

641.03-HL/MN

17.12.1991

Festival of Switzerland in Britain 1991Rapport final et conclusions

Avant de faire l'analyse de cette vaste entreprise, rappelons quels ont été les grands moments de la dernière moitié de l'année.

Après le succès de la fête de Battersea Park, le Festival a connu, pendant le mois d'août, une période plus calme due aux vacances. Dès la mi-septembre, il avait repris son rythme de croisière.

Les conférences, animées par d'éminents orateurs, ont intéressé et attiré un public nombreux. Ainsi celle du Professeur Ursprung tenue devant d'éminents représentants de la politique de la science en Grande Bretagne, réunis pour l'occasion à la Royal Society, a été très appréciée.

Jean Starobinski a su passionner son auditoire dans trois conférences de très haut niveau consacrées à Ramuz et Proust, à Rousseau et la musique et à Ansermet et Stravinsky. Alors qu'à la Tate Gallery, il avait un public nombreux composé de personnalités en vue du monde de la culture et de l'art, à l'Institut Français et au Barbican il a parlé devant un auditoire plus clairsemé.

Peter Ustinov a parlé devant près de 300 personnes venues l'écouter à l'ambassade. Son charme, son humour, son profond sérieux et son affection pour notre pays ont rendu un merveilleux témoignage à cette amitié que tant de Britanniques ressentent pour la Suisse.

Vladimir Dimitrijevic a parlé de l'édition, de la littérature et de l'identité suisses avec un enthousiasme,

une connaissance et une profondeur qui ont conquis un auditoire fasciné. Le nombre limité d'auditeurs (env. 30 personnes) et le caractère chaleureux de l'orateur ont conféré à cet événement l'intimité d'une causerie entre amis. Cet événement a illustré merveilleusement le thème de la Suisse, terre d'asile.

Dans les arts visuels, l'exposition de photographies "Ella en Asie" a été présentée dans le cadre du Festival de littérature de Cheltenham. Cet événement a été réhaussé par la stimulante présence d'Ella Maillart, qui a donné une conférence et participé à un débat radiophonique sur les écrivains voyageurs.

La première exposition collective d'artistes suisses vivant au RU "Swiss Artists in Britain", organisée par Mme Muheim, a connu un franc succès. 19 artistes, sélectionnés par un comité d'experts indépendants de l'ambassade et du Festival, ont pu montrer à un public nombreux la variété et la qualité de leur travail. Après avoir séjourné pendant deux semaines à la October Gallery, l'exposition a déménagé dans les locaux de l'hebdomadaire "The Economist" où elle était accessible au public nuit et jour pendant quelques semaines.

Il convient de mettre en évidence également l'exposition de peintres suisses contemporains (Barbara Hée, Rutimann, Bruner et Biefer/Zgraggen) aux Riverside Studios, qui a permis de montrer des travaux d'avant-garde et a beaucoup intéressé le public spécialisé.

Dans le domaine du mime et de la danse, les Mummenschanz se sont produits à Edinburgh pendant le Festival et le duo Da Motus a surpris et intrigué pendant trois "lunch time" les hommes d'affaires de la City prenant leur pose de midi à la Broadgate Arena.

La musique cette fois encore a été à l'honneur. La première tournée en Angleterre et au Pays de Galles de l'OSR, qui a joué à Cardiff, à Birmingham et deux fois à Londres, a été bien accueillie. L'OSR n'a cependant pas rempli les salles et ses concerts ont fait l'objet de critiques pas toujours positives.

Cet orchestre vit encore dans l'ombre de son fondateur et a de la peine à se forger une identité en mesure de répondre aux attentes d'un public gâté qui, ne l'a entendu que par ses enregistrements sous la direction d'Ansermet avec la maison Decca. De plus, si l'OSR a été excellent dans le répertoire français et dans le Stravinski, son exécution des oeuvres plus classiques manquait de panache, or ce sont celles-ci qui intéressent les Britanniques. L'OSR n'a pas réussi à nous faire oublier qu'il y a à Londres quatre orchestres de très haute qualité.

Le programme du concert de gala n'a pas enthousiasmé l'audience. Il y manquait une oeuvre magistrale qui aurait donné à la manifestation le caractère de célébration qu'elle était censée évoquer. Pendant deux ans, l'ambassade s'est efforcée d'influencer ce programme. Elle s'est heurtée à l'obstination inflexible des responsables de l'OSR.

Cela dit, cette première tournée de l'OSR était certainement une excellente préparation du terrain britannique et devrait, pour porter ses fruits, être suivie dans un avenir pas trop lointain d'une nouvelle visite.

Le concert de gala fut suivi d'une réception à la résidence pour environ 300 hôtes, représentants des autorités fédérales (Sec. d'Etat Jacobi, M. M. Solari, Mme R. Simmen), cantonales (Conseillers d'Etat Vodoz et Cevey), de l'orchestre et personnalités de la société britannique tant politique que culturelle.

Le programme musical du Festival s'est terminé par le Requiem de Frank Martin au Royal Festival Hall, suivi, une semaine plus tard, par un séminaire de deux jours à la Royal Academy of Music consacré à Klaus Huber et animé par lui.

Le Requiem de Frank Martin a été très bien accueilli par un public relativement nombreux, env. 900 personnes, mais a fait l'objet d'une mauvaise critique dans le Times.

Klaus Huber a été quant à lui fort apprécié à la Royal Academy of Music où son auditoire était limité mais expert. Le séminaire, qui présentait aussi des oeuvres de Frank Martin et d'Honegger, a été commenté très positivement par l'Independent.

Comme lors de la première moitié de l'année, la colonie suisse s'est associée avec enthousiasme à la commémoration en organisant plusieurs manifestations aussi sympathiques que conviviales. Il y eut, entre autres, une grande réunion (plus de 2000 personnes) des suisses du Nord-Ouest à Tatton Park, près de Manchester et une rencontre, animée d'un concert, des suisses d'Ecosse réunis pour la circonstance à Hopetoun House près d'Edinburgh.

EXAMEN DE L'OPERATION

Les événements

Des événements annoncés par les deux dépliants-programmes du Festival, 110 ont finalement eu lieu. Ils présentent une grande diversité, non seulement quant à leur contenu, mais aussi concernant la manière dont ils ont été associés au Festival. On peut les classer dans les catégories suivantes:

- 1) événements indépendants, ex. l'exposition Giacometti à la Tate Gallery à Liverpool; Bührle collection à la Royal Academy;

- 2) événements associés. Ils auraient eu lieu de toute manière mais soit l'ambassade, soit le management du Festival ont participé à un moment ou à un autre à leur organisation et étaient représentés lorsqu'ils se sont déroulés. Certains d'entre eux ont reçu un modeste soutien financier du Festival. Ex: L'hommage à Ansermet du London Symphony Orchestra;
- 3) événements qui auraient eu lieu de toute façon mais qui ont reçu un soutien financier du Festival. Ex: L'Histoire du Soldat;
- 4) événements dont le programme a été modifié sur intervention du Festival pour inclure une composante suisse et qui, en contre-partie, ont reçu un soutien financier du Festival. Ex: Swiss Soloists Series;
- 5) événements conçus et organisés de manière indépendante, mais qui n'auraient pas eu lieu sans le soutien du Festival. Ex: Exposition Disler à la Whitechapel;
- 6) événements créés spécialement pour le Festival et financé entièrement grâce à lui. Ex: Swiss Artists in Britain; cycle de conférences, etc;
- 7) événements de la colonie suisse, soutenus dans leur organisation et sur le plan financier par le Festival. Ex: Battersea Park.

La répartition des événements dans les différentes catégories se présente de la manière suivante:

22 dans la catégorie 1)	12 dans la catégorie 5)
23 dans la catégorie 2)	30 dans la catégorie 6)
6 dans la catégorie 3)	7 dans la catégorie 7)
10 dans la catégorie 4)	

- 6 -

Certains événements ont eu lieu plusieurs fois mais à des endroits différents. Ainsi, les concerts du Bournemouth Sinfonietta (catégorie 5) et l'exposition "Face to Face with Switzerland".

Ces chiffres donnent des renseignements intéressants. Ils montrent que l'activité artistique suisse au RU pendant cette année a été très importante: plus de 100 projets exclusivement culturels. Les artistes suisses sont manifestement très intéressés à être présents en Angleterre et particulièrement à Londres.

Ces chiffres mettent aussi en lumière le rôle de promotion du Festival: 42 événements n'auraient pas eu lieu sans lui (catégorie 6 et 5). En plus, les 13 solistes suisses qui ont joué dans les 10 concerts de la catégorie 4 ne seraient pas venus en Angleterre. On peut donc dire que 52 événements ont eu lieu exclusivement à cause du Festival et que 51 ont été soutenu sous forme d'aide financière et/ou sur les plans administratif et publicitaire.

La sélection des projets s'est faite à la fois de manière empirique et conformément aux objectifs fixés: montrer la Suisse, pays de création artistique, source d'inspiration et terre d'accueil pour artistes exilés.

L'empirisme nous a été imposé d'une part par la période très courte à disposition pour organiser le Festival, d'autre part par le fait que beaucoup de salles, galeries, scènes étaient déjà réservées pour d'autres projets. Il a fallu profiter des occasions qui se présentaient. Cela a entraîné une certaine disparité entre les événements, certains n'ayant qu'un lien indirect avec la culture suisse ou ne réservant qu'une partie de leur programme à des "produits" suisses, d'autres étant entièrement consacré à notre culture. Cette disparité est apparue aussi dans la qualité des projets.

- 7 -

Pour donner un certain éclat à notre présence, il a été fait appel à des artistes étrangers célèbres (Rostropovitch, Solti, notamment). Cela a attiré l'attention du public sur certains événements, ce qui était le but recherché, particulièrement dans une capitale où la vie culturelle est si riche et où tant d'événements courent le risque de passer inaperçus. Cela nous a également valu quelques remarques sarcastiques dans la presse, qui s'attendait peut-être à plus de folklore de la part d'un pays qu'elle se plaît à décrire par les clichés traditionnels.

Impact dans les médias, "public relations"

La responsabilité de diffuser le Festival dans les médias a été confiée à une agente professionnelle de relations publiques qui était la même que celle choisie par L'OSR.

A cause du changement de management à la fin de 1990, cette personne n'a pu commencer son travail qu'en janvier 1991, ce qui était trop tard pour lancer le Festival en tant que tel. Il a donc fallu se concentrer sur la promotion des différents événements.

Le résultat de cette campagne de relations publique est mitigé. Néanmoins, en dépit de la concurrence très dure et du standard élevé de la vie culturelle au RU, à Londres en particulier, de nombreux articles, commentaires, interviews ont été publiés. Certains concerts ont été soit diffusés en direct, soit enregistrés.

Cela est d'autant plus remarquable qu'il n'était pas facile de maintenir l'intérêt pendant toute une année.

Il a été cependant difficile de pénétrer les médias et de les sensibiliser au Festival en tant que manifestation globale. Ce sont plutôt les événements particuliers ou les personnalités qu'ils mettaient en évidence qui ont retenu

leur attention.

Le rapport annexé donne le détail des résultats obtenus et soulève les problèmes que pose la publicité d'une telle opération.

Le recours à une agence professionnelle de relations publiques était indispensable si l'on voulait donner au Festival une diffusion dans les médias et auprès du grand public. Cependant, l'argent et le travail investis n'ont que partiellement répondu à nos espoirs. Cette situation n'est pas unique. Les responsables du festival du Japon ont fait les mêmes constatations.

Cela ne doit pas nous conduire à penser que le travail de relations publiques soit superflu, bien au contraire. À cet égard, l'identification de l'agent de relations publiques avec le produit est d'importance fondamentale. Pour atteindre un degré relatif d'identification, l'agent professionnel doit consacrer au début beaucoup de temps à acquérir une connaissance ne serait-ce qu'approximative de ce qu'il doit vendre. Or, ce travail n'est pas gratuit.

Publications

C'est là un élément essentiel, car sans publications il ne peut y avoir de festival. Elles restent le témoin tangible de ce qui a été réalisé.

En plus de la campagne de relations publiques à proprement parler, 110 000 exemplaires du dépliant-programme et pas loin de 5000 brochures commémoratives ont donc été distribués. Les brochures ont été remises à des représentants de la culture, des responsables politiques, des intellectuels, des hauts fonctionnaires, des amis de la Suisse et au public lors de certains événements. La qualité de la brochure nous a valu beaucoup d'éloges. Elle était au

demeurant bien mieux réussie que celle du Festival japonais, truffée de publicité.

Il reste aussi les catalogues des différentes expositions: Switzerland 700 à la British Library, Disler à la Whitechapel, les Swiss Artists in Britain à la October Gallery et l'exposition aux Riverside Studios.

Organisation et management

Cette question a déjà été abordée dans le rapport établi à la fin du premier semestre. La deuxième moitié de l'année a confirmé que l'engagement d'une agence spécialisée était indispensable. Cela dit, le travail fourni par cette agence bien que nettement meilleur que celui de son prédécesseur, n'a pas toujours donné entière satisfaction et a présenté des lacunes que l'ambassade a dû combler. Cela a provoqué une surcharge de travail considérable, particulièrement éprouvante pour le personnel impliqué dans ce projet.

En particulier l'organisation des réceptions offertes à l'occasion des événements a nécessité, malgré l'engagement intensif de l'ambassade, d'avoir recours pendant quelques mois à une secrétaire sociale supplémentaire, payée sur le budget du Festival, pour les invitations au Concert de Gala de l'OSR. A noter que pour tout le Festival ce ne sont pas moins de 22 réceptions (cocktails, dîners, buffets) qui ont été offerts, la plus grande partie à la Résidence.

A cet égard, il faut relever combien l'aspect social est important. Il donne à l'événement un caractère de fête. Il permet de réunir, autour des artistes, des amis, des représentants des milieux intéressés, des personnalités diverses, tant suisses que britanniques. Il contribue à développer le réseau de relations de l'ambassade. Il apporte un soutien moral aux artistes. Il constitue une opération de relations publiques. C'est un ingrédient indispensable à la

- 10 -

promotion de l'événement.

Or, son financement repose entièrement sur les frais de représentation. Un crédit supplémentaire aurait dû être prévu pour être en mesure de remplir de manière satisfaisante cette importante fonction. Pour le Festival, ces frais ont été assumés entièrement par les allocations de représentation de l'Ambassadeur et de l'attaché culturel. Inutile de dire que celles-ci n'étaient pas suffisantes. La décision de principe de la DASE de ne pas augmenter les frais de représentation pour le 700ème, est certainement discutable.

La structure administrative et juridique du Festival a été décrite dans le précédent rapport. Il a fallu en cours de route abandonner l'idée fixée au départ de donner à un comité directeur composé de l'Ambassadeur, de l'attaché culturel et de quelques personnalités, la responsabilité sur les plans culturel et conceptuel et de laisser dans les mains des directeurs de la Compagnie le soins de contrôler les finances. Il n'est pas possible en effet de dissocier les choix culturels des contingences financières. Cela a obligé l'Ambassadeur et son attaché culturel à participer à toutes les réunions de la Compagnie et du Trust pour informer les directeurs du déroulement des événements et obtenir leur approbation lorsque les décisions à prendre impliquaient des dépenses. Une bonne coordination entre ces différents organes s'est révélée être une condition nécessaire au succès de l'opération.

Les finances

Les fonds collectés ont permis de financer intégralement le Festival, qui bouclera probablement avec un bénéfice. Celui-ci ne pourra être chiffré qu'à la fin du mois de janvier prochain.

- 11 -

Les gestion financière a été menée avec professionnalisme et sérieux. Cela dit, certaines dépenses n'ont pas rapporté les résultats attendus. C'est ainsi que l'engagement pendant deux mois d'un spécialiste du fund-raising a été une déception et n'a donné aucun résultat, en partie il est vrai à cause de la récession.

Une répartition des coûts entre l'administration du Festival et les projets eux-mêmes est difficile à établir de manière rigoureuse. En effet, chaque projet incorpore une grande part de travail administratif. Les publications doivent être considérées comme des projets. En définitive, seuls les honoraires de l'agence, ceux des responsables des relations publiques, du fund-raising, de l'avocat et du réviseur comptable doivent être mis dans les coûts administratifs. Ceux-ci se sont montés à env. £ 255 000 sur un budget global de £ 642 000, soit 39,7 %.

Conclusion

Les objectifs du Festival étaient de resserrer les liens des Suisses entre eux et avec leur amis britanniques; de célébrer et de renforcer les longues relations amicales entre la Suisse et le Royaume-Uni et, surtout, de présenter une image non conventionnelle de la Suisse en mettant l'accent sur la diversité et la vitalité de son activité culturelle et intellectuelle.

D'une manière générale, ces buts ont été atteints. Tout au long de l'année, nous avons pu constater le plaisir avec lequel nos compatriotes se retrouvaient et partageaient leur joie avec leurs amis Anglais. Le flot de témoignages de félicitations, d'encouragement et de satisfaction qui ont atteint l'ambassade, provenant de personnes de tous milieux aussi bien en Suisse qu'au Royaume-Uni montre à quel point la possibilité offerte par le Festival de manifester leur attachement à une même communauté et de partager des valeurs communes a été appréciée.

Les nombreuses occasions d'associer des représentants des autorités britanniques à nos manifestations, le parrainage du Prince de Galles, le changement du nom de Coventry Street en Swiss Court (voir rapport précédent) sont quelques exemples de la contribution du Festival au renforcement des liens entre nos deux pays.

La diffusion d'une image non conventionnelle de la Suisse s'est faite principalement auprès d'un public cultivé, intéressé par notre pays. Les milieux culturels londonniens ont été sensibilisés à notre Festival, de même que les médias qui ont reçu 600 dossiers de presse.

Le Festival à maintes occasions a surpris. Le public et les médias britanniques s'attendaient à une présentation plus

- 13 -

traditionnelle de notre pays et n'ont pas toujours compris les objectifs et la conception du Festival. La dispersion des événements dans tout le pays et durant toute l'année a peut-être rendu difficile la diffusion d'une image globale du Festival qui aurait été plus aisément perçue si celui-ci avait été concentré dans l'espace et dans le temps.

Cela dit, la multiplication d'événements dans le pays a eu l'avantage de répartir notre présence, ce qui a facilité l'identification de la colonie suisse à la célébration. Cela permettait aussi de ne pas complètement négliger la province au profit de Londres, ce qui aurait été regrettable compte tenu des réactions très positives que le Festival a suscitées à l'intérieur du Pays.

En conclusion l'opération a été un succès. Elle était risquée mais entièrement justifiée. Au moment où l'architecture de l'Europe est bouleversée, il est plus que jamais nécessaire pour la Suisse de manifester sa présence. A n'en pas douter, le Festival constituait un moyen original, attrayant et opportun d'attirer l'attention.



L. Hurzeler