

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^a, 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](#)).