

Pointer le milieu de la mode, les saisons, les hommes, l'identité, le parcours et la mémoire. C'est le nouveau projet de T Public créé cet automne à Marseille dans une drôle de collection défilé de mannequins-citoyens. « C'est nous les people » pourrait être son credo.



Imaginez de donner un grand coup de ciseaux dans vos vêtements sur une scène. De défiler dans une chorégraphie mettant en scène des gens de la rue comme vous mêlant les tenues les plus fantasques aux plus sobres. Ici les chaussures deviennent chapeaux, les lunettes sont colliers, et les parapluies se transforment en burka sur des seins nus sur fond de vidéo mêlant des histoires du quotidien à un regard sur l'histoire de la mode et du vêtement. Les corps sont peints, la peinture habille, marque et démarque les corps comme les vêtements détournés de leur usage et de leur valeur tout comme les ballots de bouteilles compressées utilisés comme podium. Tous âges, toutes catégories sociales se retrouvent dans ces passages. C'est le Défilé de Marques imaginé par Mathieu Bouchain avec la Compagnie T. Public pour Trésor Public. « Le nom de la Cie qui est déjà un jeu. On joue avec les mots et l'espace pubic. S'il y a un trésor aujourd'hui c'est le public. » Défilé de Marques » a été présenté dernièrement à Marseille à la Friche de la Belle de Mai mais aussi lors d'une soirée unique au Théâtre du Gymnase. Soirées gratuites, ce qui fait partie d'un des principes fondamentaux de la T. Public – Association d'idées investie dans ce que l'on appelle les Arts de la Rue.

FRUIT CALIBRE EUROPEEN



Après **Paté de Maisons**, une création sur les giratoires et les ronds points en France, et **Réflexion de chaussée**

où était déjà abordé la notion de trace,

Le Défilé de Marques

, présenté successivement à la Friche de la Belle de Mai et au théâtre du Gymnase est une nouvelle forme de détournement. A commencer par la manière ironique, le pied de nez par lequel il a commencé, détournement peut être de l'esprit de sélection type « star-académique » télévisuel : un casting. « On a rencontré beaucoup de gens très différents qui très vite se sont rendus compte que déjà c'était une métaphore de faire un casting, puisque on prenait tout le monde. En cinq minutes ils ont bien compris qu'il avaient affaire à une compagnie de théâtre qui n'avait pas l'intention de refuser ou de caster des gens mais plutôt d'aboutir sur un début de projet » indique le metteur en scène. « Toutes les personnes qui ont participé à ce casting sont passées par un petit cursus, un petit jeu. Tout d'abord un contact avec le directeur artistique et son équipe. Un cabine vidéo maton pour dire en une minute « qui suis-je ? Un atelier marquage sur corps. Avez-vous déjà des marques sur votre corps ? Quel est l'objet avec lequel vous êtes venu ? Autant de marques du temps. Ensuite, troisième petit atelier qui était un témoignage video maton où tout un chacun avait 5 minutes de doléance ou de témoignage ou de liberté pour s'exprimer ». 240 citoyens au total ont participé à la création et les Petits Frères des Pauvres ont fourni les vêtements.

QUI ETES VOUS ?



De ce « casting », au-delà du spectacle, ce qu'il reste c'est tout : c'est-à-dire trois heures de films. Quels sont les critères de sélection des personnes venues à ces castings ? Il n'y en a pas justement. « C'est le refus de faire appel à un fruit calibré européen. Au-delà d'un spectacle, « Défilé de Marques » c'est plutôt une aventure en fait, un appel lancé à tous ceux qui ne se reconnaissent pas dans des icônes qu'on a l'habitude de voir. Un travail sur l'espace, le mouvement et sur le temps individuel, mais aussi le corps social. » **Le Défilé de marques serait-il un projet sur l'identité à travers le rapport au corps ?**

Un défi à cette société qui est mercantile et qui vend tout ? « On peut être utilisé durant des élections, dans des campagnes de publicité. Mais, un des derniers remparts que chacun d'entre nous possède face à ça, c'est au moins notre corps. Notre projet c'est : quelles sont les marques que vous avez sur votre corps aussi bien physiques, mentales qu'intellectuelles. Ce spectacle veut pointer le milieu de la mode, les saisons, les hommes, l'identité, le parcours et la mémoire. » Ainsi, aux côtés de très jeunes et moins jeunes, hommes, femmes, Thérèse une vénérable dame de 83 ans participait ainsi que deux jeunes femmes enceintes au défilé. « La haute couture s'est toujours nourrie de la rue. Et donc l'appel est là puisque nous sommes une Cie de rue : faire appel à la citoyenneté. Le citoyen doit être montré en modèle. Nous sommes modèles » conclut Matthieu Bouchain. Un projet que T Public souhaite faire vivre dans le temps par le biais de deux collections mensuelles « automne-hiver, printemps-été » sans limite de territorialité. « Le festival de Cannes serait un lieu particulièrement intéressant ».



pour le site www.esatne.com et le site www.esatne.com système Friche