent-ils. Et comme le veut la logique du feuilleton, l'annonce de la première griffe ou oreille cassée devait suffire à mettre la presse en émoi et à mettre en boîte un nouvel épisode...

Peu de temps après avoir relayé un appel au respect suite à de premiers actes de vandalisme, « Le Soir » titre en première page: La violence n'épargne pas l'art de rue. Les faits évoqués se sont produits à Liège, à Ostende... et à Bruxelles, où Art on Cows est victime de déprédations qui sont notamment l'oeuvre d'enfants turbulents et de curieux.

Grâce à l'interview de l'une des organisatrices, « Le Soir » nous apprend en effet que deux types de vandalisme sévissent. D'une part, il y a le vandalisme normal, provoqué par la curiosité notamment lorsque des enfants montent sur les œuvres ou des touristes qui les abîment en prenant des photos. « Normal » certainement, mais non prévu par les initiateurs du projet, si l'on en croit du moins le palpitant témoignage du nettoyeur chargé de la propreté des vaches, publié en exclusivité par « La Capitale ». Selon lui, les visiteurs n'hésitent pas à grimper sur les vaches. Ça les dégrade, la couleur part. De plus, certaines vaches ne sont pas attachées et risquent de tomber. Les vaches n'avaient-elles donc pas été conçues pour être touchées, chevauchées, ni même photographiées?...

Aucun journaliste ne s'étonne de cet amateurisme patent. Car à leurs yeux, le plus grave réside ailleurs: dans le vandalisme de type organisé, où des groupuscules vont sur place, bien décidés à saccager les génisses décorées. Les organisateurs d' Art on Cows pensent même savoir que ces attaques ont été commanditées par des individus autres que ceux qui les ont perpétrés: des petites mains, agissant pour des commanditaires. Une mafia, en quelque sorte?

Un quotidien de la carrure du « Soir » ne pouvait pas se contenter de cette lumineuse analyse. Un sociologue fut donc convoqué, pour nous expliquer comment de tels passages à l'acte sont possibles. Sa réponse est simple, mais grave: les freins sociaux sont moins solides; ce vandalisme serait le fait de gens peu habitués à être en présence d'œuvres d'art. En somme, des gens « peu cultivés », qui ne vont pas au musée et qui donc, une fois confrontés à une oeuvre d'art contemporain en rue, ne peuvent pas reconnaître ce qui est beau... L'artiste Jacques Charlier confirme: Il y a de la provocation à mettre des oeuvres d'art face à un public peu habitué aux démarches culturelles. Peut-être ce public néophyte, pourtant ciblé par Art on Cows, a-t-il tout simplement confondu les oeuvres avec de vulgaires pancartes publicitaires?

« Monsieur Sponsor » dans son pré privatisé

Mais en quoi ont donc consisté ces attaques graves et inquiétantes dénoncées avec tant de virulence? Si l'on exclut les traces de pieds des enfants, les graffitis, une dame de 70 kg qui s'assied sur le cou d'une vache pour être prise en photo par son mari, et des témoins qui auraient vu une bande huit personnes – des femmes- lacérer une vache au cutter en pleine journée, le principal acte de saccage organisé évoqué consiste en un vol organisé... Qu'a-t-on donc dérobé qui ait tant de valeur, si ce ne sont pas des vaches?

La plupart des plaques indiquant les noms des artistes et des mécènes ont été enlevées, relate « Le Soir ». Sans foi ni loi, ces vandales arrachent le pedigree des vaches. Ce qui révolte au plus haut point les organisateurs: C'est une atteinte au travail de l'artiste, car ces plaques constituent pour lui un moyen de se faire connaître...

En réalité, cette indignation trouve peut-être son origine ailleurs que dans le souci que les organisateurs portent à la renommée des artistes. C'est à nouveau « Le Soir » qui nous l'explique, au détour d'un article qui ne manque pas d'ambiguïté: Si le nom de leur père nourricier – Monsieur Sponsor – disparaît, la présence des vaches dans le pré

bruxellois ne se justifie plus guère... A elle seule, cette petite phrase est non seulement l'aveu de la réelle motivation de la présence des vaches en rue; mais elle indique également la raison pour laquelle un commando a probablement choisi d'arracher minutieusement l'ensemble des plaques.

Néanmoins, les enquêteurs d'Art on Cows en cela relayés par la plupart des médias, préfèrent privilégier l'hypothèse de collectionneurs ou de vandales. Tout en continuant à entretenir amalgame et confusion entre différents types de vandalisme. Exemple (dans « Le Soir »): puisque les vaches les plus vandalisées (au Heysel) sont celles qui appartiennent à des associations, ils en concluent que la disparition des plaquettes n'a rien à voir avec des motivations anti-commerciales. Ainsi, tout le monde qui « abime une vache » est mis dans le même sac et personne ne se demande même pourquoi, justement, toutes les vaches « associatives » sont exposées au Heysel, loin des hordes de visiteurs du centre-ville; alors que toutes les autres sont, elles, condensées dans quelques quartiers prestigieux ou commerciaux...?

Règlements de comptes à Cow-City

L'insinuation du « Soir » était claire. D'après l'article, les vaches ne seraient donc pas principalement des œuvres d'art... Un débat aurait pu s'amorcer là, les journalistes ayant une bonne occasion de faire enfin leur travail. En effet, quelques questions élémentaires ne manquaient pas d'apparaître à la lecture de ces articles...

Quelle est, par exemple, la réelle proportion d'argent attribuée au social et au caritatif, dans les différentes transactions financières bovines (première vente puis vente aux enchères)? Quelles sont les relations entre les organisateurs et leurs « parrains principaux » (Robelco, Artecom, Renault...)? Et quid des réelles motivations de ces entreprises, ou encore de la position équivoque de la Ville de Bruxelles face à cette publicité camouflée et non-taxée qui s'expose dans ses rues?

Mais non. Les organisateurs réfutent ce débat et décrètent: Lorsqu'on nous accuse d'agir dans un but commercial et de ne pas faire de l'art, ce n'est pas l'objet de la question. Le seul débat qui les intéresse est d'une autre nature. Il leur faut sauver les vaches et donc, sécuriser un espace public qui leur paraît aussi hostile et dangereux que le Far-West. Il n'en faut pas plus pour que les médias reprennent en chœur ce message sécuritaire. Avec d'autant plus de vibrato que les organisateurs leur annoncent, atterrés, que c'est à présent à présent l'enlèvement d'une vache qu'ils ont à déplorer...

« Deci-Bella » a mystérieusement disparu du Parc Royal. Bruxellois, on attaque vos vaches!, titre rageusement « La Capitale » sur toute sa couverture. « La Dernière Heure » s'indigne: Bruxelles est la première ville où l'on déplore une telle disparition, profite de l'occasion pour tenter une comparaison sécuritaire entre Bruxelles, Chicago et Sydney (deux autres villes où des « Cow Parade » ont été organisées) !

C'est un acte gratuit, nul, débile !, tempêtent quant à eux les fins limiers d'Art on Cows, pour qui l'affaire est déjà plaidée: cette fois encore, c'est un seul et même gang organisé qui a sévit.

Du coup, certaines vaches ont dû être déplacées dans des endroits moins dangereux pour elles, plus près de leur sponsor. Les organisateurs disent même avoir peur de devoir annuler leur exposition, si trop de sponsors en arrivaient à vouloir mettre leur vache « en sécurité » (dans une vitrine, un centre commercial...). Alors pour eux, le temps de l'action a sonné...

Une conférence de presse est organisée. Le message est confus. Un organisateur clame d'abord son ouverture au dialogue avec les anti-vaches. Puis, furieux, le patron d'Art on Cows se lâche: On nous cherche visiblement, mais je dis à ceux qui nous cherchent qu'à partir d'aujourd'hui, c'est nous qui allons les rechercher! Ambiance.

Les organisateurs ne décolèrent pas. C'est à ce point, affirme « La Capitale », qu'ils ont décidé de réagir vivement, en invitant le public, qui de toute évidence aime ces vaches, à dénoncer les inciviques via internet. L'Echevin de la Culture de Bruxelles compatit à leur douleur et se prend lui aussi à vouloir jouer au Sheriff. Tombant pieds joints dans le panneau, Henri Simons déclare à « La Libre Belgique » avoir sensibilisé la police de Bruxelles à cette question des vaches.

C'est avec un premier degré pathétique que les journalistes traitent ce nouveau coup vache, se contentant de « dévoiler » des mesures dignes d'un Western: un avis de recherche national et international a été lancé pour retrouver « Deci-Bella », une plainte contre X a été déposée, la police enquête, les organisateurs sèchent leurs larmes tandis que les mesures de sécurité et de surveillance ont été renforcées en ville et qu'un Cow-Hospital va voir le jour pour réparer les vaches vandalisées! Personne ne relève que ce « service après-vente » (payant pour les sponsors) n'avait pas été prévu jusque-là; ce qui en dit pourtant long sur la naïveté des organisateurs, s'imaginant que des objets placés en rue pendant trois mois ne subissent pas de détériorations.

Elan civique contre « les lâches et les jaloux »

Appel à la délation et avis de recherche relayés abondamment par la presse, sensibilisation de la police... Quel formidable élan de civisme spontané! Et quelle vision touchante d'une ville plus dynamique et plus citoyenne! Pourtant, cette délirante dramatisation des enjeux n'a pas suffi à rassurer les organisateurs. D'après le jugement expert de ceux-ci, la police bruxelloise est moins présente dans les rues qu'à New-York ou à Luxembourg. Et cela leur pose problème. Suivons leur regard...

Puisque la police ne fait pas bien son travail, voilà le privé qui vient à la rescousse. Securis, la société chargée de la protection et de la surveillance des vaches, travaille aujourd'hui en collaboration avec la police pour retrouver cette bande organisée. Elle va aussi désormais renforcer ses rondes, et ce gracieusement selon certains journaux!

Mais alors qu'ils s'étaient faits les porte-parole d'organisateur vitupérant sur ces lâches, qui ne signent pas leurs actes et agissent à visage couvert, la plupart des médias se sont bien gardés de signaler à leurs lecteurs quand une lettre de « revendication » fut envoyée à propos de la disparition de « Deci-Bella ». Seule « La Capitale » y consacra un article, mettant à nouveau les vaches en Une de son édition.



Mais ni « Le Soir » ni « La Libre », qui avaient pourtant fait grand cas de ce vol et relayé les hypothèses les plus fantaisistes sur ses motivations, n'ont pas jugé utile de l'évoquer. Normal, sans doute, puisque la vache y signait elle-même un appel à l'émeute, dénonçant la mascarade commerciale d'Art on Cows et incitant les autres vaches à s'évader comme elle, loin de l'esclavage promotionnel et publicitaire auquel elles sont soumises (« La Capitale »). Le « Soir » et « La Libre » ont peut-être eu peur que leurs vaches soient à leur tour prises de démangeaisons...

Interrogé sur la lettre de « Deci-Bella », un organisateur réagit dans « La Capitale » en pointant les coupables: ce sont des artistes contestataires qui défendent un art purement intellectuel. Sa collègue complète leur portrait: ce sont des jaloux...

Quelques semaines plus tôt, la même déclarait au « Soir » que les gens qui saccagent ainsi les oeuvres ne font souffrir que les artistes. Et la voilà, s'appitoyant sur le sort de cette vache qui ne pourra plus être mise en vente au profit d'oeuvres caritatives, omettant cependant de rappeler aux lecteurs que sa société empoche 22% de cette vente, que le sponsor (récupérant ainsi au moins une partie de sa mise) et le concepteur suisse du projet prélèvent chacun une commission semblable (25% et 20%), ou encore que ladite vente aux enchères est avant tout conçue comme un « return » pour les patrons (publication d'un catalogue, présence des vaches pendant cinq jours sur la Grand Place, nouvelle campagne de presse, etc.).

Dans « Zone 02 », la gentille organisatrice explique moins naïvement sa désolation pour la vache disparue: le sponsor (Fortis Banque) est attristé, s'émeut-elle...

La presse incendiaire sollicite Krishna pour un « happy end »...

Dix jours plus tard, quand une seconde vache vient à disparaître des prés bruxellois, le mot d'ordre est « motus et bouche cousue ». Cette fois, ni conférence de presse, ni échos dans une presse qui avait pourtant prouvé sa complaisance. Pas de revendication, non plus. Il faut découvrir sur internet un nouvel avis de recherche, pour apprendre qu'il s'agit en fait d'une demi-vache puisque c'est la moitié de « Marguerite » qui a cette fois mis les voiles.

Son autre moitié sera réduite en cendres, fin août, provoquant de nouvelles réactions enflammées « La Libre » trouve cela lamentable tandis que « La Capitale » estime qu'il s'agit d'un acte dangereux pour l'environnement. Quant au « Soir », il s'adresse directement à l'auteur de l'immolation via une véritable leçon de morale signée par la vache « Victorine ». Extrait: Aujourd'hui, seuls les hindous nous honorent encore. Aux Indes, nous sommes libres et protégées de Krishna (...) Et c'est sans compter qu'en retour, nous y offrons aux hommes notre lait, nos fils pour qu'ils tractent les charrues et notre bouse pour qu'elle nourrisse la terre (...) Là-bas, nous sommes encore sacrées. Et présentes dans les villes telles des ambassadrices rappelant aux humains le respect qu'ils doivent à leur terre nourricière. C'est un peu pour cela, aussi, que nous étions installées pour l'été à Bruxelles...

Henri Simons émet l'hypothèse d'une incompréhension face à l'art contemporain. Les organisateurs, eux, veulent se faire justice. C'est désolant pour la Belgique et pour Bruxelles, commentent-ils. Suite à cette nouvelle déclaration de guerre, ils suggèrent que les auteurs de cet attentat anti-Belge soient punis sévèrement par les autorités de la Ville.

Ils ajoutent penser sérieusement à enfermer les vaches pour les protéger. Mais: nous ne pouvons pas placer un homme auprès de chaque vache, avouent-ils désolés. Ils avancent dès lors une solution qui reviendrait à démonter l'expo et à enfermer toutes les vaches en milieu fermé... Dans la vitrine de chacun des sponsors, par exemple? Ou dans un centre commercial, comme le sort qui fut déjà réservé cet été à l'exposition de pipes géantes à Liège?... Une solution qui a au moins le mérite de rendre plus clair le véritable pedigree des vaches d'Art on Cows.

Quant au Cow-hospital qui avait été ouvert pour soigner les bêtes malades et lancé à grand renfort d'effets d'annonce, « Le Soir » nous apprend qu'il reste désespérément vide et ne sert donc à rien... Etonnant, non? « La Capitale » détaille: certaines vaches ne seront réparées que pour la vente aux enchères et conservées chez les propriétaires ou dans un endroit fermé, en sécurité.

Jalousie, violence, lâcheté, vandalisme... Commando, gang organisé... Proportionnellement aux éloges qu'ils avaient réservées à la 'Promenade des vaches', les médias n'ont pas lésiné sur les mots pour condamner les « actions anti-vaches ». Entre les vandales et les organisateurs, il ne s'est trouvé aucun journaliste pour se demander lequel des deux gangs est réellement le plus organisé...!?

Ils ont préféré distiller le prêt-à-penser d'Art on Cows et véhiculer une vision caricaturale de la société. Où de gentilles entreprises désintéressées font du mécénat artistique (« patronat » artistique?), où les citoyens sont des patriotes soucieux de l'image internationale de leur ville, où des « créatifs » sympas font de l'art « chouette »... Mais où, néanmoins, les vandales agissent en toute impunité, des sociétés de gardiennage devant prêter main forte à la police et les organisateurs privés devant organiser leur propre justice...

Enfin, les médias n'ont pas hésité à consacrer aux vaches un espace à faire pâlir les plus grands festivals culturels. La place consacrée à la disparition d'une vache en fibre de verre était sans comparaison avec, par exemple, le peu d'écho réservé le même jour à l'arrestation de vingt-deux sans-papiers équatoriens à Saint-Gilles...

L'été bruxellois était vraiment digne d'une mauvaise série B.

• Gwenaël Breës, article paru en novembre 2003 dans le hors-série « Fart on Co's »

([visiter le site](#) ou [télécharger en pdf](#)).

Fart on Co's

Entre juin et septembre 2003, l'association « [Art on cows](#) » organise à Bruxelles ce qu'elle appelle la plus grande exposition d'art en plein air d'Europe : la Cow Parade. Ce sont 187 vaches en plastique moulé (grandeur nature) décorées par des artistes que cette exposition rassemble dans les zones commerciales et touristiques de la ville.

« Art, fun and charity », une grande exposition (art) accessible à tous (fun) pour la bonne cause (charity) fonctionne comme suit. Un « mécène » achète une vache pour la maudite somme de 4250 Euros. Il la fait décorer par un « artiste » (Ministre de la Région wallonne, enfants de journalistes...). La vache est exposée dans la rue pendant 3 mois vissée à un socle de pierre. À l'issue de cette exposition, elle est vendue aux enchères. 33% des bénéfices de la vente vont à des fondations d'aides à l'enfance. Les autres 67 % retournent dans la poche des différents investisseurs (mécènes, Cow Parade, Art on cows).

Tout un poème financier savamment orchestré par de joyeux penseurs en marketing et abondamment déclamé par une presse qui rêvait du feuilleton de l'été. Face à ce matraquage médiatique à sens unique du côté ludique de l'amusement et amusant du ludique, nous avons tenu à travers un journal titré « [Fart on co's](#) » (péter sur les compagnies) à recontextualiser ce type d'évènement. C'est-à-dire à rendre visible l'idéologie qui la véhicule et qu'elle véhicule, l'aspect publicitaire et sécuritaire qu'elle cache, ses conséquences sur la ville (le parrain du projet est un important promoteur immobilier), le tourisme, le champ social, politique et culturel...

[Visiter le site](#) ou [télécharger le journal en pdf](#).