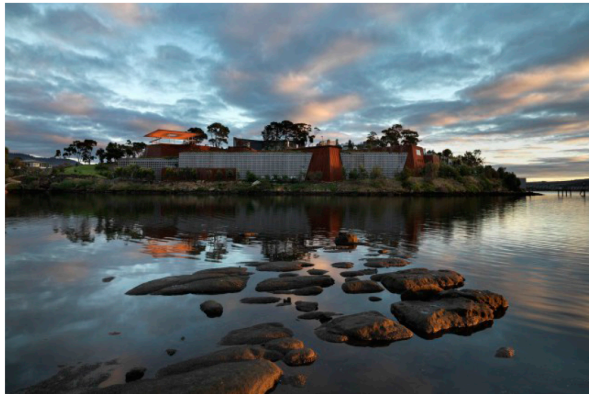


07 juin 2016

L'audacieux pari artistique de Hobart



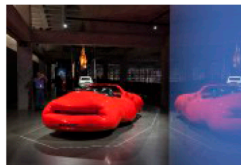
L'édifice du MONA a des airs de forteresse vu de l'extérieur.
Photo Rémi Chauvin, fournie par le MONA

Audrey Bourget

Collaboration spéciale

La Presse

(Hobart) Le MONA n'est pas un musée comme les autres. Son créateur, David Walsh, est un excentrique collectionneur d'art qui a fait fortune en utilisant sa connaissance des mathématiques pour gagner des millions de dollars aux jeux d'argent. Créé à son image, son musée fait un doigt d'honneur aux conventions et au snobisme.



Le Fat Car, une oeuvre de l'artiste autrichien Erwin Wurm, critique la société de consommation.

Photo Rémi Chauvin, fournie par le MONA

Du centre-ville de Hobart, on peut se rendre au MONA par la route, mais pour vivre

pleinement l'expérience, il faut prendre le traversier pour bien voir la forteresse de métal rouillé et de béton se dresser devant nous.

Aucune signalisation pour nous accueillir, seulement un terrain de tennis et un grand mur miroir avec une porte. La visite commence sous terre, après la descente d'un long escalier en colimaçon. On déambule sans trajet précis, ayant l'impression d'être dans un immense labyrinthe.

MONA met surtout de l'avant des artistes contemporains comme James Turrell, mais aussi quelques antiquités. Ses thèmes de prédilection ? La mort, le sexe et l'évolution.

Parmi les oeuvres, on retrouve une voiture Porsche qui souffre d'embonpoint, une fontaine dont les gouttes d'eau forment les phrases de sites de nouvelles et un mur recouvert de vulves en porcelaine.

Irrévéréncieux, éclaté et inclusif, le MONA fait parler de lui partout dans le monde.

Plus qu'un musée

David Walsh et son équipe ont aussi fondé deux festivals qui célèbrent la nourriture, les arts visuels, la musique et le cinéma : le MONA FOMA et le Dark MOFO. Dirigés par Brian Ritchie du groupe Violent Femmes, ils attirent un public et des artistes de partout dans le monde.

Hobart bourdonne d'activités pendant ces deux festivals en janvier et en juin.

L'effet MONA

Le MONA a changé la donne pour le tourisme à Hobart et dans toute la Tasmanie, à tel point qu'on parle de « l'effet MONA ». La région a toujours été populaire chez les amateurs de plein air et d'histoire, mais on voit maintenant arriver un nouveau type de touristes qui aiment l'art et la gastronomie. Pour répondre à la demande, les compagnies aériennes australiennes comme Qantas ont dû multiplier leurs vols vers la Tasmanie, et plusieurs nouveaux hôtels ont été construits. Hobart avait déjà beaucoup à offrir : le marché Salamanca, le front de mer historique, la distillerie de whisky Lark, les maisons colorées de Battery Point, le mont Wellington, d'excellents restaurants comme Ethos Eat Drink ou encore la brasserie Cascade. Mais sans l'intérêt créé par le MONA, plusieurs de ces attractions seraient demeurées méconnues.

Un renouveau culinaire

L'afflux de touristes appréciant la gastronomie a été la rampe de lancement pour de nombreux nouveaux restaurants, marchés et tours guidés.

Au déjà populaire marché Salamanca s'est ajouté le Farm Gate, un marché fermier plus petit et local. De nouveaux cafés se sont mis à pousser aux quatre coins de la ville, comme les excellents Small Fry et Room For a Pony.

Des restaurants comme le Franklin, qui expérimentent avec des ingrédients locaux, ainsi que des tours gastronomiques comme ceux de Gourmania ont aussi vu le jour.

Le MONA a fait découvrir la capitale tasmanienne, mais lui a aussi donné un coup de fouet. Hobart est aujourd'hui une petite ville vibrante et une destination à ne pas manquer pour les voyageurs en Australie.



Une oeuvre de l'artiste montréalais Rafael Lozano-Hemmer dans le port de Hobart en 2011.

Photo Rémi Chauvin, fournie par le MONA