

# KINGS



## **KINGS**

### Distribution

---

conception et organisation

**Michel Schweizer**

assistant

**Gianni Grégory Fonet**

matériaux photographiques

**Patrick Veyssière**

dispositif électroacoustique

**Johann Loiseau**

prêt-à-porter

**Odile Béranger**

son

**Nicolas Barillot**

lumière

**Eric Blossé**

collaboration artistique

**Franck Tallon**

avec

**Hamid Benmahi**

**Soraya Bénac**

**Lee Black**

**Renaud Cojo**

**Okia**

**Patrice Pascouau**

**Olivier Robert**

**Patrick Robine ou Loreto Martínez Troncoso**

contacts

**Séverine Garat**

**la coma**

171 rue du tondu

33 000 Bordeaux

tél +33(0)556 935 440

fax.+33(0)556 935 441

GSM +33(0)662 110 615

la.coma@libertysurf.fr

coproductions

**Théâtre National de Toulouse Midi-Pyrénées**

**Théâtre National de Bordeaux Aquitaine *en préfiguration***

**Scène Nationale de Bayonne et du Sud-Aquitain**

**Office Artistique de la Région Aquitaine**

**la coma** est soutenue dans ses activités par :

**la DRAC Aquitaine / le Conseil Général de la Gironde / le Conseil Régional d'Aquitaine /  
la ville de Bordeaux**

## KINGS

création 2001 / Michel Schweizer

« Il n'y a pas de politique dont l'argent n'ait eu raison parce qu'il n'y a pas de politique dont l'argent ne décide »<sup>1</sup>. Voilà donc un système qui bascule, me rappelant ainsi qu'avant d'être un citoyen, je suis invité à être un consommateur.

Voilà comment ce même système me contraint de croire que de mon besoin et de mes attentes dépendraient l'existence et la prospérité de la collectivité.

Qu'est-elle devenue ? L'espace public se rétrécit à mesure que l'attention passe de l'utilisateur collectif à l'utilisateur singulier. Cette nouvelle approche, en décalage avec une logique de bien commun et plus proche des thèses libérales, a ainsi contribué à faire de l'utilisateur un consommateur et a transformé la relation de service en relation marchande<sup>2</sup>. Sonder et anticiper les moindres désirs de l'utilisateur, en usant de techniques et de méthodes empruntées à une logique de marché serait la première solution.

**Mais bientôt:** l'évidence que l'utilisateur lui-même serait le mieux placé pour répondre à ses propres attentes. L'homme de la rue devient alors ce héros *enfin* appelé à *exister* le temps d'une émission ou d'une pub, mais aussi hors du cadre cathodique, au travers d'éventuels commentaires que son témoignage pourrait susciter au-delà de cet espace-temps. L'individu lambda est désormais prié de rendre publique son existence et/ou son *histoire* au nom de *l'intérêt général*. L'image doit être témoignage, elle doit être vraie et si possible, portée par des gens *ordinaires*.

**Ici :** faire le choix d'interroger la valeur marchande du corps et de l'identité, en écho aux actions et productions usant de la spectacularisation de *l'authentique* et de *l'ordinaire*.

KINGS s'attache à faire cohabiter des *produits culturels* (propositions «spectaculaires») et des *échantillons spéculatifs* (un danseur de hip-hop, un danseur contemporain...) susceptibles d'être appréciés pour ce qu'ils *font* et/ou ce qu'ils *sont*. Nous pourrions alors peut-être nous risquer à apparenter KINGS à des PCHSO - traduisez «Pratiques et Comportements Humains Spectaculaires Organisés»<sup>3</sup>. Une série orchestrée de *PAN Prestations* portées par des personnes familières ou non de l'espace scénique, donne lieu à la réalisation d'un «spectacle» qui signe ici la fin de son intégrité, dans tous les sens du terme.

Ainsi composée, à mi chemin entre art et économie, la partition devient *aussi* une source potentielle d'éventuelles *spéculations*. Chacune des prestations pourrait-elle alors prétendre à son existence propre, dégagée de l'étroit contrat auquel elle est tenue pour l'instant.

**Dès lors :** puis-je encore prendre conscience de ma citoyenneté au travers d'expériences de négoce, qui mettent en jeu ma propre identité, mon rapport à autrui et au monde ?

1 Michel surya, De l'argent, la ruine de la politique, ed. Payot & Rivages, 2000.

2 Cf. Gilles Jeannot, Les usagers du service public, Que sais-je ?, n° 3359, Paris, PUF, 1998. L'auteur articule son analyse selon trois temps la relation de service, la relation marchande et la relation de citoyenneté caractéristiques de l'évolution du service public dont l'utilisateur est l'enjeu.

3 Jean-Marie Pradier ( mai 1995 ), travaux du colloque de fondation du Centre International d'Éthnoscéologie qui s'est déroulé à l'UNESCO et à la Maison des cultures du Monde les 3 et 4 mai 1995, La scène et la terre, Questions d'Éthnoscéologie, Revue Internationale de l'Imaginaire n°5, coédition Babel - Maison des Cultures du Monde, 1996. Reste néanmoins à savoir ce que nous consentirions à ranger derrière le terme spectaculaire quand le nous ne va jamais de soi.

Parce que « le politique est à l'œuvre avant la position de tout objet<sup>4</sup> » et, parce que les processus de création que requiert KINGS supposent une restauration de la représentation<sup>5</sup>, en offrant au public comme au non-public<sup>6</sup> la possibilité de se saisir d'un catalogue<sup>7</sup>, Michel Schweizer étend l'idée de représentation et invite l'utilisateur à y prendre directement part. En présence d'une *annexe* à l'objet, l'utilisateur peut alors s'inscrire *en lui* et, *avec lui*, définir les limites et les enjeux d'une telle proposition comme consommateur d'une part, et comme citoyen d'autre part. Ainsi, la représentation ne se résume plus à la seule exposition du *représenté*<sup>8</sup> mais, autorise une place pour l'utilisateur, un espace pour le dialogue.

Au regard des propositions que l'objet génère, nous pourrions aisément penser que KINGS est une nouvelle tentative dans le vaste plan d'élargissement des publics. A la manière du marché qui propose des biens de consommation et des services toujours plus adaptés à différentes *micro-sociétés*, Kings pourrait répondre par une même déclinaison fine des préférences individuelles des consommateurs.

Pourtant, Michel Schweizer semble ni plus ni moins nous dire qu'un individu ne se construit pas uniquement en référence à un groupe social d'appartenance. Les individus représentés, les signes et les langages qu'ils proposent au sein de Kings, favorisent inéluctablement des processus d'identification qui permettent à différents sujets, différents groupes sociaux de se reconnaître. L'équipe artistique de KINGS se compose en effet de plusieurs *micro-tribus* avec des attentes, des besoins, des préjugés et des habitudes qui diffèrent d'un groupe à l'autre.

De surcroît, il est patent que l'expression en vogue « **tisser du lien social** » encourage un métissage de pratiques artistiques souvent douteux et peu soucieux d'une reconnaissance interindividuelle.

Toutefois, en choisissant de convoquer des individus appartenant à différentes micro-communautés, il s'agit moins de faire coexister des *universalismes* que de proposer un espace-temps à *habiter* et à *raconter*. La coprésence *exposée* de différentes réalités sociales et culturelles se veut ici témoin d'une rencontre, d'un partage, et cette réunion se situe loin de toute stigmatisation communautaire.

**Enfin seulement:** pouvoir se moquer de l'objet.

---

4 Denis Guénoun, *L'exhibition des mots*, Ed. De l'Aube, 1992.

5 Au sens défini par Denis Guénoun: « comme assemblée, réunion publique, attroupement [...] le fait que des individus se sont rejoints et rapprochés publiquement, ouvertement et que leur confluence est affaire politique.

6 le catalogue est envoyé à 200 personnes choisies arbitrairement dans l'annuaire téléphonique, dans chaque ville d'accueil du show.

7 au sein duquel sont répertoriés les diverses prestations et accessoires constitutifs du « show », destinés à la vente ou la location pour un usage public ou privé.

8 cf. Guénoun, *op.cit.*

# la coma

## Michel Schweizer Parcours

N'est pas diplômé en biologie moléculaire. Ne cherche pas à « *susurrer la danse à l'oreille* ». Ne l'a jamais étudiée à Berlin, Paris ou New-York. Ne l'a pas pour autant découverte à l'âge de quatre ans. N'a toujours pas engagé de plan d'épargne logement. Ne refuse pas la rencontre. N'a pas eu la chance de rencontrer l'évidence de « *la première fois* ». N'est pas signataire de la charte du 20 août. Ne saurait envisager son activité sans une profonde méfiance. Ne pourrait trouver d'autre mot pour définir ce qu'elle lui occasionne : du luxe. N'a toujours pas rencontré la place de sourire de son prochain investissement : un costume Hugo Boss. Ni celle d'intenter à sa propre inertie en réaction au *dehors*. N'a pas relu *tout* Deleuze cet été. N'a pas la prétention de dire qu'il se trouve prétentieux. Ne travaille pas à « *faire vibrer son sacrum* ». Ne suppose pas la production sans ce(ux) qui la génère(nt) et l'autorise(nt). N'a pas encore lu *la vie sexuelle de Catherine M.*. Ne feuillette que très rarement *les échos* ou *la tribune* pour les pages publicitaires ou les offres d'emploi.

Convoque et organise des communautés provisoires. S'applique à en mesurer les degrés d'épuisement. Ordonne une partition au plus près du réel. Regrette de ne pas avoir pu faire des études d'architecture, d'éthologie, de sciences du langage ou de design. Se joue des limites et des enjeux relationnels qu'entretiennent l'art, le politique et l'économie. Se pose en organisateur. S'entoure de prestataires. S'impatiente. Pense à la suite. **SCAN more money-more business management.**