

Les professionnels, les relations publiques et la mise en pratique

Compte-rendu de la première année de la formation continue en *Gestion Chorale* de la *Deutsche Chorjugend* (Jeunesse chorale allemande).

Daniel Schalz, éditeur de Chorzeit Das Vokalmagazin

Les participants à la session de formation continue en *Gestion Chorale* se sont formés auprès de professionnels très expérimentés.

Genèse et inspiration

Des concerts inspirants, des ateliers excitants, des discussions passionnantes – à la mi-février tout semblait presque comme chaque année pendant ce cinquième *Vokalfest Chor@Berlin*, organisé par la *Deutscher Chorverband* (DCV). Presque : il était impossible d'ignorer le fait que le staff organisateur du festival était non seulement plus nombreux mais aussi plus jeune : outre l'équipe expérimentée du DCV et le *Radialsystem* (un système de management d'événements berlinois, note de la traductrice), 15 jeunes choristes et chefs s'activaient, et pendant quatre jours ils ont énormément travaillé sur tous les terrains : pour l'installation de la scène, dans les domaines artistiques ou au contrôle des entrées, comme photographes pour le blog, et, bien sûr, comme main d'œuvre à tout faire.

Ces quatre journées fatigantes, mais très excitantes, dans la capitale allemande étaient pour toute cette extraordinaire équipe organisationnelle le point d'orgue de la formation d'un

an intitulée *Formation Continue en Gestion Chorale*. Pendant quatre week-ends intenses, des participants et des enseignants avec une expérience du terrain ont discuté de sujets tels que le marketing, les relations publiques, la recherche de fonds et la production de concerts, et ont reçu beaucoup d'informations pour leur propre travail. Trois des modules étaient couplés à d'importants événements choraux : les participants ont eu une expérience de première main pendant la *Neuvième Compétition Chorale Allemande de Weimar 2014*, et ils ont eu un aperçu de comment les choses fonctionnent pendant les séries de concerts "*Schlussakkord Romantik*" organisées par la DCV en Rhénanie-Palatinat. Lors de *Chor@Berlin*, ils ont pu être actifs eux-mêmes.

Les participants ont mis directement en place de nombreuses idées

La formation a débuté par le séminaire *Wir sind ganz Chor ! Kulturmarke, Sozialgemeinschaft, Wirtschaftsfaktor* (Nous sommes un chœur ! Une marque culturelle, une communauté sociale, un facteur économique). Le séminaire a commencé par une présentation, par chaque participant, du profil de son ensemble; ils étaient assistés dans cette tâche par Moritz Puschke, manager du DCV, et par Christian Langer, un *business consultant*. Ceci était pour certains des participants quelque chose d'entièrement nouveau: "*Une découverte fondamentale et importante pour moi fut de comprendre combien il est crucial de développer une marque chorale et de l'établir*", nous confie Kathrin Henschen, étudiante en musicologie à l'Université Humboldt de Berlin qui travaille notamment dans le secrétariat de la *Berliner Sing-Akademie*: "*Le pilier central, c'est d'avoir une conception claire de l'identité d'un chœur*".

De nombreux participants ont exploité d'emblée les compétences acquises pendant ce premier week-end : "*Après avoir compris l'importance de se différencier d'autres ensembles et de créer*

sa propre identité, sa propre marque, je me suis immédiatement mis au travail avec mon propre cœur”, nous dit Mirijam Oster, étudiante diplômée en sciences culturelles, qui étudie actuellement le chant, dirige deux chœurs et organise le séminaire de direction de chœur de la Saarländische Chorverband. “Avec mon ensemble Querbeat, nous développons un nouveau concept choral qui se centre sur la créativité et le plaisir, et pas seulement sur la qualité du chant”.

Maria Lehmann, diplômée en musicologie et dans le domaine du management de la musique à Berlin et à Paris, et qui travaille maintenant pour le bureau de gestion des projets de la DCV, dit que son travail intensif sur le profil de son propre cœur l’a beaucoup aidée : *“La concentration nécessaire a induit des résultats incroyables en un temps très court, dit la jeune femme de 26 ans. Et avec les autres participants et les professeurs expérimentés, des solutions pratiques ont été trouvées pour des problèmes qui existaient depuis longtemps.”*

Après ce premier week-end épuisant, qui pour certains participants a aussi constitué un processus d’apprentissage douloureux, le deuxième module a été entièrement consacré à la dramaturgie et à la mise en scène des concerts. Folkert Uhde, manager culturel qui se présente comme un *designer culturel*, remonta dans le temps pour montrer de façon magistrale que la musique classique n’a pas toujours été présentée sous la forme sous laquelle nous la connaissons aujourd’hui : les musiciens sur la scène, et le public sur des rangs de chaises au parterre. Il a encouragé les participants à essayer de nouveaux concepts scéniques, et à imaginer les concerts comme des expériences à part entière. Pourquoi ne pas disperser les chanteurs un peu partout? Quels effets sont possibles, selon l’architecture et la lumière? Et qui a dit que pendant un concert on ne pourrait pas manger et boire?

Encore une fois, les participants ont reçu des conseils spécifiques à appliquer chez eux, avec leurs propres chœurs: *“En se fondant sur ce que nous avons appris quant à la*

dramaturgie des concerts, j'ai complètement repensé certains de mes concerts, nous dit Hannah Ewald, 27 ans. Par-dessus tout, j'ai donné à mes programmes un aspect dramaturgique en ce qui concerne l'espace, la forme et la musique".

Les questions générales concernant la dramaturgie étaient complétées par un aperçu spécifique concernant le jazz et la pop: Nina Ruckhaber, manager choral du *Jazzchor Freiburg*, a donné des exemples clairs pour des performances inattendues puis a répondu à de nombreuses questions concernant son travail; des coordonnées professionnelles furent aussi échangées. Hannah Ewald pense que: *"Un bénéfice particulier de cette formation continue est que l'on peut se constituer un réseau de connaissances, ce qui pour moi a déjà une valeur inestimable"*. Mirijam Oster, du Saarland, le dit en ses propres mots: *"Cette formation continue élargit nos horizons, et nous montre ce qui est disponible en dehors de notre champ de vision. Et, bien sûr, il est toujours inspirant de rencontrer des personnes intéressantes et de connaître leurs idées"*.

Des conseils de professionnels des chœurs de la radio

Ce même week-end a continué avec le sujet des relations publiques : l'auteur de cet article a partagé son expérience comme journaliste et professionnel des relations publiques en se concentrant sur l'importance des communiqués de presse et des photographies, parce que ce sont les bases de relations publiques efficaces. Une approche pragmatique a aussi été abordée, ce qui a été accueilli très favorablement par les participants: *"Le thème des relations avec la presse, c'est-à-dire par exemple en ce qui concerne les photos du chœur, a été tout particulièrement utile pour moi; j'ai pu emporter de très bonnes idées, applicables immédiatement à mon chœur"*, dit Maria Lehman, qui chante aussi dans plusieurs chœurs.

Dans le module suivant du cours, le domaine des relations publiques a été élargi pour inclure le marketing. Les enseignants invités étaient Sabine Germann et Rachel-Sophia Dries, des départements de relations publiques et de marketing du *Rundfunkchor Berlin* (chœur de la radio de Berlin). Ils ont fourni des aperçus intéressants sur le fonctionnement d'un ensemble professionnel d'envergure. Des idées précieuses concernant l'acquisition de fonds de sponsoring furent livrées par Bettina Charlotte Hoffman de *Diakonie Kathastrophenhilfe* (un organisme de soutien aux victimes de désastres, note de la traductrice) qui, parmi d'autres choses, est responsable de la collecte de fonds et de la communication avec les donateurs de "Brot für die Welt" (du pain pour le monde).

Après ces trois week-ends intensifs, c'est avec enthousiasme que 15 jeunes chefs de chœur se sont attaqués à l'organisation du festival *Chor@Berlin*. "Même si ce n'est que pour se constituer un réseau dans toute l'Allemagne, je recommande très chaleureusement ce programme, dit Maria Lehmann. Vous pouvez obtenir là beaucoup d'idées nouvelles et d'inspiration pour votre propre chœur, et vous êtes stimulé pour continuer votre propre travail musical".

Pour obtenir d'autres informations, les dates et les programmes :

www.deutsches-chorjugend.de/weiterbildung_chormanagement/

*Traduit de l'anglais en français par Pascale Isoleri (France)
relecture par Jean Payon (Belgique) et Jutta Tagger (Allemagne).*