



PAR MARTIN MÜLLER,
PROFESSEUR EN GÉOGRAPHIE
HUMAINE À L'UNIVERSITÉ
DE LAUSANNE

La chronique du CIRIS

La crise des événements, ou l'extraordinaire devenu quotidien

Votre agenda est-il aussi rempli que le mien cet été? Je rêve des temps où cette saison rimait avec *dolce farniente*. Où les heures s'étiraient comme du caramel au beurre salé à la chaleur estivale. Plus jamais. Le temps est passé où les jours se confondaient et l'on constatait – d'abord avec irritation, et puis avec plaisir – que l'on ne savait plus si l'on était mercredi ou jeudi. Désormais, c'est devenu une erreur fatale. Vous

risquez de manquer la tête d'affiche de votre festival musical ou le coup d'envoi de votre compétition sportive préférée si vous vous trompez du jour. Athletissima à peine passé, Gstaad accueille une étape du Grand Chelem de beach-volley puis un tournoi de tennis masculin, tandis qu'un autre, féminin celui-ci, vient de débiter à Lausanne. Face au foisonnement d'événements estivaux de tous les types, il faut bien maîtriser son calendrier.

Il était une époque où les événements étaient quelque chose d'exceptionnel. La racine latine du mot «événement» – *evenire* – renvoie à son caractère original: un mouvement qui permet de quitter l'habituel et le quotidien. Le grand événement annuel, le carnaval, s'inscrivait dans cette caractéristique. Toutefois, les cinquante dernières années ont vu les festivals se multiplier, et s'installer ce que le philosophe français Guy Debord nommait en 1967 la «société du spectacle». Les festivals les plus connus en Suisse romande datent de cette période: le Montreux Jazz (fondé en cette même année de 1967), Paléo (1976) et Verbier (1994). Aujourd'hui, on pourrait passer son été en Romandie en enchaî-

nant les festivals sans discontinuité.

A ce calendrier très dense s'ajoute la médiatisation des événements qui se passent ailleurs, notamment des événements sportifs. L'écran donne le don d'ubiquité et permet de consommer sans avoir à se déplacer. L'extraordinaire se passe au quotidien, dans votre salon, et ce qui était autrefois exceptionnel est devenu banal.

La foule espérée

Bien que l'événementiel semble éphémère et flottant, son bon fonctionnement exige une ressource précieuse: notre temps. Il faut souligner ce caractère particulier de l'événement parce qu'il le distingue de presque toute autre forme de consommation. Vous pouvez acheter un vélo et ne jamais le sortir de son local; vous pouvez acheter une barquette de cerises et les laisser moisir dans votre réfrigérateur. Pour la fonction économique de tous ces biens, il importe peu, que vous y consacriez du temps ou pas.

Mais si vous achetez un billet de festival et n'y allez pas, impossible de remonter le temps, et si vous n'êtes pas seul dans votre cas, cela modifiera l'événement. Pour avoir du suc-

cès, les événements doivent attirer un large public, et pas seulement pour une question de rentabilité: toute personne qui a assisté à un match dans un stade à moitié vide sait que seules les foules transmutent une simple rencontre sportive en véritable spectacle. C'est pour cette raison que, au dernier moment, les responsables de la Fête des Vignerons viennent de prendre la décision exceptionnelle de reporter la cérémonie du couronnement, programmée le matin depuis toujours, au soir. Ils n'avaient réussi à vendre que la moitié des billets pour la matinée.

Que le festival phare de l'été vaudois n'arrive pas à vendre (tous) ses billets n'est pas une exception, mais l'une des manifestations d'une plus ample crise de l'événementiel dans le monde occidental. Loin d'être une exception, de plus en plus d'événements, bien établis comme de création récente, peinent à attirer de l'attention. Le Paléo, qui a l'habitude de fermer ses guichets quelques heures après leur ouverture, affiche toujours des billets disponibles pour deux soirées. La première édition des World Beach Games, le championnat mondial pour les sports de plage (oui, il y en a quinze différents), n'aura plus lieu

à San Diego cet été, comme c'était prévu, faute de sponsors intéressés.

Nous sommes arrivés à ce que l'on pourrait appeler un «pic événement»: le faite de l'événementiel où la participation commence à diminuer – ou du moins à stagner. C'est le moment où les événements n'arrivent plus à attirer suffisamment de spectateurs et où chaque nouvel événement fait face à un marché déjà bien saturé. Même les idées novatrices ou les programmations plus raffinées ne peuvent pas y changer grand-chose, parce qu'elles capteront simplement les visiteurs qui n'iront pas ailleurs.

Le temps n'est pas extensible

Car la clé du succès pour chaque événement – son emprise sur notre temps et notre attention – est soumise à une contrainte inéluctable: notre temps est limité. On peut accumuler de l'argent, stocker des marchandises, mais notre été aura toujours trois mois. Et pendant cet été, vous pouvez acheter deux vélos au lieu d'un; vous pouvez manger deux barquettes de cerises au lieu d'une; mais, même avec le meilleur planning du monde, vous ne pourrez jamais aller à deux festivals en même temps. ■