

Paysages fabriqués

Marc-André Carignan discute des sujets qui le passionnent: l'architecture durable et de design urbain responsable.

13/01/2016 **Mise à jour** : 13 janvier 2016 | 19:25

Ajuster la taille du texte

L'art de faire revivre une église



Par [Marc-André Carignan](#)



Iglesia Skate La Iglesia Skate, commune de Llanera, Espagne

Quelques jours avant Noël, j'ai découvert sur Twitter une réalisation fantastique, la Iglesia Skate, une ancienne église espagnole devenue aujourd'hui un lieu où pratiquer... la planche à roulettes!

Pour faire une histoire courte, des amoureux de rouli-roulant – qui se surnomment la «Church Brigade» – ont acquis un édifice religieux désaffecté au cœur d'une zone industrielle qui servait de fabrique d'explosifs durant la guerre civile espagnole des années 1930. Peu à peu, les planchistes ont retapé l'intérieur de cette église pour l'adapter à leur sport préféré en fabriquant leur propre terrain de jeu.

À la fin de 2014, l'artiste espagnol Okuda San Miguel, bien connu dans l'univers de l'art urbain, offre ses services artistiques. Il tapisse ainsi tous les murs et le plafond de l'église d'immenses fresques aux couleurs vives et aux formes géométriques variées. Son œuvre, récemment complétée, est devenue virale sur le web pour sa beauté et son originalité.

Mais aussi sublime soit-il, ce que je retiens de ce projet inusité ne se résume pas à sa valeur esthétique. Je vois là un modèle inspirant qui démontre le rôle que peut jouer le privé dans la conservation du patrimoine religieux, à un moment où l'on met la clé sous la porte de deux églises par semaine. Un avis que partage Denis Boucher, du Conseil du patrimoine religieux.

«Dans un exemple comme celui-là, en Espagne, je perçois de l'audace. On ranime un lieu avec l'aide d'une tranche de la population qu'on n'aurait jamais pensé à associer à ce genre d'édifice. On gagnerait à sortir des sentiers battus nous aussi, au Québec. On ne peut plus compter que sur des projets paramunicipaux ou gouvernementaux, comme des bibliothèques. Les municipalités n'ont pas nécessairement les ressources ou les besoins immobiliers qui nous permettraient de sauver nos églises.»

L'initiative espagnole est aussi exemplaire par son modèle de financement. Plutôt que de se tourner vers les subventions publiques, les planchistes ont misé sur le sociofinancement pour réaliser leur projet. Au fur et à mesure que les dons se multipliaient, ils ont agrandi leurs rampes de pratique.

De plus, l'artiste derrière les fresques, Okuda San Miguel, a réussi à convaincre un important partenaire privé, soit Red Bull Espagne, d'investir dans la réhabilitation de l'église. L'entreprise de boissons énergisantes y a vu une vitrine originale pour faire parler d'elle auprès d'une jeune clientèle sportive. Red Bull a ainsi filmé la transformation artistique de l'église et en a fait une vidéo, qui a été largement partagée sur le web.

Voilà une forme de partenariat financier ingénieux, encore peu exploitée au Québec comparativement à ce qui se fait dans d'autres régions du monde. Au lieu de se contenter de tapisser la ville de publicités géantes, les grandes entreprises acceptent de nos jours de participer à des concepts ludiques et créatifs afin de redonner un petit quelque chose à la communauté en échange de visibilité. Pourquoi ne pas utiliser cette forme de marketing social pour la sauvegarde de notre patrimoine?