

Faculty of Arts and Philosophy
Master in Multilingual Business Communication
2012 - 2013

BOZAR*friends* Audience Engagement Research. A guidebook.

BO ZAR

Thesis submitted in partial fulfillment of the requirements for the degree of “Master na
Master in de Meertalige Bedrijfscommunicatie”

by

Wiske Renders

Promotor: Astrid Vandendaele



***Engaged audiences
are a cornerstone in the
foundation of a strong
arts ecosystem.***

Alan S Brown & Rebecca Ratzkin
The San Francisco Foundation

ACKNOWLEDGEMENTS

It has been a pleasure conducting my research in the stimulating environment provided by the Centre for Fine Arts in Brussels.

As with many major undertakings in life, the end result would not have been possible without the help and support of many people.

I would like to express my gratitude to the Press Officers of the Centre for Fine Arts, Annelien Mallems, Leen Daems, Hélène Tenreira and Laura Bacqueline, for giving me the opportunity to experience the ins and outs of a press office in a renowned cultural organization. Special thanks go to Elia Baele, Communication Officer BOZAR STUDIOS at BOZAR, with whom I have experienced the privilege and challenge of working closely together, for her constant guidance and availability. Next, I would like to thank my supervisor Astrid Vandendaele for her professionalism, comments and encouragement on this project. I would also like to thank Mr. Tom Bruyer for his dedication to the students the entire year.

Finally, I would like to thank my family and friends whose support for me was always there.

PREFACE

This thesis provides a case study on audience engagement research in a cultural organization and contains five main parts.

In the first chapter I will focus on the Centre for Fine Arts and its cultural mission, based on inside information, the organization's website and several written sources. I will also provide information on the new *BOZARfriends* formula and its advantages.

Directly linked to its mission, which puts the emphasis on providing the public with a "total experience", the Centre for Fine arts wishes to provide its friends with a service tailored to their needs. If necessary, the Centre also wishes to diversify its audience. The aim of the study is therefore to determine a profile of the *BOZARfriends* audience, as well as to provide an understanding of their needs and preferences regarding engaging in the arts.

Chapter II consists of a brief outline of the theoretical background, with a focus on existing audience engagement research. In this chapter, the various audience typologies and their specific engagement preferences are enlisted.

The methodology and results of the conducted research are discussed in chapters III and IV. The survey provides an in-depth picture of the *BOZARfriends* with a special focus on their engagement preferences. The conducted research can be seen as an initiative to hear directly from the *BOZARfriends* on what motivates them to become a friend of the Centre for Fine arts and attend events. Moreover, the survey attempts to discover what helps them connect more deeply with the cultural organization and the events they attend in particular. A demographic profile was also included.

After the profile of the audience is defined, one can take a moment to think about which types of content would be more likely to engage these audiences. Chapter V consists of a discussion of the findings and a conclusion.

It is my hope that this case study will serve to stimulate further research, discussion and innovation, ultimately creating a more meaningful audience experience.

TABLE OF CONTENTS

ACKNOWLEDGEMENTS.....	3
PREFACE.....	4
TABLE OF CONTENTS.....	5
TABLE OF FIGURES.....	7
I. INTRODUCTION.....	8
THE CENTRE FOR FINE ARTS and the “BOZAR experience”.....	8
BOZAR <i>friend</i> – A NEW FORMULA.....	8
THE BOZAR <i>friend</i> PROFILE – A BLANK PAGE.....	10
UNDERSTANDING THE BOZAR <i>friend</i>	11
II. AUDIENCE ENGAGEMENT RESEARCH IN THE ARTS.....	12
THE “GRAYING” OF ARTS AUDIENCES.....	12
ARTS PARTICIPATION.....	13
III. SURVEY METHODOLOGY.....	15
KEY SURVEY INFORMATION.....	15
IV. SURVEY RESULTS.....	16
SOCIODEMOGRAPHIC QUESTIONS.....	16
CONCLUSIONS SOCIODEMOGRAPHIC PROFILE.....	19
ATTENDANCE.....	20
COMPANIONS AND MOTIVATIONS.....	23
PREPARATION.....	25
CONCLUSIONS POPULARITY OF PREPARATORY ACTIVITIES.....	30
ACTIVITIES AFTER PERFORMANCES.....	31
CONCLUSIONS POPULARITY OF ACTIVITIES AFTER A CULTURAL EVENT.....	33
V. DISCUSSION & CONCLUSION.....	35
CASE STUDY – THE BOZAR <i>friends</i> PROFILE REMAINS A BLANK PAGE.....	35
HOW TO DIVERSIFY THE BOZAR <i>friend</i> AUDIENCE.....	37

HOW TO HIGHTEN ENGAGEMENT – Creative Solutions.....	37
CONCLUSION.....	40
WORKS CITED.....	41
APPENDICES	42
APPENDIX A – AUDIENCE ENGAGEMENT SURVEY ; ENGLISH	42
APPENDIX B – AUDIENCE ENGAGEMENT SURVEY ; DUTCH	48
APPENDIX C – AUDIENCE ENGAGEMENT SURVEY ; FRENCH	54
APPENDIX D – BOZARFRIENDS NEWSLETTER ; DUTCH	59
APPENDIX E – NEWSLETTER BOZARFRIENDS ; FRENCH.....	63

TABLE OF FIGURES

Figure 1 The Venn diagram illustrates the six overlapping audience typologies	14
Figure 2 The distribution of the two categories within the BOZAR <i>friend</i> audience.....	16
Figure 3 The BOZAR <i>friend</i> audience - Age.....	17
Figure 4 The BOZAR <i>friend</i> audience - Gender	17
Figure 5 The BOZAR <i>friend</i> audience - Occupational Status.....	18
Figure 6 The BOZAR <i>friend</i> audience - Educational Level.....	18
Figure 7 Use of the Internet by the BOZAR <i>friend</i>	19
Figure 8 Difference in amount of events attended between the two categories	20
Figure 9 The level of interest the BOZAR <i>friend</i> has for cultural events	21
Figure 10 The level of interest the BOZAR <i>friend</i> has for educational events.....	22
Figure 11 Who is the BOZAR <i>friend</i> normally attending a cultural event with?.....	23
Figure 12 The main reasons for a BOZAR <i>friend</i> to attend an event.....	24
Figure 13 The amount of preparation the BOZAR <i>friend</i> audience likes to do before attending an event.....	25
Figure 14 Level of interest for a preparatory activity (1).....	26
Figure 15 Level of interest for a preparatory activity (2).....	26
Figure 16 Level of interest for a preparatory activity (3).....	27
Figure 17 Level of interest for a preparatory activity (4).....	27
Figure 18 Level of interest for a preparatory activity (5).....	27
Figure 19 Level of interest for a preparatory activity (6).....	28
Figure 20 Level of interest for a preparatory activity (7).....	28
Figure 21 Level of interest for a preparatory activity (8).....	29
Figure 22 Level of interest for a preparatory activity (9).....	29
Figure 23 Level of interest for a preparatory activity (10).....	29
Figure 24 Level of interest for an activity after an event (1)	31
Figure 25 Level of interest for an activity after an event (2)	31
Figure 26 Level of interest for an activity after an event (3)	32
Figure 27 Level of interest for an activity after an event (4)	32
Figure 28 Level of interest for an activity after an event (5)	33
Figure 29 Level of interest for an activity after an event (6)	33
Figure 30 Facebook Post by BOZAR	36
Figure 31 Printscreen of the MyMM Page of La Monnaie.....	39

I. INTRODUCTION

THE CENTRE FOR FINE ARTS and the “BOZAR experience”

The Centre for Fine Arts is nowadays universally known through the BOZAR label. To quote Paul Dujardin, Chief Executive Officer and Artistic Director of the Centre, “five letters that crystallize the interdisciplinary and multidisciplinary dimension of our programming, which brings together all the arts and a public that we want to be as broad and as diverse as possible, in line with our cultural mission.”¹

Located in the centre of Brussels, the Centre for Fine arts is a multidisciplinary cultural centre as it connects all seven art disciplines: architecture, cinema, dance, visual art, literature, music and theatre. Moreover, the Centre also has an educational service, operating as an artistic department in its own right.

Both Paul Dujardin, CEO, and Ulrich Hauschild, Director of the BOZAR MUSIC department, consider each cultural event as a “window to beauty and an invitation to explore our roots and our relations with the other, both in Europe and far beyond its borders.”² The same viewpoint is formulated in the Centre for Fine Arts’ proper mission statement, focusing on the BOZAR experience.

*According to Paul Dujardin, Art and people must find and recognise each other, must interact with and enrich each other. For the greater happiness of all. Our commitment, accordingly, is not only to the provision of a range of artistic activities, but also to achieving a “total experience”.*³

BOZAR*friend* – A NEW FORMULA

Last season, the Centre of Fine Arts introduced a new formula. Everyone can now become a friend of BOZAR. BOZAR*friends* are given the opportunity to get to know BOZAR, both the public events and behind the scenes, and take advantage of a whole range of exclusive benefits. These are enlisted at www.bozar.be/friend.

¹ DUJARDIN, P. and HAUSCHILD, U. (2013) ‘Foreword’ in *Brochure season 2013-2014*. Page 6

² *Idem*

³ DUJARDIN, P. ‘The BOZAR experience’ [WWW] <http://bozar.be/webpage.php?pageid=46&&> [Accessed 10/07/2013]

The *BOZARfriends* card is valid for an entire cultural season, from 1 August to 31 August of the following year. Last season, to mark the launch of *BOZARfriends*, the period of validity has been extended: it took effect on 1 June 2013, for BOZAR's summer exhibitions only. The card costs € 10 per season for those under 26 years of age and job-seekers and € 40 per season for everyone else.

All season long the *BOZARfriends* can benefit of a series of advantages, allowing them to experience BOZAR to the full: "Joining this community of friends of BOZAR takes you into the heart of a project that brings together every artistic discipline".⁴ The new formula is in line with the Centre for Fine Arts' mission statement, in which it's clear the cultural organization thrives towards a "total experience".

While actively supporting the Centre for Fine Arts as an institution, the *BOZARfriend* receives substantial discounts on ticket prices for many of the huge number of events the Centre for Fine Arts organizes (music, exhibitions, cinema, theatre, etc.), he or she will be able to attend occasions specially arranged for him or her (open rehearsals, encounters with the artists, invitations to our exhibition openings, etc.), and he or she will have an opportunity to book for certain exceptional concerts before the general public.⁵ Whenever there are new special offers, benefits, or special invitations to exhibition openings, encounters, or open rehearsals, extra information will be sent to the *BOZARfriends* by e-mail.⁶

Anyone who subscribes to *BOZARfriends* will thus receive preferential treatment from BOZAR. Amongst the advantages :

- a reduction of 10%, applied after any other BOZAR reductions applicable, in the price of tickets for almost all BOZAR MUSIC productions, including Category 1 seats;
- special low prices for BOZAR EXPO, THEATRE, DANCE, CINEMA, and LITERATURE tickets;
- an invitation to the annual presentation of the BOZAR MUSIC season;
- invitations to BOZAR EXPO exhibition openings;
- a free guided tour, Horta to Horta, for new members: an opportunity to get to know the building and its hidden corners;
- open BOZAR MUSIC rehearsals;

⁴ Flyer *BOZARfriends*. *BOZARfriends* – Experience more (2013)

⁵ 'Become a *BOZARfriend*' [WWW] <http://www.bozar.be/webpage.php?pageid=687&> [Accessed 20/06/2013]

⁶ 'FAQ' [WWW] <http://www.bozar.be/webpage.php?pageid=702&> [Accessed 02/07/2013]

- Meet the Artists sessions that brings the *BOZARfriend* face to face with our BOZAR MUSIC, EXPO, THEATRE, DANCE, CINEMA, and LITERATURE artists;
- priority booking for European Galas and Five-star concerts;
- a substantial reduction on the price of BOZAR MUSIC concert programmes and BOZAR EXPO visitor's guides;
- one free admission ticket for a BOZAR EXPO exhibition of choice;
- the BOZARMAG (which keeps the *BOZARfriends* informed about the programming throughout the season) delivered to their home.

THE *BOZARfriend* PROFILE – A BLANK PAGE



**BOZAR*friends* -
Experience more.**

“*BOZARfriends* – Experience more”. It’s the eye catcher the Centre for Fine Arts uses to gain the public’s attention for its new formula.

A *BOZARfriend* membership is supposed to provide the audience with a more intense experience. But how is it possible to offer them an intense experience, tailored to their needs, if we don’t know who the *BOZARfriends* are? Namely, actions that are too generic often fail to reach a target audience.⁷ Therefore, it is important to know and recognize specific characteristics and preferences that the *BOZARfriends* have.

In short: to guarantee an intense experience and engage the *BOZARfriend*, the profile of the target audience, which is still a blank page, should be defined.

⁷ Online Audience Engagement for Jazz and Classical Audience (2011)

UNDERSTANDING THE BOZAR*friend*

BOZAR is most interested in diversifying its audience. However, before you can work on strategies to create a public as broad and as diverse as possible, you have to define that public. In this case, the public /audience is the group of BOZAR*friends*.

A study was conducted for the Centre for Fine Arts to better understand the needs and interests of its BOZAR*friend* members. Conducted by email, the research project explored reasons for joining and renewing, how they valued current and potential benefits, their use of all types of media and their preferences for both preparatory activities and activities after an event. A sociodemographic profile was also included. The methodology and results are discussed in chapters III and IV.

After the profile of the audience is defined, one can take a moment to think about which types of content would be more likely to engage these audiences. In the following chapter, the various existing audience typologies are enlisted.

II. AUDIENCE ENGAGEMENT RESEARCH IN THE ARTS

THE “GRAYING” OF ARTS AUDIENCES

One of the toughest challenges for arts managers, recently, seems to be the task of engaging younger audiences. As audiences for art forms like classical, jazz, and opera are getting older, studies have indicated that younger generations are not replacing this “dying demographic”.⁸ In short, Classical and Jazz audiences are said to be “graying”.

Being active on social media is shown to be the key to engaging audiences online.⁹

A digital audience study that has shown to be very valuable is the one commissioned by Theatre Bay Area. This study studied the social media habits of over 200 nonprofit arts and cultural organizations and wrote helpful guidelines for organizations seeking to have the largest possible impact with their social media campaigns.

Although audiences are “graying”, news hasn’t been bad for all arts organizations. Findings of a recent NEA arts participation survey suggest that “a person’s age does not necessarily provide a correlation for their level of participation in the arts”.¹⁰ The survey, however, makes a key distinction regarding how younger demographics engage with art differently from previous generations.

According to Brown and Ratzkin, every audience member has a unique appetite for, and approach to, engaging.¹¹ This is in line with the findings of the arts participation survey conducted by NEA. Moreover, research has noted six general typologies of audience members. In the second part of the following section, the different audience typologies and their engagement preferences are enlisted.

⁸ GEORGE, T. (2011) ‘Introduction : Why Jazz and Classical?’ in: Online Audience Engagement for Jazz and Classical Audience – p.4

⁹ Online Audience Engagement for Jazz and Classical Audience (2011)

¹⁰ Online Audience Engagement for Jazz and Classical Audience (2011). Page 9

¹¹ BROWN, A.S. and RATZKIN, R. (2011) Making Sense of Audience Engagement. The San Francisco Foundation

ARTS PARTICIPATION

The “total experience” – The Arc of Engagement

Arts organizations aim to maximize impact on audiences, to draw them more deeply into the arts. But first of all, one should ask oneself: *What is engagement?* There are many different approaches to audience engagement. As a result, there is a need for a coherent conceptual framework.

A good starting point for the audience engagement research at the Centre for Fine Arts might be the conceptualization of engagement as a unifying approach by Mc Daniel and Thorn¹². They framed audience engagement within the larger context of mission and community service, hereby moving the focus to the center of dialogue about mission and strategy. This is in line with the mission of the Centre for Fine Arts: providing the audience with a “total experience”. And the *BOZARfriend* should be able to “Experience [even] more”. But to achieve this experience, one needs an engaging audience, which brings us to the following question: *how do audiences engage?*

Audience typologies: a diversity of preferences

First of all, it is important to understand the diversity within your audience. Based on their engagement preferences, various *typologies* of audience members can be identified.

The six main typologies, defined by their overall appetite for engaging and their preferred methods of engagement, are¹³: 1) Readers; 2) Critical Reviewers; 3) Casual Talkers; 4) Technology-based Processors; 5) Insight Seekers; and 6) Active Learners. The audience typologies are mentioned in order of low appetite to high appetite for engaging. The Venn diagram below illustrates the six overlapping categories. Brown and Ratzkin, however, noted that it depicts only general tendencies.

¹² BROWN, A.S. and RATZKIN, R. (2011) Making Sense of Audience Engagement. The San Francisco Foundation. Page 14

¹³ BROWN, A.S. and RATZKIN, R. (2011) Making Sense of Audience Engagement. The San Francisco Foundation. Pages 22 – 24

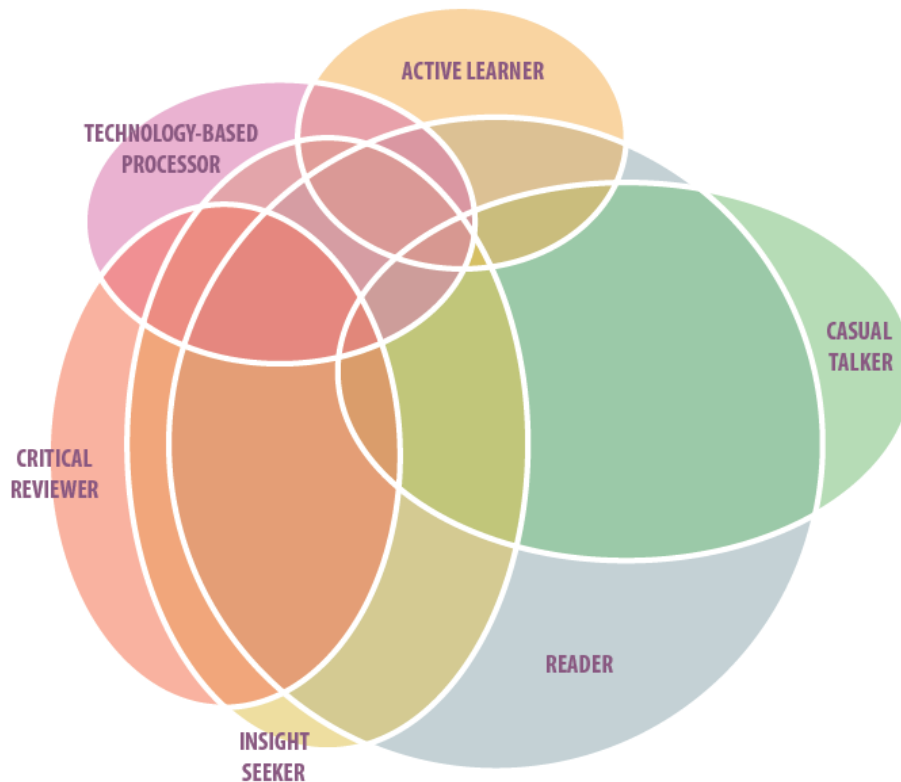


Figure 1 The Venn diagram illustrates the six overlapping audience typologies

It is of interest for the Centre for Fine Arts to understand where its BOZARfriends audience falls in this taxonomy. Once the Centre is familiar with the typologies in its audience in regards to engagement, by for example conducting market research, it can use this knowledge to associate it with the underlying characteristics and dimensions of audience engagement programs and activities. The *Making Sense of Audience Engagement* report by Brown and Ratzkin provides artists and managers with general guidelines for thinking about program design in reference to the various typologies.¹⁴ To be more specific, individual engagement activities can be described in terms of their placement along each of the follow dimensions: 1) peer-based to expert-led; 2) solitary to social; 3) active to passive; 4) community to audience.

¹⁴ BROWN, A.S. and RATZKIN, R. (2011) *Making Sense of Audience Engagement*. The San Francisco Foundation

III. SURVEY METHODOLOGY

To determine the audience typologies and its preferences regarding engagement activities, quantitative research was conducted. An online survey was emailed to approximately 2200 BOZAR*friends*. To this end, a newsletter was drafted in French (appendix E) and Dutch (appendix D).

In addition to general demographic information, the survey (based on the Audience Engagement Survey, developed by Alan Brown and Kelly Hill with input from Creative Trust¹⁵) asks questions related to reasons why one would become a friend of BOZAR and the attendance at participating cultural events; motivations for attending; and preferred activities before and after performances. I was also provided with guidance and advice on how to conduct effective audience research and better understand audiences by the report initiated by Ars Victoria¹⁶.

KEY SURVEY INFORMATION

The survey was available online between July 17th and August 4th, 2013. The Centre for Fine Arts supplied the email list for the survey. Each BOZAR*friend* received a newsletter, in which they were kindly invited to participate in a study conducted by a student in cooperation with the Centre for Fine Arts. In consultation with Elia Baele, Communication Officer BOZAR STUDIOS at BOZAR, we decided not to send a reminder email during the time the survey was available online.

The survey was available in French, Dutch and English. In total, 59 responses were recorded. However, only 50 surveys were completed. 28 respondents completed the survey in French, or 56 % of all completed surveys, while 22 respondents opted to complete the survey in Dutch (44% of the total). No one completed the English-language survey. All three surveys can be found in the appendices (appendices A - C).

15 BROWN, A.S. (2010) *The Audience Engagement Survey Report*. Creative Trust for Arts & Culture.

16 Arts Victoria (2005) *Audience Research Made Easy*. Arts Victoria and the Australia Council

IV. SURVEY RESULTS

This section examines the responses by the BOZAR*friends* to the survey. Results are analyzed by using IBM SPSS Statistics, a software package used for statistical analysis, and Microsoft EXCEL.

SOCIODEMOGRAPHIC QUESTIONS

This section examines the responses to the questions which were for statistical purposes only. The results provide us with a first insight into the profile of the BOZAR*friends*.

What type of BOZAR*friend* membership did you purchase?

The BOZAR*friends* can be roughly divided into two categories, depending on the type of membership that they have purchased. The underlying bar graph shows that 91% of the BOZAR*friends* purchased a membership card for those who are 26 and over, while only 9% purchased one for those who are under 26 and job-seekers.

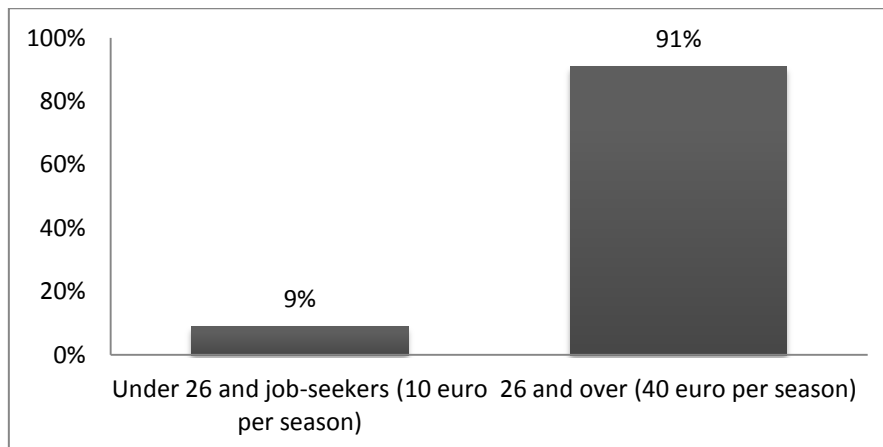


Figure 2 The distribution of the two categories within the BOZAR*friend* audience

For most of the following survey questions, I will associate the type of membership with the given answers. In result, a profile of the BOZAR*friends* will be drafted based on both categories. Afterwards, an audience typology can be determined for each category.

Which of the following broad age groups best describes your age?

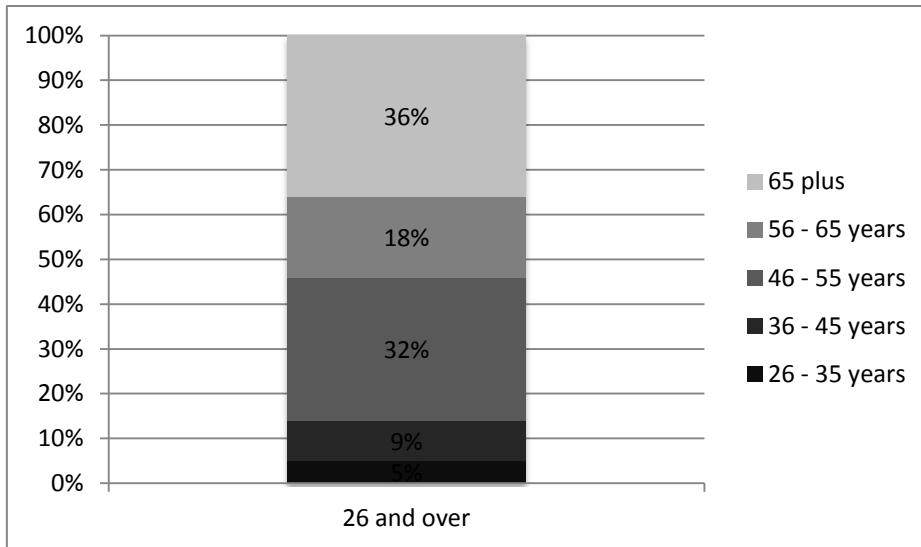


Figure 3 The BOZARfriend audience - Age

The findings above show that the audiences for art forms are indeed getting older. Nearly 55% of those with a membership for 26 and over are 55 and older. Graying audiences are thus also a problem for the Centre for Fine Arts and its members. Whether younger people will grow into arts patrons - the kind of people who will fill seats and buy the BOZARfriend membership¹⁷ – should be weighing on our minds.

What is your gender?

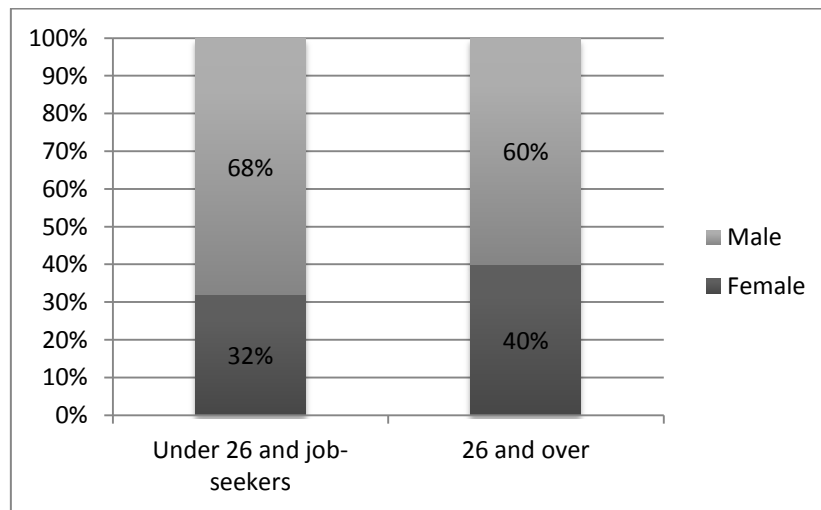


Figure 4 The BOZARfriend audience - Gender

According to the bar graph above, men are in the majority in both categories of the BOZARfriends.

¹⁷ McNULTY, T. 'Graying of arts audiences a concern' (2008) in *Pittsburgh Post-Gazette*

To determine whether differences in gender and age between the two categories of the BOZAR*friends* are significant, statistical hypothesis tests could be conducted. Response rates are however too low. As a consequence, these findings may not truly represent the population of BOZAR*friends*.

Please indicate your occupational status.

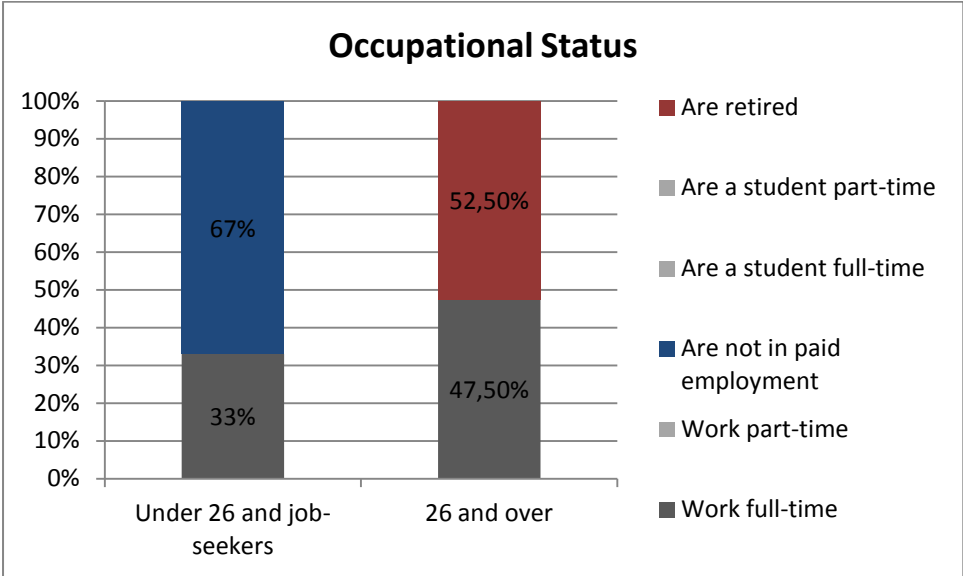


Figure 5 The BOZAR*friend* audience - Occupational Status

A majority of the BOZAR*friends* with a membership for under 26 and job-seekers is either working full-time (33%) or not in paid employment (67%), while those with a membership for 26 and over are either working full-time (47,50%) or retired (52,50%).

What is the highest education level you have attained to date?

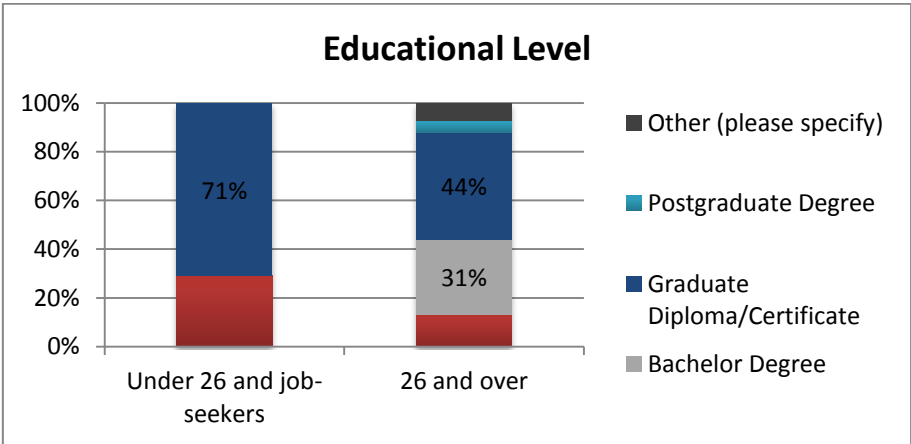


Figure 6 The BOZAR*friend* audience - Educational Level

A majority (more than 70%) of the BOZAR*friends* has either a Bachelor degree or Graduate diploma.

Which of the following do you use internet for?

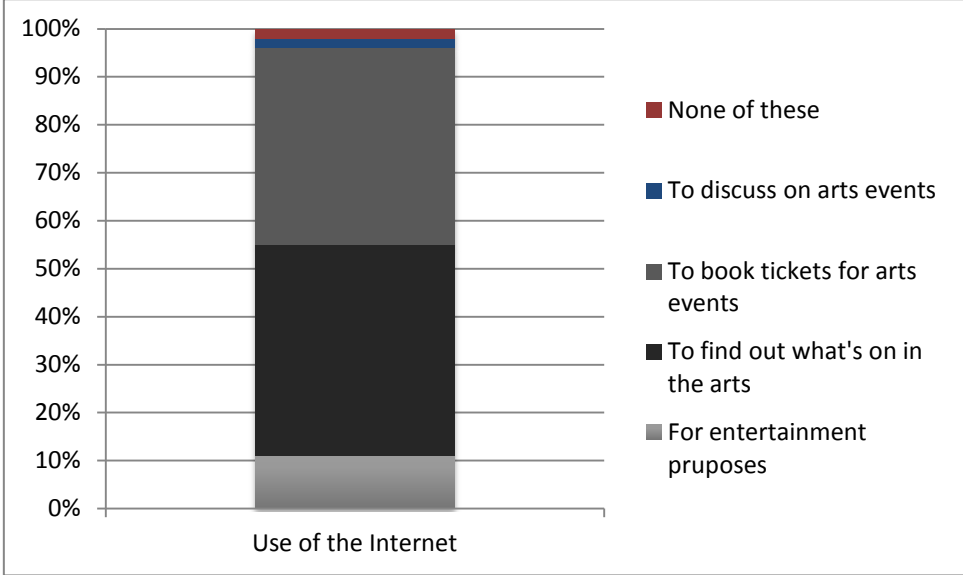


Figure 7 Use of the Internet by the BOZAR*friend*

CONCLUSIONS SOCIODEMOGRAPHIC PROFILE

Those with a membership for under 26 and job-seekers are in the minority (9%), while those with a membership for 26 and over are in the majority (91%).

To conclude, more than half – up to 54% – of the Bozar*friends* audience is 55 and older. If the results would truly reflect the population of BOZAR*friends*, the lifeblood of this audience obviously needs to be a younger audience. A majority of the BOZAR*friends* audience is male and well-educated. An important result of the rather high average age, is that the majority is either working full-time or retired.

The remaining questions of the survey are related to reasons why one would become a friend of BOZAR, motivations for attending and preferred activities before and after performances. The findings will give us an insight into the behavioral characteristics and preferences of the current BOZAR*friends* audience. However, considering the interest of the Centre to diversify this audience I will also focus more specifically on the needs and interest of those under 26 years.

ATTENDANCE

The following questions relate to the participation activities of the *BOZARfriends*, based on the two categories (under 26 and job-seekers; 26 and over).

How many events, organized by the Centre for Fine Arts, have you previously attended this season (2012-2013)?

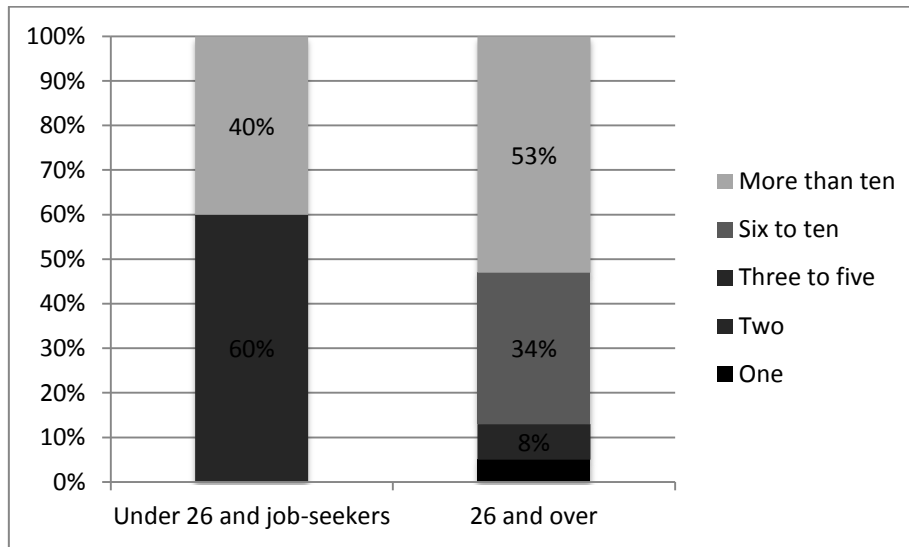


Figure 8 Difference in amount of events attended between the two categories

The largest proportion (53%) of the *BOZARfriends* of 26 and over attended events on a regular basis, visiting more than ten events last season. The majority of the remaining 47% went to three to ten events. There were also a few respondents (5% of the *BOZARfriends* with a membership for 26 and over) who completed the survey but had only attended one event last season.

On the other hand, those under 26 and job-seekers that attended more than ten events last season are in the minority (40%). The majority does not visit as many events as the respondents from the other category. 60% attended only three to five events last season.

If these findings would truly reflect the *BOZARfriends* audience, which is not the case, we could conclude that the *BOZARfriends* audience is very loyal to its cultural organization.

For each of the following cultural events, please indicate your level of interest.

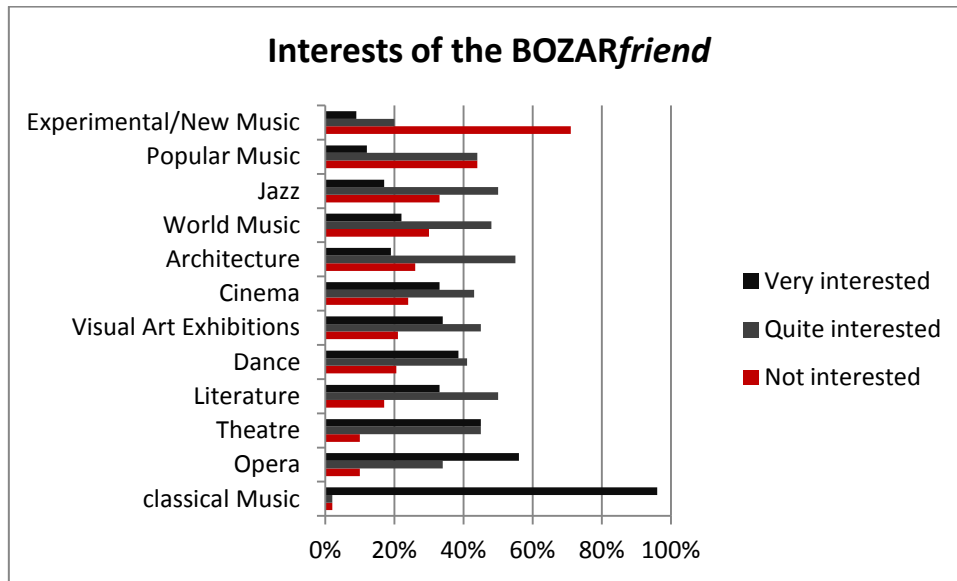


Figure 9 The level of interest the BOZARfriend has for cultural events

The bar graph above gives an insight into the interests and preferences of the BOZARfriends audience with regard to the different cultural events. BOZARfriends seem to be most interested in Classical Music (98% is either very or quite interested), Opera (90% is either very or quite interested) and Theatre (90% is either very or quite interested).

On the other hand, Experimental/New Music is appointed as the least interesting cultural event for the BOZARfriends audience with 71% being not interested.

In order to get an understanding of the specific interests of the younger members in particular, a chi-squared can be conducted to see whether possible differences between the two categories (under 26; 26 and over) are significant. This statistical test is used to determine whether there is a difference between the expected frequencies and the observed frequencies in one or more categories.¹⁸ In this thesis, I never conducted this test as the response rates were too low.

¹⁸ SHARP, V.F. *Statistics for the Social Sciences*

For each of the following educational events, please indicate your level of interest.

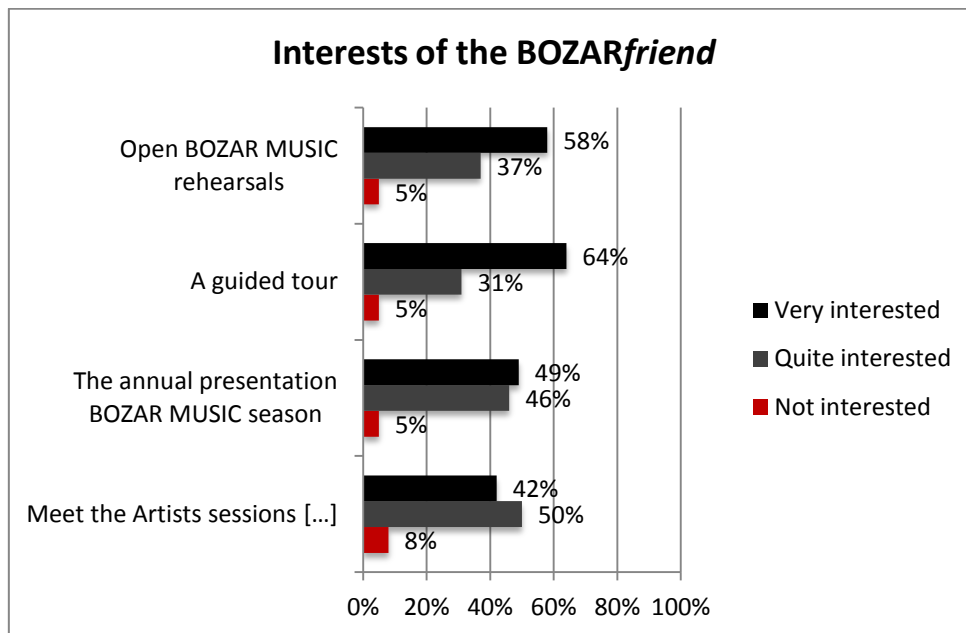


Figure 10 The level of interest the BOZARfriend has for educational events

The bar graph above gives an insight into the interests and preferences of the BOZARfriends audience with regard to the different educational events. These educational events are part of the package of advantages that comes with a BOZARfriend membership. BOZARfriends seems to be most interested in a guided tour (64% is very interested) and an open BOZAR MUSIC rehearsal (58% is interested). The free guided tour gives the BOZARfriend the opportunity to get to know the building and its hidden corners.

In order to get an understanding of the specific interests of the younger members in particular, a statistical test can be conducted to determine whether differences between the two age categories are significant (under 26; 26 and over) are significant.

COMPANIONS AND MOTIVATIONS

Who are you normally attending a cultural event with?

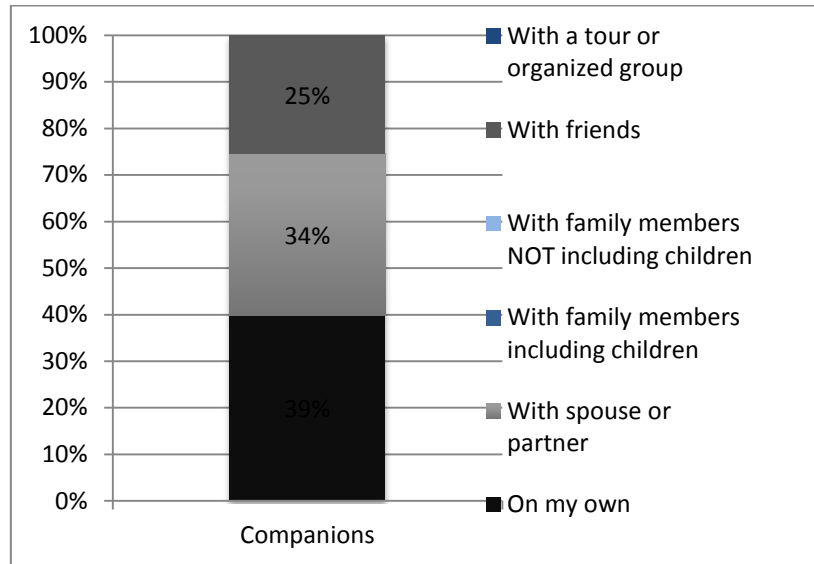


Figure 11 Who is the BOZAR*friend* normally attending a cultural event with?

To determine whether there is a significant difference between younger and older audiences in who they attend a cultural event with, a statistical test can be conducted. In this case, however, the response level of those under 26 years was too low.

A substantial majority of the BOZAR*friends* audience attend alone (39%). Spouses or partners are the second-most common attendance companions for the BOZAR*friends* (34%), followed by friends (25%).

People go to dance / music / opera / theatre performances for many reasons. **What are the main reasons for you to attend an event (music, exhibitions, cinema, theatre, etc.)?** Respondents were asked to choose three only. The graph below shows the ranking of the main reasons for attending a cultural event.

- To hear and see great works by the masters is the most popular motivation for the BOZAR*friend* audience.
- The top three is completed by the following motivations: to have an intense emotional experience; to relax and have fun. The second most important motivation, with a focus

on the experience, is in line with the aim of the Centre for Fine Arts to provide the public with the possibility to become a friend and experience more.

- The three most commonly chosen motivations might differ between the two age categories (under 26 and job-seekers; 26 and over). To determine whether there are significant differences, statistical tests can be conducted. The response level of the BOZAR*friends* under 26 was however too low.

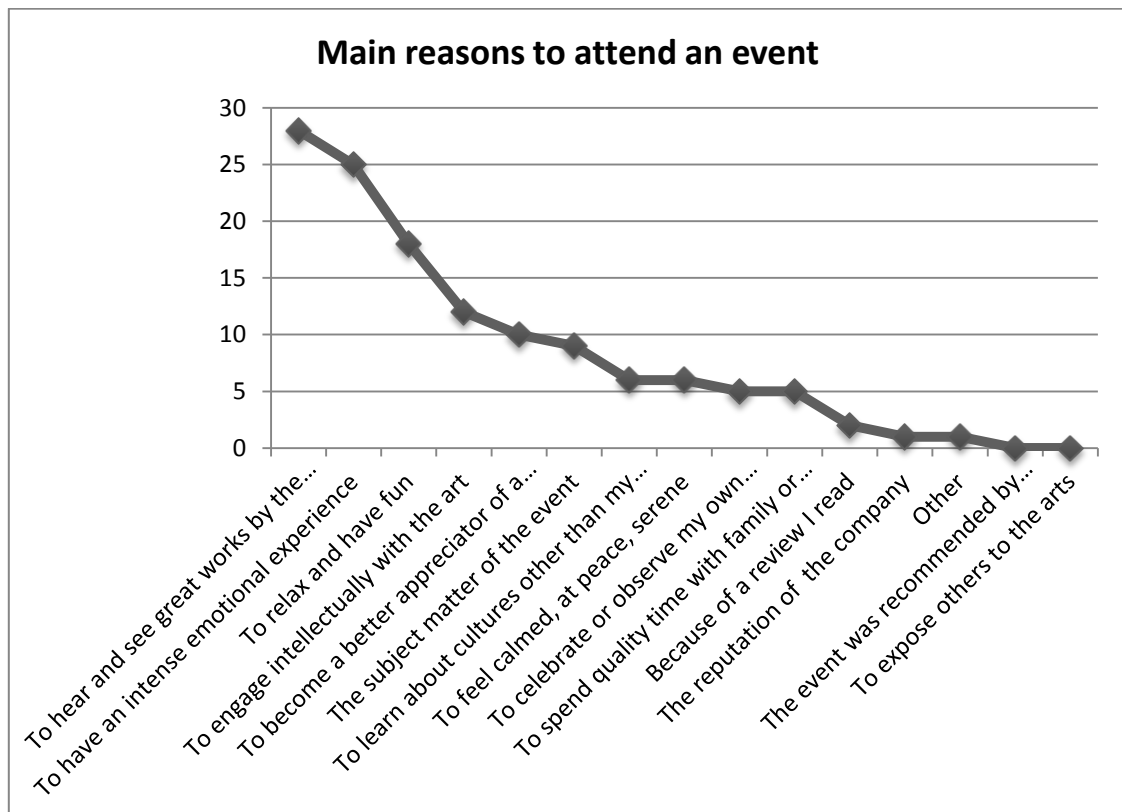


Figure 12 The main reasons for a BOZAR*friend* to attend an event

The respondents were also given the opportunity to write down a motivation themselves if it wasn't enlisted. It wasn't necessary to categorize the respondents' comments in order to analyze commonalities and interesting thoughts, since only one person wrote down a motivation himself: "Muziek is een liefhebberij".

PREPARATION

When it comes to learning about an exhibition, an artist or company or the works they will perform, how much preparation do you like to do, typically, before attending a cultural event? (For example, some people like to seek out information about the artist or works to be performed, attend a rehearsal or lecture about the program, etc.).

The respondents were asked to indicate on a scale from 1 to 7 (1= No preparation; 7= A lot of preparation) how much preparation they like to do before an event. The line graph below shows a difference in the amount of preparation between the two BOZAR*friend* age categories. Whether this difference is significant could not be tested as the response level of the BOZAR*friends* with a membership for under 26 and job-seekers was too low.

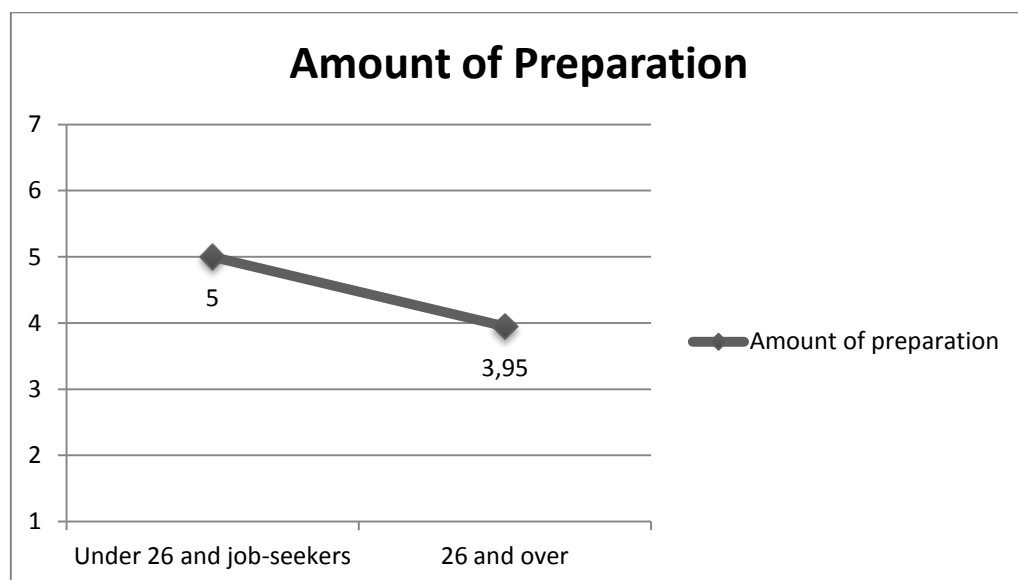


Figure 13 The amount of preparation the BOZAR*friend* audience likes to do before attending an event

Findings show that BOZAR*friends* with a membership for under 26 and job-seekers like to do a moderate amount of preparation (average value is 5) before attending an event, whereas those who are 26 years and older do just a bit of preparation (average value is 3,95).

What is your level of interest in doing the following preparatory activities before a cultural event? Please indicate your level of interest for each activity on the scale.

Respondents were asked to indicate their level of interest for several preparatory activities on a scale from 1 to 7 (1= No interest; 7= High interest). The line graphs below (figures 13 - 22) show the

differences in the average values between the two age categories (under 26 and job-seekers; 26 and over) for each preparatory activity. Whether these differences are significant could however not been tested by conducting statistical tests as the response rate was too low.

LISTEN TO MUSICAL EXCERPTS/READ OR WATCH THE PLAY EXCERPTS IN ADVANCE OF ATTENDING:

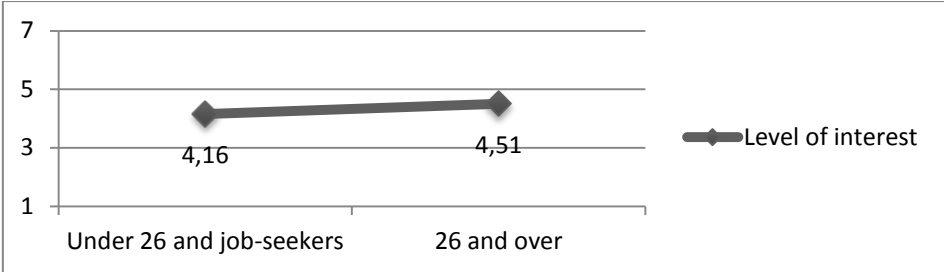


Figure 14 Level of interest for a preparatory activity (1)

No big difference was noted between the average values of both categories. The line graph above shows that all BOZARfriends have at least moderate interest in listening to a musical excerpt, reading or watching the play excerpts in advance of attending.

READ A SHORT SYNOPSIS OF THE PROGRAM MAILED OR EMAILED TO YOU IN ADVANCE:

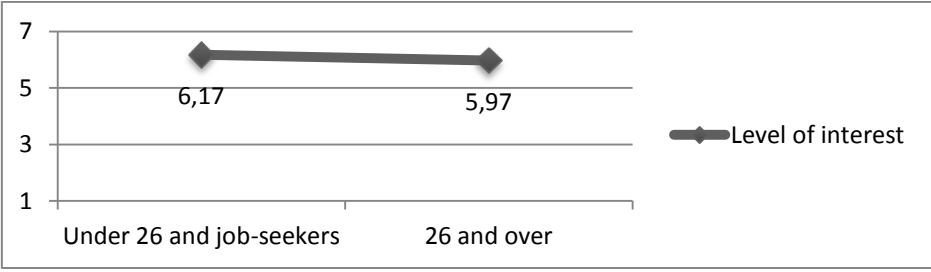


Figure 15 Level of interest for a preparatory activity (2)

Reading a short synopsis of the program mailed or emailed to you in advance seems te be very popular among both categories. Although the BOZARfriends who are 26 years and older are somewhat less interested, the interest is still quite high.

READ A PREVIEW OR REVIEW OF THE PERFORMANCE OR EXHIBITION BY A PROFESSIONAL CRITIC:

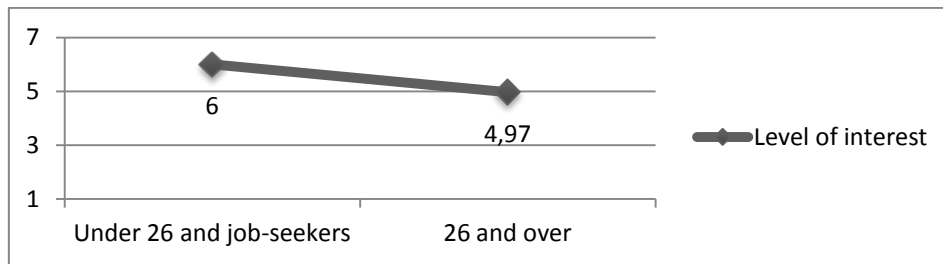


Figure 16 Level of interest for a preparatory activity (3)

With an average value of 6 on a scale of 1 to 7, reading a preview or review of the performance or exhibition by a professional critic is fairly popular among the BOZAR*friends* with a membership for under 26 and job-keepers. Findings show that the other age category is however somewhat less interested in this preparatory activity.

READ COMMENTS ABOUT THE PERFORMANCE OR EXHIBITION BY OTHER AUDIENCE MEMBERS/VISITORS:

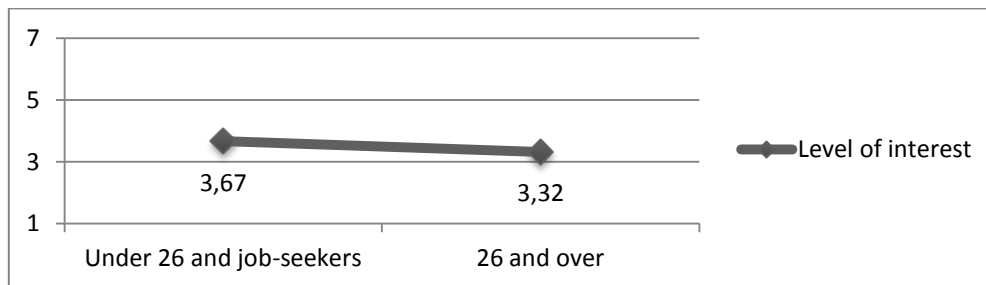


Figure 17 Level of interest for a preparatory activity (4)

Interest is quite limited among both age categories for reading comments about the performance or exhibition by other audience members/visitor as a preparatory event.

SEEK OUT INFORMATION ON THE WEB ABOUT THE ARTIST/COMPOSER/GROUP:

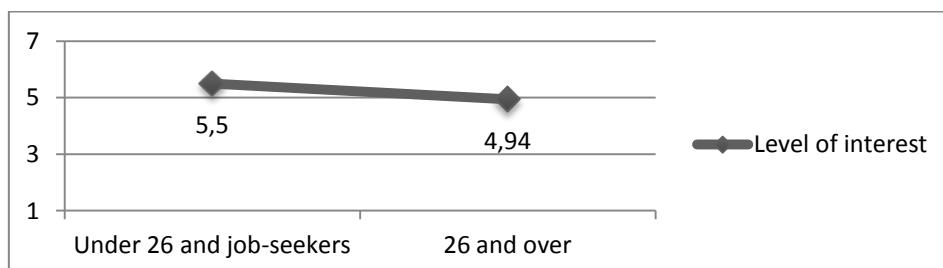


Figure 18 Level of interest for a preparatory activity (5)

Seeking out information on the web about the artist/composer/group seems fairly popular among the younger age category, while the BOZARfriends older than 26 years shows lightly less interest.

DISCUSS AN UPCOMING EVENT WITH FRIENDS WHO'VE ALREADY SEEN IT/ATTENDED:

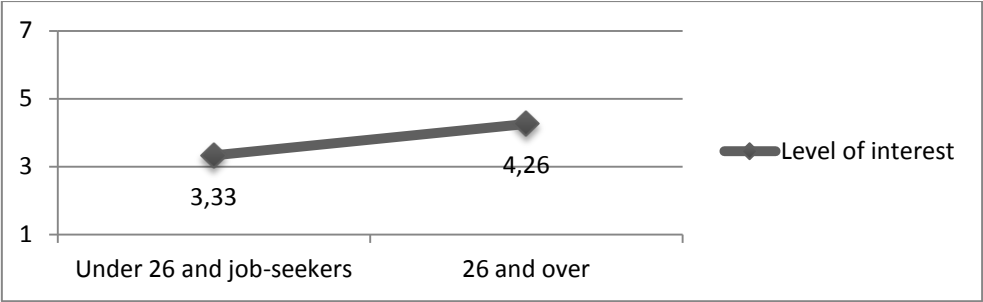


Figure 19 Level of interest for a preparatory activity (6)

The line graph above shows a difference in interest between the two age categories for discussing an upcoming event with friends who've already seen it/attended. While those under 26 and job-seeker have little interest, those who are 26 and older have at least moderate interest.

ATTEND A REHEARSAL:

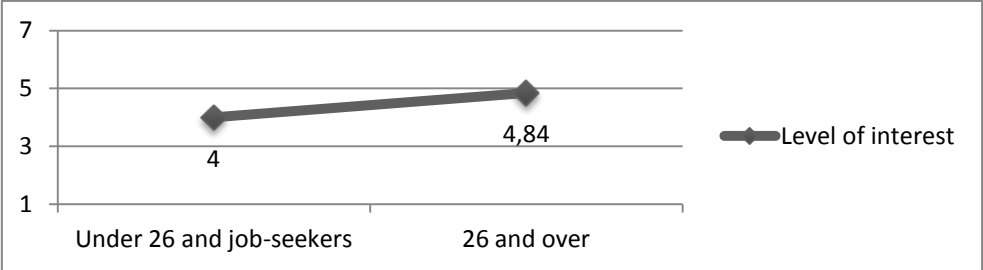


Figure 20 Level of interest for a preparatory activity (7)

A small difference was noted between the average values of both categories. But overall, the line graph above shows that all BOZARfriends have at least moderate interest in attending a rehearsal.

ATTEND A FREE-GUIDED TOUR:

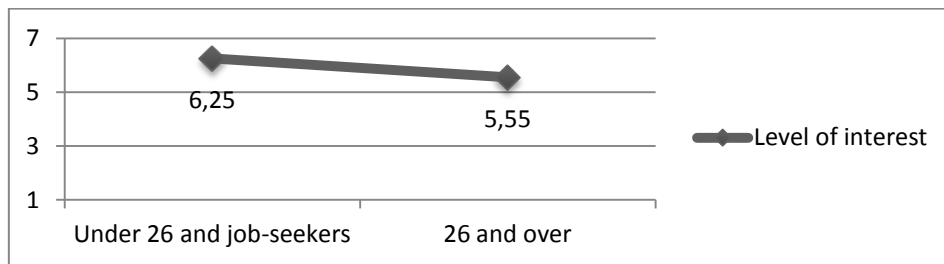


Figure 21 Level of interest for a preparatory activity (8)

Attending a free-guided is one of the two most popular preparatory activities among the BOZAR*friends*. Both categories are quite to very interested.

ATTEND A PRE-PERFORMANCE TALK OR BRIEFING ABOUT THE PROGRAM:

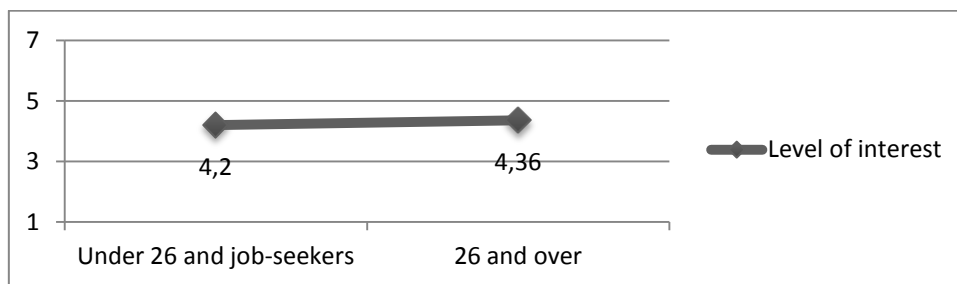


Figure 22 Level of interest for a preparatory activity (9)

No big difference was noted between the average values of both categories. The line graph above shows that all BOZAR*friends* have at least moderate interest in attending a rehearsal.

READ PROGRAM NOTES BEFORE CURTAIN:

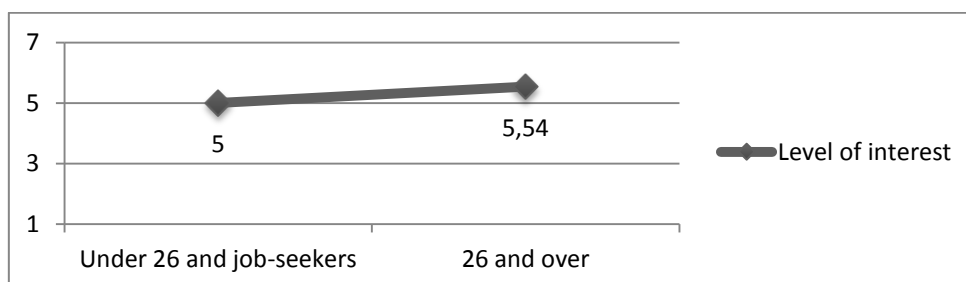


Figure 23 Level of interest for a preparatory activity (10)

Reading program notes before curtain seems fairly popular among both age categories. The BOZAR*friends* older than 26 years show slightly more interest than the others.

CONCLUSIONS POPULARITY OF PREPARATORY ACTIVITIES

Counter to widespread belief in the declining impact of critics¹⁹, BOZAR*friends* who are under 26 or job-seekers seem to be very interest in reading a preview or review by a professional critic. There is however less interest for this preparatory activity among those who are older.

Both reading a short synopsis of the program mailed or emailed to you in advance and attending a free guided tour are the most popular preparatory activities among all the BOZAR*friends*.

Finally, the BOZAR*friends* audience has the least interest for reading comments about the performance or exhibition by other audience members/visitors.

¹⁹ *Audience Engagement Survey Final Report*. Creative Trust for Arts & Culture

ACTIVITIES AFTER PERFORMANCES

What is your level of interest in doing the following activities after a cultural event? Please indicate your level of interest for each activity on the scale.

Respondents were asked to indicate their level of interest for several activities after an event on a scale from 1 to 7 (1= No interest; 7= High interest). The line graphs below (figure 23 - 28) show the differences in the average values between the two categories (under 26 and job-seekers; 26 and over) for each activity.

STAY AFTERWARDS FOR A FACILITATED Q&A SESSSION WITH THE ARTIST:

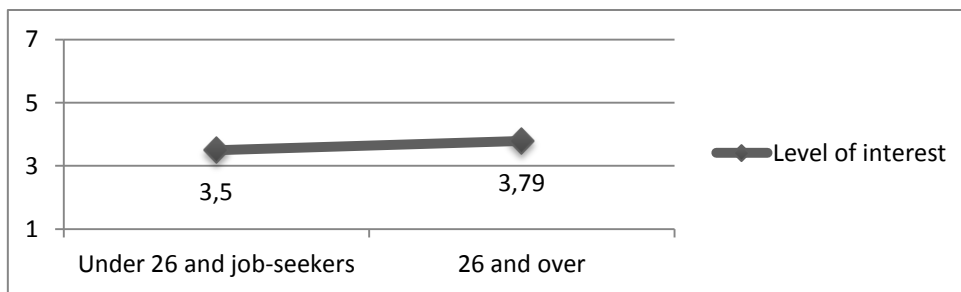


Figure 24 Level of interest for an activity after an event (1)

With average values between 3 and 4, interest is quite limited among both age categories for staying afterwards for a facilitated Q&A session with the artist as a preparatory event. The line graph above shows little or no difference between the two age categories.

STAY AFTERWARDS TO DISCUSS THE PERFORMANCE/EXHIBITION INFORMALLY IN SMALL GROUPS WITH A KNOWLEDGEABLE PERSON IN EACH GROUP:

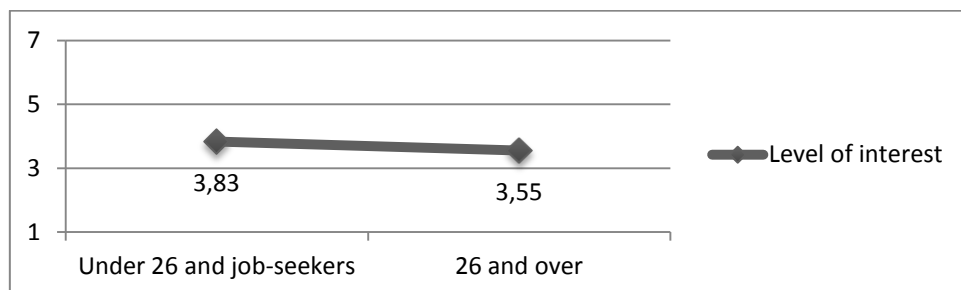


Figure 25 Level of interest for an activity after an event (2)

With average values between 3 and 4, interest is also quite limited among both age categories for

staying afterwards to discuss the performance/exhibition informally in small groups with a knowledgeable person in each group. Little or no difference is noted between the two age categories.

DISCUSS THE CONCERT WITH FRIENDS OR FAMILY MEMBERS ON THE WAY HOME:

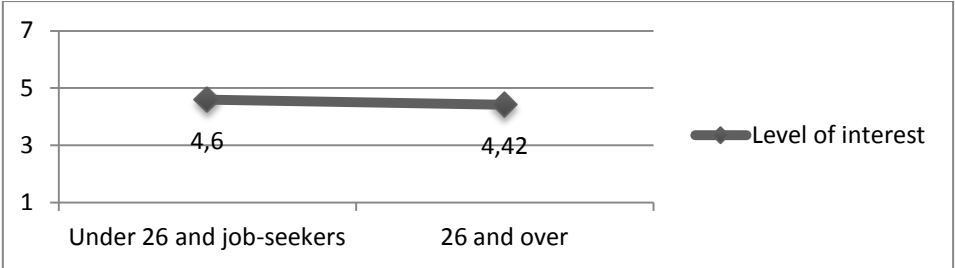


Figure 26 Level of interest for an activity after an event (3)

No big difference was noted between the average values of both categories. The line graph above shows that all BOZAR*friends* have at least moderate interest in discussing the concert with friends or family members on the way home.

READ A REVIEW OF THE CONCERT BY A PROFESSIONAL CRITIC:

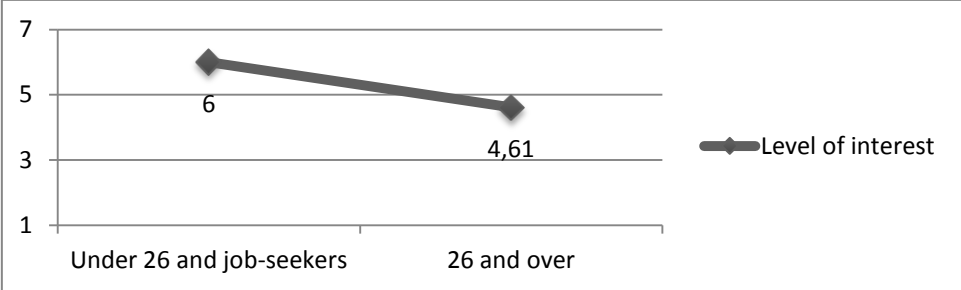


Figure 27 Level of interest for an activity after an event (4)

With an average value of 6 on a scale of 1 to 7, reading a review of the performance or exhibition by a professional critic is fairly popular among the BOZAR*friends* with a membership for under 26 and job-keepers. Findings show that the other age category is however somewhat less interested in this activity.

EXPRESS YOUR OPINIONS ABOUT THE CONCERT IN AN ONLINE BLOG OR FORUM:

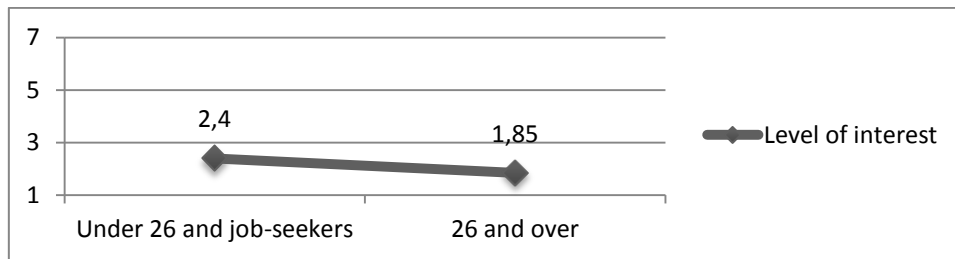


Figure 28 Level of interest for an activity after an event (5)

The BOZARfriends have the least interest for expressing their opinions about the performance or exhibition in an online blog or forum. While those with a membership for 26 and over show no or little interest, the younger age group are somewhat more interest.

LISTEN TO/WATCH AGAIN PIECES ON THE PROGRAM:

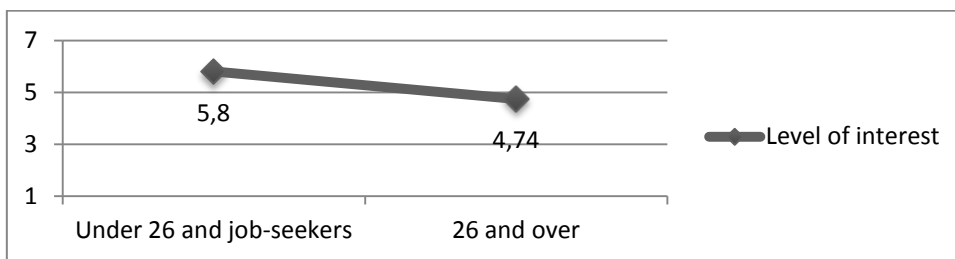


Figure 29 Level of interest for an activity after an event (6)

Listening to and watching again pieces on the program is the most popular activity after a cultural event. The line graph above shows, however, a difference in interest between the two age categories. Those under 26 and job-seeker are somewhat more interested than those who are 26 and over.

CONCLUSIONS POPULARITY OF ACTIVITIES AFTER A CULTURAL EVENT

The interest is quite limited among the BOZARfriends audience for staying afterwards for an activity. Findings show that they prefer discussing the performance or exhibition on the way home with friends or family members.

Counter to widespread belief in the declining impact of critics²⁰, BOZAR*friends* who are under 26 or job-seekers seem to be very interested in reading a review of the performance or exhibition by a professional critic. There is however less interest for this activity among those who are older.

Listening to and watching again pieces on the program is the most popular activity after a cultural event among all the BOZAR*friends*.

Finally, the BOZAR*friends* audience has the least interest for expressing their opinions about the concert in an online blog or forum.

²⁰ Audience Engagement Survey Final Report. Creative Trust for Arts & Culture

V. DISCUSSION & CONCLUSION

CASE STUDY – THE BOZAR*friends* PROFILE REMAINS A BLANK PAGE

Sample Size too small

There are 2200 people in the group my sample represents. In this case, the population consists of those who had purchased a BOZAR*friend* membership at the time the survey was drafted. The larger the sample size, the more sure you can be that their answers truly reflect the population. To calculate the sample size I needed, I determined the following:

First of all, I determined the population size. There are 2200 people to choose my random sample from. Secondly, I allowed a margin of error of 5%. The margin of error is the amount of error that you can tolerate. Lower margin of error requires a larger sample size. Finally, I needed a confidence level of 95%. The confidence level is the amount of uncertainty you can tolerate. Higher confidence level requires a larger sample size.

Using the Raosoft Sample size calculator²¹ I found out that the minimum recommended sample size for my survey is 328. If I created a sample of this many people and got responses from everyone, I was more likely to get a correct answer than I would from a large sample where only a small percentage of the sample responds to my survey.

In this case, however, the sample size turned out to be a lot smaller – only a small percentage of the sample responded to my survey. With a sample size of 50 (the number of completed surveys), the margin of error is 13,70% and the level of confidence is 52%. The margin of error is rather high, while the level of confidence is rather low. As a result, the recorded answers to this survey do not truly reflect the population of BOZAR*friends*.

How to conduct an audience engagement study

Although the findings of this research do not truly reflect the population of BOZAR*friends*, this thesis may function as an example. It is my hope that it will serve to stimulate further research, discussion and innovation, ultimately creating a more meaningful audience experience. To this end,

²¹ Raosoft. [WWW] <http://www.raosoft.com/samplesize.html> [Accessed 10/05/2013]

this case study may function as an example and a guidebook for future audience engagement research at the Centre for Fine Arts.

Effective communication of the survey

The survey was forwarded to the BOZAR*friends* by means of a newsletter. This newsletter, however, turned out to be quite long. Both the Dutch and French version are enlisted in the appendices (appendices D and E). The Survey is only mentioned at the bottom of the newsletter page.

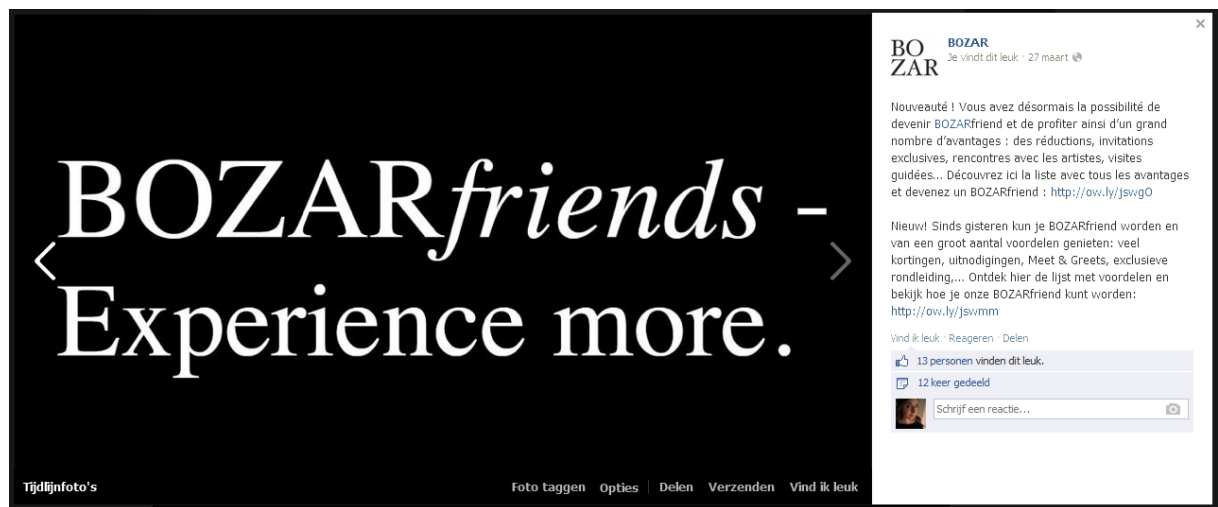


Figure 30 Facebook Post by BOZAR

According to previous findings, being active on social media is the key to engaging audiences online.²² Although the Centre for Fine Arts has several facebook pages and a Twitter account, there is no exclusive page for the BOZAR*friends* community where they find all the necessary information. Upcoming events are communicated by sending an email or mail to the BOZAR*friends*. This however, does not provide room for interaction and engagement. It might be interesting to forward the survey by using other online platforms. A creative solution is discussed below.

²² Online Audience Engagement for Jazz and Classical Audience (2011)

HOW TO DIVERSIFY THE BOZAR*friend* AUDIENCE

Graying audiences

According to Mr. Kraus, marketing director at City Theatre, "We can't just keep maintaining the same loyal fans, as extraordinary and important as they are. We need to keep reaching out to build a younger core, and get them in the door at a younger age, and then they will be our core in later years."²³

Although the findings of this study do not truly reflect the BOZAR*friends* population, it is highly possible that the group of those who purchased a membership for 26 and over will indeed be a lot bigger than the one with those who purchased a membership for under 26 and job-seekers.

The following section proposes several creative solutions to “broaden, deepen and diversify”.

HOW TO HIGHTEN ENGAGEMENT – Creative Solutions

While every participant has a unique trajectory or “arc of engagement” in relation to a specific work of art, much can be done to define pathways through the work to lead to deeper and more meaningful experiences. Taking into account the specific needs and preferences regarding engagement of the BOZAR*friend* audience, determined by audience engagement research, plans can be made for audience engagement programs and activities.

As the results of the conducted research do not truly reflect the BOZAR*friend* population, I avoided relying too much on them for the proposition of several possible audience engagement programs. As a result, the following creative solutions are quite limited and fairly general.

²³ McNULTY, T. (2008) ‘Graying of arts audience a concern’. In: Pittsburgh Post-Gazette

- A first option is to extend the engagement program on collaborations and partnerships.²⁴ To circumvent the challenges of “time, people, and money”, which might prevent a cultural organization from implementing more engagement activities, the Centre for Fine Arts could seek out partners across artistic disciplines, such as La Monnaie. Findings show that 90% of the BOZAR*friend* audience is either quite or very interested in opera. Therefore, a partnership with the opera house La Monnaie might be interesting to lead to deeper and more interesting experiences for the BOZAR*friends*. For instance, the Centre may give its friends the possibility to also attend open rehearsal at La Monnaie.
- At the Centre for Fine arts, there is room for more engagement via Technology. Blog posts, pictures, podcasts, and other types of online content should help audiences feel that they are part of an exclusive community. Besides the BESIDES & YOU section on the BOZAR webpage, there is nothing on the web that is reserved for the BOZAR*friends* only. To guarantee the exclusivity, It might be interesting to create a webpage or intranet solely for the BOZAR*friends*, where they can create their personal profile, tag objects in online art collections, keep a ‘favorites’ file and share content. Namely, findings of this study showed that listening to and watching again pieces on the program is most popular among the BOZAR*friend* audience. A good example is the MyMM page of La Monnaie: <http://www.lamonnaie.be/en/mymm/>, where you can view pictures and video fragments of your favorite productions by using a filter.

²⁴ BROWN, A.S. and RATZKIN, R. (2011) *Making Sense of Audience Engagement*. The San Francisco Foundation



Figure 31 Printscreen of the MyMM Page of La Monnaie

- Exclusive web space may also prolong the arts experience. Since those under 26 and job-seekers seem to have a high interest for reading a review of the performance or exhibition by a professional critic, posting of reviews by professional critics on YouTube (or on the – still fictitious – exclusive web page for *BOZARfriends*) might make the online experience more interactive and less a one-way conversation. Furthermore, the last two creative solutions help people remember the program of the Centre and increase the length if impact echo.
- Finally, one may not forget that the Centre for Fine Arts combines seven different art disciplines. Therefore it is important to take into account that engagement in the context of arts museum programming is inherently different than in the performing arts. At performing arts programs, the audience has more or less the same experience (apart from the differences in preferences for specific preparatory activities and activities after an event), whereas visitors to an exhibition largely determine their experience by making choices about what to see and how long to stay.²⁵ Thus, if the Centre wants to heighten the experience of the *BOZARfriend* when he goes to see an exhibition, its engagement efforts should focus on the visit itself, rather than before and after. It is however different for performing arts, where it is easier to contact visitors before and after a visit.

²⁵ BROWN, A.S. and RATZKIN, R. (2011) *Making Sense of Audience Engagement*. The San Francisco Foundation

CONCLUSION

The Centre for Fine arts wishes to provide its friends with a service tailored to their needs and diversify its audience if necessary. To guarantee a “total experience” for every single one, the Centre of Fine Arts should adept at serving all audience typologies in its *BOZARfriend* audience. Ultimately, every arts organization has to think about which types of content would be more likely to engage their audiences.

The aim of this thesis is therefore to offer an insight into a possible working method for determining the profile of the *BOZARfriends* audience. Only when the Centre is familiar with the specific needs and preferences regarding engagement of the *BOZARfriend* audience, plans can be made for audience engagement programs and activities.

It is my hope that this thesis will serve as a guidebook for further research, and will stimulate future discussion and innovation, ultimately creating a more meaningful audience experience.

WORKS CITED

- Arts Victoria (2005) *Audience Research Made Easy*. Arts Victoria and the Australia Council
- BROWN, A.S. (2010) *The Audience Engagement Survey Report*. Creative Trust for Arts & Culture. Toronto, Canada
- BROWN, A.S. and RATZKIN, R. (2011) *Making Sense of Audience Engagement*. The San Francisco Foundation
- Carnegie Mellon University's Center for Arts Management Technology (2011) *Online Audience Engagement for Jazz and Classical Audience*
- DUJARDIN, P. 'The BOZAR experience' [WWW] <http://bozar.be/webpage.php?pageid=46&&> [Accessed 10/07/2013]
- DUJARDIN, P. and HAUSCHILD, U. (2013) 'Foreword'. In: *Brochure season 2013-2014*. Page 6
- Flyer BOZARfriends. BOZARfriends – Experience more (2013)
- McDANIEL, N. and THORN, G. (1997) *Learning Audiences: Adult Arts Participation and the Learning Consciousness, the Final Report of the Adult Arts Education Project*. The John F. Kennedy Center for Performing Arts and the Association of Performing Arts Presenters
- McNULTY, T. (2008) 'Graying of arts audience a concern'. In: *Pittsburgh Post-Gazette*. [WWW] <http://www.post-gazette.com/stories/ae/uncategorized/graying-of-arts-audience-a-concern-378592/#ixzz2clzoP5EX> [Accessed 05/08/2013]
- 'Become a BOZARfriend' [WWW] <http://www.bozar.be/webpage.php?pageid=687&> [Accessed 20/06/2013]
- 'FAQ' [WWW] <http://www.bozar.be/webpage.php?pageid=702&> [Accessed 02/07/2013]
- Raosoftware. [WWW] <http://www.raosoftware.com/sampleSize.html> [Accessed 10/05/2013]
- SHARP, V.F. (1979) *Statistics for the Social Science*. Boston: Little, Brown

APPENDICES

APPENDIX A – AUDIENCE ENGAGEMENT SURVEY ; ENGLISH

BOZARfriends survey

Thank you for joining the community of BOZARfriends.

To help us understand more about our members we are conducting a short survey and we'd like to include your views.

Please take a few moments to complete this questionnaire by ticking the boxes or writing your answers in the space provided. Be assured that your responses are entirely confidential.

What type of BOZARfriend membership did you purchase?

- Under 26 and job-seekers: 10 euro per season (1)
- 26 and over: 40 euro per season 2 (2)

What was your main reason for becoming a BOZARfriend ? (Tick one)

- Receiving regular information about events (1)
- The discounts on ticket prices for the events that the Centre for Fine Arts organizes (2)
- Supporting actively the Centre for Fine Arts as an institution (3)
- The opportunity to attend occasions specially arranged for the BOZARfriends (open rehearsals, encounters with the artists, etc.) (4)
- The opportunity to book for certain exceptional concerts before the general public (5)
- Other (please specify): (6) _____

How did you first hear about this new BOZARfriends formula? (Tick one)

- Season brochure/subscription (1)
- BOZAR poster or flyer (2)
- In the BOZAR ticket office (3)
- Recommended by friends/relatives (4)
- Internet (5)
- Other (please specify): (6) _____

How many events, organized by the Centre for Fine Arts, have you previously attended this season (2012-2013)? (Tick one)

- One (1)
- Two (2)
- Three to five (3)
- Six to ten (4)
- More than ten (5)

Who are you normally attending a cultural event with? (Tick one)

- On my own (1)
- With spouse or partner (2)
- With family members including children (3)
- With family members NOT including children (4)
- With friends (5)
- With a tour or organised group (6)
- Other (please specify): (7)

For each of the following cultural events, please indicate your level of interest. (One tick per line)

	Not interested (1)	Quite interested (2)	Very interested (3)
World Music (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Classical Music (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Experimental/New Music (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Popular Music (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jazz (5)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Opera (6)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dance (7)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Theatre (8)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Literature (9)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Visual Art Exhibitions (10)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cinema (11)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Architecture (12)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

For each of the following educational events, please indicate your level of interest. (One tick per line)

	Not interested (1)	Quite interested (2)	Very interested (3)
Meet the Artists sessions that bring you face to face with our BOZAR MUSIC, EXPO, THEATRE, DANCE, CINEMA, and LITERATURE artists (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
The annual presentation of the BOZAR MUSIC season (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A guided tour, Horta to Horta: an opportunity to get to know the building and its hidden corners (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Open BOZAR MUSIC rehearsals (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

What is your level of interest in doing the following preparatory activities before a cultural event? Please indicate your level of interest for each activity on the scale. (One tick per line)

- _____ Listen to musical excerpts/read or watch the play excerpts in advance of attending (1)
- _____ Read a short synopsis of the program mailed or emailed to you in advance (2)
- _____ Read a preview or review of the performance or exhibition by a professional critic (3)
- _____ Read comments about the performance or exhibition by other audience members/visitors (4)
- _____ Seek out information on the web about the artist/composer/group (5)
- _____ Discuss an upcoming event with friends who've already seen it/attended (6)
- _____ Attend a rehearsal (7)
- _____ Attend a free guided tour (8)
- _____ Attend a pre-performance talk or briefing about the program (9)
- _____ Read program notes before curtain (10)

What are the main reasons for you to attend an event (music, exhibitions, cinema, theatre, etc.)? Please choose three only.

- To relax and have fun (1)
- To hear and see great works by the masters (2)
- To spend quality time with family or friends (3)
- To feel calmed, at peace, serene (4)
- To expose others to the arts (5)
- To have an intense emotional experience (6)
- To engage intellectually with the art (7)
- To celebrate or observe my own cultural heritage (8)
- To learn about cultures other than my own (9)
- To become a better appreciator of a certain art form (10)
- The reputation of the company (11)
- The subject matter of the event (12)
- Because of a review I read (13)
- The event was recommended by someone (14)
- Other (please specify): (15) _____

When it comes to learning about an exhibition, an artist or company or the works they will perform, how much preparation do you like to do, typically, before attending a cultural event?

_____ Amount of preparation (1)

What is your level of interest in doing the following activities after a cultural event? Please indicate your level of interest for each activity on the scale. (One tick per line)

- _____ Stay afterwards for a facilitated Q&A session with the artist (1)
- _____ Stay afterwards to discuss the performance/exhibition informally in small groups with a knowledgeable person in each group (2)
- _____ Discuss the concert with friends or family members on the way home (3)
- _____ Read a review of the concert by a professional critic (4)
- _____ Express your opinions about the concert in an online blog or forum (5)
- _____ Listen to/watch again pieces on the program (6)

Now just a few more questions for analysis purposes only

Are you:

- Female (1)
- Male (2)

Which of the following broad age groups best describes your age?

- Less than 12 years (1)
- 12 - 25 years (2)
- 26 - 35 years (3)
- 36 - 45 years (4)
- 46 - 55 years (5)
- 56 - 65 years (6)
- 65 plus (7)

What is your residential Post Code?

Please indicate whether you

- work full-time (1)
- work part-time (2)
- are not in paid employment (3)
- are a student full-time (4)
- are a student part-time (5)
- are retired (6)

What is the highest education level you have attained to date?

- Primary School (1)
- High School (2)
- Bachelor Degree (3)
- Graduate Diploma/Certificate (4)
- Postgraduate Degree (5)
- Other (please specify): (6) _____

Which of the following do you use the Internet for? (Tick as many as apply)

- For entertainment purposes (1)
- To find out what's on in the arts (2)
- To book tickets for arts events (3)
- To discuss on arts events (4)
- None of these (5)

APPENDIX B – AUDIENCE ENGAGEMENT SURVEY ; DUTCH

BOZARfriends survey NL

Sinds kort bent u als BOZARfriend een bevoorrechte persoon voor het Paleis van Schone Kunsten. Omdat we onze BOZARfriends graag beter willen leren kennen, hebben we in samenwerking met de Universiteit Gent een kleine vragenlijst opgesteld. Ook uw feedback is belangrijk voor ons omdat we deze gebruiken om te beantwoorden aan de noden en wensen van de BOZARfriends. Bijgevolg vragen we u even de tijd te nemen deze vragenlijst in te vullen. Uw persoonlijke gegevens en de antwoorden die u geeft bij het invullen van de enquête worden vertrouwelijk behandeld.

Op welke BOZARfriends-formule hebt u zich ingeschreven?

- 26-jarigen en werkzoekenden: 10 euro per seizoen (1)
- 26 en ouder: 40 euro per seizoen (2)

Waarom werd u BOZARfriend? Gelieve de voornaamste reden aan te vinken.

- Het verkrijgen van informatie over evenementen op regelmatige basis (1)
- De talrijke kortingen op evenementen, georganiseerd door het Paleis voor Schone Kunsten (2)
- Het Paleis voor Schone Kunsten als instelling actief steunen (3)
- De mogelijkheid om activiteiten bij te wonen die speciaal voor de BOZARfriend worden georganiseerd (open repetities, ontmoetingen met onze artiesten, etc.) (4)
- De mogelijkheid om uw plaats voor bepaalde concerten op voorhand te kiezen (5)
- Andere (specificeer): (6) _____

Waar hoorde u voor het eerst over de BOZARfriend-formule?

- In de seizoensbrochure/abonnement (1)
- BOZAR poster of flyer (2)
- In het BOZAR ticketbureau (3)
- Aanbevolen door vrienden/kennissen (4)
- Internet (5)
- Andere (specificeer): (6) _____

Aan hoeveel evenementen, georganiseerd door het Paleis voor Schone Kunsten, nam u afgelopen seizoen (2012-2013) deel?

- Een (1)
- Twee (2)
- Drie tot vijf (3)
- Zes tot tien (4)
- Meer dan tien (5)

Met wie gaat u voornamelijk naar een cultureel evenement? (Gelieve één vakje aan te vinken)

- Alleen (1)
- Met echtgenoot of partner (2)
- Met familie en kinderen (3)
- Met familie, zonder kinderen (4)
- Met vrienden (5)
- In groep/begeleid bezoek (6)
- Andere (specificeer): (7)

In welke mate bent u geïnteresseerd in de volgende culturele evenementen.

	Niet geïnteresseerd (1)	Behoorlijk geïnteresseerd (2)	Zeer geïnteresseerd (3)
Wereldmuziek (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Klassieke muziek (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Experimentele/Nieuwe muziek (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Populaire muziek (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jazz (5)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Opera (6)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dans (7)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Theater (8)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Literatuur (9)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Visuele kunst (10)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cinema (11)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Architectuur (12)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

In welke mate bent u geïnteresseerd in de volgende educatieve evenementen.

	Niet geïnteresseerd (1)	Behoorlijk geïnteresseerd (2)	Zeër geïnteresseerd (3)
Meet the Artists, ontmoetingen met de artiesten van BOZAR MUSIC, EXPO, THEATER, DANCE, CINEMA en LITERATURE (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De jaarlijkse voorstelling van het BOZAR MUSIC-seizoen (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Een rondleiding Horta tot Horta, met de bedoeling het gebouw te verkennen en zijn geheimen te ontrafelen (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Open repetities van BOZAR MUSIC (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Gelieve de mate van interesse aan te duiden die u heeft voor elk van de volgende activiteiten ter voorbereiding op een cultureel evenement.

- _____ In aanloop van een evenement raadpleegt u muziek- en beeldfragmenten (1)
- _____ U neemt het programma door dat u op voorhand werd opgestuurd of gemaild (2)
- _____ U leest een kritische (en professionele) bespreking of beoordeling van het evenement (3)
- _____ U leest de opmerkingen van andere bezoekers en publiek over het evenement (4)
- _____ U zoekt informatie op het internet over de artiest/componist/groep (5)
- _____ U bespreekt een komend evenement met vrienden die hier reeds aan hebben deelgenomen (6)
- _____ U woont een repetitie bij (7)
- _____ U volgt een rondleiding (8)
- _____ U woont de inleiding van het evenement bij (9)
- _____ Net voor aanvang van het evenement, leest u de bezoekersgids of het programmaboek (10)

Waarom gaat u naar een cultureel evenement (muziek, expo, cinema, theater, etc.)? Gelieve de drie voornaamste redenen aan te duiden.

- Ter plezier en ontspanning (1)
- Om het werk van meesters te beleven en bekijken (2)
- Om een fijne tijd door te brengen met familie of vrienden (3)
- Om tot rust te komen (4)
- Om anderen in contact te brengen met kunst (5)
- Om een intense, emotionele ervaring te beleven (6)
- Om op intellectuele wijze in dialoog te treden met kunst (7)
- Om het eigen cultuurgoed te vieren of te bekijken (8)
- Om andere culturen te leren kennen (9)
- Om een bepaalde kunstvorm nog meer naar waarde te schatten (10)
- Vanwege de naam van de culturele organisatie (11)
- Vanwege het onderwerp/de thematiek van het evenement (12)
- Vanwege een beoordeling die u las (13)
- Op aanbevelen van een ander (14)
- Andere (specificeer): (15) _____

Hoeveel voorbereiding treft u doorgaans in aanloop van een cultureel evenement om kennis te vergaren over een tentoonstelling, artiest of organisatie en het werk dat zij creëren?

_____ Voorbereiding (1)

Gelieve de mate van interesse aan te duiden die u heeft voor elk van de volgende activiteiten na afloop van een cultureel evenement.

- _____ U woont een meet & greet met de artiest bij na de voorstelling/na het evenement (1)
- _____ U bespreekt op informele wijze het evenement met een persoon die meer kennis heeft over het evenement (2)
- _____ U bespreekt het evenement met vrienden of familie op de weg naar huis (3)
- _____ U leest een beoordeling van een professioneel recensent (4)
- _____ U deelt uw mening over een evenement via een online blog of forum (5)
- _____ U herbeluistert/herbekijkt geluids- of beeldfragmenten van het evenement (6)

Hierna volgen nog enkele vragen voor analytische doeleinden

Geslacht:

- Vrouw (1)
- Man (2)

Tot welke leeftijdscategorie behoort u?

- 12 jaar (1)
- 12 - 25 jaar (2)
- 26 - 35 jaar (3)
- 36 - 45 jaar (4)
- 46 - 55 jaar (5)
- 65 - 65 jaar (6)
- 65 plus (7)

Wat is uw postcode?

Gelieve aan te duiden wat van toepassing is.

- Ik werk voltijds (1)
- Ik werk halftijds (2)
- Ik ben werkzoekende (3)
- Ik studeer voltijds (4)
- Ik studeer halftijds (5)
- Ik ben op pensioen (6)

Wat is het hoogste diploma-niveau dat u hebt behaald?

- Lager onderwijs (1)
- Secundair onderwijs (2)
- Hoger onderwijs (bachelor) (3)
- Hoger onderwijs (master) (4)
- Doctoraat (5)
- Andere (specificeer): (6) _____

Waarom surft u op het internet? Meerdere antwoorden zijn mogelijk.

- Het internet biedt amusement en verstrooiing (1)
- Om op de hoogte te zijn van culturele evenementen (2)
- Voor de online aankoop van tickets voor culturele evenementen (3)
- Om van gedachten te wisselen over culturele evenementen (4)
- Geen van bovenstaande (5)

APPENDIX C – AUDIENCE ENGAGEMENT SURVEY ; FRENCH

BOZARfriends survey FR

Merci de rejoindre la communauté Bozarfriends.

Pour nous aider à en savoir plus sur nos membres, nous menons une enquête auprès de nos friends et aimerions connaître votre point de vue.

Merci de prendre quelques minutes pour compléter ce questionnaire. Pour ce faire, veuillez cocher les cases ou écrire vos réponses dans les espaces prévus à cet effet. Soyez sûrs cela restera confidentiel.

Quelle formule BOZARfriends avez-vous choisie ?

- 26 ans et demandeurs d'emploi : 10 euro par saison (1)
- + 26 ans : 40 euro par saison (2)

Quelle est la raison principale pour laquelle vous êtes devenu BOZARfriend ? Veuillez cocher seulement une case.

- Recevoir régulièrement des informations sur des événements (1)
- Des réductions valables sur les événements, organisés par le Palais des Beaux-Arts (2)
- Soutenir activement le Palais des Beaux-Arts en tant qu'une institution (3)
- L'opportunité d'assister à des événements conçus spécialement pour des amis de BOZAR (répétitions ouvertes, rencontres avec nos artistes, etc.) (4)
- L'opportunité de réserver en avant-première vos places pour certains concerts exceptionnels (5)
- Autre (merci de spécifier) : (6) _____

Comment avez-vous entendu parler de notre nouvelle formule BOZARfriends ? Veuillez cocher seulement une case.

- Brochure de saison/subscription (1)
- BOZAR affiche ou flyer (2)
- La BOZAR billetterie (3)
- Recommandé par des amis/la famille (4)
- Internet (5)
- Autre (merci de spécifier) : (6) _____

À combien d'événements organisés par le Palais des Beaux-Arts avez-vous assisté cette saison (2012-2013) ? Veuillez cocher seulement une case.

- Un (1)
- Deux (2)
- Trois à cinq (3)
- Six à dix (4)
- Plus de dix (5)

Avec qui assistez-vous en general aux événements culturels? Veuillez cocher seulement une case.

- Seul(e) (1)
- Avec mon/ma partenaire ou époux,-se (2)
- Avec des membres de la famille, y compris les enfants (3)
- Avec des membres de la famille sans enfants (4)
- Avec des ami(e)s (5)
- En groupe (organisé ou non) (6)
- Autre (merci de spécifier) : (7)

Seriez-vous intéressé(e) par les événements culturels suivants ?

	Pas intéressé(e) (1)	Plutôt intéressé(e) (2)	Très intéressé(e) (3)
Musique du monde (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Musique classique (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Musique expérimentale (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Musique populaire (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jazz (5)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Opéra (6)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Danse (7)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Théâtre (8)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Littérature (9)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Une exposition d'arts visuels (10)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cinéma (11)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Architecture (12)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Seriez-vous intéressé(e) par les événements d'apprentissage suivants ?

	Pas intéressé(e) (1)	Plutôt intéressé(e) (2)	Très intéressé(e) (3)
Des Meet the Artists, véritable rencontres avec nos artistes BOZAR MUSIC, EXPO, THEATER, DANCE, CINEMA et LITERATURE (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La présentation annuelle de la saison BOZAR MUSIC (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Une visite guidée Horta à Horta, destinée à vous faire découvrir le bâtiment et ses endroits cachés (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Des répétitions ouvertes BOZAR MUSIC (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Quel intérêt portez-vous aux activités préparatoires suivantes avant un événement culturel ?

- _____ Écouter des extraits musicaux/lire ou regarder des extraits de pièce avant la représentation (1)
- _____ Lire un résumé du programme reçu au préalable par courrier ou e-mail (2)
- _____ Lire un aperçu ou une critique d'une représentation ou d'une exposition réalisé(e) par un professionnel (3)
- _____ Lire des commentaires de visiteurs/spectateurs à propos d'une représentation ou d'une exposition (4)
- _____ Rechercher des informations à propos de l'artiste/du compositeur/du groupe sur le web (5)
- _____ Discuter d'un événement à venir avec des amis qui y ont déjà assisté (6)
- _____ Assister à une répétition (7)
- _____ Participer à une visite guidée gratuite (8)
- _____ Participer à une discussion pré-représentation ou à un briefing sur le sujet (9)
- _____ Lire le programme avant le levé du rideau (10)

Quels sont les raisons principales pour assister à un événement (musique, expositions, cinéma, théâtre, etc.) ? (Merci de ne choisir que trois propositions)

- Pour se détendre et s'amuser (1)
- Pour voir et écouter de grandes œuvres de maîtres (2)
- Pour passer du bon temps avec la famille ou les ami(e)s (3)
- Pour se sentir calme et détendu(e) (4)
- Exposer d'autres aux arts (5)
- Pour participer à une expérience émotionnelle intense (6)
- Pour se connecter intellectuellement au monde des arts (7)
- Pour célébrer ou profiter de mon propre héritage culturel (8)
- Pour découvrir de nouvelles cultures (9)
- Pour mieux apprécier une forme d'art particulière (10)
- La réputation de l'entreprise (11)
- Le sujet de l'événement (12)
- À cause d'un critique que vous avez lu (13)
- L'événement était recommandé par quelqu'un (14)
- Autre (merci de spécifier): (15) _____

En ce qui concerne la découverte d'une exposition, d'un artiste, d'une compagnie ou d'une oeuvre mise en scène, comment vous préparez-vous en général avant d'assister à un événement culturel ?

_____ Préparation (1)

Quel intérêt portez-vous aux activités suivants un événement culturel ?

- _____ Assister après l'événement à une session de questions-réponses avec l'artiste (1)
- _____ Discuter de manière informelle de la représentation/exposition en petits groupes menés par une personne de connaissance (2)
- _____ Parler de l'événement avec des ami(e)s ou des membres de la famille sur le chemin de retour (3)
- _____ Lire une critique de l'événement réalisée par un professionnel (4)
- _____ Exprimer votre opinion à propos de l'événement sur un blog ou un forum en ligne (5)
- _____ Lire/regarder à nouveau des passages de l'événement dans le programme (6)

Renseignements démographiques/personnels

Sexe :

- Féminin (1)
- Masculin (2)

À quelle catégorie d'âge appartenez-vous ?

- Moins de 12 ans (1)
- 12 - 25 ans (2)
- 26 - 35 ans (3)
- 36 - 45 ans (4)
- 46 - 55 ans (5)
- 56 - 65 ans (6)
- 65 ans et plus (7)

Quel est votre code postal ?

Veuillez indiquer si vous :

- Travaillez à temps plein (1)
- Travaillez à temps partiel (2)
- Êtes demandeur d'emploi (3)
- Êtes étudiant(e) à temps plein (4)
- Êtes étudiant(e) à temps partiel (5)
- Êtes pensionné(e) (6)

Quel est votre niveau de scolarité ?

- École primaire (1)
- École secondaire (2)
- Bachelier (3)
- Master (4)
- Doctorat (5)
- Autre (merci de spécifier): (6) _____

Pourquoi utilisez-vous Internet ? (Cochez autant que nécessaire)

- Pour se divertir (1)
- Pour savoir ce qu'il se passe au niveau des arts (2)
- Pour acheter des tickets en ligne pour des événements culturels (3)
- Pour discuter/échanger des opinions sur des événements artistiques (4)
- Aucun de ceux-ci (5)

[Klik hier voor de online versie](#)

BO
ZAR

BOZARFRIENDS EXPERIENCE MORE.

share on

Beste BOZARfriend,

Ook tijdens de zomermaanden zijn we er voor jou.

Alle tickets voor het Preludium tot de Nationale Feestdag zijn uitverkocht... Toch ben je als BOZARfriend nog van harte welkom! Ontdek in deze nieuwsbrief hoe dat dan. Zelfs tot in het mooie Italiaanse Siena kan je deze zomer met je BOZARfriends-kaart genieten van een heel bijzonder aanbod. En het nieuwe seizoen BOZAR MUSIC komt er met rasse schreden aan, en starten doen we met het KlaraFestival. De tentoonstellingen daarentegen lopen de hele zomer door. We raden je van harte onze *Giorgio Morandi: retrospectieve* aan, die je als BOZARfriend gratis kan bezoeken in ruil voor de voucher die je samen met je kaart ontvangen hebt. Denk mee na over de toekomst van de BOZARfriends en geef alvast je mening via onze enquête. Heb je je BOZARfriends-kaart nog niet ontvangen? Wij werken eraan!

We wensen je nog een fijne zomer en hopen je regelmatig tegen te komen in het Paleis voor Schone Kunsten.

Het BOZARfriends-team
friends@bozar.be

PALEIS VOOR SCHONE KUNSTEN
Ravensteinstraat 23,1000 Brussel

P.S. Houd een plaatsje vrij in je agenda voor enkele VIP-rondleidingen die eind augustus op stapel staan. Meer informatie ontvang je begin augustus via de volgende nieuwsbrief.



ONB | NOB © Fabrice Kada

Preludium tot de Nationale Feestdag

Het Preludium tot de Nationale Feestdag belooft een onvergetelijke gebeurtenis te worden bij BOZAR. De aanwezigheid van de koninklijke familie aan de vooravond van de abdicatie van Z.M. Koning Albert II geeft dit concert met muziek van Pyotr Tsjajkovski en Sergey Rachmaninov een historisch elan! Het orkest onder leiding van Andrew Grams begeleidt dit jaar Yury Favorin, de vierde laureaat van de Koningin Elisabethwedstrijd voor Piano 2010.

Exclusief voor jullie hielden we enkele tickets opzij! Zin om deze unieke ervaring te beleven? Stuur ons dan een mail. Er zijn 10 gratis duotickets beschikbaar. Gelieve te reageren vóór donderdag 18.07 om 12.00 uur. Een onschuldige hand kiest er dan 10 mails uit. De gelukkigen worden dezelfde dag om 14.00 uur verwittigd.



Philippe Herreweghe © Bert Hulselman

BOZARfriends_ goes international

Ook voor de BOZARfriends die deze zomer in de buurt van Siena verblijven, hebben wij mooi nieuws. Van 28.07 tot 02.08.2013 vindt daar het Festival Accademia delle Crete Senesi van Philippe Herreweghe plaats. Op vertoon van je BOZARfriends-kaart geniet je 10% korting op een abonnement aan de kassa!

Stuur een mail voor info en reservaties.



Klarafestival 2013 (30.08 > 13.09.2013)

John Dowland, Dmitri Sjostakovitsj, het Mahler Chamber Orchestra, Benjamin Britten, Teodor Currentzis, Ian Bostridge en Alexander Melnikov... Doen deze klinkende namen onder de noemer *Go Crystal Tears* je reikhalzend uitkijken naar het KlaraFestival? Vergeet dan niet dat je ook nu, nog voor de start van het concertseizoen, een exclusieve korting van 10% geniet op vertoon van je *BOZARfriends*-kaart.

Meer info en tickets vind je [hier](#).

Giorgio Morandi *Natura morta* 1946 Incisione all'acquaforte da matrice di rame Inciso mm 257 x 324, Foglio mm 644x438
Milano, Castello Sforzesco, Civica Raccolta delle Stampe Achille Bertarelli

Tip: gebruik je voucher voor de retrospectieve *Giorgio Morandi*

BOZAR brengt hulde aan Giorgio Morandi, de Italiaanse grootmeester van de moderne kunst. Hij werd beïnvloed door Italiaanse schilders als Giotto en Paolo Uccello en Franse namen als Chardin, Seurat en Cézanne. Deze uitzonderlijke overzichtstentoonstelling omvat een honderdtal werken (olieverfschilderijen, tekeningen, etsen en aquarellen), uitgekozen door curator Maria Cristina Bandera. Een schitterende tocht langs de centrale thema's van het oeuvre van Morandi. Met de voucher die je ontving samen met je *BOZARfriends*-kaart kan je deze tentoonstelling gratis bezoeken.

Enquête

We willen je graag beter leren kennen. Daarom hebben we een korte vragenlijst opgesteld. Je feedback is belangrijk voor ons: we willen immers graag tegemoetkomen aan de noden en wensen van de BOZAR*friends*.

Mogen we je 10 minuten van je tijd vragen om de online vragenlijst in te vullen? De antwoorden blijven volledig anoniem. Door deel te nemen draag je bij tot het optimaliseren van onze dienstverlening.

Technische problemen

Mogen we op jullie begrip rekenen nu we te kampen hebben met technische problemen? Terwijl enkele duizenden BOZAR*friends* hun kaart thuis ontvangen hebben, is dit bij een 200-tal leden nog niet het geval. We werken aan dit probleem zodat eind augustus iedereen zijn kaart thuis ontvangen heeft, net op tijd voor de start van het nieuwe artistieke seizoen. Heb je je kaart of voucher toch al nodig, laat ons het dan weten via mail.

Uitschrijven

[Cliquez ici pour la version en ligne](#)

BO
ZAR

BOZARFRIENDS EXPERIENCE MORE.

share on

Cher BOZAR*friend*,

Pendant l'été non plus, nous ne vous oublions pas !

Il ne reste plus un seul ticket pour le Prélude à la Fête nationale. Et pourtant, en tant que BOZAR*friend*, vous êtes le bienvenu ! Découvrez dans ce bulletin d'information comment obtenir votre place. Cet été, avec votre carte BOZAR*friends*, même dans la belle Sienna italienne vous pouvez profiter d'une offre exceptionnelle. La nouvelle saison de BOZAR MUSIC arrive à grands pas et c'est le KlaraFestival qui ouvrira le bal. Les expositions, par contre, se poursuivent durant tout l'été. Nous vous conseillons vivement notre Giorgio Morandi : rétrospective. En tant que BOZAR*friend*, vous recevrez une place gratuite en échange du bon reçu avec votre carte. Aidez-nous à réfléchir à l'avenir des BOZAR*friends* en donnant votre avis via notre enquête. Vous n'avez pas encore reçu votre carte BOZAR*friends* ? Elle arrive !

Nous vous souhaitons un agréable été et espérons vous croiser régulièrement dans les couloirs du Palais des Beaux-Arts.

L'équipe BOZAR*friends*
friends@bozar.be

PALAIS DES BEAUX-ARTS
23 rue Ravenstein, 1000 Bruxelles

Ps: Gardez du temps libre dans votre agenda pour quelques visites guidées VIP prévues pour fin août. Vous recevrez davantage d'informations dans notre prochaine newsletter de début août.



ONB | NOB © Fabrice Kada

Prélude à la fête nationale

Le Prélude à la Fête nationale à BOZAR sera indubitablement une expérience inoubliable. La présence de la famille royale, à la veille de l'abdication de S.M. le Roi Albert II, fera entrer ce concert dans l'histoire ! L'orchestre, sous la direction d'Andrew Grams, accompagnera cette année Yury Favorin, le quatrième lauréat du Concours Reine Elisabeth de piano 2010 dans un programme d'œuvres de Pyotr Tchaikovsky et Sergey Rachmaninov.

Nous avons gardé quelques tickets spécialement pour vous ! Envie de vivre cette expérience unique ? Envoyez-nous un courriel. Il n'y a que 10 tickets duo disponibles. Veuillez réagir avant le jeudi 18.07 à 12 heures. Une main innocente choisira alors 10 courriels. Les chanceux seront avertis le jour même à 14 heures.



Philippe Herreweghe © Bert Hulselmans

BOZARfriends goes international

Même pour les BOZARfriends qui séjournent à Sienne, nous avons une bonne nouvelle. Du 28.07 au 02.08.2013 a lieu le festival Accademia delle Crete Senesi de Philippe Herreweghe. Sur présentation de votre carte BOZARfriends, vous pouvez profiter de 10% de réduction sur un abonnement à la caisse !

Pour réserver ou obtenir des informations veuillez envoyer uncourriel.



Klarafestival 2013 (30.08 > 13.09.2013)

John Dowland, Dmitri Chostakovitch, le Mahler Chamber Orchestra, Benjamin Britten, Teodor Currentzis, Ian Bostridge et Alexander Melnikov... Autant de grands noms, réunis dans le cadre de *Go Crystal Tears*, qui vous font attendre avec impatience le KlaraFestival ? N'oubliez pas que, même avant le début de la saison des concerts, vous bénéficiez d'une réduction exclusive de 10% sur présentation de votre carte *BOZARfriends*.

Pour en savoir plus et réserver vos billets, cliquez [ici](#).

Giorgio Morandi *Natura morta* 1946 Incisione all'acquaforte da matrice di rame Inciso mm 257 x 324, Foglio mm 644x438
Milano, Castello Sforzesco, Civica Raccolta delle Stampe Achille Bertarelli

Conseil : utilisez votre bon pour la rétrospective Giorgio Morandi

BOZAR rend hommage à Giorgio Morandi, grand maître italien de l'art moderne, dont le travail a été influencé par les peintres italiens (Giotto, Paolo Uccello) et français (Chardin, Seurat, Cézanne). Cette rétrospective exceptionnelle comprend une centaine d'œuvres (huiles sur toile, dessins, gravures et aquarelles), sélectionnées par la commissaire Maria Cristina Bandera. Elle vous invite à parcourir les thèmes centraux de l'œuvre du maître.

Avec le bon que vous avez reçu avec votre carte *BOZARfriends*, vous pouvez visiter gratuitement cette exposition.

Enquête

Nous aimerions mieux vous connaître. C'est pourquoi nous avons concocté un bref questionnaire. Pour nous, votre avis compte : nous souhaitons en effet satisfaire à tous les besoins et souhaits de nos BOZAR*friends*.

Pouvons-nous vous demander de remplir le questionnaire en ligne ? Cela ne vous prendra qu'une dizaine de minutes et les réponses resteront totalement anonymes. Votre participation nous aidera à améliorer notre service.

Problèmes techniques

Pouvons-nous compter sur votre compréhension face aux problèmes techniques auxquels nous sommes confrontés ? Alors que des milliers de BOZAR*friends* ont déjà reçu leur carte, ceci n'est pas le cas pour environ 200 personnes. Nous y travaillons afin que, fin août, tout le monde ait reçu sa carte ; juste à temps pour le début de la nouvelle saison artistique. Si vous avez déjà besoin de votre carte ou de votre bon, faites-le nous savoir par courriel.

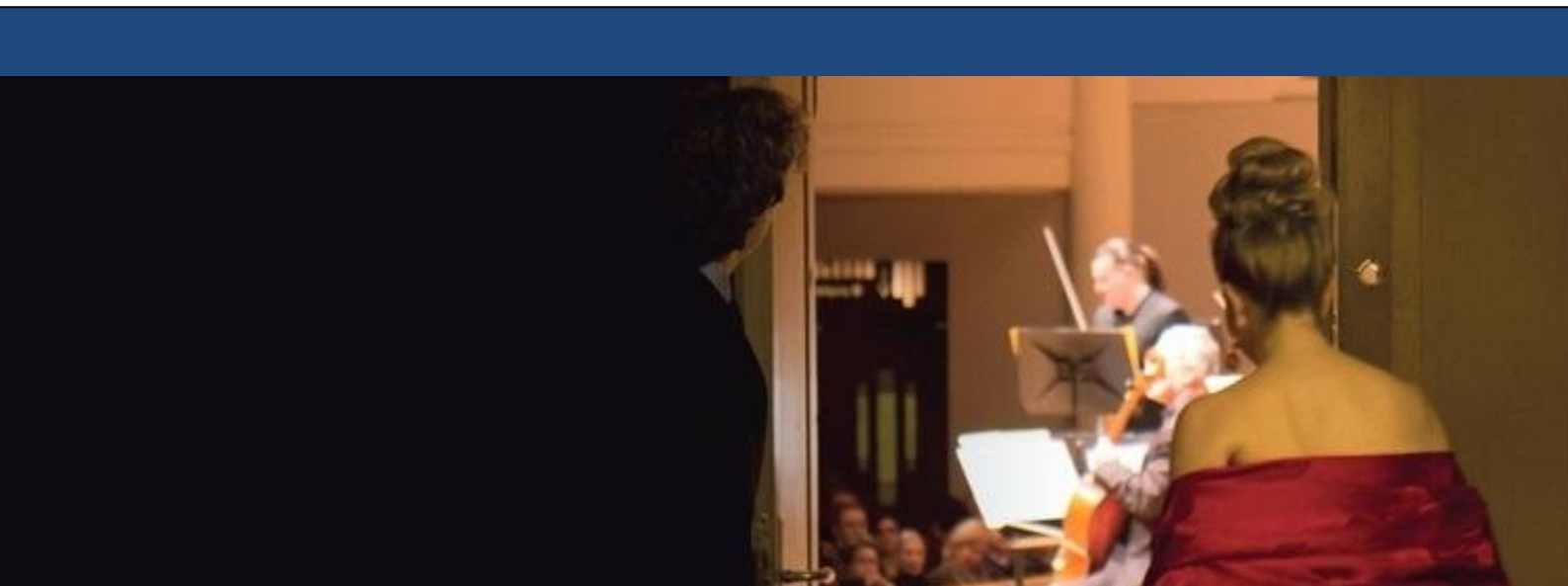
Désinscrivez-vous

Faculty of Arts and Philosophy
Master of Arts in Multilingual Business Communication
2012 - 2013

MY INTERNSHIP AT THE PRESS OFFICE OF THE
CENTRE FOR FINE ARTS
A CONCISE OVERVIEW

BO
ZAR

Wiske Renders
00802099



ACKNOWLEDGEMENTS

It has been a pleasure doing my internship in the stimulating environment provided by the Press Office of the Centre for Fine Arts in Brussels. Working as an intern at the Centre for Fine Arts has enabled me to combine my interest in culture with gaining professional experience that is relevant to the MTB program.

Special thanks go to the Press Officers of the Centre for Fine Arts, Annelien Mallems, Leen Daems, Hélène Tenreira and Laura Bacquelaïne, with whom I have experienced the privilege and challenge of working closely together, for their constant guidance and availability.

TABLE OF CONTENTS

ACKNOWLEDGEMENTS.....	2
TABLE OF CONTENTS	3
THE CENTRE FOR FINE ARTS. AN INTRODUCTION	4
BOZAR - A MULTIDISCIPLINARY ARTS CENTRE	4
THE PRESS OFFICE	4
INTERNSHIP JOB DESCRIPTION AND RESPONSIBILITIES	6
PREPARING PRESS CONFERENCES AND PRESS DOSSIERS	6
PRESS RELEASES	7
OVERVIEW OF THE SEASON 2013-2014	7
TRANSLATING AND REVISING.....	8
CRITICAL ANALYSIS OF THE BRAND VALUES IN NEWSPAPER ARTICLES.....	8
MISCELLANEAOUS TASKS	9
PERSONAL EVALUATION	10
APPENDICES	12
APPENDIX A – PRESS RELEASE FRANCES HA	12
APPENDIX B – PRESS RELEASE ANDRIS NELSONS.....	15
APPENDIX C – COMMUNICATION ITALIAN JOURNALISTS IN BRUSSELS	18
APPENDIX D – QUANTITATIVE ANALYSIS OF THE BRAND VALUES.....	21
APPENDIX E – QUALITATIVE ANALYSIS OF THE BRAND VALUES	25
APPENDIX F – FRENCH PRESS DOSSIER MICHELANGELO ANTONIONI.....	28

THE CENTRE FOR FINE ARTS. AN INTRODUCTION

BOZAR - A MULTIDISCIPLINARY ARTS CENTRE

Located in the centre of Brussels, the Centre for Fine arts is a multidisciplinary cultural centre as it connects all seven art disciplines: architecture, cinema, dance, visual art, literature, music and theatre. Moreover, the Centre also has an educational service, operating as an artistic department in its own right.

Director-general Paul Dujardin is both the artistic and corporate leader of the Centre for Fine Arts. The Press Office is a part of the Communication & Marketing department, which is currently under the supervision of Philip Stuer. Below I will provide more detailed information on this department.

The Centre for Fine Arts has also formulated its proper mission statement, focusing on the BOZAR experience.

*According to Paul Dujardin, Art and people must find and recognise each other, must interact with and enrich each other. For the greater happiness of all. Our commitment, accordingly, is not only to the provision of a range of artistic activities, but also to achieving a “total experience”.*¹

Next to this overall mission statement, each artistic department has formulated its very own mission. During my internship, I noticed that extremely high importance is paid to the multidisciplinary aspect of the Centre.

THE PRESS OFFICE

The Centre for Fine Arts has four Press Officers : H el ene Tenreira is responsible for BOZAR THEATRE/DANCE/CINEMA & CORPORATE; Laura Bacquelaine is responsible for BOZAR MUSIC (classical) & LITERATURE; Leen Daems is responsible for BOZAR EXPO & SHOP and Annelien Mallems is responsible for BOZAR MUSIC (World music, jazz, electro, ...), FESTIVAL & ARCHITECTURE. The team organizes press conferences and press meetings, writes press releases and develops durable relationships with journalists and critics. As each Press Officer is responsible for the communication

¹ <http://bozar.be/webpage.php?pageid=46&&>

of their own disciplines, they can act as an expert in their own fields. This also allows them to have a highly valuable personal relationship with the international reporters who write about these disciplines.

INTERNSHIP JOB DESCRIPTION AND RESPONSIBILITIES

In this chapter I will elaborate on the various tasks I performed during my internship at the Press Office of the Centre for Fine Arts. As I assisted all four Press Officers, I had a wide range of job responsibilities.

PREPARING PRESS CONFERENCES AND PRESS DOSSIERS

During my stay at the Press Office I had the opportunity to attend and help organize several press conferences. As I was an intern during the months of May and June, I was able to experience the vibrant atmosphere that accompanies the end of each season. In June, several summer exhibitions opened, resulting in a series of press conferences.

At the BOZAR Press Office, a difference is made between press meetings and press conferences. The former is more informal. To be more precise, in a press meeting journalists often get a guided visit through the exhibition in the presence of the artist and/or de curator(s). A press meeting is especially interesting when the number of attending journalists is rather low. A press conference, on the other hand, is more formal. It is a media event in which the curator(s), the CEO Paul Dujardin and the artist invite journalists to hear them speak and, most often, ask questions. Press conferences or press meetings are always followed by a reception.

Preparing and assisting at a press conference or press meeting implied :

- Creating the signalization (nameplates, signposts, etc.) for the press conference or press meeting.
- Keeping the list of attending journalists up-to-date. This is necessary in order to know how many press dossiers should be prepared and to arrange the catering.
- Writing a press dossier. This dossier, drafted in Dutch, French and English, bundles all the information one considers to be of interest for the attending journalists. The example I included in the appendices is the French press dossier on the exhibition about Michelangelo Antonioni (see appendix F).
- Helping with the reception of the journalists.
- I was also given the opportunity to accompany the crew from several television stations, radio stations and newspapers while they made a recording of the exhibition and interviewed artists or curators.

- For the opening of the exhibitions of Michelangelo Antonioni and Giorgio Morandi, I sent an invitation to the Italian press in Brussels (see appendix C). They had to confirm their presence at the press conference by email.
- After the press conference for the Young Belgian Art Prize exhibition, Jasper Rigole, who received the Crowet/Young Belgian Art Prize 2013, had to be taken to the Belgian radio station KLARA for an interview. I was given the opportunity to make the necessary arrangements and accompany him to the VRT in Brussels.

PRESS RELEASES

Press Releases are drafted on diversified subjects such as announcements of activities, invitations for press conferences and press releases on managerial issues. The objective is to get coverage in the press. All the Press Officers of the Centre for Fine Arts write their press releases in a similar way. This is necessary to create a uniform corporate identity towards the outside world.

Once the press release is written in a word-document and approved by the people in charge, it is put into a template – using the program MANAGEMENT, by means of which the house style is consequently used – and sent to the media by email making use of the database. During my internship, I was given the opportunity to write and translate a number of press releases myself. Two of the press releases I worked on are included in the appendices A and B.

OVERVIEW OF THE SEASON 2013-2014

I was asked to prepare several excel files with a view to the next season. Among these a detailed monthly calendar in excel for the departments of MUSIC and THEATRE/DANCE/CINEMA.

For BOZAR EXPO I prepared a word-document, containing all the important information about upcoming exhibitions that was already available. This file, giving an overview of the next season (2013-2014), was frequently used to sent to the press that was already making enquiries about future exhibitions.

To have a good overview of everything that still has to be done next season, I also prepared a calendar in excel for the Press Office in general. This excel file provides the Press Officers with an annual statement.

TRANSLATING AND REVISING

The Centre for Fine Arts generally provides information for visitors in at least three languages: Dutch, French and English. As a consequence, I was able to actively use my language skills during my internship. I made a number of translations from French into Dutch, English into Dutch and Dutch.

CRITICAL ANALYSIS OF THE BRAND VALUES IN NEWSPAPER ARTICLES

Collecting newspaper and magazine cuttings is a good way of measuring the success of any public relations campaign.² For several weeks I worked on a critical analysis of the brand values in newspaper articles on the exhibition of Watteau. As the working material consisted of French, Dutch, German, English, Spanish, Italian, Russian and Chinese articles, I was able to passively use my language skills.

To assess the presence of the brand values in newspaper articles on the exhibition of Watteau, I conducted both qualitative and quantitative research.

Case Watteau – QUALITATIVE

Results were based on a study of 118 out of the 383 articles written on the exhibition. The selection was based on the name of the newspaper. I read every article from a critical viewpoint to determine whether or not brand values of the Centre were present, direct or indirect. The brand values are the following: quality/prestige, emotion/value judgment, cross-disciplinary, cross-border, European construction, a wide audience, entrepreneurial and overall positive character. By using the spreadsheet application Microsoft EXCEL, I enlisted all the quotes that substantiated one of the brand values. Finally, taking into account the amount of brand values mentioned, an overall score was appointed to each article.

The complete record of the main findings can be found in the appendices (appendix E). It gives the Press Officers an insight into how the exhibition was welcomed by the critics and whether or not the brand values of the Centre got enough coverage in the press.

² RUNYARD, Sue & French Ylva. 1999. The marketing and public relations handbook for museum, galleries and heritage attractions. London: The Stationery Office

Case Watteau – QUANTITATIVE

For analytical purposes and to keep an oversight, I divided all 383 articles into three categories: national, international and audiovisual articles. By using the computer program EXCEL, I was able to make a quantitative study of all press articles, in which the exhibition got coverage, on the basis of the language and type of the article.

The record, which enlists all interesting findings, can be found in the appendices (appendix D). For instance, the difference in amount of coverage between language areas is discussed. The specific working method is clarified in the report.

MISCELLANEAOUS TASKS

The last topic on the agenda contains miscellaneous tasks :

- I had to answer all incoming phone calls when the other press officers were in a meeting.
- All articles about the Centre for Fine Arts or its events that appear in the press are collected. To this end, the Centre is aided by Auxi Press, a company that is specialized in monitoring and analyzing the printed and audiovisual media. Each day, I read all the articles on events from a critical viewpoint. If present, I extracted the most interesting quotes from the article and forwarded them to the responsible Press Officer. Afterwards, I classified all useful articles.
- In the run-up to the Citizens' Summit on Europe in June 2013, I created an excel file comprising all the journalists and newspapers that are have high interest in Europe and its activities. The file gives the Press Officers an understanding of whom they should send press releases on similar events.
- There were also a number of various tasks that required less effort but that were nonetheless time consuming and are also part of a Press Officer's job. Among these printing the press dossiers and binding them, selecting pictures for upcoming press releases, contacting people in order to obtain the right information at the right time, enlisting all influences bloggers in the world of arts organizations, etc.

PERSONAL EVALUATION

As I have an interest for music and culture in general, which is reflected in the fact that I studied Musicology, I chose to do my internship at the Press Office of the Centre for Fine Arts. An internship in the renowned cultural organization enabled me to combine this interest with gaining professional experience that is relevant to the MTB program. I was able to improve my language skills in French and English while using in actual practice the various elements which are dealt with during the various courses of MTB.

I was given the opportunity to attend several meetings. These meetings showed me how several people of a different hierarchical status belonging to various departments team up in order to warrant effective communication and an efficient working of the organization. During a intensive period of two months, I have experienced in practice how a Press Office works on a day to day basis.

Given the pressure on the agenda, it was important to learn how to work effectively in a team. As I had a lot of varying jobs to attend to, I was forced to use my time more efficiently. I also learned to divide my attention between several tasks, because some deadlines were due at the same day. This was of a particular importance since urgent tasks tend to mess up your entire planning. At the Press Office, you always have to be prepared for unforeseen circumstances: a journalist who has a special request, a press dossier that has to be changed at the last moment, an appointment that has been moved, etc. Flexibility was often the key to success.

I always aspired to work as efficient as possible and to activate myself to do something even if I was not been asked to do it. I was very pleased that I was also given more responsibilities towards the end of my internship at the Centre.

The door hinges squeak because no one will take the initiative to oil them. Sometimes, in order to get things done, you have to take the initiative.

Furthermore, I am convinced that it is always interesting to work in a bilingual environment. It was not always easy to express my thoughts in French, but I tried my best and as time went on it got easier. On the copywriting skills, however, I could have done a better job. More than often I caught myself sending translations containing several small typographical error to a Press Officer.

God is in the details. This idiom will now remain forever engraved on my memory.

I was also able to practice my languages outside the Press Office. Often, I was given the opportunity to accompany one of the Press Officers to welcome artists and journalists, which gave me an insight into the international character of the Centre for Fine Arts.

Overall, it was a very instructive and pleasant internship. During my two-month stay at the Press Office, I have learned a number of valuable things both on a professional and on a personal level. Furthermore, it was a taste of what I probably will encounter during my future career, a combination of culture, languages, organization and communication.

APPENDICES

APPENDIX A – PRESS RELEASE FRANCES HA

From: Bozar Press02

Sent: mardi 11 juin 2013 14:16

To: Tenreira Hélène

Subject: BOZAR CINEMA présente « Frances Ha » de Noah Baumbach – 02.07.2013

[Cliquez ici pour la version en ligne](#)



BOZAR CINEMA:
Hélène Tenreira –
helene.tenreira@bozar.be –
0476 96 02 01

PALAIS DES BEAUX-ARTS
23 rue Ravenstein, 1000 Bruxelles

PREMIÈRE « FRANCES HA » DE NOAH BAUMBACH

Pour entamer l'été en beauté et clôturer sa saison, BOZAR CINEMA présente en avant-première le dernier film du jeune réalisateur américain, Noah Baumbach (*The Squid and the Whale*, *Greenberg*). *Frances Ha* est une fable moderne, une comédie dans laquelle Noah Baumbach nous parle de New York, de l'amitié, des classes sociales, de l'ambition, de l'échec et de la rédemption. En présence du réalisateur et de l'actrice principale, Greta Gerwig (*Sex Friends*, *To Rome with Love*).

Mardi 02.07.2013 - 20:00

Palais des Beaux-Arts – Salle M



Still of Greta Gerwig in *Frances Ha*, DR/GR

Frances (Greta Gerwig) vit à New York, mais n'a pas vraiment d'appartement. Frances est apprentie pour une compagnie de danse, mais n'est pas vraiment une danseuse. Frances a une meilleure amie du nom de Sophie, mais les deux ne se parlent plus vraiment. Frances se jette à corps perdu dans ses rêves alors même que leur réalisation semble improbable. Frances veut tellement plus que ce qu'elle a, mais elle vit sa vie avec une joie et une légèreté inexplicables.

Sortie dans les salles : mercredi 3 juillet 2013

Quelques highlights de la programmation BOZAR CINEMA 2013-2014 :

7 .09.13 – “Nosferatu” de WF Murnau (HLB)

Projection du film accompagné par l'ONB et le chef d'orchestre Helmut Imig.

8.09.13 – « Spione » de Fritz Lang – avec Trio Glyzerine (Salle M)

11.09.13 – Première « Faust » de Alexander Sokourov (Salle M)

Dans le cadre d'un focus plus large consacré à Alexander Sokourov organisé en collaboration avec le cinéma Galeries & CINEMATEK.

18.10.2013 > 26.01.2014 : EXPOSITION autour de Jonas Mekas

12.12.13 – « Nanook of the North » de R. Flaherty – sur une partition de Thibaudeau (HLB)

26 > 30.12.13 - BE FILM Festival

Informations pratiques

Frances HA de Noah Baumbach

Noah Baumbach réalisateur, scénario - Greta Gerwig scénario avec Greta Gerwig, Mickey Sumner, Adam Driver

USA – 2012 – comédie – 86 min. – VO sous-titrée BIL

En présence de Noah Baumbach et Greta Gerwig

Date et lieu

Mardi 02.07.2013 - 20:00

Palais des Beaux-Arts – Salle M

Rue Ravenstein 23

1000 Bruxelles

Prix

€ 10 - € 8

Langue

VO: anglais

Sous-titrage: français/ néerlandais

Coproduction: BOZAR CINEMA | A Film

BOZAR info & tickets

+32 (0)2 507 82 00- info@bozar.be - www.bozar.be

Photos de presse

Cliquez sur « **Plus d'info** » pour vous rendre sur notre site de presse. Des images de presse en haute définition sont directement téléchargeables en cliquant sur « **access high-res press images** » sur la page de l'événement.

>> [Plus d'info](#)

APPENDIX B – PRESS RELEASE ANDRIS NELSONS

From: Bozar Press02

Sent: jeudi 16 mai 2013 15:42

To: Bacquelaine Laura

Subject: BOZAR MUSIC: De muzikale roeping van Andris Nelsons - 07.06.2013

[Klik hier voor de online versie](#)



De muzikale roeping van Andris Nelsons

De beloftevolle Letse dirigent Andris Nelsons voert het City of Birmingham Symphony Orchestra aan in drie pareltjes van het orkestrepertoire: de ouverture van Wagners *Der fliegende Holländer*, Beethovens levendige *Zevende symfonie* en Mozarts betoverende *Pianoconcerto nr. 22*. Met op de koop toe Martin Helmchen aan de piano!

Vrijdag 07.06.2013 - 20:00

Paleis voor Schone Kunsten - Henry Le Boeufzaal

Perscontact

Laura Bacquelaine

laura.bacquelaine@bozar.be

+32 (0)2 507 84 27

PALEIS VOOR SCHONE KUNSTEN
Ravensteinstraat 23,1000 Brussel



Andris Nelsons © Marco Borggreve

Vanavond staan classicisme en romantiek op het programma, versterkt door de aanwezigheid van Martin Helmchen. De jonge Duitse pianist, laureaat van de prestigieuze Clara Haskil-wedstrijd, vertolkt het *Pianoconcerto nr. 22* van Mozart, een van zijn verfindste en vindineriikste concerto's. De *Symfonie nr. 7* is dan weer

het toppunt van Beethovens toondichtkunst. Het werk is ritmisch zo verbluffend dat sommigen er de 'symfonie van de dans' in zien.

Programma

Andris Nelsons leiding

Martin Helmchen piano

City of Birmingham Symphony Orchestra

Richard Wagner *Ouverture (Der fliegende Holländer)*

Wolfgang Amadeus Mozart *Pianoconcerto nr. 22, KV 482*

Ludwig van Beethoven *Symfonie nr. 7, op. 92*

Prijs

€ 70,00 - 57,00 - 35,00 - 18,00

Inleiding

19:30 door Leen Van den Dries

Info en tickets

+32 (0)2 507 82 00 – www.bozar.be

Biografieën

Andris Nelsons, leiding

• In 1978 geboren in Riga, in een muzikale familie. Begon zijn carrière als trompettist in het orkest van de Letse Nationale Opera, studeerde vervolgens orkestleiding bij o.m. M. Jansons. • Muziekdirecteur van de Letse Nationale Opera (2003-2007) en hoofddirigent van de NWD-Philharmonie (2006-2009), in 2008 benoemd tot muziekdirecteur van het City of Birmingham Symphony Orchestra. Geregeld te gast bij orkesten als de Berliner Philharmoniker, het Koninklijk Concertgebouworkest, de New York Philharmonic en het Philharmonia Orchestra. • Vaak bekroonde discografie met het CBSO (bij Orfeo, dvd's bij Unitel). Onlangs: *Vierde symfonie* van Tsjajkovski (2011). • www.andrisnelsons.com

City of Birmingham Symphony Orchestra

• In 1920 opgericht door Sir N. Chamberlain. Eerste concert onder leiding van Sir E. Elgar. Prestigieuze muziekdirecteurs, o.a. Sir A. Boult en Sir S. Rattle. Huidig muziekdirecteur (sinds 2008): A. Nelsons. • In residentie in de Symphony Hall in Birmingham. Geeft ca. 130 concerten per jaar. Uitgebreid repertoire, van klassieke over hedendaagse muziek tot soundtracks voor Indiase films. • Werkt geregeld samen met gevestigde namen en nieuw talent. Zet zich in voor opleiding en het propageren van muziek in sociaal achtergestelde milieus. • Vaak bekroonde discografie bij diverse labels. Onlangs: werk van R. Strauss (Orfeo, 2011). • www.cbso.co.uk

Martin Helmchen, piano

• In 1982 geboren in Berlijn. • Studeert aan de Hochschule für Musik Hanns Eisler, vervolgens aan de Hochschule für Musik und Theater in Hannover. • Wint in 2001 de Clara Haskil-wedstrijd. • Treedt op met orkesten als het London Philharmonic Orchestra, de Berliner Philharmoniker, de Wiener Philharmoniker, het City of Birmingham Symphony Orchestra en het NHK Symphony Orchestra.

met dirigenten als V. Jurowski, H. Blomstedt, C. von Dohnányi en V. Gergiev. • Kamermuziekpartners: G. Kremer, Chr. Tetzlaff, S. Meyer, H. Schiff, J. Fischer, M.-E. Hecker, V. Eberle, A. Tomastit e.a. • Vaak gelauwerde discografie. Onlangs: werk van Schumann (PentaTone Classics, 2012). • www.martin-helmchen.com

Persfoto'

Persfoto's kan u in hoge resolutie downloaden via www.bozar.be, door op "access high-res press images" te klikken op de pagina van het evenement. Klik op "Meer info" om rechtstreeks naar de pagina van het evenement te gaan.

>> [Meer info](#)

APPENDIX C – COMMUNICATION ITALIAN JOURNALISTS IN BRUSSELS

From: Bozar Press02

Sent: jeudi 30 mai 2013 11:23

To: 'patrizia.lenzarini@ansa.it'

Subject: An Italian summer at Bozar with Morandi & Antonioni, interview proposals

Dear Ms Lenzarini,

BOZAR Centre For Fine Arts will bring an Italian breeze to Brussels this summer with two important exhibitions: a large retrospective of the work of **Giorgio Morandi** and a multidisciplinary exhibition on the work of director **Michelangelo Antonioni**.

We will pay tribute to the Italian modernist artist **Giorgio Morandi** (°1890 - †1964, Bologna) with a remarkable retrospective (**07.06 > 22.09**). The exhibition contains a hundred works, including oil paintings on canvas, drawings, etchings, and watercolours that explore all the main themes of his work. In parallel with the Giorgio Morandi retrospective, BOZAR is joining forces with CINEMATEK to present a multidisciplinary exhibition entitled **Michelangelo Antonioni: Il maestro del cinema moderno (22.06 > 08.09)**. Antonioni, a pioneer of modern cinema, was one of the legendary Italian directors of the 1960s. The exhibition gives an overview of his key films and highlights various aspects of his artistic personality. You can find more info in the press releases of both exhibitions in attachment of this invitation.

Would you or your colleague be interested to cover the exhibition(s) for Ansa? We can propose you a **personal interview** with the curator.

The curator of the retrospective on Giorgio Morandi, **Maria Cristina Bandera**, is staying in Brussels from May 30 to June 7 and is available for interviews in Italian.

The exhibition on Michelangelo Antioni is designed by curator **Dominique Païni**, who is also available for an interview in French or English. He is staying in Brussels from June 18 to June 21. All interviews are possible on demand via bozar.press02@bozar.be.

You are also kindly invited to the press conferences for the opening of the exhibitions. Please find the practical information below.

If you have any further questions, please do not hesitate to contact us.

Thank you in advance and kind regards,

Wiske Renders

Wiske Renders

Assistant Press BOZAR

Paleis voor Schone Kunsten | Palais des Beaux-Arts | Centre for Fine Arts

Rue Ravensteinstraat 23 - 1000 Brussels

bozar.press02@bozar.be

www.bozar.be

You are kindly invited on

Thursday 6 June at 11 am

to the press conference for the opening of the exhibition

Giorgio Morandi. Retrospective
(Invited artist: Luc Tuymans)

07.06 > 22.09.2013

In the presence of curator **Maria Cristina Bandera**
and artist **Luc Tuymans**

BOZAR- Centre for Fine Arts
Entrance via Rue Ravensteinstraat 23, 1000 Brussels

You are also kindly invited to join us for refreshments after the press conference.

Interviews are possible on demand via bozar.press02@bozar.be.

Thank you for confirming your presence by mail to bozar.press02@bozar.be before Thursday 30
May.

You are kindly invited on

Friday 21 June at 11 am

to the press conference for the opening of the exhibition

Michelangelo Antonioni
Il maestro del cinema moderno

22.06 > 08.09.2013

In the presence of curator **Dominique Païni**

BOZAR- Centre for Fine Arts
Entrance via Rue Ravensteinstraat 23, 1000 Brussels

You are also kindly invited to join us for refreshments after the press conference.

Interviews are possible on demand via bozar.press02@bozar.be.

Thank you for confirming your presence by mail to bozar.press02@bozar.be before Friday 14 June.

APPENDIX D – QUANTITATIVE ANALYSIS OF THE BRAND VALUES

Kwantitatieve Analyse artikels Watteau

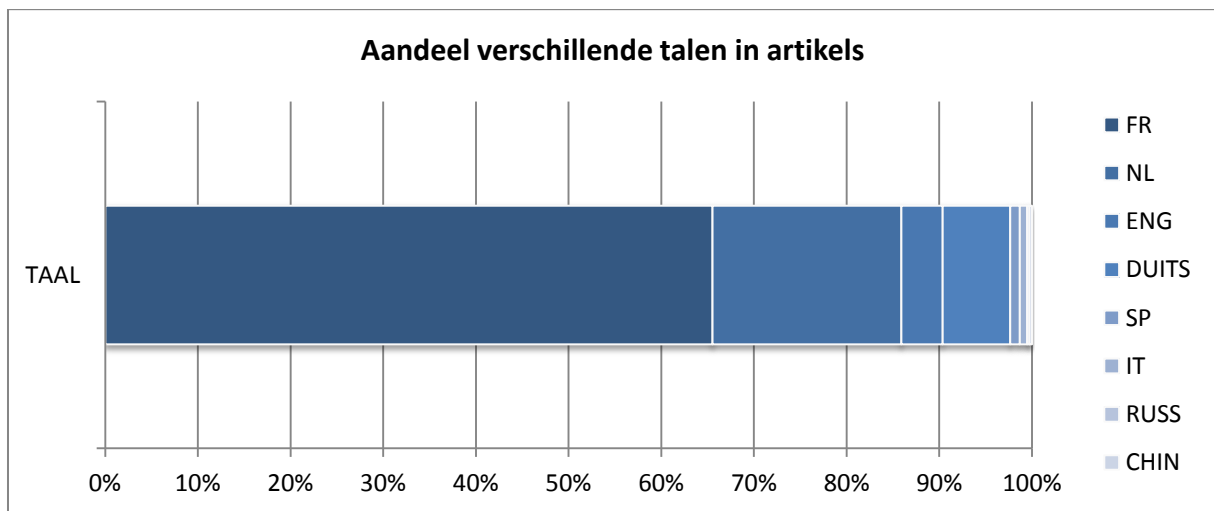
383 artikels in totaal

Internationaal: 213

Nationaal: 156 (waarvan 26 WEB)

Audiovisueel: 14 (niet meegeteld in deze analyse)

- Op basis van TAAL



- Het merendeel (65,54%) van de artikels is **FRANSTALIG**.
De verhouding Belgisch/Franse artikels – Franse artikels is 2/5 – 3/5. Met in totaal 159 artikels in België en 151 artikels in Frankrijk, mogen we zeggen dat in Frankrijk uitzonderlijk veel aandacht werd besteed aan Watteau.
- De verhouding Belgisch/Franse – Belgisch/Nederlandse artikels is 3/5 – 2/5. Met in totaal 94 artikels in de Franstalige pers en 56 artikels in de Nederlandstalige pers, mogen we zeggen dat er in Franstalig België meer aandacht werd besteed aan de expo Watteau.

➤ **BELGIË FR**

➤ Men besprak het Watteau-project in alle grote nationale media: dagbladen (Le Soir, La Libre Belgique, L’Echo, Le Jeudi, Grenz Echo, L’Avenir, Dimanche express...), weekbladen (Le Vif, Trends, (tele)moustique...) en maandbladen (Collect AAA, L’Eventail, La Revue Générale...)

➤ Ook audiovisuele pers zoals Télébruxelles, Musiq 3, La Première, Arte 50 degrés nord, RTBF télétourisme...

➤ **FRANKRIJK**

➤ Men besprak de expo in gespecialiseerde kunstmagazines zoals Arts Magazine, Art Absolutement, L’œil, Historia, Le Magazine des Arts, Connaissance des Arts, L’Estampille L’objet d’art... maar ook de algemene pers zoals Liberté Hebdo, La Voix du Nord, l’Humanité, Les Echos, la Croix, le Figaro, La vie, La Gazette de Nord-pas de Calais, AFP...

- Ook veel audiovisuele items zoals op France 24 (TV), Radio Classique, France 5 (Radio), France 2 (TV) en ook uitgebreide themauitzendingen op France Musique – Le Matin des musicien (Radio) en France Culture – La Dispute (Radio)
- 20,37%, een vijfde van alle artikels gewijd aan de tentoonstelling, is NEDERLANDSTALIG. De verhouding Belgisch-Nederlandse artikels – Nederlandse artikels is 3/4 – 1/4
 - **BELGIË NL**
 - Men besprak de expo in alle grote nationale media: dagbladen (De Standaard, De Tijd, Gazet van Antwerpen, het Belang van Limburg, De Morgen, Metro, Het Laatste Nieuws, Het Nieuwsblad...), weekbladen (Knack, Trends, De Zondag, Zone 02, Brussel Deze week Agenda...), maandbladen (Collect AAA, (h)art, Grande, Feeling...)
 - Audiovisuele pers: TV Brussel, FM Brussel, VRT één De Zevende dag...
 - **NEDERLAND**
 - Men besprak de expo uitgebreid in o.a. in NRC handelsblad, Museumtijdschrift, Het Financieele Dagblad, Tableau Fine Arts magazine, Volkskrant, Dagblad van het Noorden, Villa d’Arte...
 - **OTHER**
- 7,31% in het DUITS;
 - De expo wordt besproken in Art Das Kunstmagazin, Frankfurter Allgemeine Zeitung, Westfälischer Anzeiger en DPA. Ook veel agendameldingen dankzij verspreiding info via DPA. Ook een aantal audiovisuele items zoals op Deutschlandfunk (Radio), Sudwestrundfunk (Radio) en WDR3 (Radio).
- 4,44% in het ENGELS;
 - Korte vermelding in de agenda’s van Burlington Magazine, Art Newspaper, be.there! magazine en Apollo Magazine. De expo wordt eveneens kort aangehaald in Wall Street Journal (Europe). Een uitgebreidere bespreking op theculturetrip.com en in Arts Newspaper.
- Enkele artikels in het SPAANS (4 artikels; 1,04% - arsmagazine.com, Vanity Fair, musica.terra.com) en het ITALIAANS (3 artikels; 0,78% - Corriere della Sera, italiaoggi.it). Ten slotte één artikel in het RUSSISCH (Intellectual Captial-St. Petersburg) en één in het CHINEES (The Key for the Best). Elk vertegenwoordigen ze dus een aandeel van 0,26%. Beide artikels geven een uitgebreide bespreking van de expo.

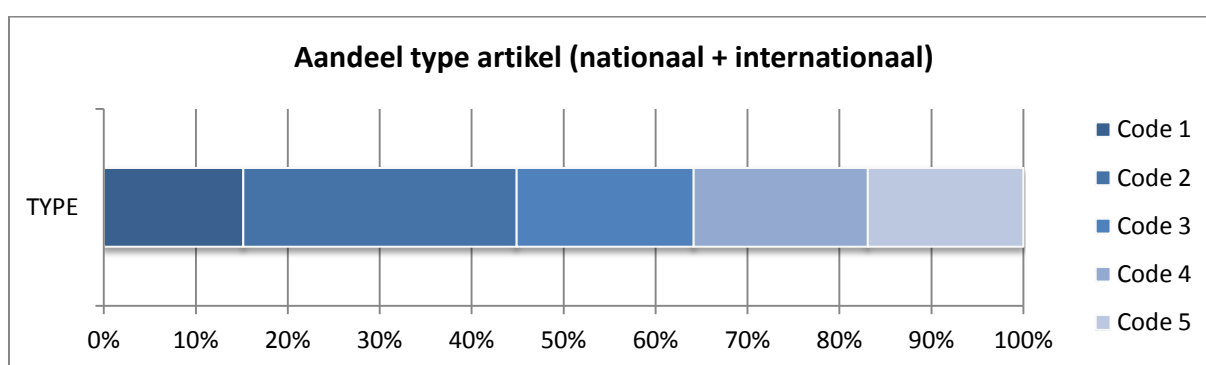
Tot slot kwam de expo ook uitzonderlijk aan bod **gespecialiseerd media voor klassieke muziek** aan bod zoals classiquenews.com, Forumopera.com, klassiekcentraal.be, Diapason, Spectacle du monde, lascene.com, Radio Classique, Musiq 3...

- **Op basis van TYPE**

Alle artikels, uitgezonderd de audiovisuele artikels en WEB, werden vervolgens ingedeeld op basis van type en gerangschikt naar de hoeveelheid aandacht die men schonk aan de expo. We onderscheiden de volgende types:

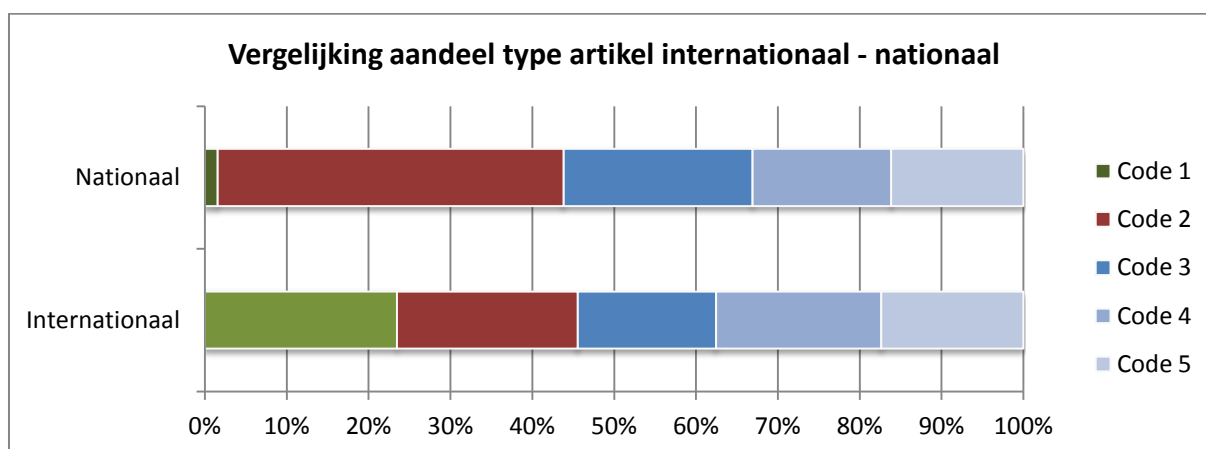
CODERING

- 1 Agendapunt of korte verwijzing
- 2 Aankondiging (is een korte bespreking, al dan niet met quoterings)
- 3 Klein artikel
- 4 1-pager of halve pagina krant
- 5 Grote spread (2 of meer pagina's) of voorpagina



- Agendapunten (code 1) beslaan **1/6** van alle artikels
- **1/3** van alle artikels (29,74%) zijn korte aankondigingen (code 2) al dan niet met een rating van de tentoonstelling.
- Ongeveer **1/5** zijn Korte artikels (code 3)
- De 1-pagers (1/5) en grote spreads (code 4 & 5) beslaan samen net iets **meer dan 1/3 (35,86%, meteen ook het merendeel) van alle artikels.**

Wanneer we de verhoudingen voor de internationale en nationale artikels afzonderlijk bekijken, zien we enkele opmerkelijke verschillen:



- **CODE 1** - In de internationale pers krijgt de tentoonstelling regelmatig een korte vermelding in de agenda (23,47%, of 1/5 van alle internationale artikels).

In de nationale pers daarentegen, krijgt de expo in 2 artikels (1,54% van alle nationale artikels) een korte vermelding. Dit verschil is mede verklaarbaar door de veelvuldige opname in internationale agenda's zoals Connaissance des Arts, L'oeil...

- **CODE 2** - In de internationale pers wordt de expo in 1/5 (22,07%) van de artikels kort besproken in een aankondiging, al dan niet met een rating. In de nationale pers daarentegen, vormen de aankondigingen de overgrote meerderheid met 42,31%. Dit is mede te verklaren door herhaaldelijke agenda-artikels in Le Soir, De Standaard, of De Tijd, die wekelijks opnieuw kort de expo aankondigen.
- CODE 3,4&5 – hier zijn de verschillen in verhouding niet zo groot.

APPENDIX E – QUALITATIVE ANALYSIS OF THE BRAND VALUES

Analyse BRAND VALUES artikels Watteau

- 118 artikels geanalyseerd
- **Gemiddelde totaalscore op brand values:** 829/118 = **7,03 (op 12 max)**
- **Gemiddelde positieve score:** **3,1 (op 4 max)**

- **Kwaliteit/prestige: 114/118**
 - o Zeer veel meldingen die refereren aan de kwaliteit van het project – “Bozar en het Museum voor Schone kunsten Brussel hangen belangrijke hoofdstukken uit de Europese kunstgeschiedenis aan de muren” (Gazet van Antwerpen), “Bozar nous offre un petit bijou” (Le Soir):
 - (1) William Christie als curator: “Unique in being the only art exhibition curated by a musician” (Art Newspaper)
 - (2) expertise; « autour de William Christie un bouquet de fins spécialistes » (webthea.com), « Avec le conseil d'un comité scientifique » (La Gazette de l'hôtel Druot)
 - (3) Internationale samenwerking met het Palais des Beaux-Arts de Lille;
 - (4) bruiklenen: “des prêts exceptionnels, entre autres de la Bibliothèque nationale de France’ (L’Avenir); « les prêts de la Bibliothèque nationale sont considérables » (Connaissancedesarts.com)
 - (5) uniek, “De tentoonstelling [...] is een primeur en is uniek” (klassiek-centraal.be), “De unieke verzameling originele werken, tekeningen, etsen, maar ook archiefdocumenten, partituren en muziekinstrumenten uit dezelfde periode vormt een ware primeur” (Tableau Fine Arts)

 - « C'est donc, au total, un ensemble de grande qualité qui est ici proposé » (L’Humanité)

 - o Maar er wordt regelmatig op gewezen dat de tentoonstelling te eentonig was en te weinig werken tentoonstelde (De Tijd, La Libre Belgique, Les Echos, Le Figaro, Volkskrant, Persoonlijk): “Un regret en visitant l'exposition, le nombre restreint de tableaux (15) dû à la difficulté d'obtenir des prêts” (Univers des Arts), “Slecht vijftien schilderijen - en het gaat lang niet allemaal om topwerk” (De Morgen), “het sleutelstuk voor de Brusselse expositie, *De muziekles*, is in Londen gebleven” (Kanck), “*The Music Lesson*, the piece that gives the exhibition it's name, isn't even here” (Flanders Today)

 - o (H)Arts stelt de focus van de expo in vraag: “Maar het allerbelangrijkste, dat wat er toe doet, waar het over gaat, dat wat Watteau's taferelen werkelijk verenigt met de muziek: de verleiding, de erotiek, de seks, de orgie is men compleet vergeten. Arme Pierrot, daar staat hij nu, met zijn gitaar ongebruikt op zijn rug.”

- **Emotie/waardeoordeel: 73/118**
 - o De expo scoort hoog op emotie, **voornamelijk in de positieve zin**: splendid, savoureux, puissamment poétique, avec conviction et passion, belle exposition, événement rare et raffiné, bel ensemble, superbe, magnifique, exceptionnel, prachtig, précise, sterk, interessant
 - o Regelmatig verwijst men naar de kruisbestuiving tussen schilderkunst en muziek: “Fest für die Sinne” (Arts Das Kunstmagazin, art-magazin.de), “A feast for (two of) the senses” (Art Newspaper), « Watteau et la musique, accord parfait » (Nord Art), « plaisir visuel, évidemment. Mais plaisir auditif, aussi. » (L’Echo), « Rarement peinture et musique ont fait si bon ménage. » (La Croix)
 - o Zeer positieve reacties mbt de catalogus (La Gazette de l’Hôtel Druot, L’Estampille L’Objet d’Art, Petites Affiches, Het Laatste Nieuws, classiquenews.com, Le Vif) : “In het geval van de tentoonstelling in Bozar, is de catalogus, zo mogelijks, nog schitterender dan de tentoonstelling zelf. Om te koesteren.” (klassiek-centraal.be)

“De presentatie is een schot in de roos” (DS Cultuur-De Standaard)

- o Maar ook **soms in de negatieve zin**: “Is het een boeiende expo? Daar valt te redetwisten.” (De Tijd), “Erg boeiend is het toch allemaal niet. [...] Een dieptepunt in de tentoonstelling is een saaie zaal waar muziekinstrumenten, liedboeken en partituren zielloos geëtaleerd zijn” (De Morgen), “het is allemaal zeer kuis en bijzonder ernstig bedoeld” ((H)Art), “Il manque un peu d'originaux dans cette exposition” (La Voix du Nord)

- **Cross-discipline: 98/118**

« Que pouvait-on imaginer de mieux comme décor aux œuvres de Watteau qu'un tel cadre sonore? » (La Revue Générale)

- o Hoge score dankzij het ruime aanbod aan randactiviteiten (cyclus van 8 concerten, interventie Dirk Braeckman, nocturnes, audiogids en muzikale alkoven, CD) en de kruisbestuiving tussen schilderkunst en muziek : “large-scale multidisciplinary project” (Agenda), “Trouw aan zijn mission statement trekt Bozar de multidisciplinaire kaart.” (Trends), “Zo'n onderwerp smeekt om een multidisciplinaire aanpak. Die is meteen ook de sterkte van de tentoonstelling.” (De Tijd), “bezorgt Dujardin zijn publiek de zeldzame ervaring een parcours tegelijk kijkend en luisterend te kunnen afleggen” (Volkskrant)
- o Toch ook kritiek
(1) op het werk van fotograaf Dirk Braeckman (Le Jeudi, (H)Art, La Gazette de l'Hôtel Druot); “Dirk Braeckman. Il propose une variation malheureusement très sombre à partir des tableaux manquants » (Le Figaro), « les trois contributions du photographe se perdent dans le fil de la visite. Elles apparaissent ça et là dans contexte et sans intérêt particulier” (Arte News);
(2) op de luistergids en muzikale alkoven (L'œil, Volkskrant): « Les alcôves musicales sont trop rares que pour vanter une véritables interaction entre peinture et musique. » (Arte News), « qui ne peuvent accueillir que deux personnes [...]. Pourquoi ne pas avoir choisi de les diffuser dans chaque salle, en prenant soin bien entendu de les isoler les unes des autres, et en prévoyant suffisamment de bancs pour en profiter? » (La Gazette de l'Hôtel Druot)
(3) alsook op de kruisbestuiving tussen muziek en schilderkunst : “Klassieke muziek is de ultieme kunstvorm, vooruit; maar deze schilderijen gedijen het best in stilte.” (Volkskrant), « Je ne serais pas surpris que ceux qui entendent et verront à la fois aient le sentiment que leurs yeux et leurs oreilles plongent dans deux univers qui ne se rencontrent pas... » (Diapason)
- o In 6 artikels worden de ontdekkingstochten voor kinderen vermeld (revuedada.fr, Moustique, Artistikrezo.com, Le Soir, Le Journal des Enfants, La Libre Culture)

- **Cross-Border: 19/118**

- o De aanwezigheid van zowel Vlaamse als Italiaanse invloeden in het werk van Watteau wordt verscheidene keren vermeld (Arts Magazine, Spectacle de Monde, Le Soir, Metro (fr), paperblog.fr, Moustique, Le Jeudi, Arte News, la Revue Générale, Flanders Today, Le Soir, Latribunedelart.com, Le Magazine des Arts)
- o De Morgen heeft hier toch een punt van kritiek: “Merkwaardig genoeg is in de afdeling 'Vlaamse en Italiaanse invloed' welgeteld één buitenlands werk opgenomen”

- **Europese eenmaking: 4/118**

- o Op enkele uitzondering na, wordt er niet gesproken over een Europese eenmaking :
« Elle est le fruit d'une collaboration inédite du Palais des Beaux-Arts de Bruxelles avec le Palais des Beaux-Arts de Lille, initiant un flux intellectuel et artistique de premier plan entre les deux villes. » (artslettres.ning.com)

„Frankreichs Präsident François Hollande sagte über die Wateau Ausstellung: "Die Zusammenarbeit zwischen dem Palast der Schönen Kunste, Lille und den Bozar hier

in Brüssel verkörpert eine sehr noble Kunst und Kultur, eine, die die Menschen in einem Dialog der Freundschaft verbindet und zusammenführt.“ (Grenz Echo)

- **Breed publiek: 68/118**

A Expérimenter, A voir, niet te missen, [...] makes it worth a visit, etc.

- De tentoonstelling is een primeur in België, unieke kans : « L'exposition invite à redécouvrir ce maître » (Le Temps), « Il va donc falloir passer la frontière pour assister à ce savoureux concert pictural... Car Watteau est aujourd'hui peu exposé » (Arts Magazine), « l'exposition est donc d'abord une occasion rare de découvrir ce grand artiste. » (revuedada.fr), « Il s'agit de découvertes pour les non-spécialistes » (La Gazette de l'Hôtel Druot)
- De gratis concerten donderdagavond worden enkele keren aangehaald als publiekstrekker, alsook de luisterpunten: « les mélomanes seront charmés par la possibilité de se reposer en musique dans des alcôves disposées en cours de parcours » (Le Jeudi)
- Enkelen spreken ook de kinderen aan (revuedada.fr, Le Journal des Enfants): « Sensibiliser les enfants à la beauté de Watteau, tel est le défi relevé par Bozar Studios » (La Libre Culture)

Steeds positief, op enkele uitzonderingen na :

“Watteau kan pas naar waarde worden geschat bij een grondige studie van zijn werken” (De Tijd), “Nu is de expositie een specialistische dossiertentoonstelling, met hoogdravende uitspraken die uiteindelijk even vederlicht blijken als de getoonde schilderijen zelf” (De Morgen)

- **Entrepreneurial: 71/118**

- Vrij hoge score, focus op BOZAR als initiatiefnemer **(1)** die erin geslaagd is werken te verzamelen die je niet vaak te zien krijgt (bruiklenen) en internationale samenwerkingen: “heureuse collaboration entre spécialistes du XVIIIe siècle du Palais des Beaux-Arts de Lille et de Bozar, en partenariat avec la Bibliothèque nationale de France” (l'Eventail), « une quinzaine de toiles, dont certaines n'ont pas été montrées en Europe depuis plus de 30 ans. "Un gros travail. Obtenir ne fût-ce qu'une seule œuvre de Watteau tenait déjà du petit miracle. » (metro (fr)), “Een tentoonstelling van Watteau is op zichzelf al een zeldzame gebeurtenis. Slechts een honderdtal schilderijen van hem bleef bewaard. De curatoren moesten tot in San Francisco en Tokio reizen om werken los te krijgen.” (DS Cultuur - De Standaard)
- **(2)** Als initiatiefnemer met een kruisbestuiving tussen muziek en schilderkunst: “une démarche novatrice” (Le Soir), « Associer peinture et musique n'est pas sans risques » (Le Jeudi), “bezorgt Dujardin zijn publiek de zeldzame ervaring een parcours tegelijk kijkend en luisterend te kunnen afleggen” (Kanck)
- **(2)** de expo als primeur in België: “De expo in het Paleis voor Schone Kunsten in Brussel is de eerste die in België aan de schilder is gewijd” (De Tijd), “Pour la première fois, un musée propose cette thématique novatrice” (Univers des Arts)
- Flanders Today wijst ons op de uitzonderlijke aanwezigheid van Dirk Braeckman : “The Flemish photographer doesn't often accept commissions. It was director Paul Dujardin who convinced the photographer”

- **Positief: 3,1/4**

- Het gros van de artikels (69/118) is positief-neutraal geladen. 31/118 artikels zijn enthousiasmerend en positief.
- De overige 18 artikels hebben zowel positieve als kritische opmerkingen, waarvan 2 overwegend negatief zijn (De Morgen,(H)Art)

APPENDIX F – FRENCH PRESS DOSSIER MICHELANGELO ANTONIONI

BO
ZAR
EX
PO

DOSSIER
DE PRESSE

Michelangelo Antonioni

Il maestro del cinema moderno

PALAIS
DES BEAUX-ARTS,
BRUXELLES

PALEIS VOOR
SCHONE KUNSTEN,
BRUSSEL

CENTRE
FOR FINE ARTS,
BRUSSELS

WWW.BOZAR.BE | + 32 (0)2 507 82 00

22.06 > 08.09.2013

Exhibition in collaboration with

CINEMATEK

Photo: Franco Uzi, 1966

arte
BELGIE

CLAR
CHASSE

LE SOIR

LE VIF

SO
BRA

DMorgen

Klara

Knack

Concept developed by Fondazione Ferrara Arte &
Gallerie d'Arte Moderna e Contemporanea-Museo
Michelangelo Antonioni, in collaboration with
Fondazione Cineteca di Bologna.


ISTITUTO ITALIANO DI CULTURA
BRUXELLES


Regione Emilia-Romagna

Table des matières

Communiqué de presse	31
Textes des salles	33
La modernité comme muse	33
L'Italie : un désert rouge.....	34
Swinging London	34
L'expérience du vide	35
Premières amours	35
« La Cina è vicina » (La Chine est proche)	36
Le regard de Michelangelo	36
Montagne incantate (Montagnes enchantées)	37
Catalogue	38
Informations pratiques	39
Activités dans le cadre de <i>Michelangelo Antonioni</i>	40
PROJECTIONS	40
1. Une rétrospective complète Antonioni à la CINEMATEK	40
2. Cycle Antonioni à Flagey – Studio 5.....	46
3. Un cycle en décentralisation – « Antonioni on tour »	48
4. Séance spéciale : <i>Le amiche</i> de Michelangelo Antonioni.....	48
EXPOSITION	49
<i>CELESTE E VERDE</i> , une exposition de Michel Lorand.....	49
CONFÉRENCE.....	50
Conférence par Dominique Nasta.....	50
Coordonnées du service de presse	51

Communiqué de presse Michelangelo Antonioni. Il maestro del cinema moderno

Le Palais des Beaux-Arts organise en collaboration avec CINEMATEK une exposition pluridisciplinaire autour du cinéaste italien Michelangelo Antonioni. Réalisateur, critique de cinéma, écrivain et peintre, l'artiste a remarquablement su restituer l'esprit de son temps. Une approche résolument moderne qu'il partage avec son compatriote Giorgi Morandi, auquel BOZAR consacre également une grande rétrospective cet été.
22.06 > 08.09.2013

Pour sa première grande exposition consacrée au cinéma, le Palais des Beaux-Arts ouvre ses portes à **Michelangelo Antonioni** (1912-2007), présentant une sélection extraite de quelque 46.000 documents personnels conservés par la **Gallerie d'Arte Moderna e Contemporanea di Ferrara**. Un événement exceptionnel puisque les archives léguées par l'artiste en 1997 sortiront pour la première fois d'Italie.

Michelangelo Antonioni. Il maestro del cinema moderno comporte **220 documents personnels** du réalisateur à travers lesquels l'exposition dresse le portrait intime du réalisateur qui était également peintre, critique de cinéma et écrivain. Elle entend offrir **un aperçu de ses principaux films**, éclairer les **diverses facettes de sa personnalité artistique** et mettre en avant les **interactions de son œuvre avec les Beaux-Arts**. L'exposition propose notamment des **extraits** de films, des **photos de Bruce Davidson** (Magnum), des **articles de presse**, des **scénarios originaux** écrits à la main, des **récompenses**, des **lettres** (de Giorgio Morandi, Jacques Ledoux, Alain Delon, Italo Calvino, Marcello Mastroianni, Jeanne Moreau, Roland Barthes, entre autres) et des **tableaux** qu'il a peints lui-même. Elle met également en perspective l'influence exercée par des artistes majeurs sur Antonioni, tels que Di Chirico, Rothko ou Pollock.



Michelangelo Antonioni. *Blow up*, 1966. Ferrara, Gallerie d'Arte Moderna e Contemporanea-Museo Michelangelo Antonioni

explore l'aliénation de l'homme dans le monde moderne, les problèmes de communication et les difficultés sociales de son époque. Son prodigieux talent se distingue avant tout par une remarquable faculté d'observation, **un regard qui matérialise l'esprit de son temps**, restitué par l'omniprésence de la **mode**, la **culture pop** ou l'**architecture**, sollicitant constamment l'attention et l'œil du spectateur, ce qui lui valut une réputation de cinéaste intellectuel. Séduit d'abord par le néoréalisme (1944>1952), Antonioni affirme peu à peu son style et perce avec sa trilogie « existentielle » (**L'avventura** (1960), **La notte** (1961) et **L'eclisse** (1962)), marquée notamment par la présence de son actrice fétiche Monica Vitti. **Blow up** (1966), **Zabriskie Point** (1970) et **The Passenger** (1975) figurent également parmi les autres chefs-d'œuvre qu'il nous a légués.

Ces documents intimement liés à la vie et à l'activité d'Antonioni reflètent la richesse et la complexité de la personnalité de ce cinéaste très cultivé, versé dans les arts et plus particulièrement dans les arts plastiques, l'architecture et la photographie. Sa curiosité naturelle a largement contribué à créer son **univers cinématographique propre et innovant**. De longues prises de vue, le souci constant du détail et la présence de l'environnement architectural caractérisent son langage cinématographique à l'aide duquel il

Sa carrière fut jalonnée de prix, dont l'**Ours d'Or de Berlin** en 1961 pour *La notte*, le **Prix spécial du Jury du Festival de Cannes** pour *L'avventura* (1960) et pour *L'eclisse* (1962) ou la **Palme d'or** pour *Blow up* (1967). Son œuvre a été une **source d'inspiration** pour de nombreux cinéastes tels que Godard, Scorsese ou Tarkovski, mais aussi pour des artistes contemporains comme Jeff Wall ou Julian Schnabel.

Commissaire Dominique Païni

L'exposition, **multidisciplinaire** par la pluralité des supports qu'elle utilise, a été conçue par **Dominique Païni**, ancien directeur de la Cinémathèque française, ancien directeur du Centre Pompidou, fondateur du département audiovisuel du Louvre, et commissaire de plusieurs expositions remarquées, notamment *Hitchcock et les arts*, *Voyage(s) en utopie* de Jean-Luc Godard et *ABC : Art Belge Contemporain*.

CINEMATEK

Dans le cadre de l'exposition, la **Cinémathèque** organise

- une rétrospective complète à la CINEMATEK (Rue Baron Horta, 1000 Bruxelles) du 4 juillet au 30 août.
- un cycle au Studio 5 – Flagey (1 juillet > 30 août)
- un programme en décentralisation (Mons/ août, Liège/septembre et Anvers/septembre)
- une conférence de Dominique Nasta à la CINEMATEK le 8 juillet
- une projection de *Le amiche* en version restaurée, présentée par Dominique Païni le 29 août (au Palais des Beaux-Arts, en collaboration avec BOZAR CINEMA)

Giorgio Morandi



Michelangelo Antonioni. Filmstill.
Marcello Mastroianni in La notte. 1961

Le Palais des Beaux-Arts propose aussi cet été une exposition complémentaire : une grande rétrospective consacrée au maître moderniste italien **Giorgio Morandi**. Morandi et Antonioni, qui étaient originaires de la même région, s'appréciaient. Des lettres de Morandi ont ainsi été retrouvées dans les archives d'Antonioni et un tableau de Morandi apparaît clairement dans le film *La notte*. Tous deux partageaient un même sens de l'esthétique, de la composition, de la photographie et de l'architecture, qui se manifeste clairement dans leur art.

Textes des salles



Michelangelo Antonioni on the set of *L'Avventura*, 1960. Gallerie d'Arte Moderna e Contemporaneo

Michelangelo Antonioni est né à Ferrare en 1912. Il fut avec Ingmar Bergman le héros de ce qui est désormais coutume de désigner comme la « modernité cinématographique ».

Assistant de Marcel Carné, scénariste de Federico Fellini, Antonioni contribue au changement de vocation du médium cinématographique, passant d'un type de représentation réaliste à une autre vision, à caractère métaphysique. Il sonde l'âme humaine dans un style novateur, opérant une véritable « radioscopie » des inquiétudes propres au monde contemporain. Pour autant, le cinéaste ne se départit jamais de son élégance et son pouvoir de séduction.

La direction des acteurs et les dialogues traduisent la lassitude et l'ennui qui ont gagné une classe sociale dont Antonioni décrit le désengagement vis-à-vis des contingences de la réalité.

Ce que l'on peut considérer comme le sommet de son œuvre est constitué de films ancrés dans l'Italie des années 60 : la trilogie - *L'avventura*, *La Nuit*, *L'Éclipse* - annonce les ruptures idéologiques et morales des années 70. Avec *Blow up* et *Zabriskie Point*, le cinéaste reflète les évolutions de la jeunesse, de la mode et de ce qui deviendra « l'art contemporain » à l'orée du XXI^e siècle.

Il invente des personnages de femmes inoubliables : divas de la modernité, Lucia Bosé et Monica Vitti furent ses muses.

Suite à ses « exils » américains et chinois, Antonioni, artiste *renaissant*, revient au début des années 80 en Italie avec un regard neuf qui lui permet de caractériser et d'*identifier* cette nation.

Le parcours de l'exposition s'affranchit de la chronologie pour s'ouvrir sur la « trilogie de la modernité » qui l'a fait connaître internationalement ; puis elle évoque son départ de l'Italie qu'Antonioni définit comme un *désert rouge*. Sa rencontre vivifiante avec le *Swinging London* précède sa fascination pour les déserts et l'utopie du vide... Le parcours se clôt par un double retour : le retour à ses origines, à ses influences en tant que cinéaste en même temps que sa sortie du néoréalisme et enfin, le retour à Ferrare, sa ville natale, où il tourne ses derniers films.

La modernité comme muse

Les années 60 voient s'accomplir la « première maturité » du cinéaste, grâce à la trilogie constituée par *L'avventura* (1960), *La Nuit* (1961) et *L'Éclipse* (1962), qui fournit une sorte d'avènement thématique et esthétique du cinéma dit « moderne ». Décors *métaphysiques* qui évoquent De Chirico, architecture rigide des villes du renouveau économique de l'après-guerre, cynisme social et lâcheté sentimentale, angoisse de la catastrophe nucléaire... La disparition énigmatique d'une femme dans *L'avventura*, l'érosion des sentiments amoureux dans *La Nuit* et le voilement du soleil dans *L'Éclipse* confèrent au cinéma d'Antonioni un silence dont on trouve l'équivalent dans les natures mortes de Giorgio Morandi.

La trilogie est marquée par deux thèmes majeurs. En premier lieu, le danger à venir de pétrification du monde que figurent les concrétions rocheuses de l'île éolienne Lisca Bianca dans *L'avventura*, les blocages du trafic automobile de la grande ville dans *La Nuit* et l'architecture froide du fascisme du quartier de l'EUR à Rome dans *L'Éclipse*. En second lieu, le goût pour l'insularité, envoûtement non dénué d'épouvante : l'île par excellence de *L'avventura*, sur laquelle la menace plane, l'isolement dans le parc qui préfigure à la fin de *La Nuit* celui de *Blow up*, l'enfermement de l'appartement de *L'Éclipse*, prison pour un amour défunt.



Monica Vitti in *L'Avventura*, 1960 © CINEMATEK

Le style novateur de la trilogie déclenche des réactions extrêmes, aussi bien de la part de la presse que du public. Pendant la première de *L'avventura* à Cannes en 1960, le film fut hué et Monica Vitti quitta la salle en larmes. D'autre part, lors ce même festival, le Prix spécial du Jury fut décerné au film et les cinéastes et critiques de cinéma organisèrent une pétition afin d'en défendre l'intérêt exceptionnel.

L'Italie : un désert rouge

Les conséquences du développement industriel et de la soumission à la consommation – pollution, mécontentement social, érotisme malade – sont le sujet du bien nommé *Désert rouge* (1964). Giuliana, le personnage de Monica Vitti associe le renoncement, la névrose et le désespoir. Dans les mêmes années, la peinture d'Alberto Burri et l'Arte Povera témoignent d'une destruction du monde due à l'indifférence humaine.

Le Désert rouge est-il un film en couleur ? Sa conception dramaturgique *teintée* ne trahit-elle pas au contraire une résistance à la couleur ? Le parti pris maniériste de peindre les murs d'une ville ou l'herbe des terrains vagues, l'uniformité du camaïeu gris rosé dans la stupéfiante et angoissante scène d'amour, l'invasion de la rouille et la corruption matiériste de la pollution sont les prétextes pour différer l'action hiérarchisante de la couleur autre que celle imposée par les codes industriels. Le noir et blanc demeure comme un souvenir insistant.

Swinging London

Dans le milieu des années 60, on assiste à l'explosion pop et psychédélique de la musique rock et à l'impact de la publicité et de la mode sur le décor urbain et la vie quotidienne. Antonioni quitte l'Italie et son *désert rouge* écologique et politique. Il s'identifie à la juvénilité bondissante d'un « voyeur », dont le modèle est le célèbre photographe anglais David Bailey.

À partir d'une nouvelle de l'écrivain argentin Julio Cortazar, *Les Fils de la Vierge*, le cinéaste construit une fiction qui lui permet de découvrir avec une énergie renouvelée, les images audacieuses d'un Londres pop - la crudité des contrastes colorés de la mode, la tendre verdure de la végétation des parcs londoniens, la fantaisie des mouvements communautaires qu'autorisent la drogue et la musique - peu d'années avant les révoltes de la jeunesse à travers le monde, révoltes dont il fut curieux jusqu'au *Zabriskie Point* (1970).



Blow up : le titre du film est doublement pertinent, évoquant aussi bien la méthode du photographe dans sa quête de la vérité que la méthode à laquelle l'artiste Antonioni recourt dans sa propre production picturale, les *Montagne incantate* (Montagnes enchantées), aquarelles miniatures photographiées et agrandies.

Blow up (1966) est un tournant décisif dans l'œuvre d'Antonioni, de par son ambition d'analyser le pouvoir des images ; il contribue au renouveau du cinéma mondial y compris à Hollywood (Brian de Palma, Martin Scorsese).

Michelangelo Antonioni. *David Hemmings and Jane Birkin in Blow up*, 1966

L'expérience du vide

Le désert américain de *Zabriskie Point* (1970) et celui, africain, de *Profession : reporter* (1975) rime avec l'âpreté de l'île volcanique de *L'avventura* (1960), avec les terrains vagues de *La Nuit* (1961) et avec les volumes bétonnés des périphéries urbaines modernes de *L'Éclipse* (1962). Il s'agit d'un thème essentiel de l'œuvre antonionienne : l'effacement des repères dans la réalité traduit la dissolution des repères sociaux et moraux.



Michelangelo Antonioni. *Zabriskie Point*, 1970 © CINEMATEK

Antonioni inaugure au cinéma une métaphysique de l'absence. Pour ses personnages, le désert apparaît comme un lieu paradoxal, celui du détachement extrême, à la fois utopique et vierge, qui autorise l'apesanteur et l'immersion des corps des hippies dans la poussière ocre gris de *Zabriskie Point*. Le désert, c'est également l'espace de l'expérience de la schizophrénie, de la perte de soi (l'exil sans fin du *Reporter*). Le soleil du désert brûle les couleurs, contraint à l'extase, entraîne hors de soi. Le photographe américain Bruce Davidson (de l'agence Magnum) fait le reportage du tournage de *Zabriskie Point*.

Zabriskie Point et *Profession : reporter* sont sans doute les deux films d'Antonioni qui rappellent le mieux les enjeux picturaux du XXe siècle. Le hiératisme de Mark Rothko, la gestualité de Jackson Pollock, l'optimisme inquiet de l'artiste pop italien Mario Schifano irriguent la fascination d'Antonioni pour le vide du désert.

Premières amours

Comme pour d'autres cinéastes modernes, le court métrage documentaire constitue pour Antonioni un apprentissage reflétant les contradictions de la réalité sociale de son temps. Influencé par la première partie de l'œuvre de Luchino Visconti, il fixe la sombre existence des paysans de la plaine du Pô (*Les Gens du Pô*, 1943-1947), dans les lieux mêmes où ce dernier tourna une passion érotique et meurtrière (*Ossessione*, 1943).

Nettoyage urbain (1948), *Superstition* (1949) et *Le Cri* (1957) offrent les décors urbains et paysans du néoréalisme. Les deux premiers témoignent déjà d'une expérience de l'espace : le labyrinthe monumental de Rome et les parcours initiatiques dans les villages de l'Italie profonde.

La première moitié des années 50 est dominée par l'un des plus beaux visages de l'histoire du cinéma, celui de Lucia Bosé (*Chronique d'un amour*, 1950), dont le casque de cheveux noirs et les initiales – L. B. – sont la réminiscence d'une des passions cinéphiliques d'Antonioni qui resurgira dans les années 80 dans le film intitulé *Identification d'une femme*: Louise Brooks.

Les films de cette période sont particulièrement marqués par une image faite de contrastes noirs et blancs qui sont à la mesure de la cruauté de l'analyse critique de la mondanité oisive et nihiliste de la bourgeoisie de l'après-guerre (*Les Vaincus*, *L'Amour à la ville*, *Femmes entre elles*).

« La Cina è vicina » (La Chine est proche)

« La neutralité politique d'Antonioni, visiteur invité officiellement par Zhou Enlai (ministre des Affaires étrangères) dans un pays qui était en train de subir, en 1972, les soubresauts meurtriers de la Révolution culturelle, suscita le scandale, et pas seulement parmi les dirigeants chinois en guerre intestine. Le "Bande des Quatre" condamne en fait Chung Kuo. La Chine (1972) comme réactionnaire : ce n'est qu'en 2004 que le documentaire se voit pour la première fois projeté publiquement à Pékin.

À l'inverse de Carlo Lizzani, Joris Ivens, Simone de Beauvoir, Alberto Moravia, Roland Barthes et d'autres intellectuels occidentaux notoires, qui ne rapportèrent de leurs "voyages officiels" dans l'empire maoïste que ce qu'ils avaient rêvé d'y voir, Antonioni (volontairement ou non ?) enregistre sans embellir, sans juger, sans expliquer.

Tournées vers la fin d'une époque indescriptible, où furent interdits même les films de propagande et les actualités filmées, les trois heures quarante de Chung Kuo. La Chine représentent aujourd'hui un témoignage unique ».

(Lorenzo Codelli, Positif, mai 2009)

Le regard de Michelangelo

Selon Antonioni, « fare un filme è per me vivere » (faire un film c'est vivre). Son œuvre présente en effet un mouvement exemplairement parallèle à sa vie : parti de Ferrare, le cinéaste y revient « par-delà les nuages », au terme de sa carrière.



À divers titres, il tente certains retours sur des moments de son œuvre passée, non par mélancolie ou par regret. Antonioni est un cinéaste qui, comme Jean Cocteau dont il adapte *L'Aigle à deux têtes*, est touché par le geste orphique : il se retourne. Aussi revient-il à l'île de *L'avventura*. Et affronte-t-il le regard de l'autre Michel-Ange à travers le Moïse du tombeau de Jules II dans son court métrage autoportrait *Le regard de Michelange* (2004).

Identification d'une femme (1982) est le film du retour en Italie. L'identification est tout autant celle d'une femme que la recherche de l'identité d'une nation, cette Italie retrouvée dans les brumes de la plaine du Pô après les échappées aux États-Unis, en Afrique et en Chine.

Poster *Identificazione di una donna*, 1982.
Gallerie d'Arte Moderna e Contemporaneo.

Jusqu'à son dernier souffle, le cinéaste qui conquiert Palmes, Lions et Oscars reçoit les hommages de ses héritiers devenus ses pairs, Tarkovsky, Scorsese, Kurosawa, Schlöndorff, et l'admiration des intellectuels et des artistes de son temps, Umberto Eco, Emilio Vedova, Roland Barthes, Pietro Citati... Il influence des écoles cinématographiques lointaines : Wong Kar-wai (*In the Mood for Love*), Hou Hsiao-hsien (*Café Lumière*), Nobuhiro Suwa (*Un Couple parfait*), Tsai Ming-liang (*Vive l'amour*), Jia Zhang-ke (*Still Life*). Mais c'est également l'art contemporain qui s'est emparé de la technologie vidéo et numérique qui emprunte le style des images d'Antonioni.

Montagne incantate (Montagnes enchantées)

Au début des années 60, Antonioni commence à peindre quelques aquarelles représentant des paysages montagneux. Ces premières expérimentations picturales annoncent la série plus importante des *Montagne incantate*, que le cinéaste développera dans la seconde moitié des années 70.

La série des *Montagne incantate* présente deux aspects : d'un côté, la série des peintures, aquarelles et collages, de formats changeants et surtout réduits (la première mesure 21 x 30 cm); de l'autre, l'agrandissement photographique d'une partie de cette première série à des dimensions qui augmentent considérablement la taille de l'original exécuté au pinceau.

Pour l'analyste, il y a deux façons d'explorer les *Montagne incantate* : d'une part, en mettant en évidence la relation à l'histoire de la peinture chez Antonioni, au regard de prédécesseurs illustres qui l'ont inspiré (Mark Rothko, Jean Dubuffet, Turner). D'autre part, les *Montagne* peuvent être analysées en tissant des liens formels avec l'œuvre filmique. On songe bien entendu à *Blow up* pour l'agrandissement de clichés photographiques pris par Thomas (David Hemmings) dans le parc londonien ; on pense également à la géographie sablonneuse de *Zabriskie Point*, dont certains plans dans le désert rappellent la surface mouchetée de la nature peinte par Antonioni.



Michelangelo Antonioni.
Montagne Incantate. Ferrara,
Gallerie d'Arte Moderna e
Contemporaneo

Dans une interview Antonioni dit qu'il ne se métamorphose pas en peintre quand il entreprend les *Montagne incantate*. Il prend soin de préciser qu'il «mélange» son expérience de cinéaste avec celle d'un amateur de peinture : autrement dit, il n'y a pas de séparation entre les pratiques malgré la différence des médiums, et Antonioni reste un cinéaste même lorsqu'il trace des pans de couleurs avec son pinceau.

Catalogue

Michelangelo Antonioni. Il maestro del cinema moderno

SOMMAIRE

Préfaces

Antonioni, le *maestro* du cinéma moderne – *Dominique Païni*

La modernité comme muse – *D.P.*

La couleur des sentiments et les couleurs du monde – *D.P.*

Swinging London – *D.P.*

Déserts – *D.P.*

Premières amours – *D.P.*

De l'expérience de l'ailleurs : la Chine d'Antonioni – *D.P.*

Retour à Ferrara – *D.P.*

Montagne incantate – *D.P.*

Le cinéma des Montagne incantate : peinture, photographie, exposition – *Dork Zabunyan*

Biographie – *Carlo di Carlo*

Filmographie

Langues : Néerlandais | Français

Éditeurs : BOZAR BOOKS & Snoeck Éditions

Pages : 144

Prix : € 20

Informations pratiques

Michelangelo Antonioni.
Il maestro del cinema moderno

Adresse

Palais des Beaux-Arts
Rue Ravenstein 23
1000 Bruxelles

Dates

22.06 > 08.09.2013

Heures d'ouverture

De mardi à dimanche, 10h > 18h
Jeudi, 10h > 21h (> 18h entre le 21 juillet et le 15 août)
Fermé le lundi

Tickets

€ 6
€ 4: BOZAR*friends*

Combitickets

€ 15: Morandi + Antonioni + bOb Van Reeth (€14 pour BOZAR*friends*)
€ 11: Morandi + Antonioni

!!! Sur présentation de 2 tickets de CINEMATEK (pour les films d'Antonioni), vous recevrez 1 ticket gratuit pour l'exposition.

Catalogue

€ 20

BOZAR info & tickets

0032 2 507 82 00 – info@bozar.be – www.bozar.be



Michelangelo Antonioni. *Monica Vitti in L'avventura*, 1960. © CINEMATEK

Commissaire: Dominique Païni (assisté par Maria Luisa Pacelli & Barbara Guidi)

En collaboration avec: CINEMATEK

Patronage: Regione Emilia-Romagna

Soutien: La Regione Emilia-Romagna, Istituto Italiano di Cultura, Kingdom of Belgium, Foreign Affairs, Foreign trade & development cooperation

Concept: Fondazione Ferrara Arte & Gallerie d'Arte Moderna e Contemporanea-Museo Michelangelo Antonioni, en collaboration avec Fondazione Cineteca di Bologna.

Partenaires: Gallerie d'Arte Moderna e Contemporanea di Ferrara | Fondazione Ferrara Arte |

Commune di Ferrara | Provincia di Ferrara | Cineteca di Bologna | La Médiathèque

L'exposition du Palais des Beaux-Arts s'inspire directement de celle présentée à Ferrara en mars dernier, The look of Michelangelo. Antonioni and the arts (10.03 > 09.06.2013).

Activités dans le cadre de *Michelangelo Antonioni*

PROJECTIONS

Dans le cadre de l'exposition « Michelangelo Antonioni, il maestro del cinema moderno » organisée par BOZAR EXPO en collaboration avec la CINEMATEK, cette dernière présente, avec le soutien de la Cineteca di Bologna :

1. Une rétrospective complète Antonioni à la CINEMATEK

04.07 > 30.08



Lucia Bose in Cronaca di un amore, 1950.
Gallerie d'Arte Moderna e Contemporaneo

04.07 19:00 / 06.07 17:00

Chronique d'un amour

Cronaca di un amore

Michelangelo Antonioni

Italie 1950 / Lucia Bose, Massimo Girotti, Ferdinando Sarmi / NB / 102'

ST: FR

Dans l'Italie du « miracle économique » d'après-guerre, l'épouse blasée d'un industriel milanais renoue avec son passé trouble et l'homme qu'elle aimait alors. Le fascinant portrait d'une femme adultère, pour le premier long métrage du cinéaste, brodé sur un canevas de film noir.

05.07 17:00

Les vaincus

I vinti

Michelangelo Antonioni

Italie 1952 / Jean-Pierre Mocky, Anna Maria Ferrero, Eduardo Ciannelli / 107'

ST: FR – NL

Tourné à Paris, Rome et Londres, le portrait en trois volets d'une certaine jeunesse de l'après-guerre : trafiquants, voleurs ou assassins, ce sont les vaincus de l'époque. Adapté de Roger Nimier, une juxtaposition d'échecs filmée par Antonioni, qui fouille la psychologie de ses personnages.

07.07 19:15 / 12.07 17:00

La dame sans camélia

La signora senza camelia

Michelangelo Antonioni

Italie 1953 / Lucia Bose, Gino Cervi, Alain Cuny / NB / 102'

ST: FR – NL

Une modeste commerçante devenue starlette de cinéma, découvrant les affres de la célébrité passagère. Antonioni rappelant que le cinéma n'est rien d'autre qu'un monde de rêves transparents, à partir d'une femme au destin pathétique qui finit par se brûler de ses propres illusions.

08.07 21:00 / 16.07 21:00

L'avventura

Michelangelo Antonioni

Italie, France 1960 / Monica Vitti, Lea Massari, Gabriele Ferzetti / NB / 138'

ST: FR – NL

Une disparition, comme révélateur de l'usure des sentiments. Le style Antonioni s'incarne dans ce drame existentiel d'une rigueur sans faille. Une œuvre-pivot, indispensable à la compréhension du cinéma contemporain.

09.07 20:00 / 14.07 18:00

Michelangelo Antonioni storia di un autore

Gianfranco Mingozzi

Italie, Canada 1965 / NB / 58'

ST: FR

Tourné pour la télévision canadienne, un documentaire sur le cinéaste italien, à travers ses écrits, des témoignages de collaborateurs et collègues (dont Fellini), et des images d'archives rarement vues, dont celles consacrées au tournage de *L'Avventura*.

11.07 19:00

L'amour à la ville

Amore in città

Michelangelo Antonioni, Federico Fellini, Alberto Lattuada, Carlo Lizzani, Francesco Maselli, Dino Risi

Italie 1953 / Rita Josa, Rosanna Carta, Enrico Pelliccia / NB / 109'

ST: FR – NL

Devenu manifeste du néo-réalisme, un film à sketches réalisé par les plus grands cinéastes italiens d'alors, dont Antonioni, convoquant quatre femmes qui ont tenté de se suicider par amour pour se raconter devant sa caméra.

13.07 19:00

Femmes entre elles

Le amiche

Michelangelo Antonioni

Italie 1955 / Valentina Cortese, Yvonne Furneaux, Eleonora Rossi Drago / NB / 104'

ST: FR – NL

Adapté d'une nouvelle de Cesare Pavese, une chronique impitoyable des mœurs de la haute bourgeoisie de Turin, empoisonnée par l'égoïsme, l'oisiveté et la vanité. Le portrait de quelques personnages en mal de vivre, pour un film comportant nombreux signes avant-coureurs à *L'Avventura*.

14.07 21:00 / 22.07 19:00

Le cri

Il grido

Michelangelo Antonioni

Italie 1957 / Alida Valli, Steve Cochran, Betsy Blair / NB / 115'

ST: FR – NL

L'errance dans les grisailles symboliques de l'hiver italien d'un ouvrier, victime désespérée d'un arbitraire dont il était jusqu'alors le complice. Le film charnière d'Antonioni, où l'on trouve ses constantes à venir : usure du temps, velléité des sentiments, échec obligé de l'amour.

17.07 19:00 / 28.07 17:00

La notte

Michelangelo Antonioni

Italie, France 1961 / Marcello Mastroianni, Jeanne Moreau, Monica Vitti / NB / 121'

ST: FR – NL

Un écrivain, dont le couple bat de l'aile, prêt à se laisser corrompre par la grande bourgeoisie industrielle. Le second film (plastiquement sublime) de la tétralogie sur « la fragilité des rapports amoureux » par un Antonioni dénonçant les trompe-l'œil de l'argent et du pouvoir.

18.07 21:00 / 31.07 17:00

L'éclipse

L'eclisse

Michelangelo Antonioni

Italie, France 1962 / Alain Delon, Monica Vitti, Francisco Rabal / NB / 124'

ST: FR – NL

Une jeune femme désespérée après une rupture, se voit courtisée par un séduisant agent de change. Antonioni, dans un film fascinant, capte l'activité de la bourse de Milan et son agitation hystérique - et nous livre une nouvelle radiographie du couple moderne.

20.07 19:00 / 03.08 17:00

Le désert rouge

Il deserto rosso

Michelangelo Antonioni

Italie, France 1964 / Monica Vitti, Richard Harris, Carlo Chionetti / couleur / 116'

ST: FR – NL

Dans les décors désertiques des zones industrielles, les errances affectives d'une épouse névrosée et dépressive en quête d'amour et de sentiments. Sur une trame minimaliste, le premier film en couleur d'Antonioni, qui dépasse les faits pour les transcrire directement en atmosphères.

23.07 21:00

I tre volti

Michelangelo Antonioni

Italie 1965 / Soraya Esfandiary, Goffredo Alessandrini, Nando Angelini / 115'

/ ST: ~

Un film à trois sketches autour de l'ex-impératrice iranienne Soraya, surnommée la princesse aux yeux tristes, dont un superbe bout d'essai devant la caméra d'Antonioni.

24.07 19:00 / 27.07 21:00

Blow up

Michelangelo Antonioni

UK 1966 / David Hemmings, Vanessa Redgrave, Jane Birkin, Sarah Miles / couleur / 111'

ST: FR – NL

Dans le swinging London, un photographe de mode arrogant photographie par hasard ce qui semble être un meurtre. À partir d'une courte nouvelle de Cortazar, Antonioni délivre une réflexion subtile sur le voir et le pouvoir, enveloppée dans un fascinant thriller métaphysique.

25.07 19:00 / 28.07 21:00

Zabriskie Point

Michelangelo Antonioni

USA 1969-1970 / Mark Frechette, Daria Halprin, Rod Taylor / couleur / 110'

ST: FR – NL



Autour d'un étudiant recherché par la police et d'une jeune femme ne sachant quelle direction donner à sa vie, un *road movie* onirique, portrait d'une génération révoltée contre les fausses certitudes et les tabous de l'Amérique de la surconsommation des années 1970.

Michelangelo Antonioni. *Zabriskie Point*, 1970 © CINEMATEK

29.07 19:00

Chung kuo, la Chine

Chung kuo, cina

Michelangelo Antonioni

Italie 1972 / Giuseppe Rinaldi / couleur / 128'

V: FR / ST: ~

Acceptant une commande de la RAI, Antonioni tente un portrait documentaire de la Chine maoïste de 1973, où il ne peut finalement filmer que ce qu'on veut bien lui montrer. Au final, un entrelacs de minutieuses descriptions, par un visiteur étranger qui s'est voulu le plus objectif possible.

01.08 21:00 / 11.08 21:00

Professione reporter

Michelangelo Antonioni

Italie, France, Espagne 1975 / Jack Nicholson, Maria Schneider, Jenny Runacre / couleur / 125'

ST: FR – NL

La fuite en avant d'un reporter américain basé en Afrique, qui change d'identité avec un mort pour s'affranchir de sa propre vie. Un thriller psychologique envoûtant, et paroxysme du style « antonionien », avec un plan-séquence final de 7 minutes, devenu classique.

02.08 20:00 / 05.08 20:00

Le mystère d'Oberwald

Il mistero di Oberwald

Michelangelo Antonioni

Italie, RFA 1980 / Monica Vitti, Franco Branciaroli, Paolo Bonacelli / couleur / 129'

V: IT / ST: ~

Autour de l'amour imprévu d'une reine et d'un intrigant désigné pour la supprimer, un lointain *remake* de **L'Aigle à deux têtes** de Jean Cocteau, par Antonioni expérimentant pour l'occasion des effets visuels peu cartésiens. Un essai formel encensé par la critique mais boudé par le public à l'époque.

04.08 21:00 / 21.08 21:00

Identification d'une femme

Identificazione di una donna

Michelangelo Antonioni

Italie, France 1982 / Christine Boisson, Tomas Milian, Daniela Silverio / couleur / 129'

ST: FR – NL

Un cinéaste, double d'Antonioni, à la recherche d'une interprète féminine pour son prochain film. Sur le canevas d'une enquête policière qui ne mène nulle part, de subtiles variations sur le désir et la rupture, pour un film qui marque l'aboutissement des recherches formelles d'Antonioni.

08.08 17:00

Antonioni su Antonioni

Carlo Di Carlo

Italie 2008 / Michelangelo Antonioni / couleur / 55'

ST: EN

Montage d'une série d'interviews très diverses données par il maestro du début des années '60 aux années '90. Aux images en noir et blanc d'après les prises de vues de L'avventura succèdent les couleurs à moitié estompées d'une interview des archives de la RAI, puis l'enregistrement numérique haute définition de la cérémonie des Oscars en 1994 où Antonioni recevait des mains de Jack Nicholson un Lifetime achievement award.

10.08 19:15 / 27.08 19:00

Par-delà les nuages

Al di là delle nuvole

Michelangelo Antonioni, Wim Wenders

Italie, France, Allemagne 1995 / John Malkovich, Sophie Marceau, Peter Weller, Fanny Ardant, Irene Jacob / couleur / 109'

ST: FR

Un Antonioni aphasique et partiellement paralysé, réalisant un film (divisé en quatre parties) avec l'aide Wim Wenders - Et John Malkovich, à la fois acteur et narrateur de cette exploration de la femme « corps et âmes ».

12.08 20:00 / 14.08 18:00

Courts métrages de Michelangelo Antonioni

Suicides manqués

Tentato suicidio

Michelangelo Antonioni

Italie 1953 / 18'

ST: FR – NL

Superstizione

Michelangelo Antonioni

1949 / 9'

/ ST: ~

Nettoyage urbain

Nettezza urbana

Michelangelo Antonioni

1948 / 9'

/ ST: ~

Mensonge amoureux

L'amorosa menzogna

Michelangelo Antonioni

Italie 1949 / NB / 12'

V: IT / ST: ~

Gente del po

Michelangelo Antonioni

Italie 1942-1947 / NB / 11'

V: IT / ST: ~

Noto, Mandorli, Vulcano, Stromboli, carnevale

Enrica Antonioni

Italie 1993 / Enrica Antonioni, Michelangelo Antonioni / couleur / 8'

V: IT / ST: ~

Kumbha Mela

Michelangelo Antonioni

Inde 1989 / couleur / 18'

sans dialogue

Les premières gammes d'Antonioni, sous la signe du néo-réalisme.

17.08 21:00 / 30.08 17:00

Eros

Michelangelo Antonioni, Steven Soderbergh, Kar Wai Wong

USA, Italie, Hong Kong, France 2004 / Li Gong, Chen Chang, Robert Downey Jr., Alan Arkin,

Christopher Buchholz, Regina Nemni / couleur / 106'

ST: FR – NL

Trois sketches sur le thème du désir amoureux, dont celui d'Antonioni autour d'un quadragénaire en crise conjugale, condamné à être le jouet d'un fantasme. Une exploration du désir face à la complexité des rapports de couple, pour la dernière contribution d'Antonioni au cinéma.

INFORMATIONS PRATIQUES

Adresse

CINEMATEK,
Rue Baron Horta 9,
1000 Bruxelles

Info : www.cinematek.be

2. Cycle Antonioni à Flagey – Studio 5

01.07 > 30.08

A l'occasion de l'expo Antonioni à BOZAR, reprise au Studio 5 de quelques jalons clefs d'une filmo, marquée aux sceaux du modernisme et d'une recherche artistique qui continue de faire école.

Le chahut qui accompagna la Palme d'Or de *l'Avventura* montre à quel point la révolution thématique et esthétique proposée par Antonioni était radicale et sans concession. Drame existentiel où errent des personnages en mal de communication, confrontation d'irréductibles solitudes, dramaturgie novatrice où disparaît le dogme narratif cause-effet-explication, l'œuvre (et celles qui vont suivre) marque une rupture majeure dont les conséquences sont de plus en plus perceptibles au fur et à mesure du passage des années. Par la grâce d'une maîtrise formelle sans faille, ses paraboles magistrales dépeignent un monde moderne en voie de déshumanisation.

01.07 17:30 > 13.07 17:30

La notte

Michelangelo Antonioni

Italie, France 1961 / Marcello Mastroianni, Jeanne Moreau, Monica Vitti / NB / 121'

ST: FR – NL

Un écrivain, dont le couple bat de l'aile, prêt à se laisser corrompre par la grande bourgeoisie industrielle. Le second film (plastiquement sublime) de la tétralogie sur « la fragilité des rapports amoureux » par un Antonioni dénonçant les trompe-l'œil de l'argent et du pouvoir.

02.07 17:30 > 28.07 20:00

Professione reporter

Michelangelo Antonioni

Italie, France, Espagne 1975 / Jack Nicholson, Maria Schneider, Jenny Runacre / couleur / 125'

ST: FR – NL

La fuite en avant d'un reporter américain basé en Afrique, qui change d'identité avec un mort pour s'affranchir de sa propre vie. Un thriller psychologique envoûtant, et paroxysme du style « antonionien », avec un plan-séquence final de 7 minutes, devenu classique.

05.07 19:30 > 18.07 17:30

Blow up

Michelangelo Antonioni

UK 1966 / David Hemmings, Vanessa Redgrave, Jane Birkin, Sarah Miles / couleur / 111'

ST: FR – NL

Dans le swinging London, un photographe de mode arrogant saisit par hasard ce qui semble être un meurtre. À partir d'une courte nouvelle de Cortazar, Antonioni délivre une réflexion subtile sur le voir et le pouvoir, enveloppée dans un fascinant thriller métaphysique.

25.07 19:30 > 04.08 19:30

L'avventura

Michelangelo Antonioni

Italie, France 1960 / Monica Vitti, Lea Massari, Gabriele Ferzetti / NB / 138'

ST: FR – NL

Une disparition, comme révélateur de l'usure des sentiments. Le style Antonioni s'incarne dans ce drame existentiel d'une rigueur sans faille. Une œuvre-pivot, indispensable à la compréhension du cinéma contemporain.

18.07 21:30 > 26.07 19:30

Eros

Michelangelo Antonioni, Steven Soderbergh, Kar Wai Wong

USA, Italie, Hong Kong, France 2004 / Li Gong, Chen Chang, Robert Downey Jr., Alan Arkin, Christopher Buchholz, Regina Nemni / couleur / 106'

ST: FR – NL

Trois sketches sur le thème du désir amoureux, dont celui d'Antonioni autour d'un quadragénaire en crise conjugale, condamné à être le jouet d'un fantasme. Une exploration du désir face à la complexité des rapports de couple, pour la dernière contribution d'Antonioni au cinéma.

01.08 19:30 > 20.08 17:30

Zabriskie Point

Michelangelo Antonioni

USA 1969-1970 / Mark Frechette, Daria Halprin, Rod Taylor / couleur / 110'

ST: FR – NL

Autour d'un étudiant recherché par la police et d'une jeune femme ne sachant quelle direction donner à sa vie, un *road movie* onirique, portrait d'une génération révoltée contre les fausses certitudes et les tabous de l'Amérique de la sur-consommation des années 1970.

10.08 17:30 > 23.08 21:30

Le désert rouge

Il deserto rosso

Michelangelo Antonioni

Italie, France 1964 / Monica Vitti, Richard Harris, Carlo Chionetti / couleur / 116'

ST: FR – NL

Dans les décors désertiques des zones industrielles, les errances affectives d'une épouse névrosée et dépressive en quête d'amour et de sentiments. Sur une trame minimaliste, le premier film en couleur d'Antonioni, qui dépasse les faits pour les transcrire directement en atmosphères.

15.08 21:30 > 30.08 19:30

L'éclipse

L'eclisse

Michelangelo Antonioni

Italie, France 1962 / Alain Delon, Monica Vitti, Francisco Rabal / NB / 124'

ST: FR – NL

Une jeune femme désemparée après une rupture, se voit courtisée par un séduisant agent de change. Antonioni, dans un film fascinant, capte l'activité de la bourse de Milan et son agitation hystérique - et nous livre une nouvelle radiographie du couple moderne.

INFORMATIONS PRATIQUES

Adresse

Flagey – Studio 5
Place Sainte-Croix,
1000 Bruxelles

Info : www.flagey.be

3. Un cycle en décentralisation – « Antonioni on tour »

Le cycle présenté au Studio 5 – Flagey (cfr ci-dessus) sera présenté également

07.08 > 30.09 au Cinéma Plaza, Mons
01.09 > 30.09 au Cinéma Churchill, Liège
01.09 > 31.10 au Cinema Zuid, Anvers

4. Séance spéciale : *Le amiche* de Michelangelo Antonioni

Jeudi 29.08.2013 – 20:00 > 22:30
Palais des Beaux-Arts – Salle M

Nôtre été avec Antonioni se clôture le 29.08 de façon festive avec la projection de la récente restauration numérique de *Le amiche* (*Femmes entre elles*), peut-être le film le plus méconnu de l'œuvre d'Antonioni et à redécouvrir absolument. Dominique Païni, commissaire de l'exposition, viendra présenter le film.

Femmes entre elles

Le amiche

Michelangelo Antonioni, Italie - 1955

Valentina Cortese, Yvonne Furneaux, Eleonora Rossi Drago / NB / 104' / ST : FR

Adaptée d'une nouvelle de Cesare Pavese, une chronique impitoyable des mœurs de la haute bourgeoisie de Turin, empoisonnée par l'égoïsme, l'oisiveté et la vanité. Le portrait de quelques personnages en mal de vivre, pour un film comportant nombreux signes avant-coureurs à *L'avventura*.

CINEMATEK, en collaboration avec BOZAR CINEMA.

INFORMATIONS PRATIQUES

Adresse

Palais des Beaux-Arts
Rue Ravenstein 23,
1000 Bruxelles

Langues

VO : Italien | Français
Sous-titrage : Néerlandais

Prix

€ 10,00 : tarif standard
€ 8,00 : tarif réduit (18 > 26 ans, +65 ans,
groupes, ...)

Info & tickets: www.bozar.be



Michelangelo Antonioni. *Le amiche*, 1955 © CINEMATEK

EXPOSITION

CELESTE E VERDE, une exposition de Michel Lorand

22.06.2013 > 08.09.2013

A l'occasion de l'exposition *Michelangelo Antonioni, il maestro del cinema moderno*, organisée par BOZAR en collaboration avec la CINEMATEK, celle-ci présente **CELESTE E VERDE**.

CELESTE E VERDE (*bleu et vert*) est le titre initial que Michelangelo Antonioni avait choisi en 1964, pour son premier film en couleur : *Deserto Rosso*.

Le travail présenté à la CINEMATEK par l'artiste **Michel Lorand**, s'inspire de l'approche plastique du film mais plus fondamentalement de son caractère conceptuel. Les nombreuses analyses de cette oeuvre, basées en grande partie sur les commentaires d'Antonioni sur son propre travail, mettent en valeur la volonté du cinéaste de travailler sur l'expérience de l'absence, du manque et de la perte, non pas dans un sens psychologique mais bien philosophique. Il s'agit dans le film de penser l'absence de lien avec le monde, la difficulté du manque de sens de la réalité et de la perte de sa propre identité. Le « comment vivre ? » et le « que regarder ? » deviennent les questions essentielles du film. Il ne s'agit pas seulement pour Antonioni de dire « le vide » mais également de bâtir une véritable esthétique de l'évidement, élément essentiel de son art poétique.

Le travail de Michel Lorand présenté dans le hall d'entrée de la CINEMATEK prolonge ainsi le propos d'Antonioni. Les images photographiées librement du film, reproduites en grands et petits formats, expriment par le choix, la répétition, le séquençage, l'agencement et l'étalonnage de celles-ci, une même volonté d'effacement et de disparition. L'enlèvement de toute présence humaine dans les images présentées interroge dans le temps, le devenir visible ou invisible des choses et des êtres, leur capacité de devenir étranger au monde.

Michel Lorand à travers ses vidéos, son travail d'installation ou photographique, s'attache à construire une pratique artistique personnelle de la vacuité. Ces travaux ont été montrés notamment à la biennale de Venise, chez Argos et au Wiels à Bruxelles ou au Musée Reina Sofia à Madrid.

INFORMATIONS PRATIQUES

Adresse

CINEMATEK – Halle d'entrée
Rue Baron Horta 9,
1000 Bruxelles

22.06.2013 > 08.09.2013

Lundi, Mardi : 18h30 – 23h

Mercredi, Jeudi : 14h30 – 23h

Vendredi, Samedi : 16h30 – 23h

Tarif : Entrée libre

Soirée spéciale : deux films de Michel Lorand : *Epilogue* (8'50-2005) et *Twilight* (30'00-2008) à la CINEMATEK Plateau, le 06.09.2013 à 20h, Introduction : Paul Willemsen

CONFÉRENCE

Conférence par Dominique Nasta

« Antonioni ou le cinéma repensé »

Lundi 08.07.2013 – 19:00 @ CINEMATEK (Salle Ledoux)

Dans le cadre de la rétrospective autour de Michelangelo Antonioni

Les films réalisés par Antonioni relèvent d'une volonté radicale de transformation des paramètres narratifs, stylistiques et techniques présents dans le cinéma mondial qui l'a précédé. La conférence s'attachera à illustrer à quel point le cinéaste demeure le pionnier d'une pensée figurale résolument moderne, qui refuse l'anthropocentrisme et instaure de nouveaux rapports entre personnage et paysage, dé-dramatise le récit classique et opère des changements insolites dans le maniement de la bande-son comme facteur autonome de sens. Il sera également question de la position du spectateur, amené à décoder différemment les mondes multiples de l'univers antonionien.

Dominique Nasta est professeure à l'Université libre de Bruxelles. Elle a publié plusieurs articles et parties d'ouvrages collectifs sur Michelangelo Antonioni.

La conférence sera suivie à **21h00** par la projection de :

L'Avventura

Italie – Frankrijk, 1960 / van Michelangelo Antonioni / NB / 138' / vo sous-tit. bil.

Une disparition, comme révélateur de l'usure des sentiments. Le style Antonioni s'incarne dans ce drame existentiel d'une rigueur sans faille. Une œuvre-pivot, indispensable à la compréhension du cinéma contemporain.

INFORMATIONS PRATIQUES

Adresse

CINEMATEK – Salle Ledoux
Rue Baron Horta 9,
1000 Bruxelles

Prix

Conférence : 4 € | Film : 4 € (réductions carte CINEMATEK)

Info

+32 (0)2 551 19 47
scc@cinematek.be

Une initiative du Service de Culture Cinématographique asbl (SCC), avec CINEMATEK.

BO ZAR PRESS

Coordonnées du service de presse

BOZAR – Palais des Beaux-Arts

Rue Ravenstein 23
1000 Bruxelles
Info & tickets: T. +32 (0)2 507 82 00 – www.bozar.be

Leen Daems

Press Officer BOZAR EXPO
T. +32 (0)2 507 83 89
T. +32 (0)479 98 66 07
leen.daems@bozar.be

Hélène Tenreira

Senior Press Officer BOZAR THEATRE, DANCE, CINEMA, CORPORATE
T. +32 (0)2 507 84 27
T. +32 (0)475 75 38 72
helene.tenreira@bozar.be

Annelien Mallems

Press Officer FESTIVAL, WORLD MUSIC, ARCHITECTURE
T. +32 (0)2 507 84 48
T. +32 (0)479 98 66 04
annelien.mallems@bozar.be

Laura Bacquelaine

Press Officer BOZAR MUSIC, LITERATURE
T. +32 (0)2 507 83 91
laura.bacquelaine@bozar.be

Filip Stuer

Director Communication & Marketing
T. +32 (0)2 507 84 39
filip.stuer@bozar.be

CINEMATEK

9, Rue Baron Horta
1000 Bruxelles

Emmanuelle De Schrevel

Press & Events
T. 02/551.19.40
emmanuelle.deschrevel@cinematek.be

