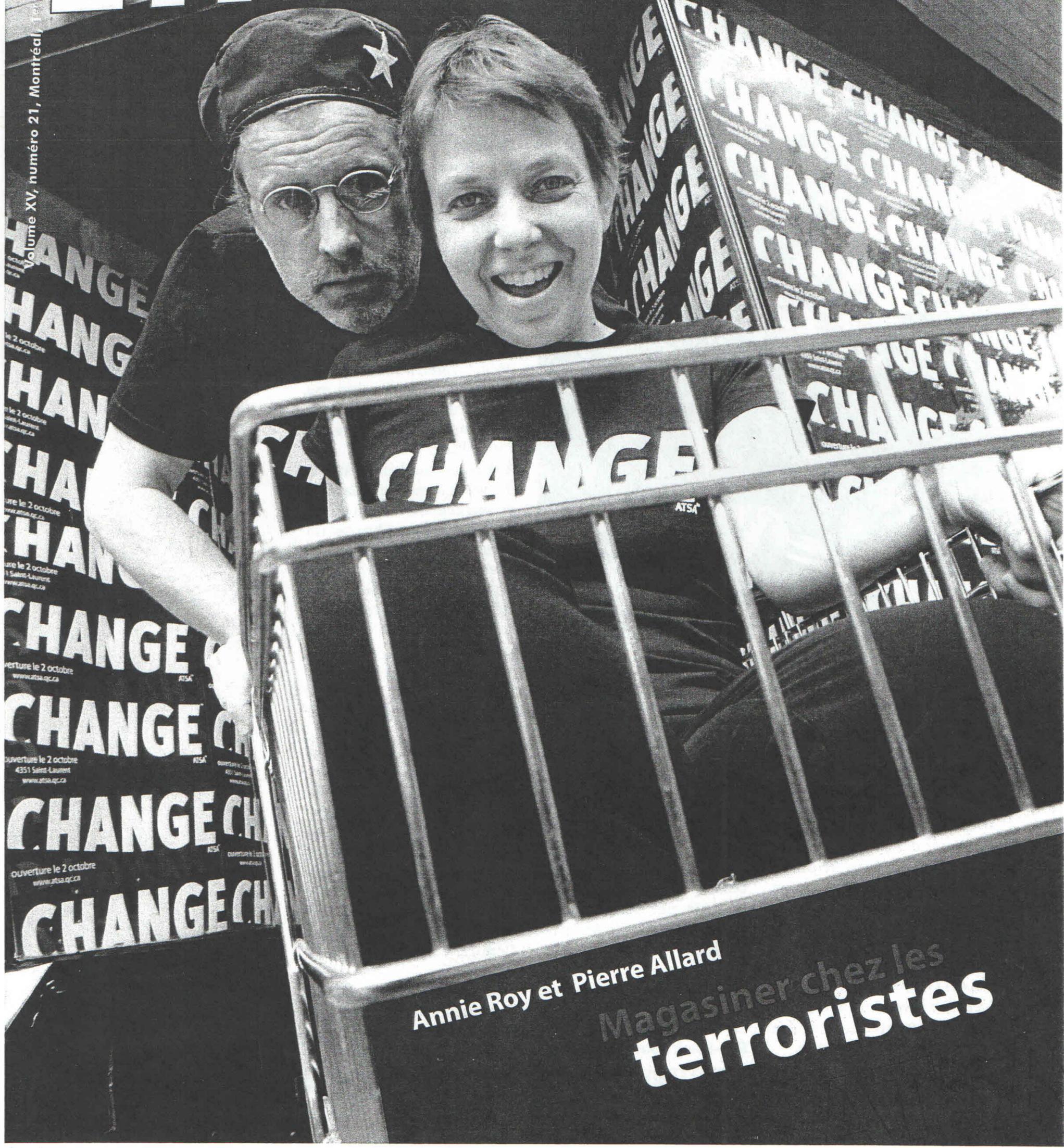


# L'ITINÉRAIRE

Volume XV, numéro 21, Montréal, 1<sup>er</sup> novembre 2005



Annie Roy et Pierre Allard

Magasiner chez les  
**terroristes**

Annie Roy et Pierre Allard

## Magasiner chez les terroristes

Audrey Coté, rédactrice en chef

**Le marketing du cri. Le nerf de la guerre de la société de consommation a aussi ses stratèges artistiques engagés: Annie Roy et Pierre Allard, cofondateurs de l'Action terroriste socialement acceptable (ATSA). Unis dans la vie comme en création, les deux artistes mettent en marché leur cri d'indignation par l'entremise d'interventions urbaines qui s'attaquent à la pauvreté, à l'exclusion sociale et à la pollution. Pour souligner leur 10<sup>e</sup> anniversaire, ils ont récemment ouvert le magasin temporaire CHANGE, où le public peut se procurer une partie de leur fonds de commerce... artistique.**

C'est en déposant illégalement un guichet automatique de bas chauds pour les sans-abri, devant le Musée d'art contemporain, que le duo artistique a poussé son premier cri d'indignation en décembre 1997. «L'idée nous est venue lorsqu'on a entendu à la télé qu'une Banque venait de faire des profits de 7 milliards de dollars. Nous nous sommes dit: "C'est inacceptable que dans le même pays où se trouvent ces banques, des personnes dorment dehors et souffrent du froid"», explique Pierre. Pour éviter les délais et surprendre le public, le couple avait alors résolu d'installer sa «banque à bas» sans demander de permis à la Ville de Montréal. C'est de cette première intervention artistique engagée qu'est née l'Action terroriste socialement acceptable (ATSA). Même si leur geste d'éclat était «socialement acceptable», son caractère illégal aurait pu coûter cher aux deux téméraires artistes. Annie est formelle: «Ce sont les médias qui ont légitimé notre action, car s'ils n'avaient pas embarqué, nous aurions peut-être eu des problèmes.»

La démarche artistique de l'ATSA se revendique d'un heureux mélange de rébellion, d'imagination, d'éducation populaire et de marketing récupéré de façon humaniste. La force de frappe de l'ATSA réside dans son habileté à se vendre. «Dans une société où tout doit se vendre pour exister, nous avons compris qu'il fallait aussi utiliser cette stratégie pour crier notre indignation face aux injustices sociales. Si nos interventions sont spectaculaires, elles sont aussi pacifiques et visent à resserrer le tissu social. La stratégie consiste d'abord à piquer la curiosité des gens, pour ensuite les amener à réfléchir», fait valoir Annie.

L'art est pour les deux complices un moyen de rébellion où prime la sensibilisation du plus grand nombre, d'ajouter Annie. «À travers nos interventions urbaines artistiques, nous voulons réunir les gens, créer un sentiment d'appartenance à une cause commune, qu'elle soit sociale ou environnementale. Nous préconisons les mises en scène qui confrontent les gens et les amènent à réfléchir». De son côté, Pierre croit que les idées et revendications de la masse finissent, lentement mais sûrement, par faire bouger les gouvernements. «Nous croyons que le changement doit d'abord venir de la base, c'est-à-dire de chaque citoyen.»

### Mobiliser autour de l'itinérance

Depuis l'intervention de *La Banque à bas*, une vingtaine d'autres gestes du genre ont vu le jour, de façon aussi spectaculaire qu'engagée. Parmi celles-ci, *État d'urgence*, un camp de réfugiés pour les sans-abri installé dans le parc Émilie-Gamelin chaque année depuis 10 ans. Sous une immense tente fournie par l'armée canadienne, on accueille les itinérants comme le grand public. Sous la tente, plusieurs activités artistiques se déroulent et certains itinérants n'hésitent pas à monter sur scène ou encore à servir la soupe. Cette occupation commune des lieux favorise les échanges entre les personnes de la rue et monsieur-et-madame-tout-le-monde. «Cet événement donne une place publique aux itinérants. Par cette manifestation, on veut aussi faire comprendre aux itinérants comme au grand public l'importance d'être solidaires», soutient Pierre.

Même si *État d'urgence* met en lumière la créativité des gens la rue, les premières années n'ont toutefois pas été faciles: «Les commerçants autour de la Place des arts ou du parc Émilie-Gamelin n'ont pas aimé l'idée de voir autant d'itinérants réunis dans un même lieu, mais avec le temps, ils ont compris l'aspect positif de notre action: certains d'entre eux connaissent mieux les gens de la rue grâce à l'ATSA.»

Pour les itinérants aussi, cette manifestation artistique et sociale n'a pas toujours été un événement qui allait de soi. Habités d'être quotidiennement rejetés, plusieurs entraient sous la tente avec une charge d'agressivité palpable, explique Pierre: «Les sans-abri sont souvent déstabilisés en se retrouvant soudainement dans une terre d'accueil. Pour se protéger, ils deviennent agressifs dans les premières minutes, puis graduellement, ils se calment et ont envie de participer aux activités artistiques ou de faire du bénévolat.»

### Fonds de commerce du social

Les cofondateurs de l'ATSA vont au bout de leurs idées. Dénoncer la surconsommation ou l'inéquité du partage des richesses tout en utilisant l'espace commercial comme moyen de rencontre avec le public? Depuis le 2 octobre dernier et jusqu'au 20 décembre

prochain, le duo artistique expérimente la vie de commerçants avec l'ouverture temporaire du magasin CHANGE qui a pignon sur le boulevard Saint-Laurent. Dans leur magasin, Pierre et Annie accueillent le public qui peut y acheter les produits dérivés des créations de l'ATSA : T-shirts, tuques, sacs à provisions en tissu bio et équitable, bandes sonores, photos, etc.

La boutique CHANGE a pour but de dénoncer l'uniformisation du commerce, tout en favorisant l'échange avec le public. «Les gens qui entreront dans le commerce devront se déchausser et marcher sur le petit change que l'on demande aux visiteurs en entrant. On veut que cette expérience soit un déclencheur de réflexion», affirme Annie. Après tout, s'exclame son complice et amoureux dans la vie : «Tous les changements passent par l'argent!»

La boutique CHANGE est située au 4351, boulevard Saint-Laurent. Elle sera ouverte jusqu'au 20 décembre seulement.

État d'urgence se tiendra du 26 au 30 novembre 2008 au parc Émilie-Gamelin.

☐ Pour information : [www.atsa.qc.ca](http://www.atsa.qc.ca)

### Le copier-coller qui tue

Les sympathiques «terroristes» réagissent au sabrage de 45 millions par le gouvernement Harper dans divers programmes dédiés à la diffusion de la culture: «Les subventions aux arts, la liberté d'expression artistique et sa diffusion, c'est garant d'une démocratie en santé!», lance Annie. Mais il y a plus, selon les deux artistes. Bien au-delà de l'industrie culturelle qui suppose une rentabilité financière immédiate et qui demeure généralement bien subventionnée, la définition de la culture soutient une diversité de regards. «Je n'ai rien contre le fait qu'on subventionne les industries culturelles, mais à mon sens, la culture ne doit pas être uniquement un produit marchand où il faut vendre le plus de billets possible», de poursuivre son compagnon. Mais Annie est prolifique, et tient à conclure : «Il faut aussi que les artistes moins connus puissent s'exprimer librement et il importe de lutter contre l'uniformisation. Le copier-coller culturel, c'est ça qui tue la culture!» (A.C.)



Photo: Eric Carrière

«Dans une société où tout doit se vendre pour exister, nous avons compris qu'il fallait aussi utiliser cette stratégie pour crier notre indignation face aux injustices sociales. Si nos interventions sont spectaculaires, elles sont aussi pacifiques et visent à resserrer le tissu social. La stratégie consiste d'abord à piquer la curiosité des gens, pour ensuite les amener à réfléchir»

- Annie Roy, cofondatrice de l'Action terroriste socialement acceptable